

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1 Теоретические аспекты анализа финансовых результатов деятельности организации	8
1.1 Экономическая сущность финансовых результатов	8
1.2 Порядок формирования прибыли на предприятии.....	11
1.3 Порядок распределения прибыли, остающейся в распоряжении предприятия	17
1.4 Анализ рентабельности предприятия.....	25
Глава 2 Анализ формирования и использования прибыли ООО «Нефрит».....	28
2.1 Краткая характеристика и анализ финансово-хозяйственной деятельности организации	28
2.2 Анализ финансового состояния.....	35
2.3 Анализ прибыли и рентабельности организации	44
Глава 3 Разработка мероприятий, направленных на улучшение финансовых результатов деятельности ООО «Нефрит».....	53
3.1 Рекомендации по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия	53
3.1.1 Монтаж натяжных потолков.....	54
3.1.2 Ремонт квартир и помещений.....	56
3.1.3 Ремонт балконов	57
3.1. 4 Разработка рекламной кампании для продвижения новых услуг	59
3.2 Обоснование экономической эффективности предприятия.	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	71
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	75

ВВЕДЕНИЕ

Финансовая отчетность предприятия — это источник информации о предприятии и эффективности его деятельности, который доступен менеджерам, инвесторам и конкурентам. Инвесторы на основании финансовой отчетности делают вывод о целесообразности инвестиций в акции предприятия. Опубликованные финансовые отчеты помогают конкурентам оценить относительную устойчивость предприятия в отрасли [2.с.18].

В условиях экономики, в которой роль главного регулятора играет рынок, управление финансовыми результатами является важным аспектом в деловой жизни хозяйствующего субъекта. Кроме того, положительный финансовый результат показывает, что предприятие эффективно и целесообразно использует активы организации, ее основной и оборотный капиталы [2.с.101].

Анализ данных прошлых периодов — это первый шаг в определении финансовой стратегии предприятия и установлении четких задач на будущее. Такой анализ создает некий контроль над деятельностью предприятия в будущем.

Прибыль является важным и итоговым результатом хозяйственной деятельности предприятия.

Прибыль обобщает в себе такие результаты работы предприятия как снижение производственной себестоимости, расширение производства, сокращение непроизводственных расходов, повышение качества продукции, рациональное использование основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств [5.с.112].

Анализ финансового результата проводится на основе отчета о финансовых результатах. Он включает в себя изменения каждого показателя за анализируемый период, а также изучение структурных сдвигов. Анализ финансового результата означает изучение динамики показателей за ряд отчетных периодов [4.с.76].

Анализ финансовых результатов решает следующие задачи:

- анализ состава и динамики прибыли;

- анализ финансовых результатов от обычных и прочих видов деятельности;
- анализ распределения и использования прибыли [6.с.205].

Актуальность данной темы в сфере деятельности по установке пластиковых окон связана с тем, что с одной стороны их установка достаточно проста, они отличаются долгим сроком эксплуатации и лучше сохраняют тепло в помещении. А с другой стороны отрасль является конкурентной, на рынке существует много предприятий, оказывающих подобные услуги, и, чтобы выжить, предприятию необходимо предлагать более выгодные условия своим клиентам для увеличения финансовых результатов.

Целью данной выпускной квалификационной работы является определение путей улучшения финансовых результатов предприятия на примере ООО «Нефрит».

Чтобы достигнуть поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) изучить теоретические аспекты формирования и распределения прибыли;
- 2) провести анализ формирования и распределения прибыли на примере ООО «Нефрит»;
- 3) выявить основные проблемы и разработать рекомендации по повышению финансовых результатов деятельности предприятия.

Предметом исследования являются доходы, расходы, прибыли и убытки на исследуемом предприятии.

Объектом исследования является ООО «Нефрит» и его хозяйственная деятельность за период 2015-2017 гг.

В выпускной квалификационной работе были представлены следующие методы исследования: анализ нормативно-правовой документации, сравнение, теоретический анализ, классификация, обобщение, графический.

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

Во введении аргументируется выбор темы, ее актуальность, поставленные цель и задачи исследования, выделены объект и предмет исследования.

В первой главе рассмотрены теоретические аспекты финансовых результатов предприятия, а также порядок формирования и распределения прибыли.

Во второй главе представлена краткая характеристика хозяйственно-финансовой деятельности ООО «Нефрит», дана оценка его финансового состояния и проведен анализ прибыли и рентабельности.

В третьей главе разработаны меры по увеличению финансовых результатов деятельности предприятия за счет внедрения новой продукции и услуг.

В заключении сформулированы главные выводы и рекомендации по результатам исследования.

Информационной базой анализа является финансовая отчетность ООО «Нефрит» за 2015-2017 г.г.

Глава 1 Теоретические аспекты анализа финансовых результатов деятельности организации

1.1 Экономическая сущность финансовых результатов

Финансовый результат – это показатель хозяйственной деятельности предприятия, увеличения или снижение объема прибыли (убытка) за конкретный промежуток времени. Итоговый финансовый результат зависит от объемов реализации товаров (услуг) объемов основного имущества (средств) компании, доходов от внереализационных сделок и так далее. Финансовые результаты организации всегда выражаются в двух основных формах – доход и убыток. Если прибыль компании выше, чем расходы на производство (закупку) продукции, то деятельность трактуется как прибыльная. В случае, когда затраты превышают доход компании, то можно говорить об убыточности работы [9.с.63].

Основной целью анализа финансовых результатов является получение незначительного числа основных параметров, которые дают точную картину финансового состояния организации, его прибыли и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами [49]. При этом аналитика и управляющего может интересовать не только текущее финансовое состояние организации, но и его ожидаемые параметры финансового состояния [1.с.32]

Перед анализом финансовых результатов деятельности предприятия стоят такие задачи как:

- Проконтролировать выполнение плана реализации продукции и получения прибыли;
- определить влияние различных факторов на финансовые результаты;
- найти резервы увеличения прибыли и рентабельности;
- разработать мероприятия по использованию выявленных резервов [50].

Существует несколько трактовок прибыли: бухгалтерская и экономическая.

Бухгалтерская прибыль – это прибыль от предпринимательской деятельности, которая рассчитывается по бухгалтерским документам без учета документально не зафиксированных издержек самого предпринимателя, в том числе упущенной выгоды [9.с.206].

Экономическая прибыль – это разница между доходами и экономическими издержками, которые, наравне с общими издержками, включают альтернативные (временные) издержки [49]. Экономическая прибыль вычисляется как разность между бухгалтерской и нормальной прибылью предпринимателя [9.с.209].

Доходы организации – это увеличение экономической пользы в результате поступления активов или погашения обязательств, которое приводит к увеличению капитала этой организации, исключая вклады участников (собственников имущества) [51]. Доходы подразделяются на доходы от обычных видов деятельности, операционные доходы и прочие доходы.

В доходы от обычных видов деятельности входят:

- выручка от продажи продукции и товаров, а также поступления, связанные с выполнением работ и оказанных услуг;
- плата за временное пользование и владение активами организации, правами, возникающими из патентов на изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности; за участие в уставных капиталах других организаций, когда это является предметом деятельности организации;
- суммовые разницы и другие доходы.

Расходы организации - это уменьшение прибыли в результате выбытия активов или возникновения обязательств, что приводит к уменьшению капитала организации, но без уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

Расходы организации подразделяются на: расходы по обычным видам деятельности, операционные расходы и прочие расходы.

Расходы по обычным видам деятельности включают в себя:

- расходы, связанные с приобретением сырья, материалов, товаров и других материально-производственных запасов;
- расходы материально-производственных запасов напрямую связанные с производством продукции, выполнением работ, оказанием услуг;
- расходы на оплату труда;
- коммерческие расходы;
- управленческие расходы и др. [10.с.121].

Расходы по обычным видам деятельности группируются по следующим элементам: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация, прочие затраты [49].

Чтобы организация сформировала финансовый результат от обычных видов деятельности, нужно определить себестоимость продукции, работ, услуг на базе расходов от обычной деятельности, которые группируются по следующим элементам: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация, прочие затраты.

Основными факторами изменения доходов являются: увеличение выручки от продаж продукции, работ, услуг; изменение структуры продаж в целях повышения спроса на них; положительные курсовые и суммовые разницы и другое. Ключевыми факторами изменения расходов считаются: увеличение объема продаж продукции, работ, услуг; необоснованный рост коммерческих и управленческих расходов; увеличение материальных и трудовых затрат на производство продукции и другие [13.с.248].

Финансовый результат – это обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования. Финансовый результат (чистая прибыль) от деятельности формируется как разность между доходами и расходами от производственной, финансовой и инвестиционной деятельности [14.с.13].

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Показатели рента-

бельности показывают продуктивность работы предприятия в целом, их доходность по различным направлениям деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной) и окупаемость затрат [50]. Экономический смысл показателей рентабельности - сколько получено прибыли на каждый рубль вложенных средств. И, так как это относительные показатели, они практически не подвержены влиянию инфляции. Предприятие считается рентабельным (доходным), если результаты от реализации продукции могут покрыть издержки производства. А так же если они образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия [49].

Прибыль предприятия получают от реализации продукции, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных фондов, коммерческая деятельность финансовых и валютных биржах и так далее). [43.с.116].

Важно отметить, что для российских организаций, бухгалтерская отчетность которых предназначена в основном для налоговых органов, характерно занижение прибыли и активов. Прежде чем анализировать прибыль по данным бухгалтерской отчетности, необходимо убедиться в том, что сформированные в организации финансовые результаты не перемещены в аффилированные структуры. Информация отчета о финансовых результатах организации искажается не только "переливом" финансовых результатов, но и наличием нерегистрируемого оборота, что занижает показатели прибыли и выручки организации.

1.2 Порядок формирования прибыли на предприятии

Прибыль — это часть выручки, которая остается после возмещения всех затрат на производственную и коммерческую деятельность предприятия [49]. Характеризуя превышение поступлений над расходами, прибыль показывает цель предпринимательской деятельности, а также принимается за основной показатель ее эффективности [13.с.53].

Одними из важнейших этапов при формировании прибыли являются ее прогнозирование и планирование [15.с.317].

Прогнозирование прибыли отвечает за аргументированность плана прибыли, своевременную корректировку производственной, инвестиционной, инновационной и финансовой политики предприятия. Базисом прогнозирования прибыли является прогнозирование спроса, цен, технико-экономических характеристик оборудования. Особое внимание уделяется таким факторам, которые больше всех влияют на размер прибыли [6. с.69].

Для предприятий крайне важен прогнозный анализ конкурентоспособности выпускаемой продукции и стратегий маркетинга. А также, крайне важно знать, насколько финансово устойчивы поставщики сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий и узлов; финансово устойчивы потребители продукции. Существуют разнообразные методы прогнозирования прибыли: метод экспортных оценок, метод экстраполяции, метод экономико-математического моделирования. Также часто используются аддитивные (модели сложения), мультипликативные (модели умножения), кратные (модели деления) модели [11. с.129].

Если организация разработает качественный план по получению прибыли, а также обеспечит его полное выполнение, то результаты производственно-хозяйственной и финансовой деятельности станут высокими.

Предприятие планирует прибыль от реализации продукции, от реализации имущества (элементов основных фондов, материальных и оборотных средств, нематериальных активов, ценных бумаг) и имущественных прав, от внереализационных операций [48]. Разрабатывая финансовый план нужно учитывать все факторы, которые влияют на величину прибыли и формируются финансовые результаты от принятия различных управленческих решений [12. с.20].

В условиях устойчивой экономики, прибыль планируется на период от трех до пяти лет. При устойчивых ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования, фактическое планирование осуществляется в рамках одного года.

При неустойчивой экономической и политической ситуации планирование можно осуществить на кратковременный период - квартал, полугодие [8. с.12].

Основные методы прогнозирования прибыли от реализации продукции - метод прямого счета и аналитический метод. Первый используется на предприятиях с небольшим ассортиментом продукции, а второй - при большом ассортименте [48].

В современное время, в рыночном хозяйстве при планировании прибыли, значимое внимание уделяется новым способам управления затратами, таким, как управленческий учет. С помощью управленческого учета, может осуществляться контроль над издержками предприятия. Наибольший результат дает учет по центрам ответственности. Данная модель управления затратами дает возможность рационализировать структуру расходов, незамедлительно реагировать на отклонения от нормальной прогнозируемой величины издержек и передать долю функций по принятию решений на уровень линейных управляющих [49]. Управляющие, в свою очередь, ответственны за утверждение величины расходов, а также обеспечивают выполнение показателей, которые были запланированы [13.с.201].

Учет по центрам ответственности основывается на принципе бюджетирования. Всесторонний (полный) бюджет представляет собой сочетание финансового и производственного планов, которые выражаются в числах. Бюджеты используются для планирования, оценки исполнения, координации и установления коммуникаций [11. с. 8].

При планировании прибыли используются все характеристики бизнес-плана, что является главным в определении финансового результата для всей деятельности предприятия. Так же существует связь планирования прибыли с параметрами производственной, хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Поэтому следует изучить наиболее существенные взаимосвязи в экономике предприятия, и понять их влияние на прибыль. Это необходимо для того, чтобы лучше понять факторы, которые влияют на рост прибыли [15. с.308].

Принцип формирования и использования прибыли показан на рисунке 1.1 – схема формирования и использования прибыли.

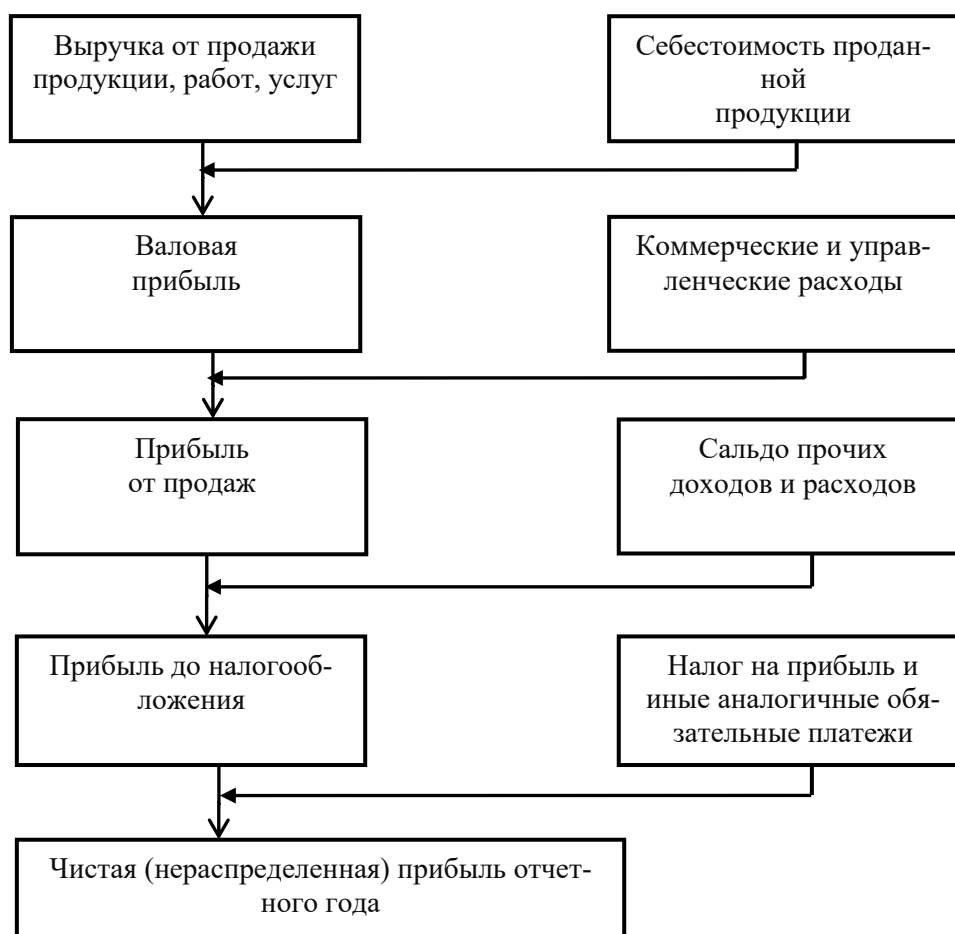


Рисунок 1.1 - Схема формирования прибыли организации

На формирование общей прибыли оказывают влияние множество факторов. Их можно классифицировать на внешние и внутренние [3.с.160].

