

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

**РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВО-
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ
УСЛУГ ПУТЁМ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент заочной формы обучения,
группы 05001263
Кулинской Анастасии Валерьевны

Научный руководитель
к.п.н., доцент
Долинский Н.И.

Оглавление

| | |
|---|-----------|
| Введение..... | 3 |
| Глава 1 Теоретические аспекты анализа прибыли и рентабельности..... | 6 |
| 1.1 Понятие и функции прибыли предприятия, виды прибыли предприятия..... | 6 |
| 1.2 Методика анализа прибыли и рентабельности предприятия | 18 |
| Глава 2 Анализ прибыли и рентабельности предприятия и рекомендации по её увеличению (на примере ИП Веретенников М.А.). | 36 |
| 2.1 Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ИП Веретенников М.А..... | 36 |
| 2.2 Анализ состава, структуры и динамики прибыли и расходов организации и оценка показателей рентабельности предприятия | 39 |
| 2.3 Резервы увеличения прибыли и рентабельности предприятия и мероприятия по её планированию | 60 |
| Заключение..... | 74 |
| Список литературы..... | 78 |
| Приложение..... | 84 |

Введение

Актуальность темы исследования состоит в том, что одна из главных целей предпринимательской деятельности состоит в получении прибыли как наиболее надежного финансового источника благосостояния и самой организации, и ее собственников. Результаты деятельности зависят от того, насколько оперативно и точно компания может выявлять, количественно измерять влияние различных внешних и внутренних факторов, а также противостоять их негативному воздействию, обусловленному высоким уровнем финансовых рисков (общем состоянием экономики страны, нестабильностью рынка, финансовой системы, тенденциями усложнения корпоративных связей, низкой расчетно-платежной дисциплиной, высокой инфляцией и т.п.).

Необходимым элементом финансового анализа является исследование результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия, которые характеризуются суммой прибыли или убытка.

Прибыль является стандартом успешной работы предприятия. Величина прибыли зависит от производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности предприятия. Рост прибыли создает финансовую базу для экономического развития предприятия. За счет прибыли погашаются долговые обязательства предприятия перед кредиторами и инвесторами. Прибыль является основным источником формирования доходов федерального и республиканского бюджетов.

Результат деятельности фирмы оценивается системой показателей, основным из которых является рентабельность, определяемая как отношение прибыли к одному из показателей функционирования торгового предприятия. Это позволяет выявить не только общую экономическую эффективность работы предприятия, но и оценить другие стороны его деятельности.

Объектом исследования является предприятие ИП Веретенников М.А.

Предметом исследования является финансово-хозяйственная деятельность предприятия.

Целью исследования является изучение теоретических и практических вопросов по анализу прибыли и рентабельности предприятия и разработка основных мероприятий по улучшению результатов финансово - хозяйственной деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- рассмотреть понятие и экономическую сущность прибыли и рентабельности в условиях рыночных отношений;
- выявить методику анализа прибыли и рентабельности предприятия;
- исследовать основные технико-экономические показатели финансово - хозяйственной деятельности ИП Веретенников М.А.;
- проанализировать состав и структуру прибыли предприятия, и основные направления ее использования;
- провести анализ показателей рентабельности предприятия;
- разработать рекомендации по улучшению результатов финансово - хозяйственной деятельности анализируемого предприятия.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют работы отечественных и зарубежных авторов, по проблеме финансового состояния предприятия.

В работах М.Н.Ветрова [14], В.М.Дымкова [24], Л.Я.Аврошкова [50] исследуются вопросам связанные с рассмотрением понятия и экономической сущности финансового состояния предприятия, прибыли и рентабельности в условиях рыночных отношений.

Информационное обеспечение отдельных направлений совершенствования методологических и практических аспектов проведения

анализа хозяйственной деятельности и методов её улучшения исследуются в работах Ю.В.Адоева [8], А.Н.Жилина [25], Т.А.Пожидаевой [35], Н.Н.Селезнёва [39].

Отдельные направления совершенствования прибыли и рентабельности предприятия исследуются в работах Б.Н.Авдоница [7], Д.В.Дорофеева [22], А.Я.Барабаш [45], Е.Л.Шуреиова [48].и других авторов.

Эмпирической базой исследования послужили нормативно-правовые документы, информационные документы, а так же бухгалтерская отчетность ИП Веретенников М.А.

Методы исследования. При проведении исследования применялись системный подход, метод аналогии, сравнения и обобщения; экономико-статистический и нормативный методы, а также методы экономико-математического моделирования.

Практическая значимость исследования заключается в использовании полученных результатов и рекомендаций на предприятии ИП Веретенников М.А. для улучшения результатов финансово - хозяйственной деятельности.

Структура выпускной квалификационной работы. Работа включает введение, две главы, заключения, списка литературы и приложения.

Глава 1 Теоретические аспекты анализа прибыли и рентабельности

1.1 Понятие и функции прибыли предприятия, виды прибыли предприятия

Основой рыночного механизма являются экономические показатели, необходимые для планирования и объективной оценки производственно - хозяйственной деятельности предприятия, образования и использования специальных фондов, соизмерения затрат и результатов на отдельных стадиях воспроизводственного процесса.

Прибыль — это выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разность между полученными совокупным доходом и совершенными совокупными затратами в процессе этой деятельности.

Прибыль отражает положительный финансовый результат. Прибыль является стоимостным показателем, выраженным в денежной форме. Такая форма оценки прибыли связана с практикой обобщенного стоимостного учета всех связанных с ней основных показателей - вложенного капитала, полученного дохода, понесенных затрат, а также с действующим порядком ее налогового регулирования. Прибыль предприятия в условиях рыночной экономики играет особую роль, а также является главной целью предпринимательской деятельности. Основным побудительным мотивом осуществления любого вида бизнеса, его главной конечной целью является рост благосостояния собственников предприятия. Характеристикой этого роста является размер текущего и отложенного дохода на вложенный капитал, источником которого является полученная прибыль.

Убытки по результатам деятельности высвечивают ошибки, просчеты в направлениях использования средств, ставит хозяйствующий субъект в критическое финансовое положение, не исключая банкротство.

Поддержание необходимого уровня прибыльности — объективная закономерность нормального функционирования организации в рыночной экономике. Систематический недостаток прибыли и ее неудовлетворительная динамика свидетельствуют о неэффективности и рискованности бизнеса, что является одной из главных внутренних причин банкротства.

Главная цель управления прибылью — максимизация благосостояния собственников в текущем и перспективном периодах. Это означает обеспечение: максимальной прибыли, соответствующей ресурсам организации и рыночной конъюнктуре; оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска; высокого качества формируемой прибыли; выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам компании; достаточного объема инвестиций за счет прибыли в соответствии с задачами развития бизнеса; роста рыночной стоимости организации; эффективности программ участия персонала в распределении прибыли.

Финансовый результат — это прибыль (убыток) предприятия, полученная им в течение отчетного периода. Различают несколько показателей финансовых результатов: прибыль (убыток) от продажи товаров; прибыль (убыток) от реализации основных и прочих активов, от других видов деятельности; прибыль (убыток) до налогообложения; чистая прибыль (убыток).

Прибыль (убыток) от продажи товаров в торговле определяют вычитанием из валового дохода, остающегося в распоряжении торгового предприятия, издержек обращения. По форме № 2 бухгалтерской отчетности «Отчет о прибылях и убытках» прибыль от продажи товаров рассчитывается вычитанием из выручки (нетто) от продажи товаров (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) себестоимости проданных товаров (покупной их стоимости) и издержек обращения.

Прибыль (убыток) до налогообложения определяют следующим способом: к прибыли от продажи товаров добавляют прибыль от прочих операций, и вычитают прочие расходы.

Чистая прибыль (убыток) определяется вычитанием из суммы прибыли до налогообложения налогов и других обязательных платежей.

В соответствии с нормативными актами, действующими в России, под доходами понимается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

В зависимости от характера, условий возникновения и направлений деятельности организации доходы и расходы подразделяются на:

- доходы и расходы по обычным видам деятельности;
- прочие доходы и расходы.

Расходами и доходами по обычным видам деятельности являются поступления и затраты, связанные с изготовлением продукции и продажей продукции, приобретением и продажей товаров, а также связанные с выполнением работ, оказанием услуг.

Прочие доходы и расходы: доходы и расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации; с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности; с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам); с продажей, выбытием основных средств

и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров; проценты, полученные или уплачиваемые за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке; штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров; активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения; возмещение причиненных организации или организацией убытков; прибыль и убытки прошлых лет, выявленные в отчетном году; суммы кредиторской и дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности; курсовые разницы; сумма до оценки и уценки активов; а также поступления и расходы, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т.п.).

Особенности прибыли как экономической категории, её роль в хозяйстве находят своё практическое выражение в её функциях. В экономической литературе выделяют следующие функции прибыли:

1. Прибыль служит критерием и показателем эффективности деятельности организации.

2. Стимулирующая функция. Выступая конечным финансово-экономическим результатом организаций, прибыль приобретает ключевую роль в рыночном хозяйстве. За ней закрепляется статус цели, что предопределяет экономическое поведение хозяйствующих субъектов, благополучие которых зависит как от величины прибыли, так и от принятого в национальной экономике алгоритма её распределения, включая налогообложение.

Прибыль является источником социальных благ для членов трудового коллектива. За счет прибыли, остающейся в организации после уплаты налога, выплаты дивидендов и других первоочередных отчислений осуществляются материальное поощрение работников и предоставление им социальных льгот, содержание объектов социальной сферы.

3. Источник образования финансовых ресурсов организации.

Прибыль – основной источник прироста собственного капитала, обновления производственных фондов и выпускаемой продукции. В условиях рыночных отношений, собственники и менеджеры, ориентируясь на размер прибыли, остающейся в распоряжении организации, принимают решения по поводу дивидендной и инвестиционной политики, проводимых организацией с учетом перспектив его развития.

4. Прибыль является источником формирования доходов бюджетов различных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов, а также экономических санкций и используется на различные цели, определенные расходной частью бюджета и утвержденные в законодательном порядке.

Таким образом, прибыль – основной источник прироста оборотных средств, обновления и расширения производства, социального развития организации, а также важнейший источник формирования доходной части бюджетов разных уровней [25, с. 92].

Теоретической базой экономического анализа финансовых результатов деятельности организации является принятая для всех организаций, независимо от форм собственности, единая модель хозяйственного механизма в условиях рыночных отношений, основанная на формировании прибыли (рисунок 1.1.1). Она отражает присущее всем организациям, функционирующим в условиях рынка в качестве независимых товаропроизводителей, единство: целей деятельности, показателей финансовых результатов деятельности, процессов формирования и распределения прибыли, системы налогообложения.

Основной источник доходов предприятия – выручка от продажи продукции, а именно та её часть, которая остается за вычетом материальных, трудовых и денежных затрат на производство и реализацию.

Финансовый результат от экономической деятельности выражается в двух показателях: валовая прибыль и прибыль от продаж. Если валовая прибыль рассчитывается как разность между выручкой от продаж и

себестоимостью реализованной продукции, то прибыль от продаж формируется как разность между выручкой от продаж и полной себестоимостью реализованной продукции, включающей в себя себестоимость реализованной продукции, коммерческие и управленческие расходы [25, с. 95].



Рисунок 1.1.1 - Модель хозяйственного механизма предприятия, основанная на формировании прибыли

Финансовый результат от всех видов обычной деятельности также выражается двумя показателями: прибылью до налогообложения (разность между доходами и расходами от основной производственной, финансовой или инвестиционной деятельности) и прибылью после налогообложения.

Конечным финансовым результатом деятельности организации является чистая прибыль, которая формируется на счете 99 «Прибыли и убытки» как Прибыль (убыток) от продаж (плюс, минус) Сальдо прочих доходов и расходов минус Налог на прибыль.

Чистая прибыль является основным показателем для объявления дивидендов акционерам, а также источником средств, направляемых на увеличение уставного и резервного капитала, капитализации прибыли организации. Она характеризует реальный прирост (наращение) собственного капитала организации [25, с. 97].

Рентабельность - понятие производное от немецкого «RENTABEL», что переводится как «оправдывающее расходы, целесообразное с хозяйственной точки зрения». Поэтому долгое время в советской экономической науке рентабельность считалась синонимом прибыльности или результативности. Например, ряд лет представление о сущности и роли рентабельности при социализме складывалось на основе следующего определения, представленного в учебнике «Политическая экономия» 1954 года: «Рентабельность (доходность) предприятия означает, что средства, полученные предприятием от реализации своей продукции, возмещают себестоимость и обеспечивают сверх того получение дохода. Рентабельность характеризует экономическую эффективность работы предприятия за определенный период времени...». Наряду с рентабельностью отдельных предприятий и отраслей производства, в социалистическом хозяйстве достигается высшая, недоступная для капитализма рентабельность в масштабе всего народного хозяйства. Это означает, что рентабельность определяется не с точки зрения отдельных предприятий или отраслей производства и не в разрезе одного года, а с точки зрения всего народного хозяйства и в разрезе длительного периода времени. Рентабельность отдельных отраслей и предприятий имеет подчиненное значение по отношению к народнохозяйственной рентабельности. Повышение

рентабельности отдельных предприятий и целых отраслей хозяйства способствует ускорению темпов развития всего народного хозяйства.

Таким образом, как видно из определения, под рентабельностью предприятия понимают его доходность или прибыльность. При этом такой рентабельности противопоставляют народнохозяйственную рентабельность, отличительной чертой которой считают непрерывное бескризисное развитие социалистического народного хозяйства.

Так как рентабельность обязана своим существованием прибавочной стоимости, создаваемой в процессе хозяйственной деятельности, рентабельность будет характерна для всех экономических формаций, где она создается. В свою очередь, прибавочный продукт, лежащий в основе прибавочной стоимости, характерен для любой экономической формации и обусловлено это наличием общества как социального института. Именно то, что человек живет в социуме, обязывает его выполнять как труд необходимый, так и труд прибавочный и, следовательно, создавать необходимый и прибавочный продукт. Общественные условия побуждают человека трудиться сверх необходимого времени. Чтобы человечество сохраняло свою качественную сущность и имело возможность развиваться, оно обязано, свою хозяйственную деятельность строить таким образом, чтобы результативность превышала затраты. То есть должно осуществляться рентабельное хозяйствование. Следовательно, рентабельность первоочередной принцип экономики, без которого невозможен процесс ее развития [25, с. 98].

Если рассматривать стоимостные и денежные формы прибавочного продукта, то можно выделить абсолютные и относительные показатели рентабельности. Абсолютными показателями рентабельности является прибавочная стоимость и ее денежная форма - прибыль. Относительные показатели рентабельности увязывают рентабельность с затратами труда ее обеспечивающими: норма прибавочной стоимости, а также денежные формы последней норма рентабельности, норма прибыли и т.д.

В этой связи логику становления категории рентабельности следует рассматривать следующим образом: рентабельность, по нашему мнению, находится в органической связи с прибавочной стоимостью, которая модифицируется в прибыль. Анализируя рентабельность, прибыль не следует рассматривать в отрыве от факториальных издержек производства. Рентабельность выражает систему экономических отношений, в которой прибыль выступает как эффект, а факториальные издержки как затраты. Вне связи обозначенных подсистем экономических отношений категория рентабельности не существует. Другие аспекты системы эффектов и затрат выражают другие экономические категории, как то: фондоотдача, материалоемкость, производительность труда и другие [25, с. 102].

Итак, рентабельность следует определять через прибавочную стоимость. Рентабельный труд - это общественно необходимый норматив труда.

На основе главного признака рентабельности - прибавочной стоимости - можно определить место рентабельности в системе показателей эффективности и провести различие между нею и другими, близкими к ней категориями. Неправомерно отождествлять рентабельность с доходностью, так как доходность характеризуется результатами совокупного труда, а рентабельность лишь труда прибавочного. Понятие народнохозяйственного экономического эффекта более широкое, чем понятие народнохозяйственной рентабельности: первое характеризует результаты затрат совокупного общественного труда, второе - только труда прибавочного. Рентабельность не тождественна прибыльности, так как первая характеризуется величиной используемого капитала, а вторая - капитала авансированного.

В своей практической деятельности организации производят расчет нескольких видов рентабельности: рентабельности продаж; рентабельности организации; рентабельности активов; рентабельности основного капитала; рентабельности собственного капитала.

Но основное внимание организации обращают на первые два вида рентабельности - рентабельность продаж и рентабельность организации.

Прибыль является показателем, в котором отражаются эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости.

Виды прибыли могут быть систематизированы по определенным признакам.

По источникам формирования в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации прибыль подразделяют:

- на прибыль от продаж продукции, работ и услуг;
- прибыль от прочей реализации (или прибыль от операционной деятельности).

По видам деятельности предприятия подразделяют прибыль от производственной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Прибыль от производственной деятельности является результатом производственно-сбытовой, т.е. какой-то основной для данной организации операционной деятельности по ее уставу. Из зарубежной экономической литературы в нашу терминологию анализа хозяйственной деятельности предприятия вошло понятие «операционная прибыль», под которой понимается, по существу, прибыль от производственной деятельности. Это понятие надо отличать от сальдо прочих доходов и расходов по отчету о прибылях и убытках.

Результат инвестиционной деятельности частично отражается в прибыли от прочей деятельности в виде доходов от участия в совместной деятельности, от владения ценными бумагами и депозитными вкладами, частично в операционной прибыли от реализации имущества по окончании использования инвестиционного проекта. Кроме этого, результаты инвестиций отражаются на производственной прибыли, когда инвестиции осуществляются в реальные активы по расширению, обновлению и модернизации основного или вспомогательного производства.

Под прибылью от финансовой деятельности понимается косвенный эффект от привлечения капитала из внешних источников на более выгодных, чем среднерыночные, условиях. Кроме того, в процессе финансовой деятельности может быть получена и прямая прибыль путем использования финансовых проектов вложения собственного капитала в иные организации.

По составу элементов, формирующих прибыль, в экономическом анализе различают маржинальную (валовую), прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистую прибыль.

Маржинальная прибыль (валовая маржа) – это положительная разница между суммой выручки-нетто и переменными затратами. Понятию «маржинальная прибыль» соответствует понятие «валовая прибыль», применяемое в отчете о прибылях и убытках.

Прибыль от продаж представляет собой сумму дохода предприятия за вычетом всех операционных расходов как постоянных, так и переменных.

Прибыль до налогообложения равняется сумме прибыли от продаж, прибыли от прочих операций.

Чистая прибыль – это совокупная (общая бухгалтерская прибыль предприятия) прибыль, уменьшенная на сумму налога, на прибыль и аналогичных платежей из нее.

По характеру налогообложения прибыли выделяют налогооблагаемую и не облагаемую налогом прибыль. Такое деление прибыли играет важную роль в формировании налоговой политики компании, так как позволяет оценивать альтернативные хозяйственные операции с позиции их конечной результативности. Состав доходов, не учитываемых при определении налогооблагаемой базы, регулируется положениями ст. 251 гл. 25 НК РФ.