К внешним факторам относятся:

- социально-экономические условия;
- природные условия;
- цены на материально-энергетические ресурсы и тарифы на транспортные перевозки;
- уровень развития внешнеэкономических связей и так далее.

Внутренние факторы содержат в себе такие изменения как:

- прибыль от продаж;

- структура реализованной продукции;
- себестоимость продукции;
- уровень цен на продукцию;
- операционные и внереализационные доходы и расходы [50].

По степени соподчиненности они делятся на факторы первого и второго порядков [3.с.74].

Факторами первого порядка являются изменения:

- прибыль от реализации продукции (работ, товаров, услуг);
- внереализационные результаты [20.с.187].

Факторами второго порядка являются такие изменения как:

- объем реализованной продукции;
- структура реализованной продукции;
- полная себестоимость реализованной продукции;
- цены на реализованную продукцию;
- доходы по ценным бумагам и от долевого участия в совместных предприятиях;
- штрафы, пени, неустойки, полученные за вычетом уплаченных;
- прибыли и убытки прошлых лет, выявленные в отчетном году;
- поступления долгов и дебиторской задолженности;
- финансовая помощь от других предприятий и организаций, пополнение фондов специального назначения и другие [48].

Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов: объема реализации продукции (VРП); ее структуры (Uдi); себестоимости (Сi) и уровня среднереализационных цен (Цi) [53]:

$$\Pi = \sum [VРП_{об} \times Uдi \times (Цi - Сi)] \quad (1.1)$$

Объем реализации продукции может влиять на сумму прибыли как с положительной стороны, так и с отрицательной [49]. Если увеличить объем продаж рентабельной продукции, то это приведет к возрастанию прибыли. Если же

продукция является бесприбыльной, то увеличив объем реализации, произойдет уменьшение суммы прибыли [24.с.112].

Структура реализованной продукции оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли [49]. Если увеличится часть более доходных видов продукции в совокупном объеме ее реализации, то сумма прибыли увеличится. И также, наоборот, при увеличении удельного веса низкодоходной или убыточной продукции общая сумма прибыли уменьшится [26.с.501].

Себестоимость продукции обратно пропорциональна с прибылью: если себестоимость снизится, то это приведет к росту прибыли, и наоборот [50].

Существует прямая взаимосвязь между факторами первого и второго порядков с общей прибылью, но за исключением изменения себестоимости, снижение которой приводит к росту прибыли. Факторы первого порядка оказывают прямое влияние на величину бухгалтерской прибыли, а второго порядка - на прибыли от продаж [49].

Факторы, влияющие на формирование общей прибыли, относят к себе также технико-экономические особенности. Отраслевая специфика воздействует на состав и структуру производственных фондов, длительность производственного цикла, особенности кругооборота средств, состав и структуру финансовых ресурсов, а также на себестоимость выпускаемой продукции [49].

В современных рыночных отношениях существуют три основных источника получения прибыли [10.с.8].

Первый источник создается за счет монопольного положения предприятия по выпуску той или иной продукции, а также ее уникальности.

Второй источник напрямую связан с производственной и предпринимательской деятельностью и касается всех предприятий. Эффективность его использования зависит от знания полной картины рынка и умения приспособить развитие производства под постоянно меняющийся рынок.

Третий источник относится к инновационной деятельности предприятия [16.с.47].

На предприятии прибыль формируется как сумма финансовых результатов по всем видам его деятельности [41.с.3].

1.3 Порядок распределения прибыли, остающейся в распоряжении предприятия

Источником образования прибыли предприятий является общий доход. Он представляет собой сумму денежных средств, получаемых предприятием от всех видов его деятельности. Прибыль, в первую очередь, зависит от объема реализованной продукции, ее конкурентоспособности, а также маркетинговой, инновационной и инвестиционной деятельности [48с.51].

В первую очередь платежи из выручки, полученной от реализации продукции (работ, услуг), тратятся на отчисления в республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, аграрной науки и продовольствия и дорожный фонд, налог на добавленную стоимость, отчисления в местный бюджет по единому нормативу и себестоимость продукции (работ, услуг) [19.с.4 3].

Распределение прибыли предполагает под собой формирование направлений планируемого использования прибыли, в соответствии с целями и задачами развития предприятия [50].

Распределяется прибыль в соответствии с законом о налогах и сборах, взимаемых в бюджет; инструктивными и методическими указаниями министерства финансов; уставом предприятия. Предприятия должны гарантировать выполнение договоренности перед бюджетом, банками, поставщиками и потребителями, вышестоящими и другими организациями; финансирование затрат на развитие науки и техники, техническое перевооружение, реконструкцию и расширение действующих производств; социальное развитие и материальное стимулирование за счет заработанных средств [3.с.185].

При распределении прибыль используется по следующим основным направлениям:

1. Сумма налоговых платежей за счет прибыли;
2. Сумма льготированной прибыли;
3. Капитализируемая часть прибыли: средства фонда накопления, направляемые на инвестирование производственного развития; средства, направляемые на формирование резервного фонда; прочие формы капитализации прибыли.

4. Фонд потребления, в который входят: средства, направляемые на выплату доходов владельцам имущества; средства, направляемые на материальное стимулирование и развитие персонала; прочие формы потребления прибыли [44.с.153].

Фондом накопления считаются средства, которые направлены на производственное развитие предприятия, техническое перевооружение, реконструкцию, расширение и освоение производства новой продукции. А так же на строительство и обновление основных производственных фондов, освоение новой техники и технологий в действующих организациях и иные аналогичные цели, предусмотренные учредительными документами предприятия (на создание нового имущества предприятия).

За счет фонда накопления идет финансирование на производственное развитие. При этом осуществление капитальных вложений за счет собственной прибыли не уменьшает размер фонда накопления. Происходит трансформация финансовых средств в имущественные ценности. Фонд накопления уменьшается, только если использовать его средства на погашение убытков отчетного года, а также, если происходит списание за счет накопительных фондов расходов, не включенных в первоначальную стоимость вводимых в эксплуатацию объектов основных средств [5.с.173].

Фонды потребления - это средства, которые направляются на осуществление мероприятий по социальному развитию (кроме капитальных вложений), материальному вознаграждению коллектива предприятия, приобретение про-

ездных билетов, путевок в санатории и иных аналогичных мероприятий и работ, которые не приводят к образованию нового имущества предприятия.

Фонд потребления состоит из двух частей: фонд оплаты труда и выплаты из фонда социального развития. Фонд оплаты труда служит источником оплаты труда, любых видов вознаграждения и стимулирования работников предприятия. Выплаты из фонда социального развития расходуются на проведение оздоровительных мероприятий, частичное погашение кредитов за кооператив, индивидуальное жилищное строительство, беспроцентные ссуды молодым семьям и другие цели, предусмотренные мероприятиями по социальному развитию трудовых коллективов [5.с.185].

Резервный фонд обеспечивает финансовую устойчивость предприятия в период временного падения производственно-финансовых показателей. Он также служит для возмещения денежных затрат, которые возникают в процессе производства и потребления продукции [5.с.201].

С целью увеличения производительности производства немаловажно, чтобы при распределении прибыли, сумма отчислений была приемлимой.

Распределив чистую прибыль, можно расширить деятельность организации за счет собственных источников финансирования, при этом снижаются финансовые расходы организации, которые направлены на привлечение дополнительных источников [18.с.247].

Значительная роль вида распределения прибыли в деятельности предприятия определяется следующим:

1. Распределение прибыли напрямую осуществляет ключевую цель политики управления ею — увеличение степени благосостояния собственников предприятия. Оно формирует соотношение между текущими выплатами им дохода на капитал (в форме дивидендов, процентов и т.п.) и ростом этих доходов в будущем периоде (за счет обеспечения возрастания вложенного капитала). Собственники предприятия своими силами сформировывают эти направления для удовлетворения своих потребностей во времени.

2. Распределение прибыли является основным инструментом воздействия на увеличение рыночной стоимости предприятия. В очевидной форме это воздействие выражается в обеспечении прироста капитала в процессе капитализации части распределенной прибыли, а косвенно оно обеспечивается основными соотношениями этого распределения [50].

3. Соотношения распределения прибыли устанавливают темпы реализации стратегии по развитию предприятия. Эта стратегия реализуется в процессе инвестиционной деятельности предприятия. Ее объемы определяются возможностями формирования финансовых ресурсов, в первую очередь, за счет внутренних источников [49]. А повторно инвестируемая, в процессе распределения прибыль, является главной среди внутренних источников.

4. Характер распределения прибыли является главным указателем на инвестиционный престиж предприятия. Привлекая собственный капитал из внешних источников, уровень выплачиваемых предприятием дивидендов считается одним из главных оценочных критериев, которые определяют результат предстоящей эмиссии акций. Кроме того, возрастание уровня дивидендных выплат определяется ростом стоимости акций на фондовом рынке. Это формирует дополнительный доход инвесторов [50].

5. Распределение прибыли считается одной из эффективных форм воздействия на трудовую активность работников предприятия. В зависимости от размеров и форм участия персонала в прибыли, определяется уровень трудовой мотивации работников. А также это способствует стабилизации персонала и росту производительности труда [50].

6. В пропорциях распределения прибыли формируется уровень обеспечения дополнительной социальной защиты работников. В условиях низкой государственной социальной защиты занятого персонала, дополнить их минимальную социальную защищенность, позволяет распределительный механизм прибыли на предприятии [50].

7. На уровень фактической платежеспособности предприятия оказывает влияние вид распределения прибыли [49]. Прибыль, предусмотренная к по-

реблению собственниками и персоналом предприятия, выплачивается в денежной форме. То есть в такой в форме основного актива, который обеспечивает платежеспособность по неотложным финансовым обязательствам. При значительном объеме выплат прибыли на цели потребления, уровень платежеспособности предприятия в фактическом периоде может снизиться [50].

Вид распределения прибыли определяет значительные аспекты деятельности предприятия, влияя на ее эффективность (рисунок 1.2 – схема распределения прибыли).

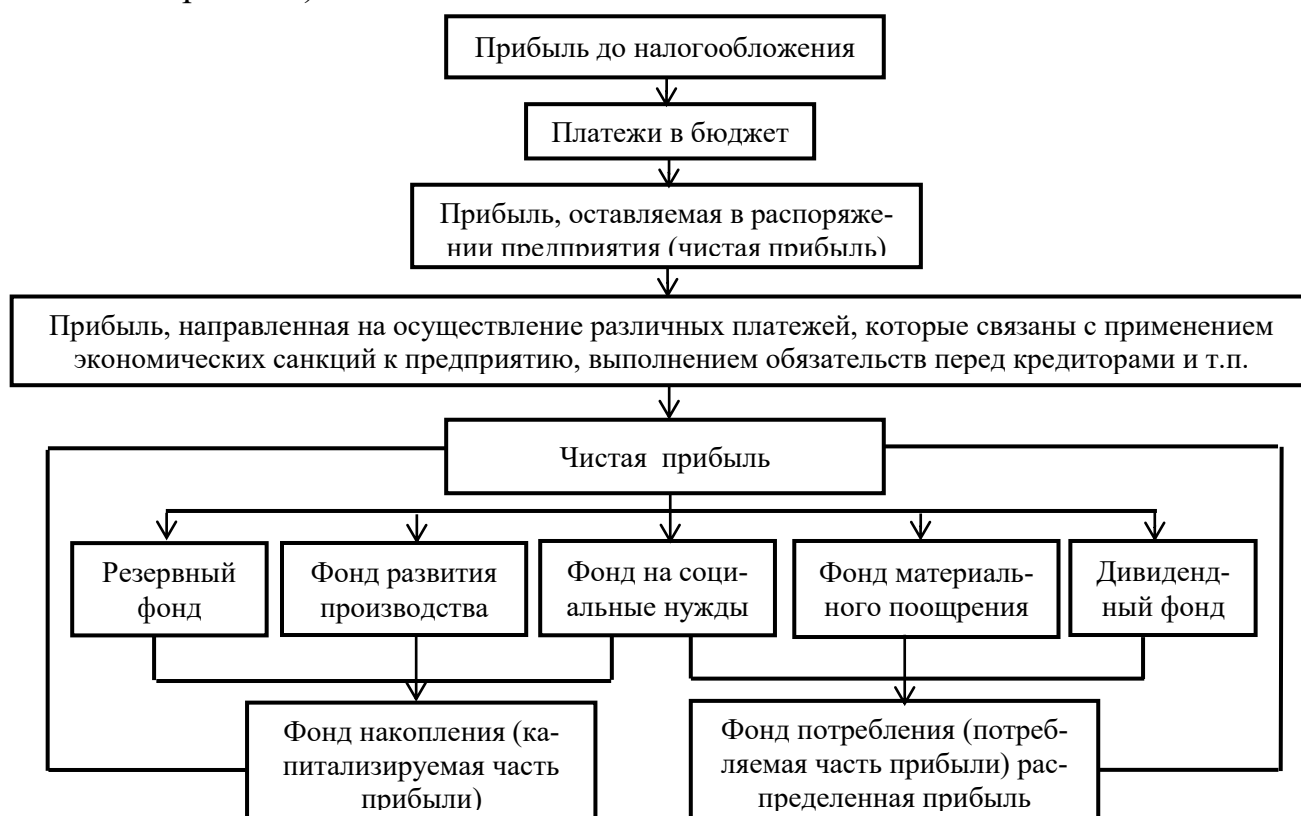


Рисунок 1.2 - Схема распределения прибыли

Распределение прибыли осуществляется согласно специально разработанной политике, в основе которой лежит дивидендная политика. Ее формирование представляет собой одну из наиболее сложных задач общей политики управления прибылью предприятия. Данная политика отображает требования общей стратегии развития предприятия, гарантирует повышение его рыночной стоимости, формирует нужный объем инвестиционных ресурсов, а также обес-

печивает материальные интересы собственников и персонала. Так, в процессе формирования политики распределения прибыли, следует принять во внимание противоположные мотивации собственников предприятия (акционеров, вкладчиков) — получение высоких текущих доходов или значительное увеличение их размеров в будущем периоде [50].

Основная цель политики распределения прибыли, которая остается в распоряжении предприятия – это оптимизация соотношения между капитализируемой и потребляемой ее частями, учитывая реализацию стратегии его развития и роста его рыночной стоимости [4.с.95].