По характеру инфляционной очистки прибыли различают номинальную и реальную прибыль. Реальная прибыль характеризует размер номинально полученной суммы прибыли за анализируемый период, скорректированной на индекс инфляции в соответствующем порядке.

По рассматриваемому периоду формирования выделяют прибыль предшествующего периода, прибыль отчетного периода и планируемую прибыль [25, с. 105].

По характеру использования в составе прибыли, остающейся после уплаты налогов и других обязательных платежей, выделяют капитализированную и потребляемую части. Капитализированная прибыль представляет собой ту ее часть, которая направлена на финансирование прироста активов, а потребляемая прибыль – ту ее часть, которая израсходована на выплату собственникам, персоналу или социальные программы предприятия.

В отчете о прибылях и убытках представлена система формирования прибыли предприятия по правилам бухгалтерского учета: от валовой до чистой прибыли:

1. Валовая прибыль = стр. 010 – стр. 020
2. Прибыль от продаж (стр. 050) = Валовая прибыль - стр. 030 - стр. 040
3. Прибыль до налогообложения (стр. 140) = Прибыль от продаж + Прибыль от прочих операций
4. Чистая прибыль = Прибыль до налогообложения – налоги и другие обязательные платежи

Приведенный перечень классификационных признаков не отражает всего многообразия видов прибыли, используемых в научной терминологии и практике работы предприятий, однако с его помощью можно классифицировать прибыль в целях проведения анализа финансовых результатов.

1.2 Методика анализа прибыли и рентабельности предприятия

Анализ прибыли предприятия подразделяется на отдельные виды в зависимости от организации его проведения, объектов анализа, масштабов и т.д. [33, с. 67]

Методологической основой анализа финансовых результатов предприятий в условиях рыночных отношений является принятая модель их формирования и использования. Основными методами финансового анализа являются: горизонтальный анализ, вертикальный анализ, трендовый анализ, сравнительный (пространственный) анализ, факторный анализ, метод финансовых коэффициентов [33, с. 201].

Горизонтальный (временной) анализ состоит в сравнении показателей бухгалтерской отчетности с показателями предыдущих периодов. Наиболее распространенными приемами горизонтального анализа являются:

- простое сравнение статей отчетности и изучение их резких изменений;
- анализ изменения статей отчетности в сравнении с колебаниями других статей.

При этом особое внимание уделяется случаям, когда изменение одного показателя по экономической природе не соответствует изменению другого показателя.

Вертикальный анализ осуществляется в целях определения удельного веса отдельных статей баланса в общем итоговом показателе и последующего сравнения результата с данными предыдущего периода.

Трендовый анализ основан на расчете относительных отклонений показателей отчетности за ряд периодов (кварталов, лет) от уровня базисного периода. С помощью тренда формируются возможные значения показателей в будущем, т.е. осуществляется прогнозный анализ.

Сравнительный (пространственный) анализ проводится на основе внутривоздейственного сравнения, как отдельных показателей предприятия, так и межхозяйственных показателей аналогичных фирм – конкурентов.

Факторный анализ - это процесс изучения влияния отдельных факторов (причин) на результативный показатель с помощью детерминированных или статистических приемов исследования. При этом факторный анализ может быть как прямым (собственно анализ), так и обратным (синтез). При прямом способе анализа результативный показатель разделяется на составные части, а при обратном отдельные элементы соединяются в общий результативный показатель.

Четкой постановке целей анализа, формулированию его задач способствует правильное определение места проводимого исследования в общей системе управления предприятием. Этому помогает существующая классификация форм анализа.

По организации проведения выделяют внутренний и внешний анализ прибыли.

Внутренний анализ проводится менеджерами предприятия или его собственниками с использованием всей совокупности имеющихся информативных показателей (включая данные управленческого учета). Результаты такого анализа, как правило, представляют коммерческую тайну предприятия. Внешний анализ могут осуществлять аудиторские фирмы, банки, налоговые органы, страховые компании, причем у каждого субъекта внешнего анализа могут быть свои индивидуальные цели. Источником информации для проведения такого анализа являются данные финансового учета и отчетности предприятия.

По периоду проведения анализ прибыли подразделяется на предварительный, текущий и последующий.

Предварительный анализ связан с изучением условий формирования прибыли, ее распределения или предстоящего использования. Как правило, речь идет о предварительном расчете ожидаемой прибыли по коммерческим

сделкам, финансовым и инвестиционным операциям, планируемых предприятием в будущем.

Текущий (или оперативный) анализ прибыли проводится в процессе осуществления производственно - хозяйственной деятельности предприятия с целью оперативного воздействия на формирование или использование прибыли.

Последующий (или ретроспективный) анализ осуществляется обычно за отчетный период (квартал, год) и позволяет полнее проанализировать результаты формирования и использования прибыли предприятия в сравнении с предварительным и текущим ее анализом, так как основан на результатах финансовой отчетности.

По объектам анализа выделяют анализ формирования и анализ распределения и использования прибыли.

Анализ формирования прибыли проводится, как правило, в разрезе основных сфер деятельности предприятия — операционной, инвестиционной, финансовой. Он является основной формой анализа для выявления резервов повышения уровня прибыли предприятия.

Анализ распределения и использования прибыли проводится по основным направлениям использования и призван выявить уровень потребления прибыли собственниками и работниками предприятия, общий уровень ее капитализации и конкретные формы ее производственного потребления в инвестиционных целях.

По масштабам выделяют анализ прибыли по предприятию в целом, по его структурным подразделениям и по отдельным операциям.

Анализ прибыли по предприятию в целом исследует формирование, распределение и использование прибыли на предприятии без выделения отдельных его структурных подразделений; анализ прибыли по отдельным структурным подразделениям. Предметом анализа прибыли по отдельным операциям, осуществляемым предприятием, может быть прибыль по отдельным коммерческим сделкам предприятия; отдельным операциям,

связанным с краткосрочными или долгосрочными финансовыми вложениями; отдельным завершенным проектам и др. При проведении анализа прибыли за различные календарные годы необходимо вести расчеты в сопоставимых ценах, в ценах предыдущего или отчетного периода.

В ходе проведения анализа используются разнообразные приемы и способы анализа, позволяющие получить количественную оценку финансовых результатов. К ним можно отнести горизонтальный и вертикальный анализ, сравнительный анализ и анализ по факторам, анализ коэффициентов рентабельности и анализ рисков, интегральный анализ и др. [33, с. 203]

Безусловно, методика и последовательность анализа прибыли определяется тем, в какой форме предполагается его проводить. Однако можно отметить ряд общих методических моментов, позволяющих экономисту построить схему анализа финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия.

Прежде всего, необходимо, используя данные Отчета о прибылях и убытках за отчетный и предыдущий год, а также показатели бизнес-плана на отчетный год, определить изменение величины общей бухгалтерской прибыли предприятия (совокупной прибыли).

Затем следует изучить ее структуру, чтобы выявить, в какой степени повлияли на совокупную прибыль предприятия прибыли от реализаций продукции, товаров, услуг, прочего имущества и имущественных прав (включая прибыль от продаж и операционную прибыль), прибыль от прочей деятельности, прибыль от чрезвычайных ситуаций. Первые два этапа реализуются в процессе экспресс-анализа прибыли предприятия.

Далее, надо рассчитать показатели рентабельности активов, продаж, капитала по прибыли от продаж и по чистой прибыли.

Рентабельность в отличие от прибыли предприятия, показывающей эффект предпринимательской деятельности, характеризует эффективность

этой деятельности. Рентабельность - относительная величина, выражающая прибыльность (доходность) предприятия.

Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их применяют для оценки деятельности предприятия и как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

На практике возможно применение различных методик анализа прибыли, которые можно классифицировать по трем группам:

1. Традиционные методы.
2. Экономико-математические методы.
3. Методы маржинального анализа.

К традиционным обычно относят методы:

1. Метод прямого счета.
2. Аналитический.
3. Метод совмещенного расчета.

1. Метод прямого счета наиболее распространен в организациях в современных условиях хозяйствования. Он применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции. Сущность его в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции в соответствующих ценах за вычетом НДС и акцизов и полной ее себестоимостью.

Прибыль на реализуемую продукцию ($P_{рп}$) в общем виде рассчитывается по формуле:

$$P_{рп} = V_{рп} - C_{рп}, \quad (1)$$

где $V_{рп}$ — планируемая выручка от реализации продукции в действующих ценах (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

$C_{рп}$ — полная себестоимость продаж.

Более детально прибыль от объема реализуемой продукции в плановом периоде определяется по формуле:

$$\Pi_{\text{рп}} = \Pi_{\text{он}} + \Pi_{\text{тп}} - \Pi_{\text{ок}}, \quad (2)$$

где $\Pi_{\text{он}}$ — сумма прибыли остатков нереализованной продукции на начало планового периода;

$\Pi_{\text{тп}}$ — прибыль от объема выпуска товарной продукции в плановом периоде;

$\Pi_{\text{ок}}$ — прибыль от остатков нереализованной продукции в конце планового периода.

Тогда,

$$\Pi_{\text{пл}} = \Pi_{\text{пр}} + D_{\text{пр}} - R_{\text{пр}}, \quad (3)$$

где $\Pi_{\text{пл}}$ — прибыль (убыток) планируемого года;

$\Pi_{\text{пр}}$ — прибыль от продажи;

$D_{\text{пр}}$ — прочие доходы;

$R_{\text{пр}}$ — прочие расходы.

Данная методика расчета применима для укрупненного прямого метода планирования прибыли, когда легко определить объем реализуемой продукции в ценах и по себестоимости.

Разновидностью метода прямого счета является метод поассортиментного планирования прибыли. При этом методе прибыль суммируется по всем ассортиментным позициям. К полученному результату прибавляется прибыль в остатках готовой продукции, не реализованных на начало планируемого периода.

2. Аналитический метод используется при незначительных изменениях в ассортименте выпускаемой продукции, при отсутствии инфляционного роста цен и себестоимости.

Расчет аналитическим методом ведется отдельно по сравнимой и несравнимой товарной продукции. Сравнимая продукция выпускается в базисном году, который предшествует планируемому, поэтому известны ее фактическая полная себестоимость и объем выпуска. По этим данным можно определить базовую рентабельность P_0 :

$$P_0 = [П_0 : ПС_{\text{тп}}] \cdot 100\%, \quad (4)$$

где $П_0$ – ожидаемая прибыль (расчет прибыли ведется в конце базисного года, когда точный размер прибыли еще не известен);

$ПС_{\text{тп}}$ – полная себестоимость товарной продукции базисного года.

Расчет ведется в определенной последовательности:

- с помощью базовой рентабельности ориентировочно рассчитывается прибыль планируемого года на объем товарной продукции планируемого года, но по базисной себестоимости;
- рассчитывается изменение [+ , -] себестоимости продукции в планируемом году;
- определяется влияние изменения ассортимента, качества, сортности продукции. Такие расчеты выполняются по специальным таблицам на основе плановых данных об ассортименте продукции, её качестве, сортности;
- после обоснования цены на готовую продукцию планируемого года определяется влияние роста [или снижения] цен;
- влияние на прибыль всех перечисленных факторов суммируется. Прибыль от производства сравнимой продукции в планируемом году определяется с учетом прибыли, исчисленной на 1-м и последующих этапах;
- далее учитывается изменение прибыли в нереализованных остатках готовой продукции на начало и конец планируемого периода.

Аналитический метод показывает влияние различных факторов на прибыль, но это преимущество проявляется только при наличии стабильных условий хозяйствования.

3. В случае метода совмещенного расчета применяются элементы первого и второго способов. Так, стоимость товарной продукции в ценах планируемого года и по себестоимости отчетного года определяется методом прямого счета, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества, изменение ассортимента,

цен и др., выявляется с помощью аналитического метода.

Необходимо отметить, что для применения традиционных методов нужна значительная исходная информация, не доступная на начальной стадии прогнозирования. Эти методы были продуктивны в условиях директивного планирования, но малопригодны в рыночной экономике.

Применение математических методов оправдано лишь на основе достоверных экономических моделей, учитывающих реальные факторы в прогнозируемом периоде.

Методы маржинального анализа основываются на эффекте операционного рычага. Применение этих методов соответствует современной системе финансового контроля, учета издержек и формирования прибыли (директ-костинг) и носит весьма продуктивный характер. Остановимся на них поподробнее.

Метод планирования прибыли, основанный на эффекте операционного рычага базируется на принципе разделения затрат на условно-постоянные и условно-переменные и расчете маржинальной прибыли. Для коммерческих предприятий очень важно определить порог окупаемости затрат, после которого они начнут получать прибыль. Для этого следует установить точку безубыточности. Она позволяет определять объем и стоимость продаж, при которых коммерческая организация способна покрыть все свои расходы, не получая прибыли, но и без убытка. Из выручки от реализации продукции (без НДС, акцизов, таможенных пошлин) вычитаются условно-переменные затраты и получается маржинальная прибыль. Далее из маржинальной прибыли вычитаются условно-постоянные расходы и определяется финансовый результат (прибыль или убыток). Точка безубыточности – это такой объем выручки, при котором организация не получает ни прибыли, ни убытка.

Прямые 1-3 показывают зависимость переменных затрат, постоянных затрат и выручки от объема производства. Точка критического объема производства показывает объем производства, при котором выручка от

реализации равна её полной себестоимости.

После определения точки безубыточности планирование прибыли строится на основе эффекта операционного рычага (левереджа), т.е. того запаса финансовой прочности, при котором организация может позволить себе снизить объем реализации, не приходя к убыточности. Эффект операционного рычага состоит в том, что любое изменение выручки от реализации приводит к ещё более сильному изменению прибыли. Действие этого эффекта связано с непропорциональным воздействием условно-постоянных и условно-переменных затрат на финансовый результат при изменении объема производства и реализации. Чем выше доля условно-постоянных расходов в себестоимости продукции, тем сильнее воздействие операционного рычага. И, наоборот, при росте объема продаж доля условно-постоянных расходов в себестоимости падает, и воздействие операционного рычага уменьшается (Рис.1.2.1).

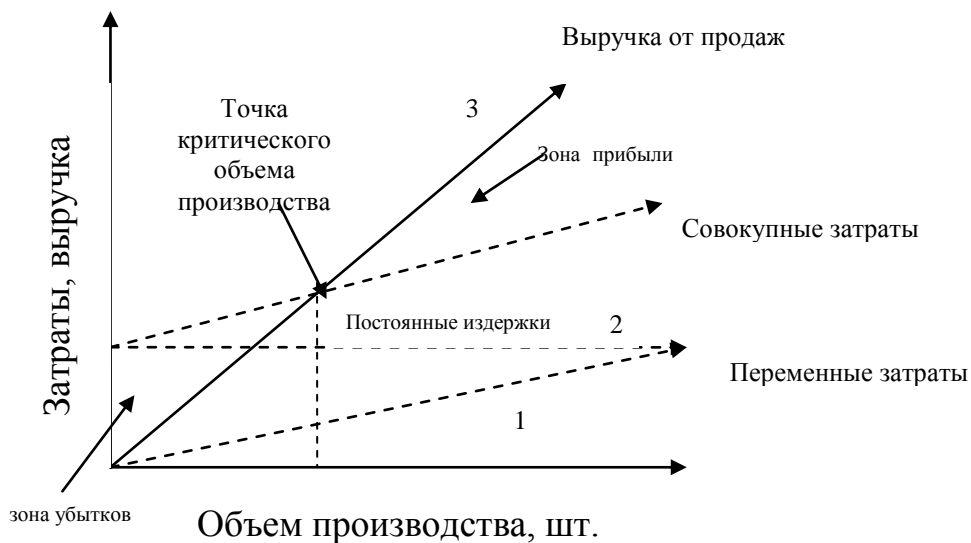


Рисунок 1.2.1 - Определение точки безубыточности

Механизм применения операционного левереджа зависит от того, какие факторы воздействуют на изменение выручки от продаж в плановом периоде по сравнению с базисным: динамика цен, либо динамика натурального объема продаж, либо оба фактора вместе. Как правило, на практике выручка растет или снижается под влиянием одновременного

действия обоих факторов. Но при планировании прибыли важнейшее значение имеют степень и направление воздействия на выручку каждого фактора. Изменение цен в большей степени отражается на динамике прибыли от продаж, чем изменение натурального объема продаж.

Это означает, что операционный левередж выражается не одним, а, как минимум, двумя показателями, из которых один рассчитывается для случая, когда в плановом периоде меняются только цены на реализуемую продукцию, второй — для случая изменения только натурального объема продаж. При условии, что плановая выручка от продаж изменяется за счет обоих факторов, в расчетах применяются оба названных показателя операционного левереджа.

Назовем условно первый из указанных видов операционного левереджа ценовым, второй — натуральным. Ценовой операционный левередж определяется по формуле:

$$L_{ц} = \frac{B_{б}}{П_{б}}, \quad (5)$$

где $L_{ц}$ — ценовой операционный левередж;

$B_{б}$ — базисная выручка от продаж;

$П_{б}$ — базисная прибыль от продаж.

Ценовой операционный левередж равен отношению базисной выручки к базисной прибыли от продаж и показывает во сколько раз темпы изменения прибыли от продаж превышают темпы изменения выручки при изменении цен на 1 %.

Формула натурального операционного левереджа выглядит так:

$$L_{н} = \frac{B_{б} - П_{р}}{П_{б}} \quad (6)$$

где $L_{н}$ — натуральный операционный левередж;

$П_{р}$ — базисные переменные затраты.

Натуральный операционный левередж — это отношение выручки от продаж базисного периода, уменьшенной на переменные затраты того же периода, к базисной прибыли от продаж, или отношение маржинальной прибыли к прибыли от продаж в базисном периоде. С помощью показателя натурального операционного левережда рассчитывается плановая прибыль от продаж при условии изменения в плановом периоде только натурального объема продаж. В реальных условиях, как правило, происходит одновременное изменение и цен, и натурального объема продаж, причем оба фактора могут действовать и в одном направлении, и в противоположных направлениях. Необходимо использовать оба вида операционного левережда для планирования финансового результата от продаж именно при таких условиях.

Темп изменения прибыли от продаж в плановом периоде по сравнению с базисным тогда будет определяться по формуле:

$$\frac{\Delta\Pi}{\Pi_б} = L_{ц} \cdot I_{ц} (1 + I_{н}) + L_{н} \cdot I_{н}, \quad (7)$$

где $\Delta\Pi$ — прирост (уменьшение) прибыли от продаж;

$I_{ц}$ — изменение цен на реализуемую продукцию в плановом периоде по сравнению с базисным (в долях единицы со знаками «+» или «-»);

$I_{н}$ — изменение натурального объема продаж (аналогично « $I_{ц}$ »).

Формула (7) позволяет решать следующие задачи в процессе планирования финансового результата от продаж:

1. Расчет темпов и направления изменения финансового результата от продаж.
2. Целенаправленное изменение планового финансового результата от продаж путем корректировки каждого индекса в пределах имеющихся практических возможностей.
3. Определение необходимого уровня одного из индексов, если известен другой и задана нужная организации сумма плановой прибыли от продаж.