Отталкиваясь от основной цели, в процессе формирования политики распределения прибыли, предприятия должны решать следующие задачи:

- обеспечивать получение собственниками необходимой нормы прибыли на инвестированный капитал;
- обеспечивать приоритетные цели стратегического развития предприятия за счет капитализируемой части прибыли;
- обеспечивать стимулирование трудовой активности и дополнительной социальной защиты персонала;
- обеспечивать формирование резервного и других фондов предприятия в необходимых размерах.

Учитывая реализацию этих задач, осуществляется прямое распределение прибыли предприятия [4.с.117].

Особенность задач, стоящих перед каждым определённым предприятием в процессе его развития, различие внешних и внутренних условий их хозяйственной деятельности не дают возможность сформировать общую модель распределения прибыли, чтобы она носила универсальный характер. Основой механизма распределения прибыли предприятия являются анализ и учет в процессе этого распределения отдельных факторов. Эти факторы связывают этот процесс с фактической и плановой хозяйственной деятельностью данного предприятия [4.с.121].

Факторы, которые влияют на соотношения и продуктивность распределения прибыли, очень разнообразны, степень интенсивности их проявления также различна. Одна группа данных факторов устанавливает предпосылки к росту капитализируемой части прибыли; другая группа, напротив, склоняет управленческие решения в пользу увеличения доли потребляемой ее части.

По виду возникновения все факторы, которые влияют на распределение прибыли, можно разделить на две группы:

- а) внешние (созданные внешними условиями деятельности предприятия);
- б) внутренние (созданные особенностями хозяйственной деятельности данного предприятия) [41.с.30].

Главные факторы рассматриваются как ограничительные условия, характеризующие границы формирования пропорций распределения прибыли. Наиболее важными факторами являются: правовые ограничения, налоговая система, «ясность» фондового рынка, альтернативные внешние источники формирования финансовых ресурсов, среднерыночная норма прибыли на инвестированный капитал, стадия конъюнктуры товарного рынка, темп инфляции [41.с.38].

Внутренние факторы проявляют решающее воздействие на соотношения распределения прибыли, потому что определяются конкретными условиями и результатами хозяйственной деятельности данного предприятия. К числу этих факторов можно отнести такие как интересы собственников предприятия, уровень рентабельности деятельности, инвестиционные возможности реализации проектов с высоким доходом, необходимость в ускорении завершения начатых инвестиционных программ и проектов. Так же сюда можно отнести: разные внутренние источники формирования финансовых ресурсов; стадия жизненного цикла предприятия, уровень его платежеспособности, численность персонала и программы его участия в прибыли [2.с.3].

Учет всех этих факторов дает возможность значительно уменьшить спектр параметров возможных соотношений распределения прибыли по отдельным направлениям. Первым делом — соотношений капитализируемой и

потребляемой ее частями, формирующих главные условия предстоящего развития предприятия [2.с.12].

Методы распределения прибыли и факторы, которые их обуславливают, дают возможность сформировать на предприятии определенный вид политики распределения прибыли (дивидендной политики). Такой вид политики будет в наибольшей степени удовлетворять целям и учитывать возможности развития предприятия в предстоящем периоде [19.с.50].

Прибыль, которая принадлежит работнику, передается ему в личное пользование или направляется как вклад в развитие производства. На сумму вклада работника в производство ежегодно начисляются дивиденды [42.с.113].

Для налогообложения в балансовую прибыль вносятся изменения в соответствии с налоговыми стандартами (положением о составе затрат, включаемых в себестоимость продукции, и др.) [7.с.213].

Чистая прибыль, в соответствии с законодательством и учредительными документами, создает возможность предприятию создавать фонд накопления, резервный фонд, фонд потребления, и другие специальные фонды и резервы [49]. Нормативы отчислений от прибыли в фонды специального назначения вводятся самим предприятием и согласовываются с учредителем. Отчисления от прибыли в специальные фонды производятся каждый квартал. На сумму произведенных отчислений от прибыли происходит перераспределение прибыли внутри предприятия, это означает, что уменьшается сумма нераспределенной прибыли и, увеличиваются образуемые из нее фонды и резервы [7.с.215].

Чистая прибыль нужна для капитальных вложений и прироста основного и оборотного капитала; направляется покрытие убытков прошлых лет, на отчисления в резервный капитал, на расходы социального характера, а также на выплату дивидендов и доходов [7.с.219].

1.4 Анализ рентабельности предприятия

Показатели рентабельности применяются для оценки деятельности предприятий, а также как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании [37.с.19].

Рентабельность показывает насколько эффективна работа, а также прибыльность различных направлений деятельности (производственная, предпринимательская, инвестиционная), окупаемость затрат и т.д. Рентабельность состоит из нескольких групп:

1. показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов [49].
2. показатели, характеризующие рентабельность продаж;
3. показатели, характеризующие доходность капитала и его частей [39.с.148].

Все показатели рассчитываются на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции, а также чистой прибыли [50].

Рассмотрим показатели рентабельности:

Рентабельность производственной деятельности (окупаемости издержек) вычисляется как отношение валовой или чистой прибыли к сумме затрат по реализованной или произведенной продукции:

$$Rз = Пвп \div И \text{ (1.2), или}$$

$$Rз = ЧП \div И \text{ (1.3),}$$

где $Rз$ - рентабельность производственной деятельности (окупаемость затрат);

$Пвп$ - валовая прибыль от реализации продукции;

$ЧП$ - чистая прибыль;

$И$ - сумма затрат.

Рентабельность производственной деятельности показывает, сколько у предприятия прибыли с каждого рубля, потраченного на производство и реали-

зацию продукции. Определяется как в целом по предприятию, так и по отдельным подразделениям и видам продукции [49].

Подобным образом можно определить окупаемость инвестиционных проектов: полученную или прогнозируемую сумму прибыли от проекта следует отнести к сумме инвестиций в данный проект [49].

Рентабельность продаж характеризует доходность реализации с рубля продаж. Рассчитывается делением прибыли от реализации продукции (товаров, работ, услуг) на сумму полученной выручки:

$$ROS = (ЧП \div B) \times 100\% \quad (1.4),$$

где ЧП - чистая прибыль предприятия;

В - выручка.

Рентабельность капитала рассчитывается как отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости всего инвестированного капитала или отдельных его слагаемых; собственного, заемного, основного, оборотного и так далее [49].

Рентабельность продукции - это соотношение между прибылью от продажи продукции и её себестоимостью (полным издержкам) ее обращения и производства [49].

$$ROM = (ЧП \div C) \times 100\% \quad (1.5),$$

где С – себестоимость.

При расчете рентабельности капитала необходимо брать среднюю величину капитала за отчетный период, однако в условиях инфляции более реальные оценки можно получить, используя моментальные значения данных показателей.[17,164].

Рентабельность производства - важнейший показатель, определяющий и показывающий эффективность деятельности предприятия.

$$Rnn = (ЧП \div З) \times 100\% \quad (1.7),$$

где З – запасы предприятия.

Рентабельность активов предприятия - информирует об активах, которые удалось привлечь фирме для получения выручки в один рубль.

$$Rcc = (ЧП \div ВБ) \times 100\% (1.9),$$

где ВБ - Валюта баланса.

Запасы увеличения суммы прибыли, должны определяться по каждому виду товарной продукции. К основным источникам запасов относят: увеличение объема реализации продукции, снижение себестоимости продукции, реализация продукции на выгодных рынках сбыта и повышение качества товарной продукции [49].

Итак, в первой главе были проанализированы такие понятия как анализ финансовых результатов, его основная цель и задачи.

Были рассмотрены различные трактовки прибыли, а именно бухгалтерская и экономическая, выделены понятия доходов и расходов организации. Проанализированы порядки формирования и распределения прибыли. А также был рассмотрен анализ рентабельности предприятия и его виды.

Глава 2 Анализ формирования и использования прибыли ООО «Нефрит»

2.1 Краткая характеристика и анализ финансово-хозяйственной деятельности организации

Компания «Нефрит» основана в апреле 1995 г. и занимается изготовлением, продажей и установкой светопрозрачных конструкций из ПВХ и алюминиевого профилей, является одним из ведущих лидеров по продажам, монтажу и сервисному обслуживанию ограждающих конструкций и проемов в Тольятти и Самарской области.

Компания предлагает как продукцию собственного производства (оконные конструкции любой сложности), так и ассортимент продукции крупнейших производителей ворот, рольставен, дверей, окон, алюминиевых систем, модульных конструкций и перегрузочного оборудования концерна DoorHan, Normann, Alutech, КВЕ, Trocal, Tecoline и др.

Целью деятельности ООО «Нефрит» является индивидуальный подход к каждому клиенту, подбор подходящих технических решений. Оказывает широкий спектр услуг и гарантирует оперативную и качественную помощь на всех этапах взаимодействия.

Уставный капитал общества составляет 10 000 рублей. Вкладом Участника общества могут быть денежные средства, оборудование и другие материальные ценности.

Продукция компании ООО «Нефрит»:

- пластиковые окна;
- двери;
- уличные, сдвижные и распашные ворота, калитки;
- рольставни и рольворота;
- ангарные ворота;
- противопожарные двери и ворота;
- промышленные ворота (секционные, складные, откатные и т.д.);

- перегрузочное оборудование (уравнительные платформы, мосты, тамбуры и т. д.);
- модульные конструкции (бытовки, посты охраны, гаражи и т. д.);
- системы ограждений (стандартные, специальные и усиленные);
- автоматизированные ограждения (шлагбаумы и т. д.);
- автоматика (электроприводы, устройства управления и безопасности).

На данный момент численность ООО «Нефрит» составляет 32 человека (рисунок 2.1 - организационная структура ООО «Нефрит»).

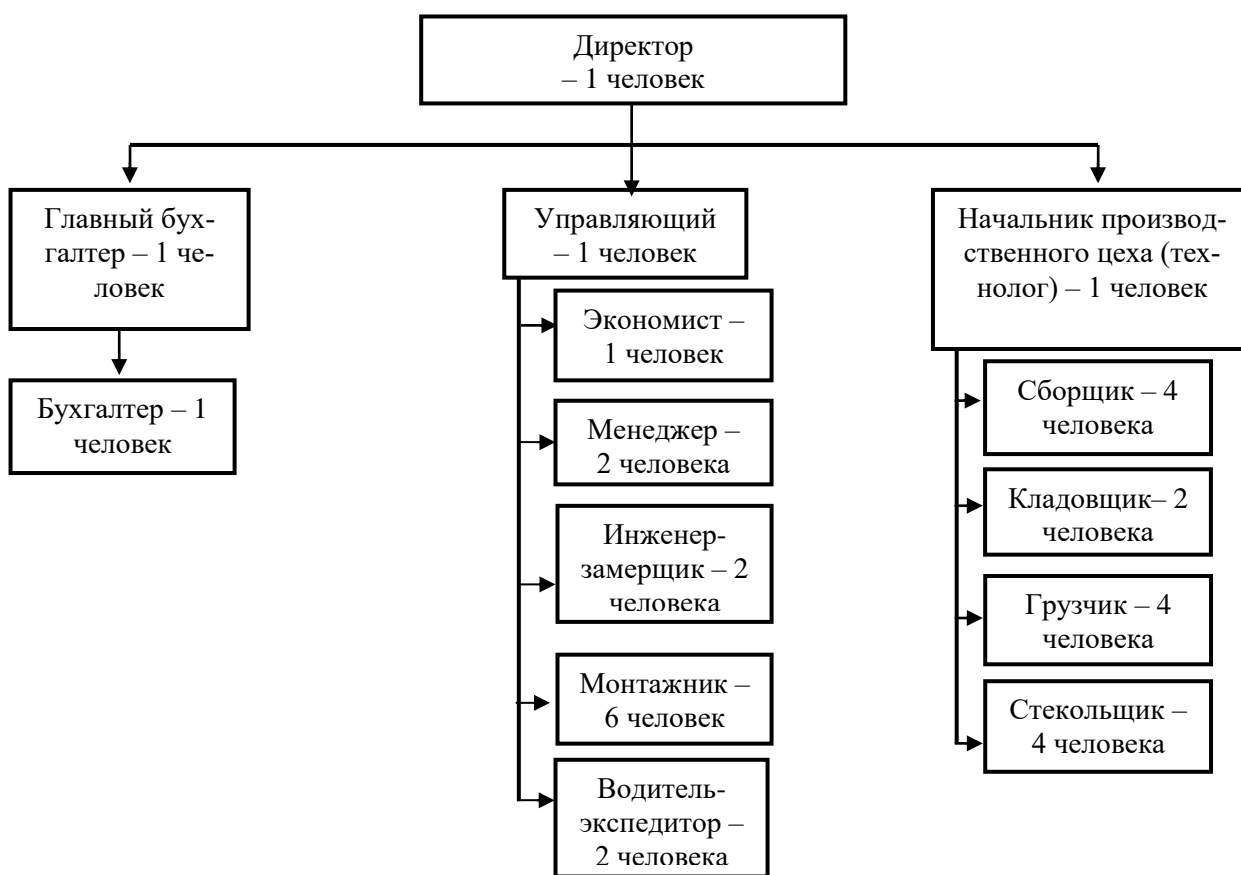


Рисунок 2.1 - Организационная структура ООО «Нефрит».

Высшим руководящим звеном оконной компании является директор. Он решает вопросы определения главных направлений предпринимательской деятельности, рассматривает и утверждает сметы, отчеты и балансы, избирает и отзывает исполнительный орган. А также, такие вопросы как, разработки и реализации целей, политики и стратегии их достижения, распоряжение имуществом, наем и увольнение персонала и др.

Главный бухгалтер организует работу по постановке и ведению бухгалтерского учета компании в целях получения заинтересованными внутренними и внешними пользователями полной и достоверной информации об ее финансово-хозяйственной деятельности и финансовом положении. А так же обеспечивает своевременное перечисление налогов и сборов в федеральный, региональный и местный бюджеты, страховых взносов в государственные внебюджетные социальные фонды, платежей в кредитные организации и т.д.

В обязанности управляющего фирмой входит: своевременное реагирование на информацию от покупателей и сотрудников, и доведение ее до директора; ведение переговоров с арендодателями; руководство коллективом офисов; доведение до подчиненных приказов от вышестоящего начальства, анализ продаж.

Начальник производственного цеха занимается руководством производственно-хозяйственной деятельностью цеха, совершенствованием работы производства, организацией отчетности о производственной деятельности цеха.

За время существования, компания накопила богатый опыт и заработала безупречную репутацию среди покупателей и партнеров. В число клиентов входят такие организации как: ОАО «АвтоВАЗ», «АвтоВАЗагрегат», ОАО «АвтоВАЗтранс», ООО «Единение», Мэрия г. Тольятти. В 2012 году были заключены долгосрочные контракты на остекление домов в строящихся поселках «Березовка» и «Ладья Благополучия».

С 2010 года компания расширила свою сферу деятельности и внедрила новое направление — воротные системы, став авторизованным дилером ООО «Дорхан 21 век», являющегося крупнейшим в России производителем ворот, рольставен и перегрузочного оборудования.

В 2012 году ООО «Нефрит» выиграла тендер на поставку и монтаж перегрузочного оборудования Дорхан на ОАО «АвтоВАЗ», а по итогам 2012 года компания получила диплом в номинации «Лучший дилер 2012 года». Организация работает как на розничном рынке, имея 3 офиса продаж в г. Тольятти и 1 в городе Ульяновске, так и на оптовом, сотрудничая более чем с 23 дилерами

по Поволжью. Рассмотрим динамику технико-экономических показателей деятельности предприятия за 2015-2017 гг. в таблице 2.1.

Анализ технико-экономических показателей позволяет оценить общее состояние дел на предприятии в производственно-технической, финансово-хозяйственной, инновационной, коммерческой и социальной сферах. Каждый анализируемый показатель дает характеристику одному из направлений внутренней или внешней деятельности организации.

Таблица 2.1 - Динамика технико-экономических показателей деятельности предприятия за 2015-2017 гг.

№ п/п	Показатели	2015 год	2016 год	2017 год	Абс откл 2016 к 2015	Абс откл 2017 к 2016	Абс откл 2017 к 2015	Отн откл 2016 к 2015	Отн откл 2017 к 2016	Отн откл 2017 к 2015
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Выручка, тыс. руб.	22027	29259	18597	7232	-10662	-3430	132,83	63,56	84,43
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	16210	21431	11295	5221	-10136	-4915	132,21	52,70	69,68
3	Валовая прибыль, тыс. руб. (стр.1 – стр.2)	5817	7828	7302	2011	-526	1485	134,57	93,28	125,53
4	Управленческие расходы, тыс. руб.	5589	7103	6637	1514	-466	1048	127,09	93,44	118,75
5	Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. (стр.3 – стр.4)	228	725	665	497	-60	437	317,98	91,72	291,67
6	Прочие расходы, тыс. руб.	27	130	417	103	287	390	481,48	320,77	1544,44
7	Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб. (стр.5– стр.6)	201	595	248	394	-347	47	296,02	41,68	123,38
8	Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	40	119	50	79	-69	10	297,5	42,02	125
9	Чистая прибыль (убыток), тыс. руб. (стр.7 – стр.8)	161	476	198	315	-278	37	295,65	41,60	122,98
10	Численность персонала, чел.									
10,1	- работающих	40	35	32	-5	-3	-8	87,5	91,43	80
10,2	- в т. ч. рабочих	20	18	15	-2	-3	-5	90	83,33	75
11	Производительность труда, тыс.руб.на 1чел.									
11.1	- работающих (стр.1 / стр.10.1)	550,67	836	581,1	285,33	-254,9	30,43	151,82	69,51	105,53
11.2	- в т.ч. рабочих (стр.1 / стр.10.2)	1101,35	1625,5	1239,8	524,15	-385,7	138,45	147,59	76,27	112,57
12	Рентабельность продукции, %(5/2)*100	1,41	3,38	5,89	0,02	2,50	4,48	240,52	174	418,58
13	Рентабельность продаж, %(5/ 1)*100	1,03	2,5	3,6	1,47	1,1	2,57	242,72	144	349,5
14	Затраты на 1 руб. продукции ((стр.2+стр.4)/ стр.1)), руб.	0,99	0,97	0,96	-0,02	-0,01	-0,03	98	99	97

Анализ технико-экономических показателей ООО «Нефрит», представленный в таблице 2.1, свидетельствует о том, что выручка предприятия за исследуемый период уменьшалась в 2017 году по отношению к 2016 году на 36,44%, а в 2016 году по отношению к 2015 году увеличилась на 32,83 %. Аналогичная ситуация наблюдается при исследовании прибыли от продаж, если в 2015 году она составляла 228 тыс. руб., в 2016 увеличилась до 725 тыс. руб., а в 2017 году она снова уменьшилась до 665 тыс. руб.

В связи с сокращением численности персонала производительность труда в 2016 году повысилась на 51,82 %, в 2017 году на 5,53%, в соотношении с 2015 годом соответственно.

Чистая прибыль предприятия значительно возросла в 2016 году по отношению к 2015 году, а именно, если в 2015 году она составляла 161 тыс. руб., то в 2016 году чистая прибыль увеличилась до 476 тыс. руб. в частности, темп прироста составил 95,6%. В 2017 году по отношению к 2015 году, увеличилась на 23% и составила 198 тыс. руб. Таким образом, увеличение чистой прибыли произошло за счет роста отпускных цен и изменения структуры продаж.

Рентабельность продукции на анализируемый период увеличилась с 1,41 % до 5,89 %. Рентабельность продаж также была увеличена на 249,5% , по отношению к 2015 году. Исходя из произведённого анализа, предприятие можно считать рентабельным.

Из таблицы 2.1, можно увидеть, как изменялись показатели выручки, себестоимости и прибыли в период с 2015-2017 гг., представленные на рисунке 2.2 - Изменение показателей выручки, себестоимости и прибыли в период с 2015-2017гг.

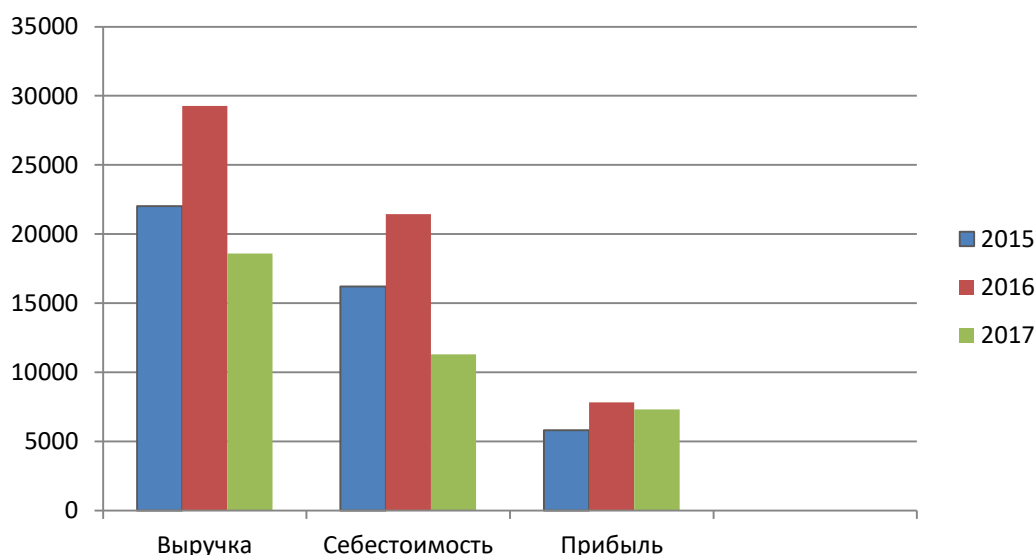


Рисунок - 2.2. Изменение показателей выручки, себестоимости и прибыли в период с 2015-2017гг.

В 2016 году произошло увеличение всех показателей по отношению к 2015 году, а в 2017 году – снижение. Подробнее рассмотрим каждый показатель: в 2016 году по отношению к 2015 году объем выручки увеличился на 7232 тыс. руб. или на 32,8%, в 2017 году по отношению к 2015 году объем выручки снизился на 3430 тыс. руб. или на 15,6% соответственно. Показатели себестоимости в 2015 году составили 16210 тыс. руб. В 2016 году себестоимость увеличилась на 5221 тыс. руб. или на 32,2 %, а в 2017 году снизилась на 4915 тыс. руб. или на 30,3 % по отношению к 2015 году соответственно. Аналогичная ситуация происходит с прибылью организации: в 2016 году по отношению к 2015 году, произошло увеличение прибыли на 2011 тыс. руб. или на 34,6 %, в 2017 году по отношению к 2015 году прибыль увеличилась на 1485 тыс. руб. или на 25,5 %.

Ниже рассмотрим таблицу 2.2 «Анализ реализации основных видов продукции», в которой отражены основные виды продукции, цены и выручка за 2016-2017 гг.

Таблица 2.2 - Анализ реализации основных видов продукции 2016-2017 гг.

Наименование вида продукции	Цена, 2016 г, тыс руб	Продано, 2016 г, шт	Цена, 2017 г, тыс руб	Продано, 2017 г, шт	Выручка, 2016 г, тыс руб.	Выручка, 2017 г, руб.
2-створчатое окно, 1 створка поворотной-откидная	9,5	315	10,6	257	2992,5	2724,2
3-створчатое окно, 1 створка поворотной-откидная	13,1	236	14	187	3091,6	2618
Балконный блок, окно глухое, дверь поворотной-откидная	13,5	210	14,6	156	2835	2277,6
Балконная рама пластиковая, 4-створчатая, 1 створка пов.-откидная + 1 створка поворотная	17,5	168	18,7	105	2940	1963,5
Балконная рама алюминиевая, 4-створчатая	14,2	189	15,1	119	2683,8	1796,9
Пластиковая дверь	5,6	353	7	107	1976,8	749
Рольставни	4,3	277	5,4	130	1191,1	702
Рольворота	18,7	48	20	34	897,6	680
Сдвижные ворота	45,79	55	51,8	37	2518,45	1916,6
Дверь противопожарная	9,8	83	11,3	75	813,4	847,5
Модульные конструкции	35	65	40	31	2275	1240
Итого		1999		1238	24215,25	17515,3

Проанализировав таблицу 2.2, заметим, что объем заказов на продукцию значительно уменьшился, а именно, если в 2016 году 2-створчатое окно было установлено 315 штук, то в 2017 году – 257 штук, что меньше на 18,4%. Последующие показатели, представленные в таблицы, так же уменьшились в 1-2 раза. Такой анализ свидетельствует об уменьшении выручки. Так же многие работники полностью не заняты, что говорит об уменьшении заработной плате.

2.2 Анализ финансового состояния

Анализ структуры активов и пассивов бухгалтерского баланса является частью анализа имущественного положения организации при анализе финансового состояния предприятия. Анализ активов и пассивов баланса позволяет проследить динамику их состояния в анализируемом периоде.

Чтобы выявить абсолютные и относительные изменения величин различных статей баланса за определенный период, проведем горизонтальный анализ баланса, приведенный в таблице 2.3.

Горизонтальный анализ баланса — это сравнение данных на определенный период с данными предыдущих периодов.

Таблица 2.3 - Горизонтальный анализ баланса.

АКТИВ	На 31.12.2016		На 31.12.2017		Абс. измен. 6=4-2	Отн. измен. 7=5-3
	Абс. вел	%	Абс. вел	% 5=4*3/2		
I. Внеоборотные активы						
Итого по разделу I:	-	-	-	-	-	-
II. Оборотные активы						
2.1. Запасы	5748	100	13086	227	+7338	+127
2.2 НДС по приобретенным ценностям	29	100	416	1434	+387	+1334
2.3. Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 мес.)	17045	100	9630	56	-7415	-44
2.5. Краткосрочные финансовые вложения	5373	100	0	0	-5373	-100
2.6. Денежные средства	151	100	328	217	+177	+117
Итого по разделу II:	28345	100	23461	82	-4884	-18
БАЛАНС	28345	100	23461	82	-4884	-18
ПАССИВ						
III. Капитал и резервы						
3.1. Уставный капитал	10	100	10	100	0	0
3.4 Нераспределенная прибыль	635	100	833	131	+198	+31
Итого по разделу IV:	645	100	843	130	+198	+30
IV. Долгосрочные пассивы						
4.1. кредиты банков, подлежащие погашению более чем через 12 мес.	3000	100	6000	200	+3000	+100
Итого по разделу V:	3000	100	6000	200	+3000	+100
V. Краткосрочные пассивы						
5.1. Заемные средства	5758	100	790	13	-4968	-87
5.2. Кредиторская задолженность	18943	100	15828	83	-3115	-17
Итого по разделу V:	24700	100	16618	67	-8083	-33
БАЛАНС	28345	100	23461	82	-4884	-18

Делая выводы по таблице 2.3, видим, что на рассматриваемом предприятии валюта баланса уменьшилась за год на 18% и составила на конец отчетного периода 23461 тыс. руб., оборотные активы – на 18%, или на 4884 тыс. руб.

Положительной оценки заслуживает увеличение денежных средств на 328 тыс. руб., Положительным моментом является снижение дебиторской задолженности на 7415 тыс. руб., или на 44%, и краткосрочной кредиторской задолженности на 3115 тыс. руб., или на 17%.

Долгосрочная кредиторская задолженность увеличилась в 2 раза: с 3000 тыс. руб. до 6000 тыс. руб.

Чтобы определить структуры итоговых финансовых показателей и выявить влияние каждой позиции отчетности на результат в целом, проведем вертикальный анализ, показанный в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Вертикальный анализ баланса

АКТИВ	31.12.2016, %	31.12.2017, %	Уд.вес
II. Оборотные активы			
2.1. Запасы	20,28	55,78	+35,5
2.2 НДС по приобретенным ценностям	0,10	1,77	+1,67
2.3. Дебиторская задолженность (платежи, предполагаемые ожидания в течение 12 месяцев)	60,13	41,04	-19,09
2.5. Краткосрочные финансовые вложения	19	0	-19
2.6. Денежные средства	0,53	1,4	+0,87
Итого по разделу II:	100	100	0
Баланс	100	100	0
ПАССИВ			
III. Капитал и резервы			
IV. Капитал и резервы			
4.1. Уставной капитал	0,03	0,04	0,01
4.4 Нераспределенная прибыль	2,24	3,55	+1,31
Итого по разделу III:	2,27	3,59	+0,32
IV. Долгосрочные пассивы			
4.1. кредиты банков, подлежащие погашению более чем через 12 месяцев	10,6	25,58	+14,98
Итого по разделу IV:	10,6	25,58	+14,98
V. Краткосрочные пассивы			
5.1. Заемные средства	20,32	3,37	-16,95
5.2. Кредиторская задолженность	66,83	70,83	+4
Итого по разделу V:	87,15	74,2	-12,95
БАЛАНС	100	100	0

Анализируя структуру актива баланса, следует отметить неизменность доли оборотных средств. При этом доля дебиторской задолженности снизилась с 60,13% до 41,04 %.

Проанализировав структуру пассива баланса, заметим, что положительным моментом финансовой устойчивости предприятия является высокая доля собственных источников предприятия. Эта доля в источниках средств повысилась с 2,27 до 3,59%. Отрицательным моментом является увеличение доли кредиторской задолженности с 66,83 до 70,83%.

Далее проведем сравнительный аналитический баланс, характеризующий структуру отчетной бухгалтерской формы и динамику отдельных ее показателей, а так же систематизирует ее предыдущие расчеты.

Таблица 2.5 - Сравнительный аналитический баланс

Показатели	Абсолютные величины (тыс. руб.) На 31.12.2016	Абсолютные (тыс. руб.) На 31.12.2017	Удельный вес, % На 31.12.2016	Уд. вес, % На 31.12.2017	Изменения абс. величин	Изменения уд.веса	Темп прироста ПОСЛЕД ИЗ ГОРИЗ	% к изменению итога баланса 6*100/6 БАЛ
Актив								
2. Оборотные активы								
В т.ч. Запасы	5748	13086	20,28	55,78	+7338	+35,5	+127	-150
дебиторская задолженность	17045	9630	60,13	41,04	-7415	-19,09	-44	-152
денежные средства	151	328	0,53	1,4	+177	+0,87	+117	-4
Баланс	28346	23461	100	100	-4884	0	-18	100
Пассив								
Собственный капитал ИТОГ 3 РАЗДЕЛА	645	843	2,27	3,59	+198	+0,32	+30	-4
Заемный капитал.	3000	6000	10,6	25,58	+3000	+14,98	+100	-61,5
В т.ч.: Кредиты и займы	5758	790	20,32	3,37	-4968	-16,95	-87	102
Кредиторская задолженность	18943	15828	66,83	70,83	-3115	+4	-17	64
Баланс	28346	23461	100	100	-4884	0	-18	100

Имущество предприятия увеличилось на 198 тыс. руб., или 2,27%. При этом произошло резкое изменение структуры стоимости имущества в сторону

увеличения удельного веса в нем оборотных средств, но за счет снижения дебиторской задолженности на 60,13% .