4. Определение уровня индексов, обеспечивающих критический объем продаж, т.е. нулевую прибыль в плановом периоде.

Таким образом, операционный левередж — инструмент, позволяющий оперативно реагировать на динамику спроса и принимать решения, связанные с изменениями финансового результата от продаж.

Однако применение методов маржинального анализа ограничено рядом условий, в числе которых:

1. Устойчивый характер переменных расходов к выручке от продаж.
2. Неизменность постоянных расходов.
3. Постоянство структуры продаж по видам (группам) продукции.

Следующим этапом является определение факторов, повлиявших на изменение прибыли, например, на величину прибыли от продаж влияют цены на готовую продукцию и элементы расходов, формирующие себестоимость, система налогообложения, объем реализации, изменение себестоимости реализованной продукции, изменение величины коммерческих и управленческих расходов. Литвин М.И. предлагает использовать факторную модель прогнозирования прибыли от продаж, которая имеет следующий вид:

$$PSp = PSb \pm DS \pm DN \pm DVC \pm DFC \pm DP, \quad (8)$$

где PSp — прогнозируемая прибыль;

PSb — прибыль базисного периода;

DS — влияние изменения объема продаж;

DN — влияние структурного (ассортиментного) сдвига в объеме продаж;

DVC — влияние изменения переменных расходов;

DFC — влияние изменения постоянных расходов;

DP — влияние изменения продажных цен на продукцию организации.

1. Фактор влияния объема продаж на прибыль (DS) может быть рассчитан по формуле:

$$DS = DT_s \cdot OL \cdot PS_b, \quad (9)$$

где DT_s — прогнозируемый прирост выручки от продаж;

OL — операционный рычаг;

PS — прибыль от продаж в базовом периоде.

2. Влияние фактора структурных сдвигов в объеме продаж (DN) определяется по формуле:

$$DN = S_b \cdot T_b \cdot DMP_n, \quad (10)$$

где, S_b — выручка от продаж в базовом периоде;

T_b — прогнозный темп роста выручки от продаж;

DMP_n — изменение коэффициента маржинального дохода из-за структурных сдвигов.

3. Влияние на прибыль фактора переменных расходов (DVC) определится как:

$$DVC = S_b \cdot T_s \cdot VC_n \cdot VC_p, \quad (11)$$

где VC_n — коэффициент переменных расходов с учетом структурных сдвигов ($1 - MP_n$);

VC_p — прогноз снижения переменных расходов (с обратным знаком).

4. Влияние на прибыль фактора постоянных расходов (DFC) определяется прямым счетом, но с обратным знаком.

5. Влияние на прибыль фактора цен (DP) определится по формуле:

$$DP = S_b \cdot T_b \cdot P_p, \quad (12)$$

где P_p — прогнозируемое изменение цен на продаваемую продукцию.

Структура товарной продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Если увеличится доля более рентабельных видов продукции в общем объеме реализации, то сумма прибыли возрастет. Напротив, при увеличении удельного веса низкорентабельной или убыточной продукции общая сумма прибыли уменьшится.

Себестоимость продаж обратно пропорциональна прибыли: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, и наоборот.

Структурно-логическая модель факторного анализа представлена на рисунке 1.2.2.



Рисунок 1.2.2 - Структурно-логическая модель факторного анализа прибыли от основной деятельности

Изменение уровня среднереализационных цен прямо пропорционально прибыли: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот.

Применение факторных моделей расширяет возможности прогнозирования прибыли. Эти модели хорошо поддаются

программированию и сочетаются с использованием возможностей обработки данных на персональных компьютерах, особенно для расчета структурных сдвигов.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

- 1) показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов;
- 2) показатели, характеризующие рентабельность продаж;
- 3) показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Все эти показатели могут рассчитываться на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции и чистой прибыли.

Рентабельность производственной деятельности (окупаемость издержек) (R_3) исчисляется путем отношения балансовой (Пб) или чистой прибыли (Пч) к сумме затрат по реализованной или произведенной продукции (З):

$$R_3 = \frac{Пб}{З}, \text{ или } R_3 = \frac{Пч}{З} \quad (13)$$

Она показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Может рассчитываться в целом по предприятию, отдельным его подразделениям и видам продукции.

Рентабельность продаж (R_n) рассчитывается делением прибыли от реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли на сумму полученной выручки (РП). Характеризует эффективность предпринимательской деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж. Широкое применение этот показатель получил в рыночной экономике. Рассчитывается в целом по предприятию и отдельным видам продукции.

$$R_n = \frac{Пб}{РП}, \text{ или } R_n = \frac{Пч}{РП} \quad (14)$$

Рентабельность (доходность) капитала (R_k) исчисляется отношением балансовой (чистой) прибыли к среднегодовой стоимости всего инвестированного капитала ($\sum ИК$) или отдельных его слагаемых: собственного (акционерного), заемного, основного, оборотного, производственного капитала и т.д.

$$R_k = \frac{Пб}{\sum ИК}, \text{ или } R_k = \frac{Пч}{\sum ИК}, \quad (15)$$

В процессе анализа следует изучить динамику перечисленных показателей рентабельности, выполнение плана по их уровню и провести межхозяйственные сравнения с предприятиями-конкурентами.

Уровень рентабельности производственной деятельности (окупаемость затрат), исчисленный в целом по предприятию (R), зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации.

Данные показатели дают представление о степени возможности предприятия расплатиться с кредиторами, заемщиками и акционерами денежными средствами в связи с использованием имеющего места денежного притока. Концепция рентабельности исчисляемой на основе притока денежных средств, широко применяется в странах с развитой рыночной экономикой. Она приоритетна, потому, что операции с денежными потоками, обеспечивающие платежеспособность, является существенным признаком состояния предприятия.

Многообразие показателей рентабельности определяет альтернативность поиска путей ее повышения. Для увеличения рентабельности возможны два основных направления: рост прибыли и сокращение затрат на производство. Иначе говоря, достижение положительных результатов возможно за счет снижения себестоимости либо за счет повышения цен на продукцию. Главным источником роста

рентабельности следует считать снижение затрат на производство, себестоимости продукции. Снижение себестоимости продукции может быть достигнуто главным образом за счет повышения эффективности основных фондов, экономии материальных ресурсов, роста производительности труда.

В заключение анализа финансовых результатов разрабатываются конкретные мероприятия, направленные на предупреждение и сокращение убытков и потерь и увеличение прибыли от долго- и краткосрочных финансовых вложений.

Грамотно и своевременно проведенный анализ финансовых результатов позволяет выявить резервы роста прибыли. Резервы роста прибыли - количественно измеримые возможности ее увеличения за счет роста объема продаж продукции, уменьшения затрат на ее производство и реализацию, недопущения вне реализационных убытков, совершенствование структуры производимой продукции. Резервы выявляются на стадии планирования и в процессе выполнения планов. Определение резервов роста прибыли базируется на научно обоснованной методике их расчета, мобилизации и реализации. При подсчете резервов роста прибыли за счет возможного роста объема продаж используются результаты анализа выпуска и продаж продукции.

Таким образом, проведя теоретические исследования можно сделать вывод, что в современных условиях становления и развития рыночных отношений проблема увеличения прибыли и рентабельности, а также уменьшения убытков является главной в деятельности любого предприятия.

Значение прибыли состоит в том, что она отражает конечный финансовый результат. Вместе с тем на величину прибыли и ее динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и не зависящие от усилий предприятия. Практически вне сферы воздействия предприятия находятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений. В известной степени зависят от предприятия такие факторы, как уровень цен на

реализуемую продукцию и заработная плата. К факторам, зависящим от предприятия, относятся уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, конкурентоспособность продукции, организация производства и труда, его производительность, состояние и эффективность производственного и финансового планирования. Перечисленные факторы влияют на прибыль не прямо, а через объем реализуемой продукции и себестоимость, поэтому для выявления конечного финансового результата необходимо сопоставить стоимость объема реализуемой продукции и стоимость затрат и ресурсов, используемых в производстве. Во-вторых, прибыль обладает стимулирующей функцией. Выступая конечным финансово-экономическим результатом предприятий, прибыль играет ключевую роль в рыночном хозяйстве. За ней закрепляется статус цели, что предопределяет экономическое поведение хозяйствующих субъектов, благополучие которых зависит как от величины прибыли, так и принятого в национальной экономике алгоритма ее распределения, включая налогообложение. Доля чистой прибыли, оставшаяся в распоряжении предприятия, после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников. В-третьих, прибыль является источником формирования доходов бюджетов различных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов, а также экономических санкций и используется на различные цели, определенные расходной частью бюджета и утвержденные в законодательном порядке.

Глава 2 Анализ прибыли и рентабельности предприятия и рекомендации по её увеличению (на примере ИП Веретенников М.А.)

2.1 Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ИП Веретенников М.А.

ИП Веретенников М.А. зарегистрировано 5 апреля 2007 года. Как субъект предпринимательства, ИП Веретенников М.А. в своей деятельности руководствуется следующими нормативными документами: Гражданским кодексом Российской Федерации, Налоговым кодексом Российской Федерации, Уставом предприятия и другими нормативно-правовыми актами.

ИП Веретенников М.А. является юридическим лицом, имеет в собственности в хозяйственном ведении имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом. Может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанность, быть истцом и ответчиком. ИП Веретенников М.А. имеет свой самостоятельный баланс и расчетный счет.

Основным видом деятельности ИП Веретенников М.А. является торгово - производственная деятельность. ИП Веретенников М.А. занимается производством и реализацией оконных и дверных конструкций, дополнительных аксессуаров к ним. Номенклатура выпускаемой продукции представляет собой более 30 видов изделий, среди которых основными являются:

- алюминиевые оконные конструкции;
- пластиковые оконные конструкции;
- дверные конструкции;
- откосы алюминиевые;
- откосы деревянные и др.

Основными предприятиями-поставщиками материальных ресурсов ИП Веретенников М.А. являются ООО « Планета» г. Белгород, ул. Константина

Заслонова д. 100. ООО «Окна пласт» г. Белгород, ул. Железнодорожная д. 79
 ООО «САР» г. Воронеж, ул. Хользунова, д.60Б, ООО «Эталон сервис» г.
 Воронеж Ленинский проспект д. 20\1, ООО «Союз» ул. Космонавтов 18,
 ООО «Прада» и др.

Основными заказчиками товарной продукции ИП Веретенников М.А. выступают как физические, так и юридические лица.

Списочная численность персонала ИП Веретенников М.А. согласно штатному расписанию в 2015 г. составила 76 человек, в том числе:

- аппарат управления - 17 единиц,
- производственно-торговый персонал - 59 единиц.

Краткий анализ финансовых показателей деятельности ИП Веретенников М.А. за период 2013-2015 г.г. на основании форм финансовой отчетности (приложения А, Б, В) представлен в таблице 2.1.1.

Таблица 2.1.1 – Основные показатели ИП Веретенников М.А.

| Показатели | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | 2015 г. в % к | |
|---|---------|---------|---------|---------------|-------------|
| | | | | 2013 г. | 2014 г. |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1.Среднегодовая численность работников, чел. | 82 | 78 | 76 | 92,68 | 97,43 |
| 2.Среднегодовая стоимость основных производственных фондов (ОПФ), тыс. руб. | 1255 | 1564 | 2174 | 173,23 | 139 |
| 3.Среднегодовая стоимость оборотных фондов, тыс. руб. | 4708 | 4672 | 5181 | 110,05 | 110,89 |
| 4.Выручка от продажи продукции (работ, услуг) | 48357 | 38517 | 57337 | 118,57 | 148,86 |
| 5.Производительность труда, руб./чел. | 590 | 494 | 754 | 127,93 | 152,78 |
| 6.Фондоотдача, руб. (на 100 руб.) | 3853,15 | 2462,72 | 2637,4 | 68,45 | 107,09 |
| 7.Материалоотдача, руб. (на 100 руб.) | 1027,12 | 824,42 | 1106,68 | 107,74 | 134,24 |
| 8.Полная себестоимость, тыс. руб. | 45307 | 36251 | 54126 | 119,47 | 149,31 |
| 9.Прибыль от продажи продукции (работ, услуг), тыс. руб. | 3051 | 2265 | 3211 | 105,24 | 141,76 |
| 10.Прибыль балансовая, тыс. руб. | 2990 | 2210 | 3126 | 104,55 | 141,45 |
| 11.Рентабельность производства продукции, % | 6,73 | 6,25 | 5,93 | - 0,8 п.п. | - 0,32 п.п. |
| 12.Рентабельность продаж, % | 6,31 | 5,88 | 5,6 | -0,71п.п. | - 0,28 п.п. |
| 13.Рентабельность производственно-хозяйственной деятельности, % | 50,14 | 35,44 | 42,5 | - 7,64 п.п. | + 7,06 п.п. |

Количество работников организации с 2013 по 2015 год уменьшилось с 82 человек до 76. Несмотря на это производительность труда в 2015 году возросла на 30 % по сравнению с 2013 годом и составила 754 руб./чел. Это свидетельствует о более рациональном использовании рабочей силы.

Как видно из данных таблицы 2.1.1, финансово-хозяйственная деятельность ИП Веретенников М.А. характеризуется отрицательной динамикой:

- снижение спроса на оконные конструкции в 2015 г. привело к сокращению показателей прибыли от продаж, которая в 2014 году снизилась по сравнению с 2013 годом с 3051 тыс. руб. до 2265 тыс. руб., но в 2015 увеличилась на 40 % и стала равной 3211 тыс. руб. Спад в 2014 году обусловлен сокращением заказов на менее востребованные оконные конструкции, ведущих к снижению объемов реализации;

- рентабельность продаж имеет такую же тенденцию. И если в 2013 году – она составляет 6,31 %, то в 2015 уменьшается на 0,71 процентных пункта и становится равной 5,6 %, изменяется сумма прибыли с рубля продаж. Эффективность коммерческой деятельности снижается.

- несмотря на рост прибыли рентабельность продукции снизилась с 6,73 % до 5,93 %, то есть сократилась отдача с одного рубля затрат на производство. Связано данное изменение с неоднородным ростом цены и себестоимости продукции;

Рентабельность производственно-хозяйственной деятельности находится на достаточно высоком уровне и характеризует прибыль, полученную с рубля вложенных основных производственных и оборотных средств. В 2013 году она составляла 50,14 %, в 2014 – 35,44 %, в 2015 – 42,5 %.

Данный показатель отражает эффективность использования основных и оборотных фондов, которые характеризуются высокой фондоотдачей (2637,4 руб./100 руб.) и материалоотдачей (1106,68 руб./100 руб.).

Таким образом, по данным оценки основных финансово-экономических показателей, в целом по предприятию ИП Веретенников М.А. наблюдается отрицательная динамика в финансово-хозяйственной деятельности, необходимо более детально проанализировать состав и структуру финансовых результатов предприятия с целью более эффективного его управления для поиска новых решений по формированию и использованию показателей прибыли предприятия.

2.2 Анализ состава, структуры и динамики прибыли и расходов организации и оценка показателей рентабельности предприятия

Основными задачами анализа финансовых результатов деятельности организации являются: оценка динамики показателей прибыли, обоснование их образования, выявление и измерение воздействия различных факторов на прибыль, оценка возможностей её дальнейшего роста на основе оптимизации объемов производства и издержек.

Для анализа будем использовать следующие его методы: горизонтальный, вертикальный, коэффициентный, факторный.

В ходе горизонтального анализа определяются абсолютные и относительные изменения величин различных показателей за определенный период.

Цель вертикального анализа — вычисление удельного веса от дельных показателей в итоге, т.е. выяснение структуры итогового показателя на определенную дату.

Коэффициентный анализ сводится к изучению уровней и динамики относительных показателей финансового состояния, рассчитываемых как отношения величин абсолютных показателей, получаемых на основе отчетности или бухгалтерского учета. При анализе финансовых коэффициентов их значения сравниваются с базовыми величинами, а также

изучается их динамика за отчетный период и за ряд смежных отчетных периодов.

Для выявления причин изменения абсолютных и относительных показателей, а также степени влияния различных причин на величину изменения показателя применяется факторный анализ, в основе которого лежит прием элиминирования, позволяющий устранить влияние всех других факторов, кроме одного, влияние, которого измеряется в данный момент.

Начнем с анализа динамики показателей балансовой и чистой прибыли (таблицы 2.2.1, 2.2.2).

Таблица 2.2.1 – Состав и структура прибыли ИП Веретенников М.А.

| Показатель | 2013 г. | | 2014 г. | | 2015 г. | |
|----------------------------------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|
| | Сумма, тыс. руб. | Доля, % | Сумма, тыс. руб. | Доля, % | Сумма, тыс. руб. | Доля, % |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Приб. (убыт) от продаж | 3 051 | 102,04 | 2 265 | 102,54 | 3 211 | 102,69 |
| Сальдо прочих доходов и расходов | -61 | -2,04 | -56 | -2,54 | -84 | -2,69 |
| Приб. (убыт.) до налогооблож. | 2 990 | 100 | 2 209 | 100 | 3 127 | 100 |
| Текущий налог на прибыль | 715 | 23,9 | 543 | 24,6 | 747 | 23,9 |
| Чистая прибыль (убыток) | 2 275 | 76,1 | 1 666 | 75,4 | 2 380 | 76,1 |

Данные таблицы 2.2.1 показывают, что в 2014 году было снижение всех показателей прибыли по сравнению с 2013 годом, а в 2015 году наблюдается снова рост.

Происходит увеличение прибыли от продаж по сравнению с 2014 годом на 946 тыс. руб., а по сравнению с 2013 – на 160 тыс. руб.; балансовой прибыли – по сравнению с 2014 годом – на 918 тыс. руб., с 2013 годом – на 137 тыс. руб.; чистой прибыли – по сравнению с 2014 – на 714 тыс. руб., с 2013 – на 104 тыс. руб..

По данным анализа так же можно сделать выводы, что в 2014 году наблюдался спад производства по сравнению с 2013 годом, а в 2015 происходит наращение объемов производства. Темп роста показателей 2015 года по сравнению с 2014 составил приблизительно 140 %, т.к. предприятие в этот период успешно вышло из кризиса.

Динамику прибыли представим в графическом варианте (рис. 2.2.1).

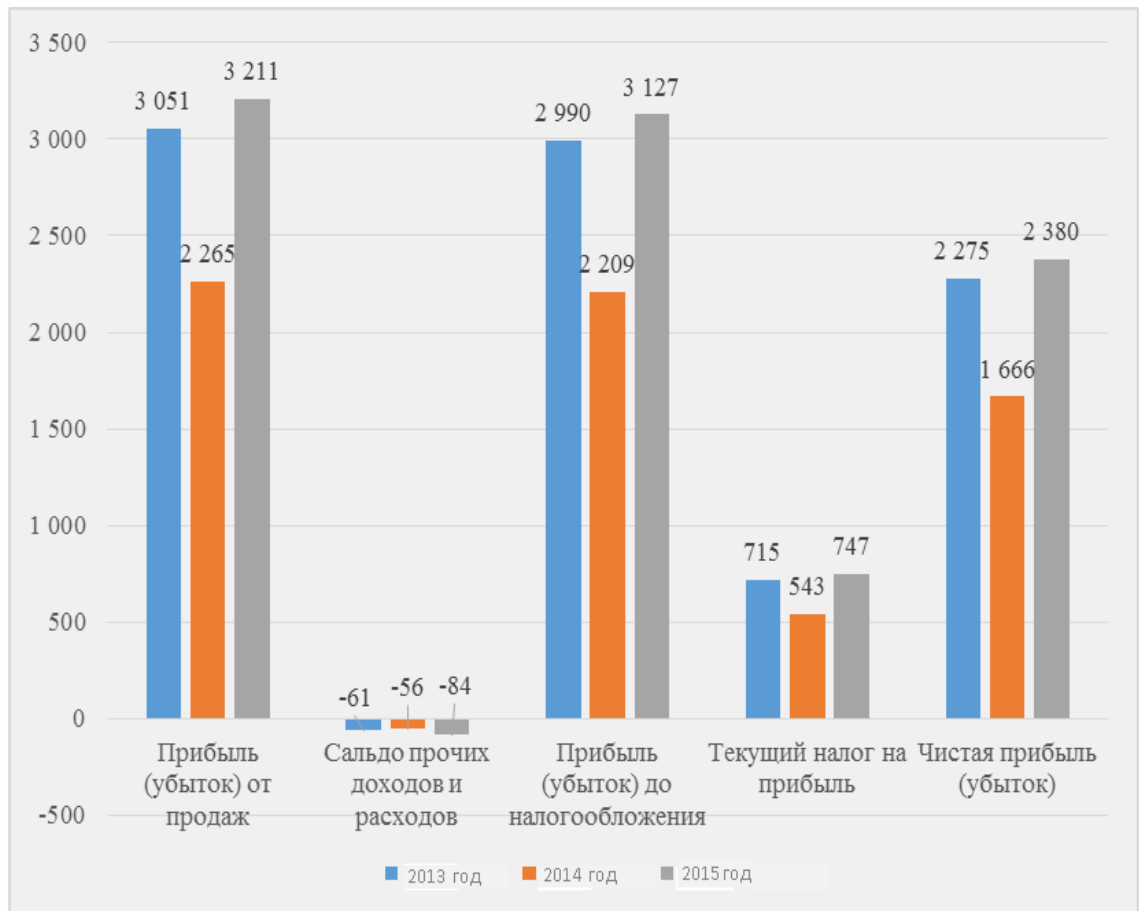


Рисунок 2.2.1 – Динамика показателей прибыли ИП Веретенников М.А. за 2013 – 2015 гг., тыс. руб.

Изменение данных показателей представим в таблице 2.2.2.

Таблица 2.2.2 - Показатели балансовой и чистой прибыли

| Показатель | Изменение показателей 2015 г. | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|------------|---------------|----------------------|------------|---------------|
| | к 2013 г. | | | к 2014г. | | |
| | Абс. изм., тыс. руб. | по стр., % | темп роста, % | абс. изм., тыс. руб. | по стр., % | Темп роста, % |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 160 | 0,65 | 105,24 | 946 | 0,15 | 141,77 |
| Сальдо прочих доходов и расходов | -23 | -0,65 | | -28 | -0,15 | |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 137 | 0 | 104,58 | 918 | 0 | 141,56 |
| Текущий налог на прибыль | 33 | 0 | 104,48 | 204 | -0,7 | 137,57 |
| Чистая прибыль (убыток) | 104 | 0 | 104,62 | 714 | 0,7 | 142,86 |

Структуру прибыли в общей доле прибыли до налогообложения представим на рисунке 2.2.2.

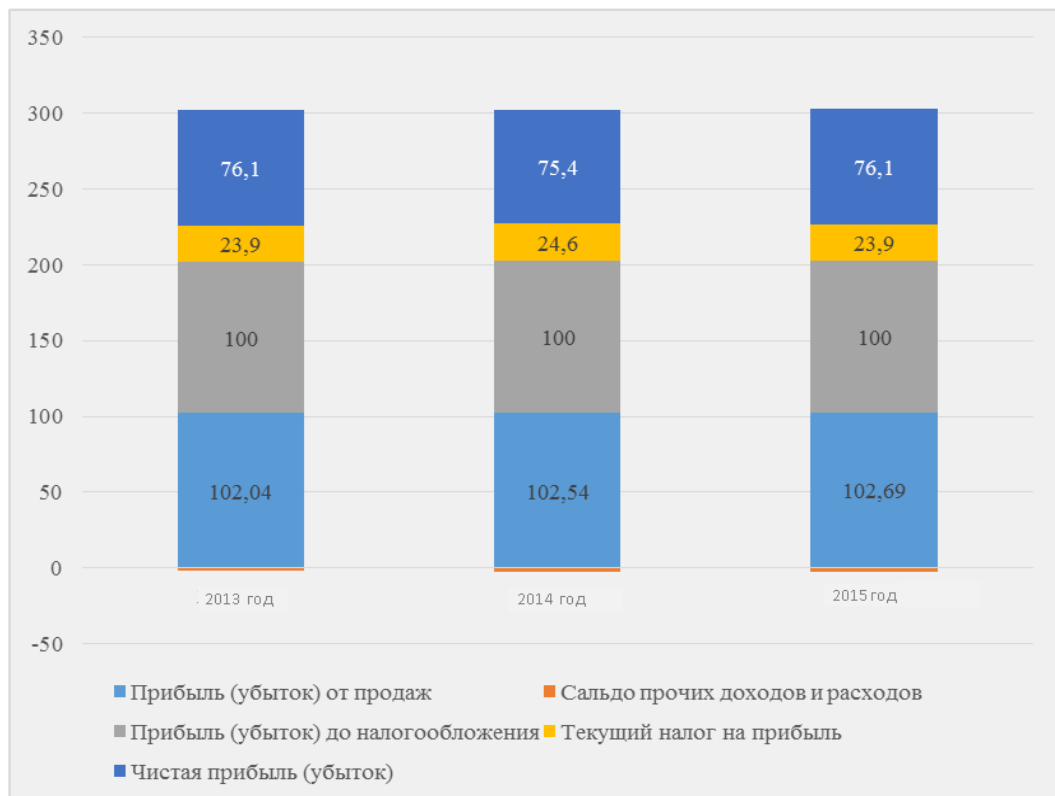


Рисунок 2.2.2 – Структура показателей прибыли в общей доле прибыли до налогообложения ИП Веретенников М.А. за 2013 – 2015 гг., %

Изменений в структуре балансовой прибыли не происходит. Основную долю доходов составляет прибыль от продажи продукции – 102 %. Её величину уменьшают прочие расходы.

Поэтому необходимо уделить особое внимание анализу прибыли от продажи продукции (работ, услуг).

Проанализируем, как изменялась структура выручки от продажи товаров, работ, услуг (таблица 2.2.3).

Таблица 2.2.3 - Структура выручки от продаж (тыс. руб.)

| Показатель | 2013 г. | | 2014 г. | | 2015 г. | |
|--------------------------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|
| | Сумма | Доля, % | Сумма | Доля, % | Сумма | Доля, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Выручка (нетто) | 48 357 | 100 | 38 517 | 100 | 57 337 | 100 |
| Производственная себестоимость | 45 010 | 93,08 | 35 941 | 93,31 | 53 496 | 93,3 |
| Валовая прибыль | 3 347 | 6,92 | 2 576 | 6,69 | 3 841 | 6,7 |
| Коммерческие расходы | 296 | 0,61 | 311 | 0,81 | 350 | 0,61 |
| Управленческие расходы | - | - | - | - | 280 | 0,49 |
| Полная себестоимость | 45 306 | 93,69 | 36 252 | 94,12 | 54 126 | 94,4 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 3 051 | 6,31 | 2 265 | 5,88 | 3 211 | 5,6 |

Данные таблицы 2.2.3 свидетельствуют о том, что в структуре выручки происходит увеличение доли производственной себестоимости в 2014 и 2015 годах по сравнению с 2013 годом.

Динамика показателей выручки от продаж представим на рисунке 2.2.3.

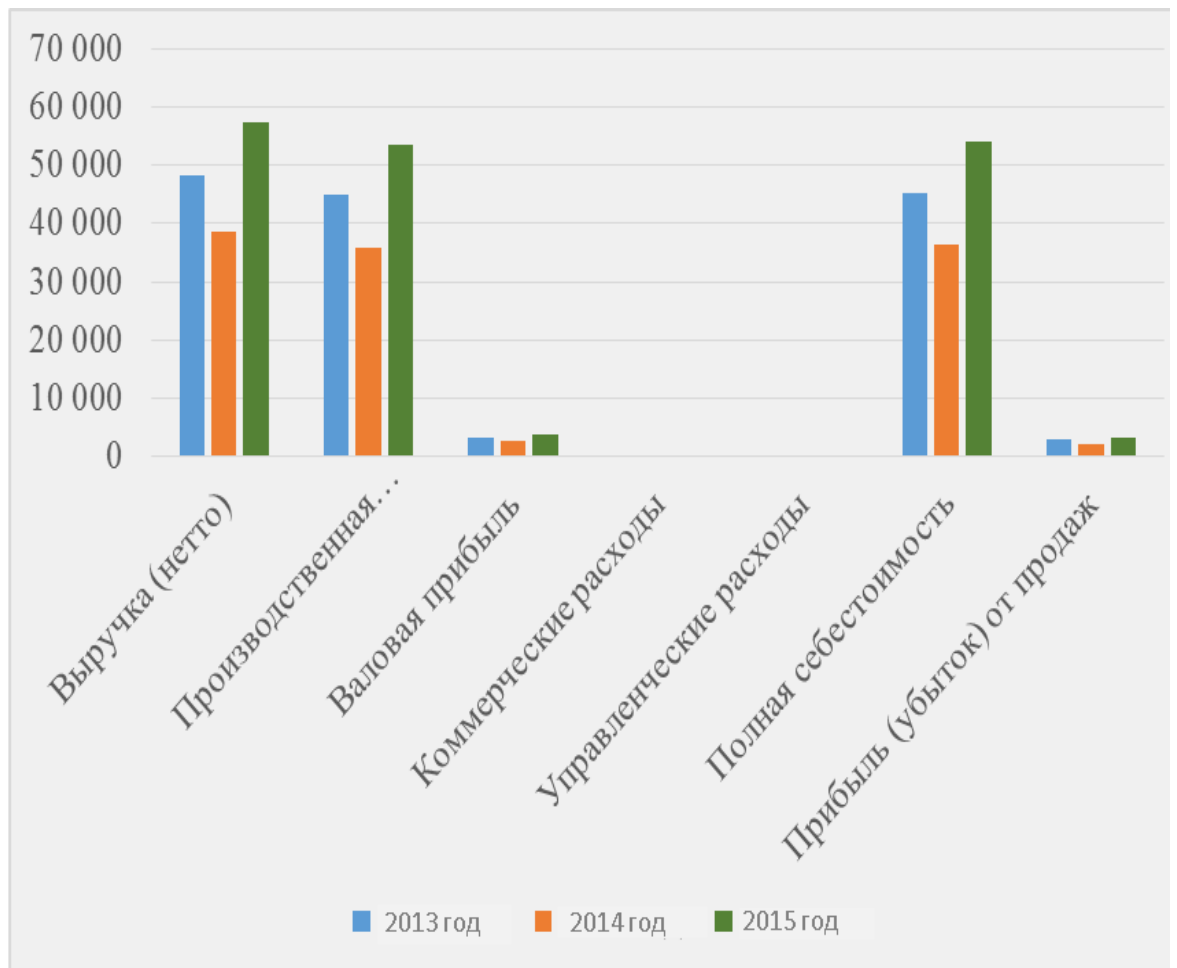


Рисунок 2.2.3 - Динамика показателей выручки от продаж за исследуемый период, тыс. руб.

Полная себестоимость также увеличивается. И если в 2014 году это изменение происходит за счет увеличения коммерческих расходов, то в 2015 году добавляются управленческие расходы.

Структуру показателей выручки от продаж представим на рисунке 2.2.4.

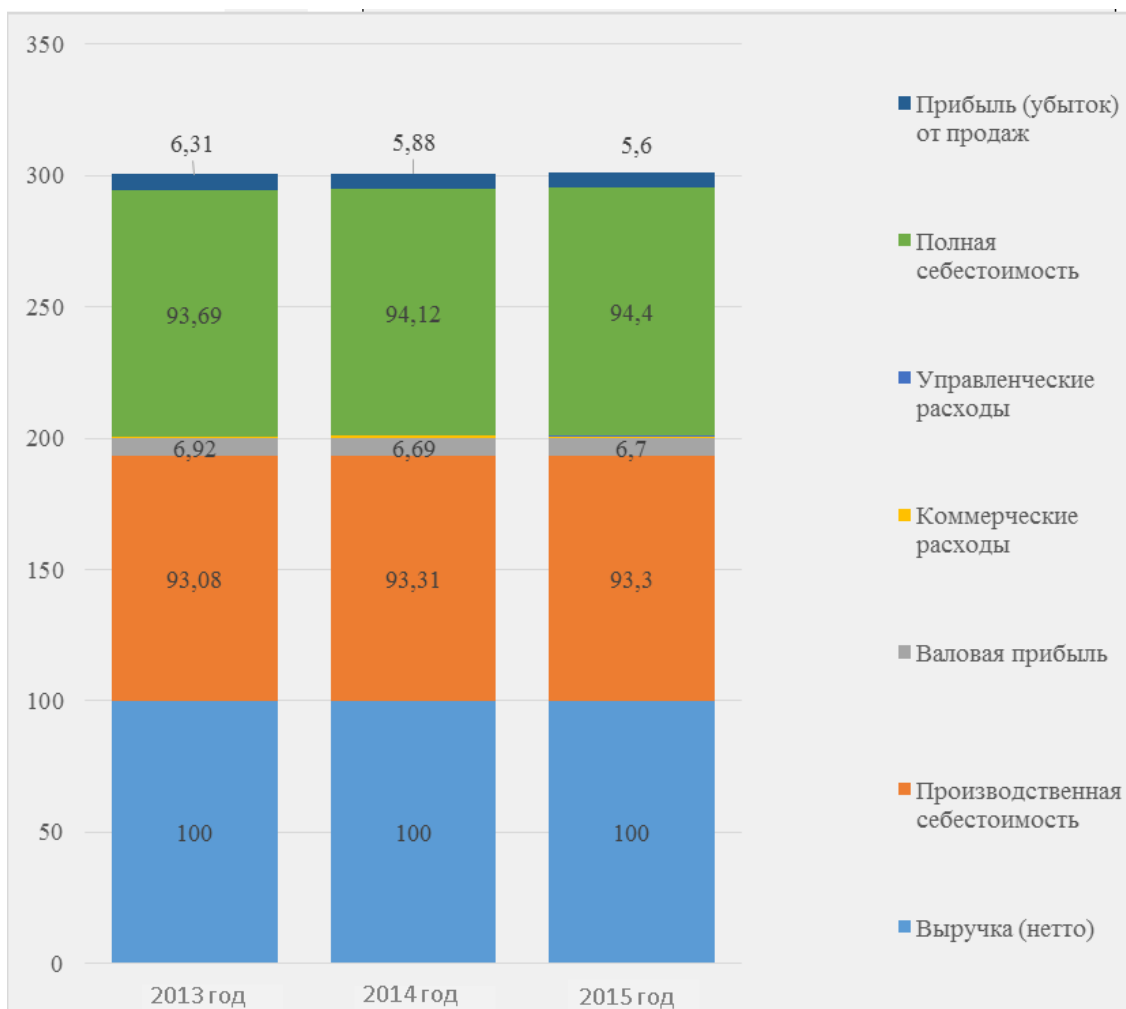


Рисунок 2.2.4 - Динамика показателей выручки от продаж за 2013 – 2015 гг., %

Все это ведет к уменьшению доли прибыли от продаж. Далее перейдем к факторному анализу прибыли от продаж.

Прибыль от продажи продукции в целом по организации зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема реализации продукции ($V_{рп}$); ее структуры ($У_{д_i}$); себестоимости (C_i) и уровня среднереализационных цен ($Ц_i$). Эта зависимость выражается формулой:

$$\Pi = \sum [V_{рп_{общ}} \cdot У_{д_i} (Ц_i - C_i)] \quad (11)$$

Объем реализации продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли. Если же

продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли.

Расчет влияния этих факторов на сумму прибыли выполним способом цепной подстановки. Суть данного способа состоит в том, что для измерения влияния одного из факторов его базовое значение заменяется на фактическое, при этом остаются неизменными значения всех других факторов.

Последующее сопоставление результативных показателей до и после замены анализируемого фактора дает возможность рассчитать его влияние на изменение результативного показателя.

Оценим влияние факторов на уменьшение прибыли в 2014 году по сравнению с 2013. Для начала заполним вспомогательную таблицу (таблица 2.2.4).

Таблица 2.2.4 - Исходные данные для факторного анализа прибыли от продажи продукции в 2014 г., тыс.руб.

| Показатель | 2013 г. | Данные 2013 г., пересчитанные на объем продаж 2014 г. (усл) | 2014г. |
|--------------------------|---------|---|--------|
| Выручка (нетто) (В) | 48 357 | $\sum(V_{рп1} * Ц_0) = 38\ 384$ | 38 517 |
| Полная себестоимость (З) | 45 306 | $\sum(V_{рп1} * C_0) = 35\ 727$ | 36 252 |
| Прибыль (П) | 3 051 | 2 627 | 2 265 |

Сначала нужно найти сумму прибыли при фактическом объеме продаж и базовой величине остальных факторов.

Для этого следует рассчитать индекс объема реализации продукции, а затем базовую сумму прибыли скорректировать на его уровень.

$$I_{pn} = \frac{V_{pn_1}}{V_{pn_0}} \quad (12)$$

$$I_{рп} = 38100 : 48000 = 0,79$$

Если бы величина остальных факторов не изменилась, то сумма прибыли должна была бы уменьшиться на 21 % . Тогда прибыль составила бы:

$$3051 \cdot 0,79 = 2\,410 \text{ тыс. рублей.}$$

Порядок расчета влияния факторов первого уровня на изменение суммы прибыли представим в систематизированном виде (таблица 2.2.5).