Сопоставляя структуры изменений в активе и пассиве, можно сделать выводы о том, через какие источники в основном был приток новых средств и в какие активы эти новые средства в основном вложены.

Прирост произошел преимущественно за счет заемных источников: доля кредиторской задолженности уменьшилась на 66,83% , и вложены эти источники в основном в оборотные активы - 100%, в том числе в дебиторскую задолженность – 60,13%.

Рассмотрим анализ финансовой устойчивости, смысл которого в оценке и прогнозировании финансового состояния предприятия по данным бухгалтерского учета и отчетности.

Таблица 2.6 - Анализ финансовой устойчивости

Показатели	Условные обозначения	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Изменения за период
1	2	3	4	5= 4-3
1.Источники формирования собственных средств (III раздел пассива баланса)	СИ	645	843	198
2.Внеоборотные активы (I раздел актива баланса)	ВА	0	0	0
3.Наличие собственных оборотных средств (стр.1-стр.2)	СОС	645	843	198
4.Долгосрочные пассивы (IV раздел пассива баланса)	ДП	3000	6000	3000
5.Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования средств (СД=СОС + ДП)	СД	3645	6843	3198
6.Краткосрочные заемные средства (строка займы и кредиты V раздел пассива баланса)	КЗС	5758	790	-4968
7.Общая величина основных источников формирования запасов и затрат (стр.5 +стр.6)	ОИ	9403	7633	-1770
8.Общая величина запасов (строка Запасы II раздел актива баланса)	З	5748	13086	7338
9.Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств $\Delta\text{СОС} = \text{СОС} - \text{З}$, (стр.3 – стр.8)	$\Delta\text{СОС}$	-5103	-12243	-7140

Продолжение таблицы 2.6

Показатели	Условные обозначения	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Изменения за период
10.Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов $\Delta СД = СД - З$. (стр.5 – стр.8)	$\Delta СД$	-2103	-6243	-4140
11.Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов $\Delta ОИ = ОИ - З$.	$\Delta ОИ$	3655	-5453	-9108
12.Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости	$S = \{\Delta СОС$ $\Delta СД$ $\Delta ОИ\}$	{0;0;1}	{0;0;0;}	-

На основе таблицы 2.6, можно сделать вывод, что предприятие находится в кризисном финансовом состоянии, при котором предприятие является неплатежеспособным и находится на грани банкротства. Для выхода из кризисного состояния необходимо увеличить собственный капитал и сократить величину запасов до оптимального уровня.

Далее, в таблице 2.7, представлена оценка относительных показателей в финансовой устойчивости.

Таблица 2.7 - Оценка относительных показателей финансовой устойчивости

Показатели	Усл.Об озн.	31.12.201 6	31.12. 2017	Измене- ния за период	Нормы
1	2	3	4	5	6
1.Коэффициент обеспеченности собственными средствами $Косс = (СИ - ВА) : ОА$	Косс	0,02	0,03	+0,01	> 0,1
2.Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами $Комз = (СИ - ВА) : З$	Комз	0,11	0,06	-0,05	0,6 - 0,8
3.Коэффициент маневренности собственного капитала $Км = (СИ - ВА) : ВА$	Км	-	0	0	= 0,5
4.Индекс постоянного актива $Кп = ВА : СИ$	Кп	0	0	0	Км + Кп = 1
5.Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств $Кдпа = ДП : (СИ + ДП)$	Кдпа	1,21	1,14	-0,07	

Продолжение таблицы 2.7

Показатели	Усл.Обозн	31.12.2016	31.12.2017	Изменения за период	Нормы
6.Коэффициент автономии $K_a = СИ : ВБ$	Ка	0,02	0,03	+0,01	> 0,5
7.Коэффициент соотношения заемных и собственных средств $K_{сзс} = (ДП + СИ) : СИ$	Ксзс	5,65	8,12	+2,47	<1

Проводя оценку относительных показателей финансовой устойчивости, можно выделить, что коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами выше предлагаемой нормы в 2016 году и составляет 0,11, но ниже нормы в 2017 году и составляет 0,06. Коэффициент маневренности собственного капитала полностью отсутствует, означая, что финансовое состояние организации находится в кризисе. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств гораздо выше нормы и составляет 5,65 в 2016 году и 8,12 в 2017 году. Отрицательным моментом является то, что остальные проанализированные коэффициенты гораздо ниже предлагаемых норм.

В таблице 2.8 представлен анализ ликвидности баланса, показывающий уровень покрытия обязательств предприятия активами, срок превращения которых в денежные средства соответствует сроку погашения обязательств.

Таблица 2.8 - Анализ ликвидности баланса

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода	Платеж изл/ нед	
						На начало периода	На конец периода
1.Наиболее ликвидные активы (А1)	5524	328	1.Наиболее срочные обязательства (П1)	18943	15828	-13419	-15500
2.Быстрореализуемые активы (А2)	17045	9630	2.Краткосрочные пассивы (П2)	5758	790	11287	8840
3.Медленнореализуемые активы (А3)	5777	13502	3.Долгосрочные пассивы (П3)	3000	6000	2777	7502

Продолжение таблицы 2.8

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода	Платеж изл/ нед	
						На начало периода	На конец периода
4.Труднореализуемые активы (А4)	-	-	4.Постоянные пассивы (П4)	645	843	645	843
БАЛАНС	28345	23461	БАЛАНС	28345	23461		

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву.

Баланс считается абсолютно ликвидным, если имеют место следующие соотношения:

$$A1 > П1; A2 > П2; A3 < П3; A4 < П4 [50].$$

Анализ ликвидности предприятия, представленный в таблице 2.8, свидетельствует о том, что неравенство $A1 > П1$, не выполняется, это свидетельствует о неплатежеспособности организации на момент составления баланса, так как $A1 < П1$. Абсолютно и наиболее ликвидных активов у организации недостаточно. Это означает, что возникнут трудности с покрытием срочных обязательств. Неравенство $A2 > П2$ выполняется, это значит, что быстро реализуемые активы превышают краткосрочные пассивы и организация в скором времени может стать платежеспособной, с учетом своевременных расчетов с кредиторами, получения средств от продажи продукции в кредит. Выполнено обязательство $A3 > П3$, означая, что в будущем, при поступлении денежных средств от продаж и платежей точно в срок, организация может быть платежеспособной на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотных средств после даты составления баланса.

В таблице 2.9 рассмотрим анализ коэффициентов ликвидности, который дает понимание, насколько быстро можно покрыть свои финансовые обязательства.

Таблица 2.9 - Анализ коэффициентов ликвидности

Показатель	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Рекомендуемый показатель
1. Коэффициент текущей ликвидности $K_{т.л} = (A1+A2+A3) : (П1+П2)$	1,15	1,41	от 1 до 2
2. Коэффициент быстрой ликвидности (строгой ликвидности) $K_{б.л} = (A1 + A2) : (П1+П2)$	0,91	0,6	от 0,8 до 1,0
3. Коэффициент абсолютной ликвидности $K_{а.л} = A1 : (П1+П2)$	0,22	0,02	0,2-0,7
4. Для комплексной оценки ликвидности баланса (применяемой, например, при выборе наиболее надежного партнера) рассчитывается коэффициент общей ликвидности баланса: $K_{о.л} = A1+0,5*A2+0,3*A3 / П1+0,5*П2+0,3*П3$	0,7	0,51	1 - 3
5. Коэффициент обеспеченности собственными средствами показывает, насколько достаточно собственных оборотных средств у предприятия, необходимых для его финансовой устойчивости. $K = (П4 - A4) / (A1 + A2 + A3)$	0,02	0,03	больше или равно 0,1.
6. Коэффициент маневренности функционального капитала показывает, какая часть функционирующего капитала заключена в запасах. Если этот показатель уменьшается, то это является положительным фактом. $K = A3 / [(A1+A2+A3) - (П1+П2)]$	1,58	2	

Из таблицы 2.9 можно сделать вывод, что у предприятия есть минимальная сумма денежных средств, которая может быть использована им для погашения своих краткосрочных обязательств в течение года, так как коэффициент текущей ликвидности соблюдает норму. Но так как коэффициент общей ликвидности меньше нормы, можно сделать вывод, что организация может в любой момент объявить о своей неплатежеспособности и перестать оплачивать свои текущие счета.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами тоже является ниже нормы. Это означает, что предприятие не имеет нужной суммы собственных оборотных средств, которые требуются для его финансовой устойчивости.

Коэффициент маневренности функционирующего капитала на анализируемом предприятии к концу года снизился на 0,42, что говорит о среднем уменьшении доли обездвиженного капитала. Уменьшение данного показателя в динамике является положительным фактором, так как коэффициент показыва-

ет, какая часть функционирующего капитала обездвижена в производственных запасах и долгосрочной дебиторской задолженности.

2.3 Анализ прибыли и рентабельности организации

Оценка хозяйственной деятельности предприятия производится на основе определения и изучения его финансовых результатов. Они складываются под общим влиянием различных условий функционирования предприятия.

Основные показатели, формирующие финансовые результаты деятельности исследуемого предприятия: выручка от реализации продукции и товаров; себестоимость проданных товаров; доходы от реализации товаров и других операций; расходы на осуществление основной и других видов деятельности [48]. (Таблица 2.10 «Анализ прибыли и рентабельности организации за 2015-2017года»).

Показатели рентабельности анализируют насколько предприятие доходно с различных позиций. Они являются наиболее важной составляющей факторной среды формирования прибыли и дохода предприятия. Показатели рентабельности относятся к обязательным элементам сравнительного анализа, а также оценивают финансовое состояние предприятия.

Таблица 2.10 - Анализ прибыли и рентабельности организации за 2015-2017гг.

№ п/п	Показатели	2015 год	2016 год	2017 год	Абс откл 2016 к 2015	Абс откл 2017 к 2016	Абс откл 2017 к 2015	Отн откл 2016 к 2015	Отн откл 2017 к 2016	Отн откл 2017 к 2015
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Выручка, тыс. руб.	22027	29259	18597	7232	-10662	-3430	132,8	63,6	84,4
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	16210	21431	11295	5221	-10136	-4915	132,2	52,7	69,7
3	Валовая прибыль, тыс. руб. (с.1-с.2)	5817	7828	7302	2011	-526	1485	134,6	93,3	125,5
4	Управленческие расходы, тыс. руб.	5589	7103	6637	1514	-466	1048	127,09	93,4	118,8
5	Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. (с.3-с.4)	228	725	665	497	-60	437	317,98	91,7	291,7
6	Прочие расходы, тыс. руб.	27	130	417	103	287	390	481,5	320,8	1544,4
7	Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб. (стр.5– стр.6)	201	595	248	394	-347	47	296,02	41,7	123,4
8	Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	40	119	50	79	-69	10	297,5	42,0	125,0
9	Чистая прибыль (убыток), тыс. руб. (с.7-с.8)	161	476	198	315	-278	37	295,7	41,6	123,0
10	Запасы	3560	5748	13086	2188	7338	9526	161,5	227,7	367,6
11	Уставный капитал	10	10	10	0	0	0	100	100,0	100,0
12	Собственный капитал	169	645	843	476	198	674	381,7	130,7	498,8
13	Рентабельность продукции, %									
14	-с учётом управленческих расходов (с.5/(с.2+с.4))	1,04	2,54	3,71	1,5	1,17	2,67	244,23	146,1	356,73
15	- без учёта управленческих расходов (с.5/ с.2)	1,4	3,4	5,9	2	2,5	4,5	242,8	173,5	421,4
16	Рентабельность продаж, %									
17	- по чистой прибыли (стр.9 / стр.1 * 100%)	0,73	1,63	1,06	0,9	-0,56	0,3	222,6	65,4	145,7
18	- по прибыли от продаж (стр.5 / стр.1 * 100%)	1,03	2,5	3,6	1,47	1,1	2,57	242,72	144,3	349,5
19	Рентабельность производства	4,5	8,3	1,5	3,8	-6,8	-3,01	183,1	18,3	33,5
20	Рентабельность активов предприятия	2,26	1,68	0,84	-0,58	-0,84	-1,42	74,3	50	37,2

Далее рассмотрим, как изменялась рентабельность, используя графики.

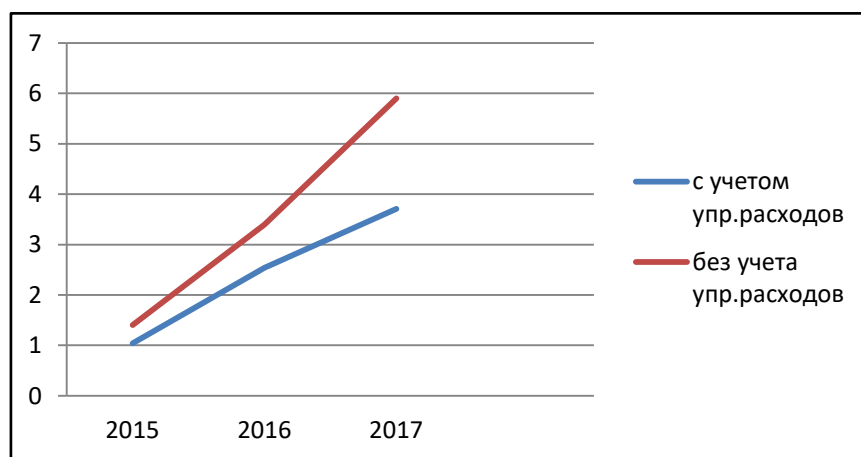


Рисунок 2.3 - Рентабельность продукции предприятия

Из рисунка 2.3 видим, что рентабельность продукции увеличилась в 2017 году по отношению к 2015 году на 2,67 тыс. руб. с учётом управленческих расходов, или на 4,5 тыс. руб. без управленческих расходов.

Рентабельность продукции не высока, что говорит о не эффективности производства и реализации продукции. Для повышения рентабельности реализуемой продукции, требуется снижать себестоимость продукции и повышать объемы продаж. Оба пути связаны с появлением дополнительных затрат, которые впоследствии повлияют на величину рентабельности.

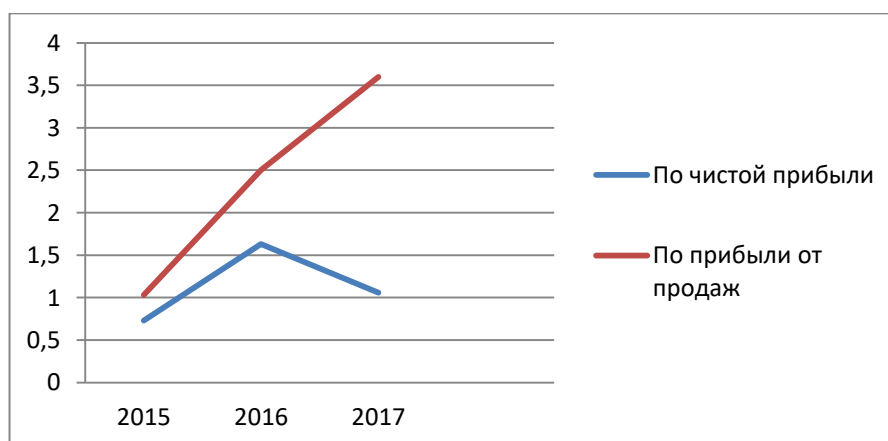


Рисунок 2.4 - Рентабельность продаж предприятия за 2015-2017гг.