Таблица 2.2.5 - Расчет влияния факторов первого уровня на изменение суммы прибыли от продажи продукции в целом по организации

| Показатель прибыли | Факторы | | | | Порядок расчета | Прибыль, тыс.руб. |
|----------------------|--------------|------------------|-------|---------------|-----------------------------------|-------------------|
| | Объем продаж | Структура продаж | Цены | Себестоимость | | |
| Π_0 | t_0 | t_0 | t_0 | t_0 | $B_0 - Z_0$ | 3 051 |
| $\Pi_{\text{усл 1}}$ | t_1 | t_0 | t_0 | t_0 | $\Pi_0 * I_{\text{рп}}$ | 2 410 |
| $\Pi_{\text{усл 2}}$ | t_1 | t_1 | t_0 | t_0 | $B_{\text{усл}} - Z_{\text{усл}}$ | 2 627 |
| $\Pi_{\text{усл 3}}$ | t_1 | t_1 | t_1 | t_0 | $B_1 - Z_{\text{усл}}$ | 2 790 |
| Π_1 | t_1 | t_1 | t_1 | t_1 | $B_1 - Z_1$ | 2 265 |

Изменение суммы прибыли за счет:

1. Объема реализации продукции:

$$\Pi_{\text{врп}} = \Pi_{\text{усл 1}} - \Pi_0 \quad (13)$$

$$\Delta \Pi_{\text{врп}} = 2410 - 3051 = - 641 \text{ тыс. руб.}$$

- структуры товарной продукции:

$$\Delta \Pi_{\text{стр}} = \Pi_{\text{усл 2}} - \Pi_{\text{усл 1}} \quad (14)$$

$$\Delta \Pi_{\text{стр}} = 2627 - 2410 = + 217 \text{ тыс. руб.}$$

- отпускных цен:

$$\Delta \Pi_{\text{ц}} = \Pi_{\text{усл 3}} - \Pi_{\text{усл 2}} \quad (15)$$

$$\Delta \Pi_{\text{ц}} = 2790 - 2627 = + 163 \text{ тыс. руб.}$$

- себестоимости реализованной продукции:

$$\Delta \Pi_{\text{с}} = \Pi_1 - \Pi_{\text{усл 3}} \quad (16)$$

$$\Delta \Pi_{\text{с}} = 2265 - 2790 = - 525 \text{ тыс. руб.}$$

Итого:

$$\Delta \Pi = - 641 + 217 + 163 - 525 = - 786 \text{ тыс. руб.}$$

Для более наглядного представления обобщим данные в таблице 2.2.6.

Таблица 2.2.6 - Влияние факторов первого порядка на прибыль от

продажи продукции

| Фактор | Влияние, тыс.руб. |
|------------------|-------------------|
| Объем реализации | - 641 |
| Структура | + 217 |
| Цена | + 163 |
| Себестоимость | - 525 |
| Итого: | -786 |

Таким образом, на снижение прибыли от продаж в 2014 году в большей степени повлияло снижение объемов реализации, которое привело к изменению на (- 641) тыс. руб., и увеличение себестоимости (- 525 тыс. руб.). Положительное влияние оказали рост цены (+ 163 тыс. руб.) и изменение в структуре продаж (+ 217). Т.е. в 2014 году в структуре начали преобладать более рентабельные виды продукции.

Подобным образом проведем анализ влияния факторов на прибыль от продажи в 2015 году по сравнению с 2014 годом. Данные для расчетов находятся в таблице 2.2.7.

Таблица 2.2.7 - Исходные данные для факторного анализа прибыли от продажи продукции в 2015 г., тыс. руб.

| Показатель | 2014 г. (0) | Данные 2014 г., пересчитанные на продажи 2015 г. (усл) | 2015 г. (1) |
|--------------------------|----------------|--|----------------|
| Выручка (нетто) (В) | 38 517 | 51 561 | 57 337 |
| Полная себестоимость (З) | 36 252 | 48 526 | 54 126 |
| Прибыль (П) | 2 265 | 3 035 | 3 211 |

Найдем сумму прибыли при фактическом объеме продаж и базовой величине остальных факторов.

$$I_{\text{рп}} = 51000 : 38100 = 1,3$$

Если бы величина остальных факторов не изменилась, то сумма прибыли должна была бы увеличиться на 30 % . Тогда прибыль составила бы:

$2265 \cdot 1,3 = 2\,945$ тыс. рублей.

Однако у нас она составляет 3 211 тыс. Оценим влияние каждого фактора на изменение суммы прибыли.

Рассчитанные фактические и условные показатели представлены в таблице 2.2.8.

Таблица 2.2.8 - Фактические и условные показатели

| Показатель прибыли | Порядок расчета | Прибыль, тыс.руб. |
|--------------------|-----------------------------------|-------------------|
| P_0 | $V_0 - Z_0$ | 2 265 |
| $P_{\text{усл 1}}$ | $P_0 \cdot I_{\text{рп}}$ | 2 945 |
| $P_{\text{усл 2}}$ | $V_{\text{усл}} - Z_{\text{усл}}$ | 3 035 |
| $P_{\text{усл 3}}$ | $V_1 - Z_{\text{усл}}$ | 8 811 |
| P_1 | $V_1 - Z_1$ | 3 211 |

Прибыль от продажи продукции в 2015 году по сравнению с 2014 годом изменилась на + 946 тыс. рублей ($3211 - 2265$), в том числе за счет:

1) объема реализации продукции

$$\Delta P_{\text{врп}} = 2945 - 2265 = 680 \text{ тыс. руб.}$$

2) структуры товарной продукции

$$\Delta P_{\text{стр}} = 3035 - 2945 = 90 \text{ тыс. руб.}$$

3) отпускных цен

$$\Delta P_{\text{ц}} = 8811 - 3035 = 5776 \text{ тыс. руб.}$$

4) себестоимости реализованной продукции

$$\Delta P_{\text{с}} = 3211 - 8811 = - 5600 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Итого: } \Delta P = 680 + 90 + 5776 - 5600 = 946 \text{ тыс. руб.}$$

Сведем рассчитанные данные в таблицу 2.2.9.

Таблица 2.2.9 - Влияние факторов первого порядка на прибыль от продажи продукции в 2015 году

| Фактор | Влияние, тыс.руб. |
|------------------|-------------------|
| Объем реализации | + 680 |
| Структура | + 90 |
| Цена | + 5776 |
| Себестоимость | - 5600 |
| Итого: | + 946 |

Результаты анализа показывают, что рост прибыли в 2015 году обусловлен в первую очередь изменениями объема реализации продукции (+ 680 тыс. руб.) и отпускных цен (+ 5776 тыс. руб.); причем влияние цены намного значительнее. Росту суммы прибыли на 90 тыс. руб. способствовало также изменения в структуре товарной продукции.

Это говорит о том, что в общем объеме увеличился вес наиболее рентабельных вариантов продукции.

Отрицательное влияние на конечный результат оказало увеличение себестоимости (- 5600 тыс.руб.). Но темпы роста объема реализации и цен компенсировали это воздействие и обеспечили положительную динамику прибыли. Это говорит об эффективности деятельности организации.

От анализа абсолютных показателей эффективности деятельности перейдем к относительным.

Анализ состава, структуры и динамики расходов предприятия

Знание о составляющих элементах расходов предприятия, порядке формирования и отнесения расходов на соответствующие статьи бухгалтерского учета позволяют качественно оценить характер их возникновения и содержание, осуществлять контроль за их движением и состоянием, выявлять факторы, оказавшие влияние на увеличение (снижение) расходов.

Поведенный выше анализ показал, что отрицательное влияние на конечный результат оказало увеличение себестоимости (- 5600 тыс.руб.). Для этого проведем более подробный анализ влияния расходов на показатели прибыли ИП Веретенников М.А..

Анализ расходов предприятия проводится по данным Отчета о прибылях и убытках за 2013 - 2015 годы (приложение Б, В).

В нем содержится информация обо всех видах расходов за отчетный и предыдущий периоды. Это позволяет анализировать в динамике состав и структуру расходов, их изменение, а также рассчитывать ряд коэффициентов, свидетельствующих об эффективности использования доходов и

целесообразности произведенных расходов в сравнении с полученными доходами.

Анализ информационных сведений о расходах ИП Веретенников М.А. за 2013 - 2015 года проведем по данным таблицы 2.2.10.

Таблица 2.2.10 - Анализ состава, структуры и динамики расходов организации (в тыс.руб.)

| Показатель | 2013 год, тыс. руб. | 2014 год, тыс. руб. | 2015 год, тыс. руб. | Изменение, (+, -) | | |
|---------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | | | 2014 от 2013 | 2015 от 2014 | 2015 от 2013 |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Себестоимость продаж | 45 010 | 35941 | 53496 | -9 069 | 17555 | 8 486 |
| Управленческие расходы | 0 | 0 | 280 | 0 | 280 | 280 |
| Коммерческие расходы | 296 | 311 | 350 | 15 | 39 | 54 |
| Проценты к уплате | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие расходы | 63 | 57 | 84 | -6 | 27 | 21 |
| Налог на прибыль и иные платежи | 715 | 544 | 747 | -171 | 203 | 32 |
| Всего расходов | 46084 | 36852 | 54958 | -9 232 | 18106 | 8 874 |

Расходы организации в 2014 году уменьшились на 9 070 тыс.руб. по сравнению с 2013 годом, т.е. на 20,15% и увеличились на 17 555 тыс.руб. к концу 2015 года по сравнению с 2014 годом (на 48,84%).

В таблице 2.2.11 рассмотрим анализ структуры расходов организации ИП Веретенников М.А. за 2013 – 2015 года.

Таблица 2.2.11 - Анализ структуры расходов организации (в тыс.руб.)

| Показатель | 2013 год, % к итогу | 2014 год, % к итогу | 2015 год, % к итогу | Изменение, (+, -) | | |
|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|---------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | | | 2014 от 2013 | 2015 от 2014 | 2015 от 2013 |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Себестоимость продаж | 97,67 | 97,53 | 97,34 | -0,14 | -0,19 | -0,33 |
| Управленческие расходы | 0 | 0 | 0,51 | 0,00 | 0,51 | 0,51 |
| Коммерческие расходы | 0,64 | 0,84 | 0,64 | 0,20 | -0,20 | 0,00 |
| Проценты к уплате | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Прочие расходы | 0,14 | 0,15 | 0,15 | 0,01 | 0,00 | 0,01 |
| Налог на приб. и иные платежи | 1,55 | 1,48 | 1,36 | -0,07 | -0,12 | -0,19 |
| Всего расходов | 100 | 100 | 100 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

Так себестоимость продаж в 2013 году составила 97,67%, в 2014 году 97,53% и в 2015 году 97,34% от общей суммы расходов.

Одновременно с ростом выручки наблюдается увеличение показателя себестоимости в 2015 году. Отрицательным моментом можно считать незначительное увеличение коммерческих расходов. Практически равные значения темпа роста выручки от продаж с показателем себестоимости существенно не повлияло на величину валовой прибыли (ее можно также назвать «маржинальным доходом»). На изменение прибыли оказали отрицательное влияние следующие факторы:

- увеличение коммерческих расходов на 15 тыс.руб. и 40 тыс.руб.;
- увеличение управленческих расходов на 280 тыс.руб.;
- увеличение прочих расходов на 28 тыс.руб.;
- отсутствие доходов от участия в других организациях.

Рентабельность – это основной показатель эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Показатели рентабельности рассчитываются как относительные показатели финансовых результатов, полученных предприятием за отчетный период. Экономическое содержание показателей рентабельности сводится к прибыльности деятельности предприятия.

Прибыль - показатель абсолютный, рентабельность - относительный.

Существует множество показателей рентабельности, отражающих прибыльность деятельности. Структура показателей рентабельности представляет собой отношение прибыли (как экономического эффекта деятельности) к ресурсам или затратам.

Для оценки деятельности ИП Веретенников М.А. будем использовать следующие показатели:

- рентабельность продукции;
- рентабельность продаж;
- рентабельность активов;

- рентабельность текущих активов;
- рентабельность собственного капитала.

Для проведения анализа показателей рентабельности деятельности ИП Веретенников М.А. нам понадобятся данные, представленные в таблице 2.2.12.

Таблица 2.2.12 - Данные для расчета показателей рентабельности деятельности (тыс. руб.)

| Показатель | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. |
|--|---------|---------|---------|
| Выручка (нетто) (В) | 48 357 | 38 517 | 57 337 |
| Полная себестоимость (ПС) | 45 306 | 36 252 | 54 126 |
| Прибыль от продаж (П _р) | 3 051 | 2 265 | 3 211 |
| Чистая прибыль (П _ч) | 2 275 | 1 666 | 2 379 |
| Среднегодовая стоимость активов (А _{ср}) | 6 819 | 7 516 | 9 066 |
| Среднегодовая стоимость текущих активов (А _{т.ср}) | 4 708 | 4 672 | 5 181 |
| Среднегодовая стоимость собственного капитала (К _{с.ср}) | 4 747 | 5707 | 6 801 |

Рассчитаем показатели рентабельности.

1) рентабельность продукции (коэффициент окупаемости затрат):

$$P_{пр} = \frac{П_p}{ПС} \cdot 100\% \quad (17)$$

$$2013 \text{ год: } P_{пр} = 3051 : 45306 \cdot 100 = 6,73 \%$$

$$2014 \text{ год: } P_{пр} = 2265 : 36252 \cdot 100 = 6,25 \%$$

$$2015 \text{ год: } P_{пр} = 3211 : 54126 \cdot 100 = 5,93 \%$$

По рассчитанным данным видно, что рентабельность продукции к 2015 году снижается. Если в 2013 году организация с 10 затраченных рублей на производство и реализацию продукции получало 67 копеек, то в 2014 году – 63 копейки, а в 2015 году – уже 59 копеек.

2) рентабельность продаж (оборота):

$$P_{об} = \frac{П_p}{В} \cdot 100\% \quad (18)$$

$$2013 \text{ год: } P_{об} = 3051 : 48357 \cdot 100 = 6,3 \%$$

$$2014 \text{ год: } P_{об} = 2265 : 38517 \cdot 100 = 5,88 \%$$

$$2015 \text{ год: } P_{об} = 3211 : 57337 \cdot 100 = 5,6 \%$$

Показатели рентабельности продаж также имеют отрицательную динамику. Отдача с одного рубля продаж снижается с 6,3 % до 5,6 %, но это снижение незначительное.

3) рентабельность активов:

$$P_a = \frac{\Pi_q}{A_{cp}} \cdot 100\% \quad (19)$$

$$2013 \text{ год: } P_a = 2275 : 6819 \cdot 100 = 33,36 \%$$

$$2014 \text{ год: } P_a = 1666 : 7516 \cdot 100 = 22,17 \%$$

$$2015 \text{ год: } P_a = 2379 : 9066 \cdot 100 = 26,24 \%$$

Данный показатель служит для определения эффективности использования активов организации.

У анализируемой организации он находится на достаточно высоком уровне. И хотя в 2014 году рентабельность активов снижается, в 2015 году она достигает 26,24 %, т.е. с каждого рубля используемых активов организация получает 26 коп. чистой прибыли.

4) рентабельность текущих активов:

$$P_{та} = \frac{\Pi_q}{A_{т.ср}} \cdot 100\% \quad (20)$$

$$2013 \text{ год: } P_{та} = 2275 : 4708 \cdot 100 = 48,32 \%$$

$$2014 \text{ год: } P_{та} = 1666 : 4672 \cdot 100 = 35,66 \%$$

$$2015 \text{ год: } P_{та} = 2379 : 5181 \cdot 100 = 45,92 \%$$

Рентабельность текущих активов имеет высокое значение. Её значение колеблется в пределах 35,66 – 48,32 %. Характеризует чистую прибыль, полученную с каждого рубля.

Высокие значения говорят об эффективной политике организации в области распоряжения оборотными средствами, рациональным подходом к организации запасов, управлению дебиторской задолженностью. Организация не образует запасов готовой продукции, т.е. работает под заказ и реализует продукцию сразу по мере изготовления.

Также налажен вопрос с поставкой сырья и материалов, и организации не требуется создавать больших запасов для производства.

5) рентабельность собственного капитала:

$$P_{ск} = \frac{П_ч}{K_{с.ср}} \cdot 100\% \quad (21)$$

$$2013 \text{ год: } P_{ск} = 2275 : 4747 \cdot 100 = 47,92 \%$$

$$2014 \text{ год: } P_{ск} = 1666 : 5707 \cdot 100 = 29,19 \%$$

$$2015 \text{ год: } P_{ск} = 2379 : 6801 \cdot 100 = 34,98 \%$$

Данный показатель характеризует эффективность использования собственных средств, т.е. прибыль, остающуюся в распоряжении организации, полученную на каждый рубль вложений в данную организацию. Эффективность использования собственного капитала в 2013 году составляла 47,92 %, в 2014 – она снижается в 1,64 раза (29,19 %), а потом возрастает до 34,98 %. Представим полученные данные в таблице 2.2.13

Показатели рентабельности характеризуют прибыльность деятельности организации, эффект в качестве прироста прибыли на вложенные ресурсы и произведенные затраты на производство и реализацию продукции.

Исследуемая организация имеет достаточно высокие значения по данным параметрам. Это говорит об эффективности использования собственного капитала; активов, в т.ч. оборотных средств.

Таблица 2.2.13 – Показатели рентабельности деятельности ИП Веретенников М.А.

| Показатель | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Изменение 2015 г. (\pm) к | |
|---|---------|---------|---------|-------------------------------|---------|
| | | | | 2013 г. | 2014 г. |
| Рентабельность продукции, % | 6,73 | 6,25 | 5,93 | -0,8 | -0,32 |
| Рентабельность продаж, % | 6,3 | 5,88 | 5,6 | -0,7 | -0,28 |
| Рентабельность активов, % | 33,36 | 22,17 | 26,24 | -7,12 | 4,07 |
| Рентабельность текущих активов, % | 48,32 | 35,66 | 45,92 | -2,4 | 10,26 |
| Рентабельность собственного капитала, % | 47,92 | 29,19 | 34,98 | -12,94 | 5,79 |

Динамика показателей рентабельности активов ИП Веретенников М.А. за 2013 – 2015 гг. в графическом варианте представлена на рисунке 2.2.5.

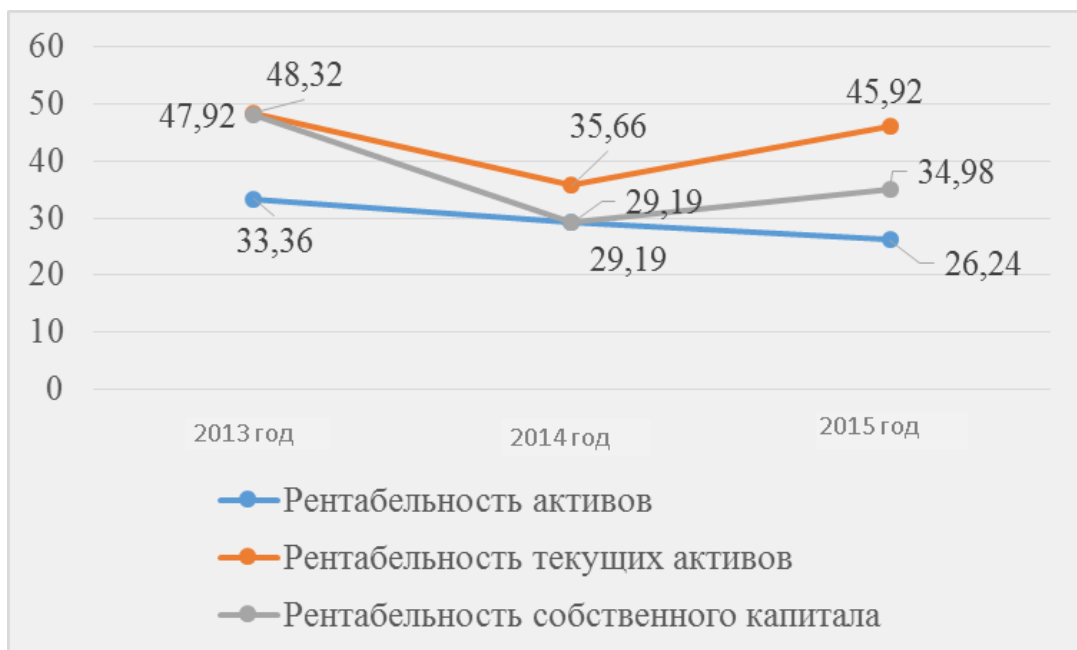


Рисунок 2.2.5 - Динамика показателей рентабельности активов ИП Веретенников М.А. за 2013 – 2015 гг.

Только показатели рентабельности продукции и продаж немного снижаются из года в год.

Динамика показателей рентабельности продаж и продукции ИП Веретенников М.А. за 2013 – 2015 гг. в графическом варианте представлена

на рисунке 2.2.6.

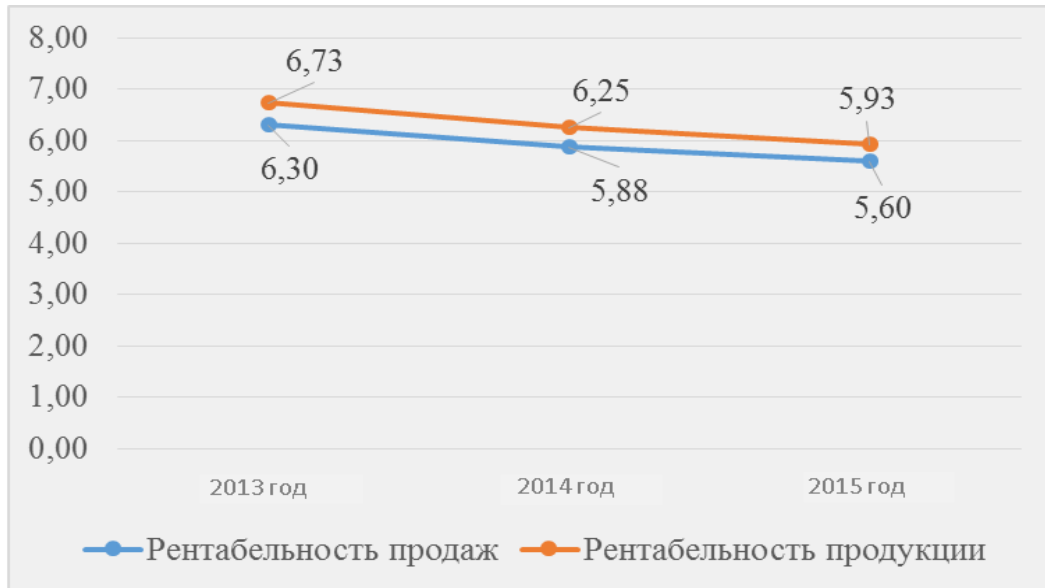


Рисунок 2.2.6 - Динамика показателей рентабельности продаж и продукции ИП Веретенников М.А. за 2013 – 2015 гг.

Перейдем к анализу уровня рентабельности продукции.

Уровень рентабельности продукции (коэффициент окупаемости затрат), исчисленный в целом по организации, зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, её себестоимости и средних цен реализации.

Факторная модель этого показателя имеет следующий вид:

$$P_{np} = \frac{P_p}{ПС} = \frac{f(Vpn_{общ}, Y\partial_i, Ц_i, C_i)}{f(Vpn_{общ}, Y\partial_i, C_i)} \quad (22)$$

Расчет влияния факторов изменения рентабельности 2014 года по сравнению с 2013 годом выполним способом цепной подстановки. Для этого вычислим сначала фактические и условные значения рентабельности.

$$1) \quad P_0 = \frac{П_0(nпуVpn_0, Y\partial_0, Ц_0, C_0)}{З_0(nпуVpn_0, Y\partial_0, C_0)}$$

$$P_0 = 3051 : 45306 \cdot 100 = 6,73 \%;$$

$$2) \quad P_{\text{усл1}} = \frac{\Pi_{\text{усл1}}(n_{\text{пр}}V_{\text{пр}}\eta_1, Y_{\partial_0}, C_0, C_0)}{Z_{\text{усл1}}(n_{\text{пр}}V_{\text{пр}}\eta_1, Y_{\partial_0}, C_0)}$$

$$P_{\text{усл1}} = 2410 : (45306 \cdot 0,79) = 6,73 \ %;$$

$$3) \quad P_{\text{усл2}} = \frac{\Pi_{\text{усл2}}(n_{\text{пр}}V_{\text{пр}}\eta_1, Y_{\partial_1}, C_0, C_0)}{Z_{\text{усл2}}(n_{\text{пр}}V_{\text{пр}}\eta_1, Y_{\partial_1}, C_0)}$$

$$P_{\text{усл2}} = 2627 : 35727 \cdot 100 = 7,35 \ %;$$

$$4) \quad P_{\text{усл3}} = \frac{\Pi_{\text{усл3}}(n_{\text{пр}}V_{\text{пр}}\eta_1, Y_{\partial_1}, C_1, C_0)}{Z_{\text{усл2}}(n_{\text{пр}}V_{\text{пр}}\eta_1, Y_{\partial_1}, C_0)}$$

$$P_{\text{усл3}} = 2790 : 35727 \cdot 100 = 7,81 \ %;$$

$$5) \quad P_1 = \frac{\Pi_1(n_{\text{пр}}V_{\text{пр}}\eta_1, Y_{\partial_1}, C_1, C_1)}{Z_1(n_{\text{пр}}V_{\text{пр}}\eta_1, Y_{\partial_1}, C_1)}$$

$$P_1 = 2265 : 36252 \cdot 100 = 6,25 \ %$$

Сравнивая рассчитанные условные и фактические показатели, вычислим влияние факторов:

Изменение объема продаж:

$$\Delta P_{V_{\text{пр}}} = P_{\text{усл1}} - P_0 \quad (23)$$

$$\Delta P_{V_{\text{пр}}} = 6,73 - 6,73 = 0;$$

Изменение структуры:

$$\Delta P_{\text{уд}} = P_{\text{усл2}} - P_{\text{усл1}} \quad (24)$$

$$\Delta P_{\text{уд}} = 7,35 - 6,73 = + 0,62 \ %;$$

Изменение цены:

$$\Delta P_{\text{ц}} = P_{\text{усл3}} - P_{\text{усл2}} \quad (25)$$

$$\Delta P_{\text{ц}} = 7,81 - 7,35 = + 0,46 \ %;$$

Изменение себестоимости:

$$\Delta P_{\text{с}} = P_1 - P_{\text{усл3}} \quad (26)$$

$$\Delta P_{\text{с}} = 6,25 - 7,81 = - 1,56 \ %;$$

Баланс факторов:

$$\Delta P = 0 + 0,62 + 0,46 - 1,56 = - 0,48 \ %.$$

Обобщим данные в таблице 2.2.14.

Таблица 2.2.14 - Влияние факторов на изменение рентабельности продукции в 2014 году

| Фактор | Изменение рентабельности, % |
|---------------------------------|-----------------------------|
| Структура выпускаемой продукции | + 0,62 |
| Цена | + 0,46 |
| Себестоимость | - 1,56 |
| Итого | - 0,48 |

Снижению рентабельности продукции в 2014 году на 0,48 процентных пункта способствовало увеличение себестоимости. Реализации более рентабельных видов продукции и рост цен был недостаточным, чтобы перекрыть это негативное воздействие.

Аналогичным способом проведем расчет влияния факторов изменения рентабельности продукции в 2015 году по сравнению с 2014 годом.

- 1) $P_0 = 2265 : 36252 \cdot 100 = 6,25 \%$;
- 2) $P_{\text{усл1}} = 2946 : (36252 \cdot 1,3) = 6,25 \%$;
- 3) $P_{\text{усл2}} = 3035 : 48526 \cdot 100 = 6,29 \%$;
- 4) $P_{\text{усл3}} = 8811 : 48526 \cdot 100 = 18,16 \%$;
- 5) $P_1 = 3211 : 54126 \cdot 100 = 5,93 \%$

Рентабельность продукции в 2015 году по сравнению с 2014 годом уменьшилась на 0,32 процентных пункта за счет:

- изменения объема реализации:

$$\Delta P_{\text{Vpn}} = 6,25 - 6,25 = 0;$$

- изменения структуры:

$$\Delta P_{\text{уд}} = 6,29 - 6,25 = + 0,04 \%$$

- изменения цены:

$$\Delta P_{\text{ц}} = 18,16 - 6,29 = + 11,87 \%$$

- изменения себестоимости:

$$\Delta P_{\text{с}} = 5,93 - 18,16 = - 12,23 \%$$

$$\text{Баланс факторов: } \Delta P = 0 + 0,04 + 11,87 - 12,23 = - 0,32 \%$$

Сведем полученные данные в таблицу 2.2.15.

Таблица 2.2.15 - Влияние факторов на изменение рентабельности продукции в 2015 году

| Фактор | Изменение рентабельности, % |
|---------------------------------|-----------------------------|
| Структура выпускаемой продукции | + 0,04 |
| Цена | + 11,87 |
| Себестоимость | - 12,23 |
| Итого | - 0,32 |

Полученные результаты показывают, что снижение рентабельности производственной деятельности происходит за счет увеличения себестоимости и даже рост среднереализационных цен не может полностью компенсировать это влияние.

Таким образом, проведя аналитические исследования можно сделать вывод, что снижение финансовых результатов в 2014 году обусловлено уменьшением объема реализации и ростом затрат. Нарращение объема производства и реализации и увеличение стоимости продукции в 2015 году приводит к росту прибыли. Однако, несмотря на это положительное изменение, увеличивающаяся себестоимость приводит к постепенному снижению рентабельности производства продукции и продаж.

Поэтому политика организации должна быть направлена на поиск резервов за счет увеличения объема реализации, снижения себестоимости, по возможности роста цены; проведение мероприятий по ресурсосбережению и стимулированию спроса.

2.3 Резервы увеличения прибыли и рентабельности предприятия и мероприятия по её планированию

Резервы увеличения прибыли и рентабельности в организации

Прибыль - это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как

экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Прибыль является показателем, который наиболее полно отражает эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства при любой форме собственности.

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее финансовое состояние. Поэтому поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности одна из основных задач в любой сфере бизнеса. Большое значение в процессе управления финансовыми результатами отводится экономическому анализу.

Основные его задачи:

- систематический контроль за формированием финансовых результатов;
- определение влияния как объективных, так и субъективных факторов на финансовые результаты;
- выявление резервов увеличения суммы прибыли и уровня рентабельности и прогнозирование их величины;
- оценка работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
- разработка мероприятий по освоению выявленных резервов.

Как было показано в анализе прибыли основными факторами, влияющими на величину суммы прибыли являются: изменение объема реализации продукции; изменение структуры реализованной продукции (работ, услуг) в натуральном выражении, изменение себестоимости реализованной продукции (работ, услуг). Воздействие этих показателей, чаще всего, взаимосвязано.

Резервы – выявленные возможности количественного и качественного роста основных показателей деятельности организации, выражающиеся в неиспользованных, частично использованных или нерационально использованных производственных ресурсах (материального, финансового, организационного, информационного и подобного им характера).

Резервы роста прибыли – это количественно измеримые возможности ее увеличения за счет роста объема реализации продукции, уменьшения затрат на ее производство и реализацию, недопущения убытков, совершенствование структуры производимой продукции.

Основные направления поиска резервов увеличения прибыли от реализации продукции представлены на рисунке 10.

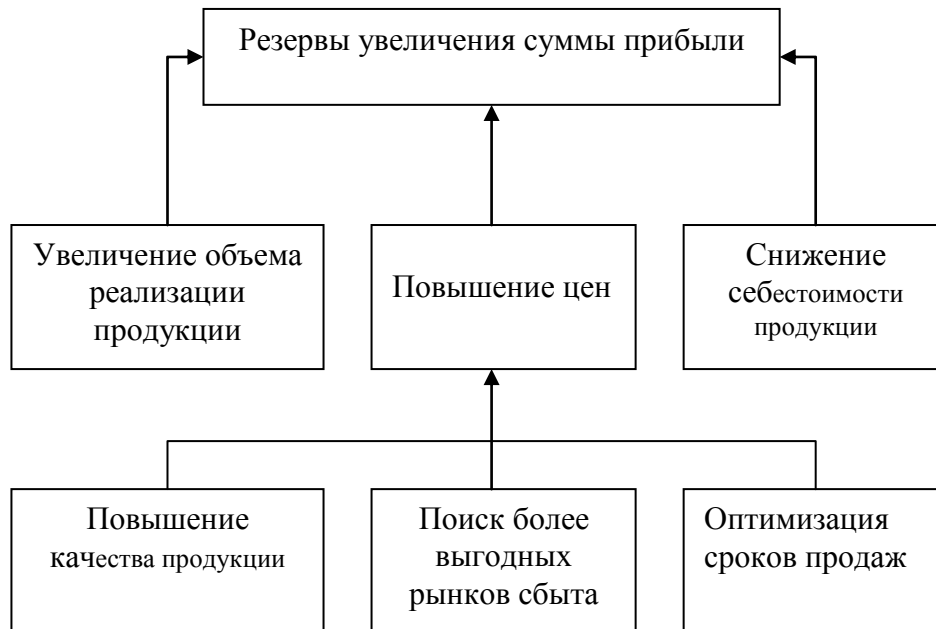


Рисунок 2.3.1 – Основные направления поиска резервов увеличения прибыли и рентабельности

Увеличение объемов реализации продукции происходит за счет более полного использования производственных мощностей, расширения клиентуры.

В период высоких темпов инфляции рост прибыли обеспечивался за счет ценового фактора. Замедление инфляционных процессов, насыщение рынка товарами, развитие конкуренции ограничили возможности

производителей повышать цены и получать прибыль посредством этого фактора. На очередь приходит метод снижения затрат.

В практике предпринимательской деятельности применяются различные способы снижения себестоимости. Безусловно, используются такие приемы, как экономия топливно-сырьевых ресурсов, материальных и трудовых затрат, снижение доли амортизационных отчислений в себестоимости, сокращение административных расходов и т.п.

В этой связи руководству ИП Веретенников М.А. было бы целесообразно придерживаться следующих рекомендаций:

- пересмотреть свои затраты по всем статьям себестоимости;
- рассмотреть и устранить причины возникновения перерасхода финансовых ресурсов на управленческие и коммерческие расходы путем сокращения управленческого персонала, снижения бюджета на проведение рекламных кампаний, использование более эффективных рекламных акций;
- заниматься повышением квалификации работников, которая будет сопровождаться ростом производительности труда;
- разработать и ввести эффективную систему материального стимулирования персонала, тесно связанную с основными результатами хозяйственной деятельности организации и экономией ресурсов;
- использовать системы депремирования работников при нарушении ими трудовой или технологической дисциплины;
- осуществлять постоянный контроль за условиями хранения и транспортировки сырья.

Факторы изменения общепроизводственных и общехозяйственных расходов представим в таблице 2.3.1.

Однако следует иметь в виду, что уменьшение себестоимости имеет предел, после которого оно невозможно без снижения качества продукции. То же относится и к административным и коммерческим расходам, которые невозможно свести к нулю, поскольку без них организация нормально функционировать не сможет и продукция реализовываться не будет.

Таблица 2.3.1 - Факторы изменения общепроизводственных и общехозяйственных расходов

| Статья расходов | Фактор изменения затрат |
|---|---|
| Зарплата управленческих работников | Изменение численности работников и средней зарплаты (изменение окладов, выплата премий, доплаты) |
| Содержание основных фондов: Амортизация Освещение, отопление, водоснабжение и др. | Изменение стоимости основных средств и норм амортизации Изменение количества потребленных услуг и их стоимости |
| Затраты на текущий ремонт основных средств | Изменение объема работ и их стоимости |
| Содержание легкового транспорта | Изменение количества машин и затрат на содержание одной машины |
| Расходы по командировкам | Количество командировок, средняя продолжительность, средняя стоимость одного дня командировки |
| Оплата простоев | Количество человеко-дней простоя и уровень оплаты за один день простоя |
| Потери от порчи и недостачи материалов и продукции | Количество материалов и их стоимость |
| Налоги и отчисления от зарплаты | Изменение суммы начисленной зарплаты и процентных ставок обложений по каждому виду |
| Расходы на охрану труда | Изменение объема намеченных мероприятий и их стоимости |
| И т.д. | |

Также ИП Веретенников М.А. можно предложить:

- выявление наиболее рентабельных видов продукции и обновление ассортимента. Любая продукция проходит стадии жизненного цикла: проектирования, освоения, запуска в производства, серийного выпуска, в результате которого происходит насыщение рынка этим продуктом. По истечении времени продукция морально устаревает, либо не выдерживает конкурентной борьбы и, под давлением снижающейся рентабельности, выпуск её сокращается или прекращается. К освоению нового вида продукции лучше приступать уже на стадии роста прибыли.

- осуществлять эффективную ценовую политику, дифференцированную по отношению к отдельным категориям покупателей;

- осуществлять систематический контроль за работой оборудования и производить своевременную его наладку с целью недопущения снижения качества и выпуска бракованной продукции;
- при вводе в эксплуатацию нового оборудования уделять достаточно внимания обучению и подготовке кадров, повышению их квалификации, для эффективного использования оборудования и недопущения его поломки из-за низкой квалификации;
- ввести систему планирования прибыли на предприятии, которая позволит более четко определять цели по достижению желаемых финансовых результатов и оценивать необходимые затраты, вложения, наращивания объемов производства.

Мероприятия по планированию прибыли в организации.

В ИП Веретенников М.А. практически отсутствует система планирования прибыли. Естественно руководство стремится увеличивать объемы производства, снижать себестоимость, реализовывать по более выгодной цене, но это происходит без каких-либо предварительных расчетов. В связи с этим нам видится необходимым продемонстрировать, как можно использовать один из современных методов планирования прибыли в рамках операционного анализа для определения безубыточного объема реализации, достижения целевого значения прироста прибыли от продаж, принятия эффективного управленческого решения.

Методы операционного анализа изучают зависимость финансового результата от объемов производства, реализации и издержек производства.

В операционном анализе используют различные методы: операционного рычага, анализа безубыточности (порога рентабельности), запаса финансовой прочности, анализа чувствительности критических соотношений.

Анализ безубыточности (определение порога рентабельности) проводят с целью определения объема производства, при котором обеспечивается покрытие расходов организации.

Также анализ безубыточности проводится с целью выявления оптимального для организации объема производства и темпов его развития, что важно для обеспечения платежеспособности и безубыточности организации.

Запас финансовой прочности показывает, насколько организация может снизить выручку от реализации своей продукции, обеспечивая при этом финансовую устойчивость организации.