Делая выводы, по рисунку 2.4, можно сказать, что рентабельность продаж значительно возросла на отчетный год по отношению к 2015 году. А

именно: в 2017 году по отношению к 2015 году динамика продаж возросла на 45,7 % по чистой прибыли, и на 249,5% по прибыли от продаж.

Рентабельность продаж является индикатором ценовой политики компании и её способности контролировать издержки. Из приведенного графика мы видим, что прибыль от продаж значительно увеличилась, но после покрытия себестоимости продукции, выплаты процентов по кредитам и уплаты налогов, чистой прибыли у предприятия остается значительно меньше.

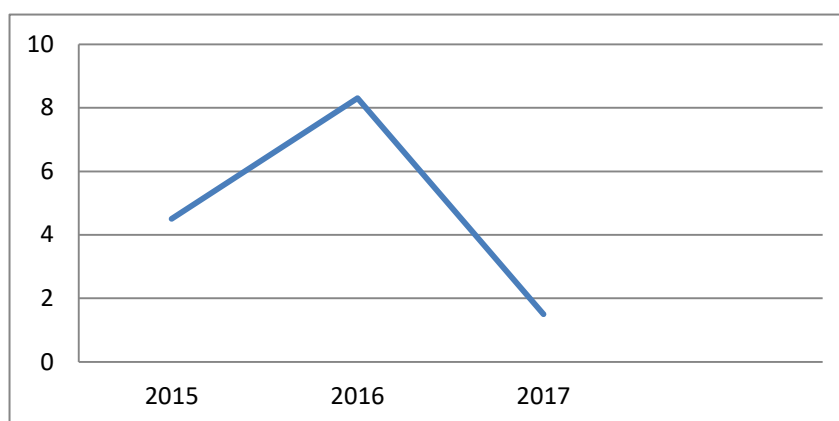


Рисунок 2.7 - Рентабельность производства за 2015-2017гг.

Рентабельность производства в 2016 году увеличилась на 83,1% по отношению к 2015 году, в 2017 году данный показатель был 1,5 тыс. руб. – это на 66,5% меньше 2015 года. Такие данные показывают, что деятельность предприятия в 2017 году стала менее эффективна.

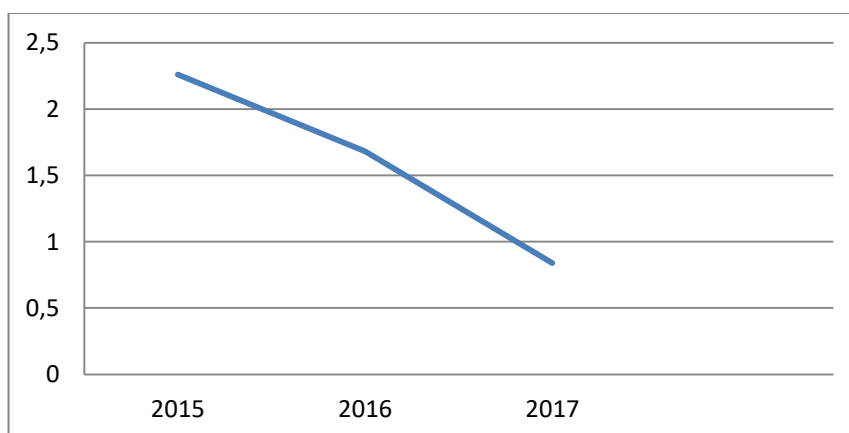


Рисунок 2.8 - Рентабельность активов предприятия за 2015-2017гг.

Делая вывод по рисунку 2.8, можно сказать, что в 2017 году, по сравнению с 2016 годом, рентабельность уменьшилась в 2 раза. По отношению к 2015 году, показатель снизился на 62,8%. Это свидетельствует о том, что фирма вкладывала минимальные активы в предприятие.

Данные показатели – это промежуточный результат, они образуются в процессе хозяйственной деятельности и не отражают итоги.

Организации, которые обеспечили получение прибыли от хозяйственной деятельности за отчетный период, анализируя, выявляют, была ли возможность обеспечить увеличение прибыли и повышение рентабельности. А также определяют, что нужно сделать, чтобы добиться использования этих возможностей в перспективе.

Если работа предприятия за отчетный период была убыточной, то ставится задача определить, как можно достичь безубыточной хозяйственной деятельности.

Итак, основная цель анализа прибыли и рентабельности – это выявить резервы роста прибыли, повысить рентабельность и разработать конкретные меры по их использованию в текущей деятельности и перспективе.

Информационной составляющей анализа являются материалы, которые используются при изучении доходов и расходов - они являются основными факторами, влияющими на прибыль; бухгалтерский баланс; данные статистического наблюдения - обороты предприятий по производству окон ПВХ, товарные запасы, численность и заработная плата работников; нормативные и плановые показатели финансовых результатов.

Далее проведем факторный анализ прибыли по трем основным видам продукции, занимающий наибольший удельный вес – это двух-створчатое окно, трех-створчатое окно и балконный блок.

Факторная модель прибыли по реализации отдельных видов продукции будет иметь вид:

$$Pi = VPi \times (Ci - Ci) \quad (2.1.),$$

где VPi – объем реализации продукции;

C_i – себестоимость;

$Ц_i$ - уровень среднереализационных цен.

Себестоимость (C_i) найдем исходя из отчетных данных предприятия.

Все показатели соберем в таблице 2.11. «Виды продукции, занимающие наибольший удельный вес»

Таблица 2.11 - «Виды продукции, занимающие наибольший удельный вес».

Наименование вида продукции	$Ц_i$, 2016 г,руб	VP_i , 2016 г, шт	C_i ,2016г, руб – 0,73 руб	$Ц_i$, 2017 г, руб	VP_i ,2017 г, шт	C_i , 2017г, руб – 0,61 ру
2-створчатое окно	9500	315	6935	10600	257	6466
3-створчатое окно	13100	236	9563	14000	187	8540
Балконный блок	13500	210	9855	14600	156	8906

Расчет факторного анализа произведем способом цепной подстановки:

- 2-створчатое окно:

$$П_{пл} = VP_{пл} * (Ц_{пл} - C_{пл}) = 315 * (9500 - 6935) = 807975$$

$$П_{усл1} = VP_{ф} * (Ц_{пл} - C_{пл}) = 257 * (9500 - 6935) = 659205$$

$$П_{усл2} = VP_{ф} * (Ц_{ф} - C_{пл}) = 257 * (10600 - 6935) = 941905$$

$$П_{ф} = VP_{ф} * (Ц_{ф} - C_{ф}) = 257 * (10600 - 6466) = 1062438$$

$$\Delta_{Побщ} = П_{ф} - П_{пл} = 1062438 - 807975 = 254463$$

$$\Delta_{Пврп} = П_{усл1} - П_{пл} = 659205 - 807975 = -148770$$

$$\Delta_{Пц} = П_{усл2} - П_{усл1} = 941905 - 659205 = 282700$$

$$\Delta_{Пс} = П_{ф} - П_{усл2} = 1062438 - 941905 = 120533$$

- 3-створчатое окно:

$$П_{пл} = VP_{пл} * (Ц_{пл} - C_{пл}) = 236 * (13100 - 9563) = 834732$$

$$П_{усл1} = VP_{ф} * (Ц_{пл} - C_{пл}) = 187 * (13100 - 9563) = 661419$$

$$П_{усл2} = VP_{ф} * (Ц_{ф} - C_{пл}) = 187 * (14000 - 9563) = 829719$$

$$П_{ф} = VP_{ф} * (Ц_{ф} - C_{ф}) = 187 * (14000 - 8540) = 1021020$$

$$\Delta_{Побщ} = П_{ф} - П_{пл} = 1021020 - 834732 = 186288$$

$$\Delta_{Пврп} = П_{усл1} - П_{пл} = 661419 - 834732 = -173313$$

$$\Delta\Pi_c = \text{Пусл2} - \text{Пусл1} = 829719 - 661419 = 168300$$

$$\Delta\Pi_c = \text{Пф} - \text{Пусл2} = 1021020 - 829719 = 191301$$

- Балконный блок:

$$\text{Ппл} = \text{ВРПпл} * (\text{Цпл} - \text{Спл}) = 210 * (13500 - 9855) = 765450$$

$$\text{Пусл1} = \text{ВРПф} * (\text{Цпл} - \text{Спл}) = 156 * (13500 - 9855) = 568620$$

$$\text{Пусл2} = \text{ВРПф} * (\text{Цф} - \text{Спл}) = 156 * (14600 - 9855) = 740220$$

$$\text{Пф} = \text{ВРПф} * (\text{Цф} - \text{Сф}) = 156 * (14600 - 8906) = 888264$$

$$\Delta\Pi_{\text{общ}} = \text{Пф} - \text{Ппл} = 888264 - 765450 = 122814$$

$$\Delta\Pi_{\text{врп}} = \text{Пусл1} - \text{Ппл} = 568620 - 765450 = -196830$$

$$\Delta\Pi_c = \text{Пусл2} - \text{Пусл1} = 740220 - 568620 = 171600$$

$$\Delta\Pi_c = \text{Пф} - \text{Пусл2} = 888264 - 740220 = 148044.$$

Далее проанализируем полученные данные в таблице 2.12 «Факторный анализ прибыли от реализации отдельных видов продукции».

Таблица 2.12 - «Факторный анализ прибыли от реализации отдельных видов продукции»

Вид продукции	Количество реализованной продукции, шт.		Средняя цена реализации, тыс. руб.		Себестоимость 1 шт., руб.		Сумма прибыли от реализации продукции, тыс. руб.		Отклонение от плановой прибыли, тыс.руб.			
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	Общее	В том числе за счет		
										Объем	Цены	Себестоимости
2-створчатое окно	315	257	9,5	10,6	6,93	6,4	807,9	1062,4	+254,5	-148,77	+282,7	+120,5
3-створчатое окно	236	187	13,1	14	9,5	8,5	834,7	1021,02	+186,3	-173,3	+168,3	+191,3
Балконный блок	210	156	13,5	14,6	9,85	8,9	765,4	888,3	+122,8	-196,8	+171,6	+148,04
Итого	761	600					1600,2	2971,7	5635,6	-518,9	622,6	459,9

Таким образом, показатели, приведенные в таблице 2.12, показывают, что за счет снижения объема реализации в натуральном выражении, предприятие недополучило 518,9 тыс. руб. прибыли от продаж. Снижение объема реализации связано со снижением платежеспособного спроса и общей кризисной ситуацией в г. Тольятти, поэтому предприятию необходимо расширять перечень оказываемых услуг.

Проведенные исследования по второй главе позволяют сделать ряд выводов о финансово-хозяйственной деятельности предприятия и его финансовой устойчивости.

В ходе проведения анализа технико-экономических показателей за 2015-2017 годы, выяснилось, что выручка предприятия за исследуемый период уменьшалась в 2017 году по отношению к 2016 году на 36,44%, а в 2016 году по отношению к 2015 году увеличилась на 32,83 %. Подобная ситуация наблюдается при исследовании прибыли от продаж - если в 2015 году она составляла 228 тыс. руб., в 2016 увеличилась до 725 тыс. руб., а в 2017 году она снова уменьшилась до 665 тыс. руб.

В связи с сокращением численности персонала производительность труда в 2016 году повысилась на 51,82 %, в 2016 году на 5,53%, в соотношении с 2015 годом соответственно.

Чистая прибыль предприятия увеличилась в 2016 году по отношению к 2015 году, а именно, если в 2015 году она составляла 161 тыс. руб., то в 2016 году чистая прибыль увеличилась до 476 тыс. руб. в частности, темп прироста составил 95,6%. В 2017 году по отношению к 2015 году, увеличилась на 23% и составила 198 тыс. руб. Увеличение чистой прибыли произошло за счет роста отпускных цен и изменения структуры продаж.

Рентабельность продукции за анализируемый период увеличилась с 1,41 % до 5,89 %. Рентабельность продаж также была увеличена на 249,5% , по отношению к 2015 году. Таким образом, предприятие считается рентабельным.

По итогам анализа финансового состояния предприятия можно сказать, что валюта баланса уменьшилась за год на 18% и составила на конец отчетного периода 23461 тыс. руб., оборотные активы – на 18%, или на 4884 тыс. руб. Денежные средства увеличились на 328 тыс. руб., а дебиторская задолженность снизилась на 7415 тыс. руб., или на 44%, что является положительными моментами. Краткосрочная кредиторская задолженность также снизилась на 3115 тыс. руб., или на 17%.

Долгосрочная кредиторская задолженность увеличилась в 2 раза: с 3000 тыс. руб. до 6000 тыс. руб.

А также была проанализирована структура актива баланса, из которой можно отметить неизменность доли оборотных средств. При этом доля дебиторской задолженности снизилась с 60,13% до 41,04 %.

Проанализировав структуру пассива баланса, заметим, что положительным моментом финансовой устойчивости предприятия является высокая доля собственных источников предприятия. Эта доля в источниках средств повысилась с 2,27 до 3,59%. Отрицательным моментом является увеличение доли кредиторской задолженности с 66,83 до 70,83%.

Также был проведен факторный анализ прибыли от реализации отдельных видов продукции. Заметим, что за счет снижения объема реализации в натуральном выражении, предприятие недополучило 518,9 тыс. руб. прибыли от продаж. Снижение объема реализации связано со снижением платежеспособного спроса, поэтому предприятию необходимо расширять перечень оказываемых услуг.

Глава 3 Разработка мероприятий, направленных на улучшение финансовых результатов деятельности ООО «Нефрит»

3.1 Рекомендации по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия

Выполнение основных направлений повышения эффективности предприятия является критическим процессом, так как именно он в случае успешного осуществления приводит фирму к достижению поставленных целей.

Для успешной реализации направлений по повышению эффективности деятельности предприятия необходимо, чтобы цели, стратегии и планы были хорошо доведены до работников. Это поможет добиться с их стороны как понимания того, что делает фирма, так и неформального вовлечения их в процесс реализации стратегий, в частности добиться выработки у сотрудников обязательств перед фирмой по реализации стратегии. Во-вторых, руководство обязано точно в срок обеспечить поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов. А так же необходимо иметь план реализации стратегии в виде целевых установок и фиксировать достижение каждой цели.

Рассмотрим ряд мероприятий для повышения эффективности деятельности предприятия:

1. Ввести новую услугу – монтаж натяжных потолков.
2. Ввести услуги по ремонту квартир и помещений.
3. Ввести услуги по ремонту балкона.
4. Разработать рекламную кампанию по продвижению новых услуг.

3.1.1 Монтаж натяжных потолков

Рассмотрим введение такой продукции как натяжные потолки. В таблице 3.1 представлены виды полотен и их цены в зависимости от метража.

Таблица 3.1 - Стоимость натяжных потолков

Полотна ПВХ фактура	ширина см	от 20 м ²	от 10 м ² до 19 м ²	от 4 м ² до 9 м ²	до 3 м ²
Белые: матовый, глянец, сатин	320	300р.	350р.	450р.	1020р.
Цветные: матовый, глянец, сатин	320	540р.	600р.	650р.	1100р.
Тканевые: белые и цветные	320	620р.	660р.	870р.	1280р.
«Абстракция» цветные	320	620р.	660р.	870р.	1220р.
Двухуровневые	-	от 1500р.			
Фотопечать	-	от 2500р.			