Анализ чувствительности предполагает отслеживание того, как изменяется прибыль в ответ на изменения одного из параметров при условии, что другие останутся неизменными.

Операционный рычаг (левередж) – это потенциальная возможность влиять на прибыль, изменяя структуру себестоимости и объем выпуска. Эффект операционного рычага заключается в том, что любое изменение выручки от продаж ведет к более сильному изменению прибыли. Уровень или силу воздействия операционного рычага выразим, как:

$$\text{ЭОР} = \frac{\text{МП}}{\text{П}}, \quad (27)$$

где МП – базовая маржинальная прибыль;

П – базовая прибыль от продаж.

Иными словами, при планировании прироста или снижения выручки от продаж использование показателя операционного левереджа позволяет одновременно определить прирост или уменьшение прибыли. И наоборот, если в плановом периоде организации необходима определенная величина прибыли от продаж, с помощью операционного левереджа можно установить, какая выручка от продаж обеспечит нужную прибыль.

В качестве базовых значений будем использовать данные ИП Веретенников М.А. за 2015 год. Для проведения расчетов составим вспомогательную таблицу 2.3.2.

Таблица 2.3.2 - Данные для расчета эффекта операционного рычага

| Показатель | Сумма, тыс. рублей |
|------------------------------------|--------------------|
| Выручка от продажи продукции (В) | 57 337 |
| Полная себестоимость (ПС), в т.ч.: | 54 126 |
| постоянные затраты (ПЗ) | 8 119 |
| переменные затраты (ПрЗ) | 46 007 |
| Прибыль от реализации продукции | 3 211 |

Вычислим

1) маржинальную прибыль:

$$МП = В - ПрЗ = 57337 - 46007 = 11\,330 \text{ тыс. руб.}$$

2) коэффициент маржинальной прибыли:

$$K_{мп} = МП : В = 11330 : 57\,337 = 0,20$$

3) порог рентабельности:

$$ПР = ПЗ : K_{мп} = 8119 : 0,20 = 40595 \text{ тыс.руб.}$$

4) запас финансовой прочности:

$$ЗПФ = В - ПР = 57337 - 40595 = 16742 \text{ тыс. руб.}$$

5) запас финансовой прочности в %:

$$ЗПФ = (В - ПР) : В \cdot 100 \% = 16742 : 57337 \cdot 100 = 29,2 \%$$

б) эффект операционного рычага:

$$ЭОР = МП : П = 11\,330 : 3\,211 = 3,5$$

Таким образом, безубыточный объем продаж организации составляет 40595 тыс.руб., запас финансовой прочности 16742 тыс.руб., т.е. организация может снизить объем реализации на 29 % прежде, чем начнет терпеть убытки.

Эффект операционного рычага составляет 3,5. Это значит, что при увеличении объема реализации на 1 %, прибыль от продаж вырастет на 3,5 %. Однако при снижении выручки от продаж произойдет обратный эффект.

Рассмотрим прогнозируемую ситуацию.

Организация ИП Веретенников М.А. имеет возможность увеличить в будущем году цену на 10 %, не теряя при этом конкурентоспособности на рынке. Желаемый прирост прибыли составляет 30 %. Необходимо

определить, какой объем реализации обеспечит такое изменение при заданных условиях.

Воспользуемся формулой для определения прироста прибыли:

$$\frac{\Delta\Pi}{\Pi_б} = L_ц \cdot I_ц (1 + I_ц) + L_н \cdot I_н, \quad (28)$$

где $\Delta\Pi$ — прирост (уменьшение) прибыли от продаж;

$\Pi_б$ — базисная прибыль от продаж;

$I_ц$ — изменение цен на реализуемую продукцию в плановом периоде по сравнению с базисным (в долях единицы и соответственно со знаками «+» или «-»);

$I_н$ — изменение натурального объема продаж (аналогично величине « $I_ц$ »).

$L_ц$ — ценовой операционный левередж, который определяется по формуле (27):

$$L_ц = \frac{B_б}{\Pi_б}, \quad (29)$$

где $B_б$ — базовая выручка от продаж;

$L_н$ — натуральный операционный левередж (тоже, что и ЭОР, который вычислили ранее).

Определенное сочетание динамики цен и натурального объема продаж обеспечивает размер прибыли от продаж, необходимый организации. Зная это сочетание, организация в пределах имеющихся возможностей способна маневрировать индексами цен и натурального объема продаж, приближая условия спроса на продукцию к желаемым.

Из формулы 27 выведем формулу для определения изменения натурального объема продаж.

$$I_н = \left(\frac{\Delta\Pi}{\Pi_б} - L_ц \cdot I_ц \right) : (L_ц \cdot I_ц + L_н) \quad (30)$$

Рассчитаем ценовой левередж:

$$L_{ц} = 57337 : 3211 = 17,8$$

Подставляя все значения в формулу, получаем:

$$I_{н} = (17,8 \cdot 0,1 - 0,3) : (17,8 \cdot 0,1 + 3,5) = 0,28 \text{ или } 28 \%$$

Итоговый объем продаж должен составить $57337 \cdot 1,28 = 73391,36$ ед.

Следовательно, для того, чтобы ИП Веретенников М.А. достигла прироста прибыли на 30 % при изменении цен на + 10 %, ей необходимо увеличить объем реализации на 28 %, т.е. обеспечить продажу 73391 единиц (окна, двери и т.д.).

Значит целью деятельности организации на 2016 год должно стать заключение договоров на реализацию 73391 единиц.

В случае достижения большего оборота, прибыль от продаж вырастет более, чем на 30 %.

Порог рентабельности составляет:

$$Pr = 46007 : (8811 - 8119) = 66,48 \text{ шт.}$$

$$P = 66,48 \times 8811 = 585755,28 \text{ руб.}$$

Составим график безубыточности (рисунок 2.3.2).

Р

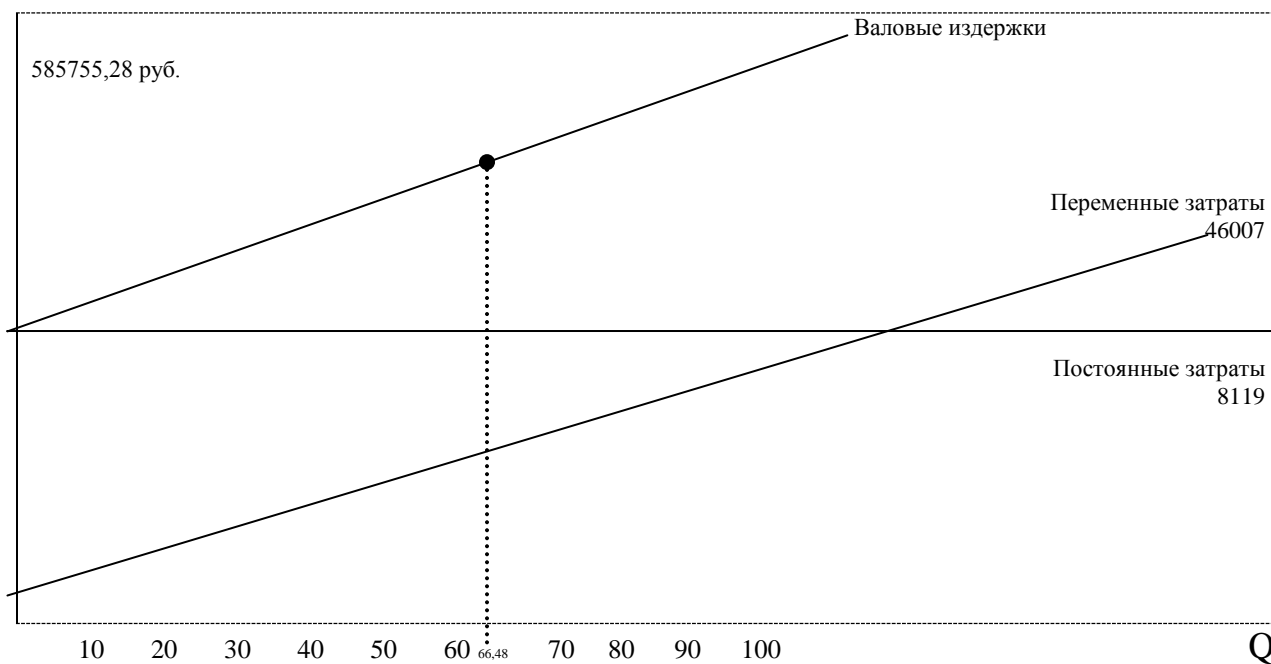


Рисунок 2.3.2 - График безубыточности

Таким образом, критический объем продаж наступает при производстве 66,48 штук или на 585755,28 рублей.

Операционный левередж — инструмент, позволяющий целенаправленно изменять плановый финансовый результат от продаж путем корректировки каждого индекса в пределах имеющихся практических возможностей, оперативно реагировать на динамику спроса и принимать решения, связанные с изменениями финансового результата от продаж.

Поэтому рекомендуется организации ИП Веретенников М.А. применять более эффективный метод планирования прибыли.

Экономический эффект от внедрения предложенных мероприятий

При подсчете резервов роста прибыли за счет возможного роста объема реализации используются результаты анализа выпуска и реализации продукции.

Сумма резерва роста прибыли за счет увеличения объема продукции рассчитывается по формуле:

$$P \uparrow \Pi v_{pn} = \sum (P \uparrow Vpn_i \cdot \Pi'_{i1}), \quad (31)$$

где $P \uparrow Vpn_i$ — резерв роста объема реализации;

Π'_{i1} — фактическая сумма выручки от продажи продукции.

Сопоставление возможного объема реализации, установленного в результате анализа отчетности и финансовых возможностей организации, позволяет определить резерв увеличения объема продажи продукции ИП Веретенников М.А. в 30 % от фактического объема реализации 2015 года.

Рассчитаем резерв увеличения прибыли за счет увеличения объема реализации продукции ИП Веретенников М.А. по формуле (24):

$$P \uparrow Vpn_i = 57337 \cdot 0,3 = 17\ 201;$$

$$\Pi'_{i1} = 1124 - 1061 = 63 \text{ рубля или } 0,063 \text{ тыс. руб.};$$

$$P \uparrow \Pi v_{pn} = 17201 \cdot 0,063 = 1083,66 \text{ тыс. руб.}$$

Подсчет резерва роста прибыли за счет снижения себестоимости продукции ($P \uparrow \Pi_c$) осуществляется следующим образом: выявленный резерв

снижения себестоимости продукции ($P \downarrow C$) умножается на возможный объем её продаж с учетом резервов его роста:

$$P \uparrow \Pi_c = \sum P \downarrow C_i (Vpn_{i1} + P \uparrow Vpn_i) \quad (32)$$

Согласно анализу отчетности резерв снижения себестоимости составляет 17 рублей на единицу продукции. Тогда резерв роста прибыли за счет снижения себестоимости ИП Веретенников М.А. по формуле (26) составляет:

$$P \uparrow \Pi_c = 0,017 \cdot (57337 + 17201) = 1267,15 \text{ тыс. руб.}$$

Обобщенный резерв увеличения суммы прибыли ($P \uparrow \Pi$) составляет:

$$P \uparrow \Pi = P \uparrow \Pi_{V_{pp}} + P \uparrow \Pi_c = 1083,66 + 1267,15 = 2350,81 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, если бы ИП Веретенников М.А. использовала свои резервы роста прибыли за счет увеличения объемов реализации и снижения себестоимости, то прибыль от продажи продукции составила 5 561,81 тыс. руб. ($3211 + 2350,81$) вместо 3 211 тыс. руб.

Далее можем рассчитать резерв повышения уровня рентабельности продукции ($P \uparrow R$), который зависит от увеличения суммы прибыли от реализации продукции и снижения её себестоимости. Для подсчета резерва может быть использована следующая формула:

$$P \uparrow R = R_b - R_1 = \frac{\Pi_1 + P \uparrow \Pi}{\sum Vpn_{iB} \cdot C_{iB}} - \frac{\Pi_1}{Z_1}, \quad (33)$$

где R_b – возможный уровень рентабельности;

R_1 – фактический уровень рентабельности;

Π_1 – фактическая сумма прибыли отчетного периода;

V_{ppB} – возможный объем реализации продукции с учетом выявленных резервов его роста;

C_{iB} – возможный уровень себестоимости продукции с учетом выявленных резервов снижения ($54126 - 1267$);

Z_1 – фактическая сумма затрат по реализованной продукции.

Находим резерв повышения уровня рентабельности ИП Веретенников

М.А. по формуле (26):

$$P\uparrow R = 5562 : 52859 \cdot 100 - 5,93 = 10,52 - 5,93 = + 4,59 \%$$

При использовании выявленных резервов рентабельность продукции может вырасти до 10,52 %.

Обобщим все выявленные резервы роста прибыли и рентабельности (таблица 2.3.3).

Таблица 2.3.3 - Обобщенные резервы увеличения суммы прибыли и рентабельности на планируемый 2016 год

| Источник резервов | 2015 год | Прогноз 2016 год | Резервы увеличения |
|------------------------------------|----------|------------------|--------------------|
| Увеличение объема продаж, тыс.руб. | 57337 | 58420,66 | 1083,66 |
| Снижение затрат, тыс.руб. | 54126 | 52858,85 | 1267,15 |
| Рост прибыли от продаж, тыс.руб. | 3211 | 5561,81 | 2350,81 |
| Увеличение рентабельности, % | 5,93 | 10,52 | 4,59 |

Итак, при увеличении объема реализации продукции, снижении затрат ИП Веретенников М.А. получит дополнительную прибыль от продаж в сумме 2350,81 тыс.руб. и увеличит рентабельность (окупаемость затрат) на 4,59%.

Итак, подводя итоги третьей главы можно сделать следующие выводы, что на основе проведенного анализа предлагается:

1. Использовать резервы увеличения прибыли за счет изменения объема реализации и снижения себестоимости. При увеличении объема реализации продукции, снижении затрат ИП Веретенников М.А. получит дополнительную прибыль от продаж в сумме 2350,81 тыс.руб. и увеличит рентабельность (окупаемость затрат) на 4,59%.

2. Организовать мероприятия, направленные на рост прибыли как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе: устранение причин перерасхода финансовых ресурсов на управленческие и коммерческие расходы; экономия топливно-сырьевых ресурсов; контроль за работой оборудования; повышение квалификации работников; введение эффективной системы материального стимулирования персонала; введение

управленческого учета затрат по центрам ответственности; обновление ассортимента.

3. Применять современный метод планирования прибыли, основанный на эффекте операционного рычага. Использование данного метода показало, что для достижения прироста прибыли от реализации продукции на 30 % при планируемом изменении цен на + 10 % и размере операционного рычага 3,5 организации необходимо увеличить объем продаж на 28 %.

Так же исследуемому предприятию предлагается разрабатывать плановые мероприятия по увеличению прибыли. В общем, плане эти мероприятия могут быть следующего характера:

- увеличение продаж продукции;
- улучшение качества сервиса;
- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
- расширение рынка продаж.

Заключение

На основании проведенного исследования сделаны следующие выводы:

- прибыль – это превышение доходов над расходами. Обратное положение называется убытком. В соответствии с нормативными актами, действующими в России, под доходами понимается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества), а расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников;

- прибыль - это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Прибыль является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства при любой форме собственности;

- прибыль - один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий. За счет прибыли осуществляется финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию предприятий, увеличение фонда оплаты труда их работников. Она является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей предприятия, но приобретает все

большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

Предприятие любой формы собственности, получив финансовую самостоятельность и независимость, вправе решать на какие цели и в каких размерах направлять прибыль, оставшуюся после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей и отчислений.

Каждое предприятие, прежде чем начать производство продукции, определяет какую прибыль, какой доход оно сможет получить. Отсюда прибыль является основной целью предпринимательской деятельности, ее конечным результатом.

Важной задачей каждого хозяйствующего субъекта - получить больше прибыли при наименьших затратах путем соблюдения строгого режима экономии в расходовании средств и наиболее эффективного их использования.

На величину прибыли и ее динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и не зависящие от усилий организации, экстенсивного и интенсивного характера.

Составной частью формирования финансового результата служит планирование прибыли. На практике возможно применение различных методик прогнозирования (планирования) прибыли, которые можно классифицировать по трем группам: традиционные методы (метод прямого счета, аналитический метод, совмещенный метод); экономико-математические методы; методы маржинального анализа, основанные на эффекте операционного рычага. Неким объединением данных методов является факторная модель.

Анализ прибыли ИП Веретенников М.А. показал, что основные свои доходы организация получает от своей обычной деятельности. Динамика показателей прибыли за 2013 – 2015 годы свидетельствует о том, что в 2014 году происходит снижение суммы прибыли, а в 2015 году наблюдается снова рост. Если в 2013 году прибыль от продаж составляла 3051 тыс. руб., то в

2014 – 2265 тыс. руб., в 2015 – 3211 тыс. руб. Чистая прибыль в 2013 году была равна 2275 тыс. руб., в 2014 – 1666 тыс. руб., в 2015 – 2380 тыс.руб. Темп роста показателей 2015 года по сравнению с 2014 годом составил 140 %.

Детальный анализ финансовых результатов от реализации продукции показал, что производственная себестоимость в структуре выручке составляет приблизительно 93 %. Однако в 2014 году происходит рост коммерческих расходов, а в 2015 году добавляются ещё и управленческие расходы, которые увеличивают полную себестоимость производимой продукции на 1,4 процентных пункта по сравнению с 2013 годом.

Факторный анализ прибыли от реализации продукции свидетельствует о том, что снижение суммы прибыли в 2014 году на 786 тыс. руб. по сравнению с 2013 годом произошел в основном за счет сокращения объемов реализации (- 641 тыс. руб.) и увеличения себестоимости (- 525 тыс. руб.). Положительное влияние оказали рост цены (+ 163 тыс. руб.) и изменение структуры продаж (+ 217 тыс. руб.). Значительное увеличение прибыли в 2015 году (на 946 тыс. руб.) было обусловлено в первую очередь ростом объема реализации (+ 681 тыс. руб.) и среднереализационных цен (+ 5776 тыс.руб.). Влияние себестоимости оказалось не столь значительным (- 5600 тыс.руб.), что обеспечило положительную динамику и повысило результативность деятельности.

На основе проведенного анализа и изложенных выводов предлагается:

1. Использовать резервы увеличения прибыли за счет изменения объема реализации и снижения себестоимости. При увеличении объема реализации продукции, снижении затрат ИП Веретенников М.А. получит дополнительную прибыль от продаж в сумме 2350,81 тыс.руб. и увеличит рентабельность (окупаемость затрат) на 4,59%.

2. Организовать мероприятия, направленные на рост прибыли как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе: устранение причин перерасхода финансовых ресурсов на управленческие и коммерческие

расходы; экономия топливно-сырьевых ресурсов; контроль за работой оборудования; повышение квалификации работников; введение эффективной системы материального стимулирования персонала; введение управленческого учета затрат по центрам ответственности; обновление ассортимента.