Наиболее востребованы такие виды потолков как: пленочные ПВХ (белые и цветные) [45].

Для расчета показателей выручки, себестоимости и прибыли возьмем эти 2 вида.

Основываясь на мнениях экспертов, можно утверждать, что чаще всего потолки заказывают вместе с установкой балконного блока в зал. Средний метраж зала – 15м² [45].

Так как за 2017 год было установлено 156 балконных блоков, можно предположить, что 30%, заказавших балконные блоки приобретут вместе с услугой установки балконных блоков, услугу по монтажу натяжных потолков. 30% от 156 штук – это 46,8 потолков. Округлим это число до 50 штук.

Итак, за год могут установить около 50 полотен ПВХ – 40 штук белого цвета, так как этот цвет наиболее востребован, и 10 штук – цветных.

В таблице 3.2 представлен прогноз выручки от полотен ПВХ.

Таблица 3.2 - Прогноз выручки натяжных потолков ПВХ

Виды полотен	Приобретено за год, шт.	Цена за м ² , руб	Метраж, м ²	Выручка, тыс. руб.
Белые	40	350	15	210
Цветные	10	600	15	90
Итого	50			300

Таким образом, прогнозируемая выручка от двух основных видов данной продукции будет составлять 300 тыс. руб. в год.

Далее рассмотрим калькуляцию затрат на производство данной продукции.

Таблица 3.3 - Калькуляция затрат на производство натяжных потолков

Наименование статей затрат	Полотно ПВХ, белое, руб.	Полотно ПВХ, цветное, руб.
Материалы (25%)	87,5	150
Заработная плата (30%)	105	180
Начисления на оплату труда (30,2% от ЗП)	31,71	54,36
Прочее (4,5%)	15,75	27
Итого себестоимость	239,96	411,36
Норма прибыли (45%)	110,04	188,64
Итого цена	350	600
Затраты на 1 руб.	0,68	0,68

Затраты на 1 рубль реализации по производству натяжных потолков, из белых и цветных полотен ПВХ, составят:

$$31 \text{руб} = С/Ц = 239,96/350 = 0,68 \text{руб.} \text{ – по белым полотнам;}$$

$$31 \text{руб} = С/Ц = 411,36/600 = 0,68 \text{руб.} \text{ – по цветным полотнам.}$$

Таким образом, с учетом затрат на 1 руб. в размере 0,68 руб., себестоимость установки натяжных потолков составит 204 тыс. руб.:

$$\text{Выручка за год} * \text{Затраты на 1 рубль} = 300\ 000 * 0,68 = 204\ 000 \text{руб.}$$

Прибыль от реализации данного мероприятия будет равна:

$$\text{Выручка за год} - \text{Себестоимость ремонта} = 300\ 000 - 204\ 000 = 96\ 000 \text{руб.}$$

3.1.2 Ремонт квартир и помещений

Наряду с натяжными потолками и пластиковыми окнами, можно предложить такую услугу как ремонт квартир и иных помещений различных видов.

Далее рассмотрим анализ цен на данную услугу.

Таблица 3.4 - Виды ремонтных работ и их стоимость за м²:

Работы	ед. изм.	Цена, руб.
Косметический ремонт под ключ	м ²	от 1250
Стандартный ремонт под ключ	м ²	от 2500
Капитальный ремонт под ключ	м ²	от 3500
Евро ремонт под ключ	м ²	от 4500
Элитный ремонт под ключ	м ²	от 7000
Отделка офисов под ключ	м ²	от 1500
Отделка магазинов под ключ	м ²	от 1500
Отделка ресторанов под ключ	м ²	от 3000
Дизайн интерьера (Планировка и зонирование помещений)	м ²	от 700

Для расчета показателей выручки, возьмем наиболее востребованные виды ремонта квартир - это косметический, стандартный и капитальный ремонты [46].

Чаще всего ремонт востребован в зале и комнатах. Средний метраж (с учетом стандартных планировок квартир) $13,5 \text{ м}^2 \left(\frac{10+12+15+17}{2} \right)$ [50].

С учетом того, что ремонт могут заказывать около трех раз за месяц – за год получится, что услугу по ремонту могут заказать 36 раз.

Будем считать, что 40% от общего числа займет косметический ремонт, так как он наиболее востребованный. Таким образом, 40% от 36 услуг = 14,4 ед. Округлим это значение до 15 ед. Таким же методом определим, сколько

будет приобретено за год услуг стандартного и капитального ремонта. Стандартный – это 12ед. (чуть меньше 35%), капитальный ремонт – 25% = 9ед.

Таблица 3.5 - Прогноз выручки ремонтных работ

Виды ремонта	Приобретено услуг/год	Цена, руб./м ²	Метраж, м ²	Выручка, тыс. руб.
Косметический	15	1250	13,5	253,125
Стандартный	12	2500	13,5	405
Капитальный	9	3500	13,5	425,25
Итого	36			1083,375

Таким образом, прогнозируемая выручка составит: 1083,375 тыс. руб.

Далее рассмотрим калькуляцию затрат на выполнение данной услуги.

Таблица 3.6 - Калькуляция затрат на выполнение ремонта квартир и иных помещений

Наименование статей затрат	Косметический ремонт	Стандартный ремонт	Капитальный ремонт
Материалы (25%)	312,5	625	875
Заработная плата (30%)	375	750	1050
Начисления (30,2% от ЗП)	113,25	226,5	317,1
Прочее (4,5%)	56,25	112,5	157,5
Итого себестоимость	857	1714	2399,6
Норма прибыли (45%)	393	786	1100,4
Итого цена	1250	2500	3500
Затраты на 1 руб.	0,68	0,68	0,68

Таким образом, с учетом затрат на 1 руб. в размере 0,68 руб., затраты на реализацию данного мероприятия составят 736,695 тыс. руб.:

Выручка за год * Затраты на 1 рубль = $1083,375 * 0,68 = 736695$ руб.

Прибыль от реализации данного мероприятия будет равна:

Выручка за год – Себестоимость ремонта = $1083375 - 736695 = 346680$ руб.

3.1.3 Ремонт балконов

Исходя из того, что предприятие делает пластиковые окна, как в комнатах, так и на балконах, целесообразно предложить такую услугу как ре-

монт балкона под ключ, либо проведение одной и более услуг по обустройству балкона.

Ниже проанализируем цены на ремонтные услуги в таблице 3.7 «Виды ремонтных услуг».

Таблица 3.7 - Виды ремонтных работ по балкону

Наименование работы	Ед. изм., м ² .	Цена, руб.
Возведение крыши	м ²	990
Расширение комнаты	м ²	780
Наружная отделка	м ²	520
Утепление стен и пола	м ²	400
Встроенные шкафы	м ²	990
Вынос балкона	м ²	420
Кладка пеноблоками	м ²	400
Отделка панелями внутри	м ²	420
Отделка под покраску	м ²	500

Наиболее востребованные виды работ – наружная отделка, отделка панелями и отделка под покраску [47].

Средний метраж балкона = 2,5м².

Средняя площадь отделки составит около 9 м².

Аналогично мероприятию услуг по ремонту квартир и помещений, проведем разрез приобретенных услуг в единицах и процентах. Предположим, что ремонт балкона могут заказать также 3 раза в месяц – это 36 раз в год. Наружная отделка наиболее востребована и составляет 40% от всех заказов, далее, отделка панелями внутри балкона – около 35%, и 25% - отделка под покраску.

Таблица 3.8 - Прогноз выручки по ремонту балкона

Виды ремонта	Приобретено услуг/год	Цена, руб./м ²	Метраж, раж, м ²	Выручка, тыс. руб.
Наружная отделка	15	520	9	70,2
Отделка панелями внутри	12	420	9	45,36
Отделка под покраску	9	500	9	40,5
Итого	36			156,06

Из приведенной выше таблицы видим, что выручка составляет 156060руб.

Далее рассмотрим калькуляцию затрат на выполнение данной услуги.

Таблица 3.9 - Калькуляция затрат на ремонт балкона

Наименование статей затрат	Наружная отделка	Отделка панелями	Отделка под покраску
Материалы (25%)	130	105	125
Заработная плата (30%)	156	126	150
Начисления (30,2% от ЗП)	47,11	38,05	45,3
Прочее (4,5%)	23,4	18,9	22,5
Итого себестоимость	356,5	287,9	342,8
Норма прибыли (45%)	163,5	132,05	157,2
Итого цена	520	420	500
Затраты на 1 руб.	0,68	0,68	0,68

Таким образом, с учетом затрат на 1 руб. в размере 0,68 руб., себестоимость ремонта 1 кв. м. балкона составит 106120,8 тыс. руб.

Выручка за год * Затраты на 1 рубль = 156060*0,68= 106120,8 руб.

Прибыль от реализации данного мероприятия будет равна:

Выручка за год – Себестоимость ремонта =156060-106120,8=49939,2 руб.

3.1. 4 Разработка рекламной кампании для продвижения новых услуг

Чтобы уведомить о новых услугах компании, можно провести мероприятия по внедрению рекламы.

Реклама будет трех видов:

1. Реклама в лифте – задействована на аудиторию как новых, так и старых домов, кварталов.
2. Реклама в газете «Презент» - направлена на аудиторию, как в городских домах, так и в коттеджных поселках, фирмах.
3. Рекламные листовки – направлена на аудиторию, находящуюся в новых домах, кварталах Автозаводского и Центрального районов (таблица 3.10).

Таблица 3.10 - Рекламная кампания

№ п/п	Вид рекламы	Нормативный показатель	Стоимость, тыс. руб.	Необходимое кол-во	Итого стоимость, тыс. руб.
1	Реклама в лифте (автозаводский и центральный районы)	15 дней	23,91	45 дней	71,73
2	Газета «Презент»	30 дней	6,75	90 дней	20,25
3	Листовки (печать и распространение)	30 дней	64,9	30 дней	64,9
ИТОГО расходы на рекламу					156,88

Итак, за счет данной рекламной кампании, мы хотим увеличить прирост клиентов в нашу фирму. В первую очередь, позиционируя новые услуги. Реклама будет подаваться людям не сразу, а каждая посезонно.

3.2 Обоснование экономической эффективности предприятия

Произведем расчет экономической эффективности по каждому мероприятию. Результаты расчета показателей экономической эффективности мероприятия сведем в таблицы.

Мероприятие №1. Монтаж натяжных потолков.

Таблица 3.11 - Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №1 «Монтаж натяжных потолков»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение, тыс. руб.
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	O_{p1}	18597
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия	тыс. руб.	$O_{p2} = O_{p1} + \Delta B$	18897
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	$\Delta B = O_{p2} - O_{p1}$	300
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	З	204

Годовой экономический эффект от реализации мероприятия рассчитывается как разница между приростом выручки за счет реализации мероприятия (ΔB) и затратами на мероприятие (Z) по формуле:

$$\text{Эф} = \Delta B - Z,$$

где Эф – годовой экономический эффект, руб.;

ΔB – прирост выручки за счет реализации мероприятия, руб.;

Z – затраты на мероприятие, руб.

Следовательно, $Z = 204$ тыс. руб.; $\Delta B = 18897$ тыс. руб. – 18597 тыс. руб. = 300 тыс. руб.; $\text{Эф} = \Delta B - Z = (18897 \text{ тыс. руб.} - 18597 \text{ тыс. руб.}) - 204 \text{ тыс. руб.} = 300 \text{ тыс. руб.} - 204 \text{ тыс. руб.} = 96 \text{ тыс. руб.}$

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия, который представляет собой период, необходимый для возврата затрат связанных с проведением мероприятия за счет притока денежных средств от его осуществления. Срок окупаемости определяется делением суммы затрат связанных с проведением мероприятия на величину притока денежных средств.

Срок окупаемости мероприятия определяется по формуле:

$$\text{Ток} = Z/\Delta B,$$

где Z – затраты на мероприятие, руб.;

ΔB – прирост выручки за счет реализации мероприятия, руб./год.

Итак, $Z = 204$ тыс. руб.; $\Delta B = 18897$ тыс. руб. – 18597 тыс. руб. = 300 тыс. руб.; $\text{Ток} = Z/\Delta B = 204 \text{ тыс. руб.} / 300 \text{ тыс. руб.} = 0,68 \text{ руб.}; 365 \text{ дней} * 0,68 = 248 \text{ дней}$. Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 8 месяцев от начала его реализации.

Мероприятие №2. Ремонт квартир и иных помещений.

Таблица 3.12 - Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №2 «Ремонт квартир и помещений»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение, тыс. руб.
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	O_{p1}	18597
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия	тыс. руб.	$O_{p2} = O_{p1} + \Delta B$	20250,75
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	1083,375
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	Z	736,695

Рассчитаем годовой экономический эффект от реализации мероприятия:

$$\text{Эф} = \Delta B - Z, = 1083,375 - 736,695 \text{ тыс. руб.} = 346,68 \text{ тыс. руб.}$$

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия:

$$\text{Ток} = Z / \Delta B, = 736,695 \text{ тыс. руб.} / 1083,375 \text{ тыс. руб.} = 0,68 \text{ руб.};$$

365 дней * 0,68 = 248 дней. Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 8 месяцев от начала его реализации.

Мероприятие №3. Ремонт балконов.

Таблица 3.13 - Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №3 «Ремонт балконов»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение, тыс. руб.
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	O_{p1}	18597
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия	тыс. руб.	$O_{p2} = O_{p1} + \Delta B$	18753,06
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	$\Delta B = O_{p2} - O_{p1}$	156,06
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	Z	106,1208

Годовой экономический эффект от реализации мероприятия:

$$\text{Эф} = 156060 \text{ тыс. руб.} - 106120,8 \text{ тыс. руб.} = 49939,2 \text{ тыс. руб.}$$

Срок окупаемости мероприятия:

$$\text{Ток} = 106120,8 \text{ тыс. руб.} / 156060 \text{ тыс. руб.} = 0,68 \text{ руб.};$$

365 дней * 0,68 = 248 дней. Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 8 месяцев от начала его реализации.

Мероприятие №4. Разработка рекламной кампании для продвижения новых услуг.

Чтобы оценить эффективность данного мероприятия через предполагаемый прирост объема оказываемых услуг, нам потребуется опросить экспертную группу из шести человек. В эту группу входят: директор организации, управляющий и эксперты-оценщики.

Эксперты дают ответ на следующие вопросы:

1. Как Вы считаете, сколько потенциальных клиентов (в процентах от общего числа) смогут обратиться в организацию?
2. На сколько увеличится объем выручки за год в результате проведения рекламной кампании?

Результаты опроса систематизируются в таблицу 3.14.

Таблица 3.14 - Прогноз результатов проведения опроса

Показатель	Мнение экспертов						Среднее значение показателя
	1	2	3	4	5	6	
Прирост выручки за счет рекламных мероприятий, %	1,9	2,3	2,1	1,8	2,0	2,1	2,03

Из данной таблицы видим, что, по мнению экспертов, в результате проведения рекламной кампании число потенциальных клиентов и объем выручки увеличится на 2,03 % за год.

Дальше проведем расчет экономической эффективности по данному мероприятию. Результаты расчета показателей экономической эффективности мероприятия сводятся в таблицу 3.15.

Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №4 «Проведение рекламной кампании».