3. Применять современный метод планирования прибыли, основанный на эффекте операционного рычага. Использование данного метода показало, что для достижения прироста прибыли от реализации продукции на 30 % при планируемом изменении цен на + 10 % и размере операционного рычага 3,5 организации необходимо увеличить объем продаж на 28 %.

Так же исследуемому предприятию предлагается разрабатывать плановые мероприятия по увеличению прибыли. В общем, плане эти мероприятия могут быть следующего характера:

- увеличение продаж продукции;
- улучшение качества сервиса;
- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
- расширение рынка продаж.

Из этого перечня мероприятий вытекает, что они тесно связаны с другими мероприятиями на предприятии, направленными на снижение издержек.

В итоге цель работы была достигнута, задачи решены. Изложенный теоретический материал, результаты исследования и предложенные рекомендации могут служить материалом для более глубокого понимания механизма формирования финансового результата, оценки влияющих на него факторов, и использованы для повышения эффективности деятельности организации, целевого планирования прибыли

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации [Текст]: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года : с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ. – [Офиц. изд.]. – Москва: ЭКСМО, 2008. (Законы и кодексы). // <http://www.garant.ru/>
2. Налоговый кодекс Российской Федерации [Текст] часть первая от 31 июля 1998 г. N 146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. N 117-ФЗ с изменениями и дополнениями от 4 марта 2013 г. // <http://www.garant.ru/>
3. Гражданский кодекс Российской Федерации [Текст] часть первая от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. N 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ с изменениями и дополнениями от 11 февраля 2013 г. // <http://www.garant.ru/>
4. Российская Федерация. Приказ. О формах бухгалтерской отчетности организации [Текст] : № 66н : принят Министерством Финансов РФ 2 июля 2010 г. // <http://www.garant.ru/>
5. Федеральный закон [Текст] от 26 октября 2002 г. N 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (с изменениями и дополнениями от 30 декабря 2012 г.) // <http://www.garant.ru/>
6. Аблязова, Н.О. Управление социальным развитием организации [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Управление персоналом» / Н. О. Аблязова [и др.] - Москва: ИНФРА-М, 2013.
7. Авдонин, Б.Н. Финансовое оздоровление и развитие предприятий в период посткризисного восстановления и модернизации российской экономики [Текст]: учебное пособие для вузов / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, И.В. Булава, К.Н. Мингалиев.-Москва: Креативная экономика, 2011. - 472 с.

8. Адаев, Ю.В. Анализ эффективности хозяйственной деятельности предприятий в условиях рынка [Текст]: учебное пособие / Ю.В. Адаев. – Москва: Финансы и статистика, 2013. -345 с.
9. Акчурина, Е.В. Бухгалтерский финансовый учет [Текст]: учебное пособие. / Е.В. Акчурина, Л.П. Солодко. - Москва: Экзамен. 2011. – 416 с.
10. Бабашкина, А.М. Государственное регулирование национальной экономики [Текст]: учебное пособие/А.М. Бабашкина. – Москва: Финансы и статистика, 2014. – 480 с.
11. Базылев, Н.И. Экономическая теория [Текст]: учебное пособие / Н.И. Базылев – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 672 с.
12. Белоусова, Л.А. Маркетинг в социальной сфере [Текст]: Методические указания / Л.А. Белоусова. - Екатеринбург: ГОУ ВО УГТУ-УПИ, 2011. - 53 с.
13. Бурцева, Т.А. Управление маркетингом [Текст]: учебное пособие / Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень. - Москва: Изд-во «Экономистъ», 2012. - 271 с.
14. Ветрова, М.Н., Гришанова, С.В. Финансовое управление предприятием посредством внедрения процесса бюджетирования [Текст] / М.Н. Ветрова, С.В. Гришанова // Российский Экономический Интернет Журнал. Июнь, 2014.
15. Гелета, И.В. Современное состояние и перспективы рынка труда [Текст] /И.В. Гелета //Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2011. – №1.- С. 68-71.
16. Герасименко, А. Финансовый менеджмент - это просто! Книга для финансистов, руководителей и тех, кто хочет ими стать [Текст]: учебное пособие для вузов / А. Герасименко. - 2011. - 637 с.
17. Герасименко, А.С. Финансовый менеджмент - это просто! Книга для финансистов, руководителей и тех, кто хочет ими стать [Текст]: учебное пособие для вузов / А.С. Герасименко. - 2012. - 639 с.

18. Горфинкель, В.Я. Экономика фирмы [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080103 (060700) «Национальная экономика», 080104 (060200) «Экономика труда» / Горфинкель В. Я. [и др.] ; под ред. В. Я. Горфинкеля; Всероссийский заоч. финансово-экономический ин-т Москва: Юрайт, 2012.
19. Гурков, И.Б. Стратегический менеджмент организации [Текст] / И.Б. Гурков. - Москва: ТЕИС, 2010. – С. 166.
20. Данченко, Л.А. Основы маркетинга [Текст]: учебное пособие / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики / Л.А. Данченко. - Москва, 2013. - 262 с.
21. Данченко, Л.А. Маркетинг [Текст]: учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики / Л.А. Данченко. - Москва, 2011. - 300 с.
22. Дорофеев, В.Д. Финансовый менеджмент [Текст]: учебное пособие / В.Д. Дорофеев, С.Н. Егоров, Д.Н. Левин. Пенза: Пенз. гос. ун-та, 2014.
23. Друри, К. Управленческий и производственный учет [Текст]: практическое пособие. / К. Друри. — Москва: ЮНИТИ, 2015.
24. Дымков, В.М. Методические аспекты планирования и оптимизации затрат на предприятии [Текст] /В.М. Дымков// Проблемы современной экономики, №2 (30), 2011.
25. Жилкина, А.Н. Финансовый анализ [Текст]: учебное пособие / А.Н. Жилкина. – Москва: Государственный Университет Управления, 2013. - 871 с.
26. Ковалёв, В.В. Финансовый менеджмент в вопросах и ответах [Текст]: учебное пособие для вузов / В.В. Ковалев. - Москва: Проспект, 2015. - 304 с.

27. Ковалёв, В.В. Финансовый менеджмент. Конспект лекций с задачами и тестами [Текст]: учебное пособие для вузов / В.В. Ковалев. - Москва: Проспект, 2013. - 504 с.
28. Кузнецова, Е.В. Финансовое управление компанией [Текст]: учебник / Е.В. Кузнецова. – Москва: Правовая Культура, 2014.-390 с.
29. Кудрявцева, Л.Б. Финансово-экономическое обоснование маркетинговых решений [Текст]: сборник ситуационных задач для обеспечения практических занятий / Л.Б. Кудрявцева. - Воронеж: Изд-во ВГУ, 2015. - 37 с.
30. Майданчик, Б.И. Анализ и обоснование управленческих решений [Текст]: учебник / Б.И. Майданчик, М.Б. Карпунин, Л.Г. Любенецкий. – Москва: Финансы и статистика, 2011.
31. Маренков, Н. Л. Антикризисное управление [Текст] / Н.Л. Маренков, В.В. Касьянов. — Москва: Национальный институт бизнеса. 2010. – 154 с.
32. Морозко, Н.И. Финансовый менеджмент [Текст]: учебное пособие для вузов / Н.И. Морозко. – Москва: Минфин РФ, Всероссийская государственная налоговая академия, 2015. - 198 с.
33. Организация и планирование производства (производственный менеджмент) [Текст]: учебник / К.А. Грачева, М.К. Захарова, Л.А. Одинцова и др.; под ред. Ю.В. Скворцова, Л.А. Некрасова. – Москва: Высш. шк. , 2012.- 470 с.
34. Перчникова, И.Н. Менеджмент [Текст] : учебник. 2-е издание / И.Н. Перчникова. - Москва: Банки и биржа ЮНИТИ, 2011. – 408 с.
35. Пожидаева, Т.А. Анализ финансовой отчетности [Текст]: учебное пособие / Т.А. Пожидаева. – 2 - е изд, стер. – Москва: КНОРУС, 2015.
36. Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации [Текст] / А.А. Романов, А.В. Панько. - Москва: Эксмо, 2015. - 432 с.

37. Самагина, О.А. Маркетинговые коммуникации [Текст]: практикум по специальности 061500 «Маркетинг» / О.А. Самагина. - Воронеж: Изд-во ВГУ, 2013. - 24 с.

38. Самагина, О.А. Маркетинговые коммуникации [Текст]: Практикум по дисциплине «Маркетинг» (для слушателей программы подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства РФ) / О.А. Самагина. - Воронеж: Изд-во ВГУ, 2012. - 30 с.

39. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами [Текст]: учебное пособие для вузов / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 639 с.

40. Сироткин, В.Б. Финансовый менеджмент фирмы [Текст]: учебное пособие для вузов / В.Б. Сироткин. - Москва: Высшая школа, 2013. - 320 с.

41. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент. Теория и практика [Текст]: учебник / Е.С. Стоянова. – Москва: Перспектива, 2015. - 656 с.

42. Теплова, Т.В. Ситуационный финансовый анализ [Текст]: учебное пособие для вузов / Т.В. Теплова, Т.И. Григорьева. - Москва: ГУ ВШЭ, 2015. - 608 с.

43. Тютюкина, Е. Б. Финансы организаций (предприятий) [Текст]: учебник / Е. Б. Тютюкина. – Москва: Дашков и К°, 2014. – 539 с.

44. Финансы [Текст]: учебник / Г. Б. Поляк и [др.]. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 735 с.

45. Финансы [Текст]: учебник для бакалавров / А. Я. Барабаш [и др.]. – Москва: Юрайт: ИД Юрайт, 2012. – 590 с.

46. Финансовый менеджмент: теория и практика [Текст]: учебник / Под ред. Е.М. Стояновой. – 6-е изд. – Москва: Перспектива, 2015.

47. Шаранова, Н.А. Как нормировать оборотные активы компании [Текст]: учебное пособие для вузов / Шаранова Н.А., Шарыпова Н.В. //Финансовый директор. №2. 2013.

48. Шуремов, Е.Л. Модели и методы решения типовых задач экономического анализа [Текст]: учебное пособие для вузов / Е.Л. Шуремов, А.Ю. Заложнев, Д.В. Чистов. - Москва: Бухгалтерия и Банки, 2014. - 152 с.

49. Щербаков, В.А. Краткосрочная финансовая политика [Текст]: учебное пособие / В.А. Щербаков, Е.А. Приходько.- Москва: Кнорус, 2013. - 272 с.

50. Экономика предприятия [Текст]: учебник для ВУЗов/ Л.Я. Аврашков, В.В. Адамчук, О.В. Антонова [и др.]; Под ред. проф. В.Я. Горфинская, проф. В.А. Швандара. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2014. – 580с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

к Приказу Министерства
финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина РФ
от 05.10.2011 № 124н)

Бухгалтерский балансна 01 января 20 16 г.

Организация ИП Веретенников М.А. по ОКПО
Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН
Вид экономической деятельности Производственно-торговая по ОКВЭД
Организационно-правовая форма/форма собственности Частная по ОКОПФ/ОКФС
Единица измерения: тыс. руб. (~~млн. руб.~~) по ОКЕИ
Местонахождение (адрес) 309850, РФ Белгородская область г. Алексеевка, ул. Революционная, 32 б.

Дата (число, месяц, год)
Форма по ОКУД

| Коды | | |
|------------|----|------|
| 0710001 | | |
| 31 | 12 | 2015 |
| 43952640 | | |
| 6382015014 | | |
| 34.30 | | |
| 65 | 16 | |
| 384 (385) | | |

| Пояснения | Наименование показателя | На 31 декабря | На 31 декабря | На 31 декабря |
|-----------|--|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | 20 <u>15</u> г. | 20 <u>14</u> г. | 20 <u>13</u> г. |
| | АКТИВ | | | |
| | I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | |
| | Нематериальные активы | | | |
| | Результаты исследований и разработок | | | |
| | Нематериальные поисковые активы | | | |
| | Материальные поисковые активы | | | |
| | Основные средства | 2830 | 1619 | 1508 |
| | Доходные вложения в материальные ценности | | | |
| | Финансовые вложения | 1935 | 1388 | 1171 |
| | Отложенные налоговые активы | | | |
| | Прочие внеоборотные активы | | | |
| | Итого по разделу I | 4765 | 3007 | 2979 |
| | II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | |
| | Запасы | 1623 | 1498 | 1030 |
| | Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | 513 | 462 | 443 |
| | Дебиторская задолженность | 2303 | 2013 | 2750 |
| | Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | | | |
| | Денежные средства и денежные эквиваленты | 1089 | 574 | 432 |
| | Прочие оборотные активы | 143 | 143 | |
| | Итого по разделу II | 5671 | 4690 | 4655 |
| | БАЛАНС | 10436 | 7697 | 7334 |

Продолжение приложения А

Форма 0710001 с. 2

| Пояснения | Наименование показателя | На 31 декабря | На 31 декабря | На 31 декабря |
|-----------|--|---------------|---------------|---------------|
| | | 20 15 г. | 20 14 г. | 20 13 г. |
| | ПАССИВ | | | |
| | III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ | | | |
| | Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей) | 8 | 8 | 8 |
| | Собственные акции, выкупленные у акционеров | () | () | () |
| | Переоценка внеоборотных активов | | | |
| | Добавочный капитал (без переоценки) | | | |
| | Резервный капитал | | | |
| | Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | 7720 | 5865 | 5532 |
| | Итого по разделу III | 7728 | 5873 | 5540 |
| | IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | |
| | Заемные средства | | | |
| | Отложенные налоговые обязательства | | | |
| | Оценочные обязательства | | | |
| | Прочие обязательства | | | |
| | Итого по разделу IV | | | |
| | V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | |
| | Заемные средства | | | |
| | Кредиторская задолженность | 2708 | 1824 | 1794 |
| | Доходы будущих периодов | | | |
| | Оценочные обязательства | | | |
| | Прочие обязательства | | | |
| | Итого по разделу V | 2708 | 1824 | 1794 |
| | БАЛАНС | 10436 | 7697 | 7334 |

Руководитель

(подпись)

(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

(подпись)

(расшифровка подписи)

“ ” г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

к Приказу Министерства
финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина РФ
от 05.10.2011 № 124н)

Отчет о прибылях и убыткахза 12 месяцев 20 14 г.

| | | | | |
|--|--|------------|----|------|
| | | Коды | | |
| | | 0710002 | | |
| | | 31 | 12 | 2014 |
| | | 43952640 | | |
| | | 6382015014 | | |
| | | 34.30 | | |
| | | 65 | 16 | |
| | | 384 (385) | | |

Организация ИП Веретенников М.А. по ОКПО
 Дата (число, месяц, год) _____
 Форма по ОКУД _____
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН _____
 Вид экономической деятельности Производственно-торговая по ОКВЭД _____
 Организационно-правовая форма/форма собственности Частная по ОКОПФ/ОКФС _____
 Единица измерения: тыс. руб. (~~млн. руб.~~) по ОКЕИ _____

| Пояснения | Наименование показателя | За <u>12 месяцев</u> | За <u>12 месяцев</u> |
|-----------|--|----------------------|----------------------|
| | | <u>20 14</u> г. | <u>20 13</u> г. |
| | Выручка | 38517 | 48357 |
| | Себестоимость продаж | (35941) | (45010) |
| | Валовая прибыль (убыток) | 2576 | 3347 |
| | Коммерческие расходы | (311) | (296) |
| | Управленческие расходы | (0) | (0) |
| | Прибыль (убыток) от продаж | 2266 | 3051 |
| | Доходы от участия в других организациях | | |
| | Проценты к получению | | |
| | Проценты к уплате | () | () |
| | Прочие доходы | 1 | 2 |
| | Прочие расходы | (57) | (63) |
| | Прибыль (убыток) до налогообложения | 2208 | 2986 |
| | Текущий налог на прибыль | (544) | (715) |
| | в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы) | | |
| | Изменение отложенных налоговых обязательств | | |
| | Изменение отложенных налоговых активов | | |
| | Прочее | | |
| | Чистая прибыль (убыток) | 1664 | 2271 |

Продолжение приложения Б

Форма 0710002 с. 2

| Пояснения | Наименование показателя | За <u>12 месяцев</u> | За <u>12 месяцев</u> |
|-----------|--|----------------------|----------------------|
| | | 20 <u>14</u> г. | 20 <u>13</u> г. |
| | СПРАВОЧНО Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода | | |
| | Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода | | |
| | Совокупный финансовый результат периода | | |
| | Базовая прибыль (убыток) на акцию | | |
| | Разводненная прибыль (убыток) на акцию | | |

Руководитель _____

(подпись)

_____ (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер _____

(подпись)

_____ (расшифровка подписи)

“ _____ ” _____ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

к Приказу Министерства
финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина РФ
от 05.10.2011 № 124н)

Отчет о прибылях и убыткахза 12 месяцев 20 15 г.

| | | | | |
|--|--|------------|----|------|
| | | Коды | | |
| | | 0710002 | | |
| | | 31 | 12 | 2015 |
| | | 43952640 | | |
| | | 6382015014 | | |
| | | 34.30 | | |
| | | 65 | 16 | |
| | | 384 (385) | | |

Организация ИП Веретенников М.А. по ОКПО
 Дата (число, месяц, год) _____
 Форма по ОКУД _____
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН _____
 Вид экономической деятельности Производственно-торговая по ОКВЭД _____
 Организационно-правовая форма/форма собственности частная по ОКОПФ/ОКФС _____
 Единица измерения: тыс. руб.-(млн. руб.) _____ по ОКЕИ _____

| Пояснения | Наименование показателя | За <u>12</u> месяцев | За <u>12</u> месяцев |
|-----------|--|----------------------|----------------------|
| | | <u>20 15</u> г. | <u>20 14</u> г. |
| | Выручка | 57337 | 38517 |
| | Себестоимость продаж | (53496) | (35941) |
| | Валовая прибыль (убыток) | 3841 | 2576 |
| | Коммерческие расходы | (350) | (311) |
| | Управленческие расходы | (280) | (0) |
| | Прибыль (убыток) от продаж | 3211 | 2266 |
| | Доходы от участия в других организациях | | |
| | Проценты к получению | | |
| | Проценты к уплате | () | () |
| | Прочие доходы | | 1 |
| | Прочие расходы | (84) | (57) |
| | Прибыль (убыток) до налогообложения | 3126 | 2208 |
| | Текущий налог на прибыль | (747) | (544) |
| | в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы) | | |
| | Изменение отложенных налоговых обязательств | | |
| | Изменение отложенных налоговых активов | | |
| | Прочее | | |
| | Чистая прибыль (убыток) | 2379 | 1664 |

Продолжение приложения В

Форма 0710002 с. 2

| Пояснения | Наименование показателя | За 12 месяцев | За 12 месяцев |
|-----------|--|---------------|---------------|
| | | 20 15 г. | 20 14 г. |
| | СПРАВОЧНО Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода | | |
| | Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода | | |
| | Совокупный финансовый результат периода | | |
| | Базовая прибыль (убыток) на акцию | | |
| | Разводненная прибыль (убыток) на акцию | | |

Руководитель _____ Главный бухгалтер _____
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

“ ____ ” _____ г.