Таблица 3.15 - Результаты расчета показателей экономической эффективности мероприятия

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение, тыс. руб.
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	O_{p1}	18597
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия (определяется на основе результатов экспертной оценки)	тыс. руб.	$O_{p2} = O_{p1} + 2,03\%$	18974,52
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	$\Delta B = O_{p2} - O_{p1}$	377,52
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	З	156,88

Рассчитаем годовой экономический эффект от реализации мероприятия:

$$\text{Эф} = 377,52 \text{ тыс. руб.} - 156,88 \text{ тыс. руб.} = 220,64 \text{ тыс. руб.}$$

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия:

$$\text{Ток} = 156,88 \text{ тыс. руб.} / 377,52 \text{ тыс. руб.} = 0,41;$$

$365 \text{ дней} * 0,41 = 149 \text{ дней}$. Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 5 месяцев от начала его реализации.

Завершая разработку рекомендаций для повышения эффективности предприятия, сведем рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемых мероприятий в таблицу 3.16.

Таблица 3.16 - Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятий

Мероприятия	Затраты, тыс. руб.	Дополнительная выручка, тыс. руб.	Годовой эффект, тыс. руб.	Срок окупаемости мероприятия
Монтаж натяжных потолков	204	300	96	0,68
Ремонт квартир и помещений	736,7	1 083,4	346,7	0,68
Ремонт балконов	106,12	156,06	49,9	0,68
Разработка рекламной кампании	156,9	377,52	220,64	0,41
Итого	1 203,7	1 916,9	713,2	

Таким образом, расчет экономической эффективности предложенных мероприятий показал, что затраты на реализацию трех мероприятий окупятся в течение 8 месяцев, а реклама окупается за 5 месяцев. А также реализация данных мероприятий позволит ООО «Нефрит» увеличить прибыль в условиях экономического кризиса и усиления конкуренции на рынке оконных компаний в городе Тольятти.

Так же из сводной таблицы, заметим, что затраты на реализацию рекламной кампании включают не только рекламу, но и увеличение себестоимости продаж. Так, если выручка от рекламы составит 377,52 тысячи рублей, то с учетом затрат на 2016 год (0,96 рублей) себестоимость продаж от данного мероприятия составит 362,42 тысячи рублей ($377,52 * 0,96$). Таким образом, совокупный прирост себестоимости составит 1409,22 тыс. руб. ($1046,8 + 362,42$).

Для сравнения технико-экономических показателей необходимо обобщить данные из утвержденных форм отчетности предприятий и организаций

в таблице 3.17 «Основные технико-экономические показатели проекта до и после внедрения мероприятий».

Таблица 3.17 - Основные технико-экономические показатели проекта до и после внедрения мероприятий

Показатель	До внедрения мероприятий, тыс. руб.	После внедрения мероприятий, тыс. руб.	Изменения абсолютные	Изменения относительные
1	2	3	4 = 3-2	5=4:2*100
1. Выручка от реализации, тыс. руб.	18597	20513,9	1 916, 9	10,3
2. Себестоимость продаж, тыс. руб.	11295	12704,22	1409,22	12,5
3. Валовая прибыль (убыток). (с.1-с.2)	7302	7809,7	507,7	6,9
4. Управленческие и коммерческие расходы, тыс. руб.	6637	6793,88	156,88	2,4
5. Полная себестоимость продукции, тыс. руб. (с.2+с.4)	17932	19498,1	1566,1	8,7
6. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. (с.3-с.4)	665	1015,82	350,82	52,7
7. Численность ППП, чел.	35	32	0	100
8. Выручка на одного работника (производительность труда), тыс. руб./чел. (с.1/с.7)	531,3	641,1	109,8	20,7
9. Рентабельность продаж, %.(с.6/с.1)*100	3,6	4,95	1,35	37,5
10. Уровень затрат на 1 рубль товарной продукции, руб. (с.5/с.1)	0,96	0,95	-0,01	-1,04

Подводя итоги по таблице 3.17, отметим, что выручка после внедрения мероприятий, увеличится на 1916,9 тысяч рублей. Прибыль от продаж также

увеличится на 350,82 тысячи рублей, и это приведет к увеличению рентабельности на 1,35 тысячу рублей. Также будет снижена себестоимость на 10 копеек.

Из вышесказанного следует, что предложенные мероприятия достаточно эффективны, так как после их внедрения финансовые результаты деятельности предприятия увеличатся.

Вследствие этого, на основе предложенных рекомендаций, ООО «Нефрит», сможет повысить свою платежеспособность и успешно конкурировать на рынке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной выпускной квалификационной работы было изучить теоретические аспекты анализа финансовых результатов и выявить прибыль и рентабельность на основе анализа финансовых результатов деятельности предприятия [52]. А также предложить мероприятия, направленные на улучшение финансово-хозяйственной деятельности и, соответственно, финансовых результатов на примере ООО «Нефрит».

Задачами выпускной квалификационной работы являются: изучение теоретических аспектов формирования и распределения прибыли; проведение анализа формирования и распределения прибыли на примере ООО «Нефрит»; выявление основных проблем; разработка рекомендаций по улучшению финансовых результатов.

Актуальность рассматриваемой темы состоит в том, что показатели финансовых результатов являются наиболее важными для оценки производственной и финансовой деятельности предприятий.

Актуальность данной темы в сфере деятельности по установке пластиковых окон связана с тем, что с одной стороны их установка достаточно проста, они отличаются долгим сроком эксплуатации и лучше сохраняют тепло в помещении. А с другой стороны отрасль является конкурентной, на рынке существует много предприятий, оказывающих подобные услуги, и, чтобы выжить, предприятию необходимо предлагать более выгодные условия своим клиентам для увеличения финансовых результатов.

В первой главе были рассмотрены теоретические аспекты финансовых результатов деятельности предприятия, а именно, сущность прибыли, ее формирование и распределение на предприятии, и рентабельность предприятия.

Во второй главе была рассмотрена финансово-хозяйственная деятельность ООО «Метрополис». Организация занимается изготовлением, прода-

жей и установкой светопрозрачных конструкций из ПВХ и алюминиевого профилей. Так же были рассмотрены и проанализированы финансовая устойчивость предприятия и его рентабельность.

Анализ технико-экономических показателей ООО «Нефрит», представленный в таблице 2.1, свидетельствует о том, что выручка предприятия за исследуемый период уменьшалась в 2017 году по отношению к 2016 году на 36,44%, а в 2016 году по отношению к 2015 году увеличилась на 32,83 %. Аналогичная ситуация наблюдается при исследовании прибыли от продаж, если в 2015 году она составляла 228 тыс. руб., в 2016 увеличилась до 725 тыс. руб., а в 2017 году она снова уменьшилась до 665 тыс. руб.

В связи с сокращением численности персонала производительность труда в 2016 году повысилась на 51,82 %, в 2017 году на 5,53%, в соотношении с 2015 годом соответственно.

Чистая прибыль предприятия значительно возросла в 2016 году по отношению к 2015 году, а именно, если в 2015 году она составляла 161 тыс. руб., то в 2016 году чистая прибыль увеличилась до 476 тыс. руб. в частности, темп прироста составил 95,6%. В 2017 году по отношению к 2015 году, увеличилась на 23% и составила 198 тыс. руб. Таким образом, увеличение чистой прибыли произошло за счет роста отпускных цен и изменения структуры продаж.

Рентабельность продукции на анализируемый период увеличилась с 1,41 % до 5,89 %. Рентабельность продаж также была увеличена на 249,5% , по отношению к 2015 году. Исходя из произведённого анализа, предприятие можно считать рентабельным.

В третьей главе были разработаны мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия. Данными мероприятиями являются:

1. Монтаж натяжных потолков.
2. Ремонт квартир и помещений.
3. Ремонт балконов.

4. Разработка рекламной кампании для продвижения новых услуг.

Таким образом, валовая прибыль от четырех мероприятий составила 507,7 тысячи рублей.

Следовательно, мы приходим к выводу, что все поставленные задачи были выполнены, цель бакалаврской работы была достигнута.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В.Беспалов – М.: Инфра-М, 2014. – 320 с.
2. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: издательство «Дело и сервис», 2013. – 272с.
3. Амосова В.В., Гукасян Г.М. Экономическая теория / В.В. Амосова, Г.М. Гукасян. – М.: Эксмо, 2014. – 736 с. 2.
4. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Химиздат, 2013. - 288 с.
5. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / [В. И. Видяпин и др.]. – М.: Инфра-М, 2014. – 615
6. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / Н. Е. Зимин, В. Н. Солопова. – М.: КолосС, 2013. – 382 с
7. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: Велби, 2015. – 420 с. 11.
8. Анисимов А.А., Артемьев Н.В. Макроэкономика / А. А. Анисимов, Н. В. Артемьев. – М.: Юнити, 2013. - 600 с. 3.
9. Бочкарева Т.А. Актуальные вопросы анализа финансового состояния предприятий : монография / Бочкарева Т.А. – Хабаровск. – 2015. – 231 с.
10. Васильева Н.П. Теоретические основы анализа финансового состояния организации / Н.П. Васильева // Проблемы и перспективы развития экон. контроля и аудита в России : сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, (Краснодар, 25 дек. 2014). – Краснодар, 2015. – 174 с.
11. Гогина, Г.Н. Комплексный анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс] : конспект лекций / Г.Н. Гогина ; Филиал негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Самарская гуманитарная академия» в г. Тольятти, Кафедра бухгалтерского учета,

- анализа и аудита. - Самара : Самарская гуманитарная академия, 2013. - 266 с. : ил., схем., табл. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375366>
12. Гродских В.С. Экономическая теория / В.С. Гродских. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с. 4.
 13. Грязнова А.Г., Соколинский В.М. Экономическая теория: учебное пособие / А.Г. Грязнова, В.М.Соколинский. – М.: Кнорус, 2014. – 464 с.
 14. Дубровская Е.С. Экономика: учебник / Е.С. Дубровская. – М.: ИНФРА-М. – 2015. – 672 с.
 15. Жиялков, Д.И. Финансово-экономический анализ (предприятие, банк, страховая компания): Учебное пособие / Д.И. Жиялков. - М.: КноРус, 2016. - 368 с.
 16. Иванов, И.Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / И.Н. Иванов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 348 с.
 17. Кнышова, Е.Н. Экономика организации: Учебник / Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
 18. Ковалев, В. В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью : учебно-практическое пособие / В. В. Ковалев. – М. : Проспект, 2014. – 336 с.
 19. Когденко, В. Г. Экономический анализ: учеб. пособие / В. Г. Когденко. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 392 с.
 20. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / [В.И.Бариленко]; под общ. ред. В.И.Бариленко. - М. : ФОРУМ, 2016. - 463 с.
 21. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие/ Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 364
 22. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник [Электронный ресурс] / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 247 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116052>

23. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Д.В.Лысенко. - М.: ИНФРА- М, 2013. - 318 с.
24. Лысов И.А. Информационная база анализа финансовых результатов предприятия / И.А. Лысов, Н.В. Колачева // Вестн. НГИЭИ. – 2015. – №1 (44). – С. 53 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/iformatsionnaya-baza-analiza-finansovyh-rezultatov-predpriyatiya> (23.05.2017).
25. Максимова В.Ф. Экономическая теория / В.Ф. Максимова. – М.: Юрайт, 2014. – 580 с. 6.
26. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Э.А. Маркарьян. - М.: КноРус, 2014. - 550 с.
27. Николаева И.П. Экономическая теория / И.П. Николаева. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 328 с. 9.
28. Остапенко В.В., Мешков В.М. Прибыль в промышленности: формирование и факторы роста // Финансы. - 2015. - № 11. - с. 8-10.
29. Павлова Л.Н. Финансовый менеджмент. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 269с.
30. Панков, В.В. Экономический анализ: Учебное пособие / В.В. Панков, Н.А. Казакова. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2013. - 624 с.
31. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: Учебник для бакалавров / Л.В. Прыкина. - М.: Дашков и К, 2016. - 256 с.
32. Рабинович А.М. Полная себестоимость и управленческие расходы // Бух. учет. – 2015. – № 9. – С. 106.
33. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учеб. / Г. В. Савицкая. — 2-еизд., испр. и доп. — Минск: РИГТО, 2014. — 367с.
34. Селезнева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности организации : учебное пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 583 с. - Библиогр. в кн. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114703>
35. Скамай, Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 378 с.

36. Стуканова, Н.П. Экономический анализ хозяйственной деятельности / Н.П. Стуканова. - М.: КноРус, 2013. - 536 с.
37. Тузиков, А.Р. Комплексный экономический анализ деятельности управленческого персонала: Учебник / А.Р. Тузиков. - М.: КноРус, 2013. - 720 с.
38. Шеремет, А. Д. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А. Д. Шеремет. – М.: Инфра-М, 2013. – 365 с.
39. Экономическая теория. Учебник. /Под ред. М.А. Сажина, Г.Г. Чибрикова. — М.: Форум: ИНФРА-М. – 2015. – 450 с.
40. Экономический анализ хозяйственной деятельности / В. И. Герасимова, Г. Л. Харевич. – Минск: Право и экономика, 2013. – 513 с
41. Юлдашева Л.Ф. Оценка финансового состояния предприятия по данным бухгалтерского баланса // Междунар. академ. вестн. – 2014. – № 4. – С. 63-65.
42. Юхтанова Ю.А Сравнительная оценка методик анализа финансового состояния предприятия / Ю.А. Юхтанова, О.О. Гаас // Вестн. магистратуры. – 2015. – № 10 (49). – С. 100-102.
43. Якимова, В.А. Практикум по дисциплине «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности» [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Якимова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014.-224с.
44. <http://www.consultant.ru/>
45. <https://sosed-domosed.ru/rossijskie-natyazhnye-potolki/>
46. <http://hvesty.ru/samye-vostrebovannye-tipy-remonta-kvartir/>
47. <http://hvesty.ru/vnutrennyaya-otdelka-balkona/>
48. http://knowledge.allbest.ru/economy/3c0b65635b3ac79a4d43a89521306c37_0.html
49. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=225688
50. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=210594
51. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=225695

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(в ред. Приказа Минфина России
от 06.04.2015 № 57н)

Отчет о финансовых результатах

за 31 декабря 2017 г.

	Коды
Форма по ОКУД	0710002
Дата (число, месяц, год)	
Организация Общество с ограниченной ответственностью "Нефрит" по ОКПО	14554759
Идентификационный номер налогоплательщика ИНН	6318131327
Вид экономической деятельности по ОКВЭД	51.70
Организационно-правовая форма/форма собственности Общество с ограниченной ответственностью/частная собственность по ОКОПФ/ОКФС	
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) по ОКЕИ	384 (385)

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За	
			2016 г. ³	2015 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	18597	29259
	Себестоимость продаж	2120	(11295)	(21431)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	7302	7828
	Коммерческие расходы	2210	()	()
	Управленческие расходы	2220	(6637)	(7103)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	665	725
	Доходы от участия в других организациях	2310		
	Проценты к получению	2320		
	Проценты к уплате	2330	()	()
	Прочие доходы	2340		
	Прочие расходы	2350	(417)	(130)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	248	595
	Текущий налог на прибыль	2410	(50)	(119)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
	Изменение отложенных налоговых активов	2450		
	Прочее	2460		
	Чистая прибыль (убыток)	2400	198	476

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За		За	
			20	г. ³	20	г. ⁴
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510				
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520				
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	198		476	
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900				
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910				
<p>Руководитель _____ Соколов В.А.</p> <p>(подпись) (расшифровка подписи)</p> <p>" ____ " _____ 20 ____ г.</p>						