

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)
Старооскольский филиал

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

**РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПО ПОВЫШЕНИЮ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ООО
«Агроторг»**

Выпускная квалификационная работа студента

очного отделения 4 курса группы 92071306

Варавва Марины Анатольевны

**Научный руководитель
кандидат филологических
наук, доцент Лунева Е. В.**

Старый Оскол, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ....	5
1.1. Экономическая сущность и функции прибыли.....	5
1.2. Управление формированием финансового результата на предприятии....	9
1.3. Факторы роста прибыли.....	15
РАЗДЕЛ II. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ООО «АГРОТОРГ».....	21
2.1. Организационно-экономическая характеристика.....	21
2.2. Анализ финансового результата.....	30
2.3. Проект по повышению эффективности формирования прибыли ООО «Агроторг».....	39
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	58
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	62

ВВЕДЕНИЕ

Функционирование предприятия независимо от видов деятельности и форм собственности определяется его способностью приносить достаточный доход или прибыль. Этим и обусловлена актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Прибыль – это конечный финансовый результат деятельности предприятия, характеризующий абсолютную эффективность его работы. В условиях рыночной экономики прибыль выступает важнейшим фактором стимулирования производственной и предпринимательской деятельности предприятия и создает финансовую основу для ее расширения, удовлетворения социальных и материальных потребностей трудового коллектива.

Актуальность выбранной темы обусловлена значимостью финансовых результатов как отдельного объекта учета, который определяет конечный результат и эффективность деятельности коммерческой организации, поскольку он является основным критерием успешного управления бизнесом.

Цель анализа финансовых результатов – выявление путей и возможностей их роста при повышении качества обслуживания потребителей. Одной из главных задач анализа является изучение и мобилизация резервов их роста, повышения стимулирующей роли доходов и прибыли в результатах хозяйственной и другой деятельности предприятий.

Целью данной работы является разработка проекта повышения эффективности формирования финансовых результатов хозяйственной деятельности ООО «Агроторг».

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Агроторг».

Предмет исследования – процесс формирования финансовых

результатов в ООО «Агроторг».

Для достижения цели должны быть решены следующие задачи:

1. Исследовать вопросы формирования прибыли на предприятии;
2. Дать организационно-экономическую характеристику ООО «Агроторг»;
3. Проанализировать финансово-хозяйственную деятельность ООО «Агроторг»;

При написании данной работы были использованы следующие методы: теоретический анализ и обобщение научной литературы, периодических изданий, системный анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия, сравнение и прогнозирование.

Основными источниками литературы для написания работы послужили труды современных российских ученых, рассматривающих вопросы формирования финансового результата на предприятии. Эти вопросы находят отражение в трудах Бердышева С. Н., Григорьевой Т.И., Трошина А. Н., Грибова В.Д., Савицкой Г.В.

Информационной базой для написания выпускной квалификационной работы являются отчет о финансовом положении, отчет о прибылях и убытках, устав и прочая документация о деятельности предприятия.

Структура выпускной квалификационной работы определена целью и задачами исследования. Работа содержит введение, два раздела, заключение, библиографический список использованной литературы и приложения.

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ

1.1. Экономическая сущность и функции прибыли

В условиях рыночной экономики главная цель любой коммерческой структуры в конечном счете – это получение прибыли, способность обеспечить свое дальнейшее развитие. Прибыль является ключевой мерой финансовой эффективности предпринимательской деятельности.

Прибыль объективно необходима предприятиям для развития их хозяйства: расширения материально–технической базы, увеличения собственных оборотных средств, создания фондов, необходимых для социальных нужд коллектива. Размер получаемой прибыли определяет конкурентоспособность предприятия, степень его оперативно – хозяйственной самостоятельности [6, с. 57].

Прибыль является основной экономической категорией и занимает одно из важных мест в общей системе стоимостных инструментов рыночной экономики. С теоретической точки зрения прибыль представляет собой сложное и неоднозначное понятие. Существует несколько подходов в трактовке данного понятия и определения его сущности.

Так, согласно Налоговому кодексу Российской Федерации ст. 247 прибылью признается «полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов» [1].

Если рассматривать прибыль как бухгалтерский показатель, то прибыль определяется разницей между поступлениями от продажи продукции и затратами на ее производство.

Величина экономической прибыли является ориентиром при принятии управленческих решений о целесообразности деятельности фирмы в данной отрасли. Экономическая прибыль считается как разница между совокупным доходом и всеми издержками фирмы.

Другими словами, прибыль – это финансовый эффект, результат использования факторов производства (труда, капитала, природных ресурсов, предпринимательской способности) в процессе хозяйственной деятельности.

Финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия любой организационно-правовой формы может быть представлен в виде прибыли или убытка. Конечный финансовый результат (прибыль или убыток) складывается из финансового результата от реализации продукции (работ, услуг), основных средств и иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

На каждом предприятии формируются четыре показателя прибыли, которые существенно различаются по величине, экономическому содержанию и функциональному назначению. Базой всех расчетов служит балансовая прибыль – основной финансовый показатель производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Для целей налогообложения рассчитывается специальный показатель – валовая прибыль, а на ее основе – прибыль, облагаемая налогом, и прибыль, не облагаемая налогом. Остающаяся в распоряжении предприятия после внесения налогов и других платежей в бюджет часть балансовой прибыли называется чистой прибылью. Именно она характеризует конечный финансовый результат деятельности предприятия [25, с. 331].

Основными составными элементами балансовой прибыли являются:

1. Прибыль от реализации товарной продукции. Определяется путем вычета из общей суммы выручки от реализации продукции в действующих ценах (без НДС и акцизов) затрат на производство и реализацию товарной продукции, включаемых в себестоимость продукции.
2. Прибыль (или убыток) от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера.
3. Прибыль (или убытки) от реализации основных фондов и другого

имущества. Рассчитывается как разность между выручкой от реализации этого имущества (за вычетом НДС, акцизов) и остаточной стоимостью по балансу, скорректированной на коэффициент, соответствующий индексу инфляции.

4. Прибыль (или убытки) от внереализационных доходов и расходов. Определяется разными способами, в частности на основе опыта прошлых лет.

Таким образом, балансовая прибыль (Пб) может быть определена по формуле:

$$, \quad (1.1)$$

где Пр – прибыль (убыток) от реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг;

Пи – прибыль (убыток) от реализации имущества предприятия;

Пв.о – доходы (убытки) от реализации внереализационных операций.

Как правило, основным элементом балансовой прибыли является прибыль от реализации продукции, выполнения работ или оказания услуг.

Прибыль от реализации имущества – это финансовый результат, не связанный с основными видами деятельности предприятия. Он отражает прибыль (убытки) по прочей реализации, к которой относится продажа на сторону различных видов имущества, числящегося на балансе предприятия [25, с. 293].

Перечень внереализационных прибылей (убытков) предприятия разнороден и довольно обширен. Это доходы от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений, доходы от сдачи имущества в аренду, сальдо полученных и уплаченных штрафов, пени, неустоек и других видов санкций, прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году, доходы от дооценки товаров, положительные курсовые разницы по валютным счетам и операциям в иностранной валюте, проценты, полученные по денежным средствам, числящимся на счетах предприятия.

Как важнейшая категория рыночных отношений, прибыль выполняет

определенные функции.

Во-первых, прибыль характеризует конечный финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Она является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Показатели прибыли являются важнейшими для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Они характеризуют степень его деловой активности и финансового благополучия. По прибыли определяется уровень отдачи авансированных средств и доходность вложений в активы предприятия. Прибыль оказывает также стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства [20, с. 146].

Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для хозяйствующего субъекта прибыль является сигналом, указывающим на то, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы. Свою роль играют и убытки. Они высвечивают ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

Во-вторых, прибыль обладает стимулирующей функцией. Ее содержание состоит в том, что прибыль одновременно является финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Реальное обеспечение принципа самофинансирования определяется полученной прибылью. Доля чистой прибыли, оставшейся 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 [20, с. 147].

Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности, создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социальных и материальных потребностей трудовых коллективов. Она позволяет осуществлять капитальные вложения в производство (тем самым расширяя и обновляя его), внедрять нововведения, решать социальные проблемы на предприятии, финансировать мероприятия по его научно-техническому развитию. Помимо этого, прибыль является важным фактором в оценке потенциальным инвестором возможностей компании, служит показателем эффективного использования ресурсов, т.е. необходима для оценки деятельности фирмы и ее возможностей в будущем.

В-третьих, прибыль является одним из источников формирования бюджетов разных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования и удовлетворения совместных общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, социальных и других программ, принимает участие в формировании бюджетных и благотворительных фондов. За счет прибыли выполняется также часть обязательств предприятия перед бюджетом, банками, другими предприятиями и организациями [20, с. 147].

Таким образом, прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Но все аспекты деятельности предприятия с помощью прибыли в качестве единственного показателя оценить невозможно. Именно поэтому при анализе производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия используется система показателей.

1.2. Управление формированием финансового результата на предприятии

Под управлением финансовыми результатами предприятия, в кратких экономических энциклопедиях, понимают комплекс мероприятий по управлению кредитно-денежными отношениями предприятия, реализуемых в определенном порядке ответственной структурой для решения взаимосвязанных задач восстановления, укрепления и расширения финансов [7, с. 84].

В общем плане текущие задачи по управлению финансовыми результатами определяются хозяйственной деятельностью предприятия, что зафиксировано практически в каждом уставе – улучшение финансовых результатов или максимизация прибыли.

К конкретным задачам по улучшению финансового результата можно отнести:

- оптимизация затрат (оценка размеров и структуры, выявление резервов, рекомендации по снижению и др.);
- оптимизация доходов (соотношение прибыли и налогов, распределение прибыли и др.);
- реструктуризация активов предприятия (выбор о и обеспечение разумного соотношения текущих активов);
- обеспечение дополнительных доходов предприятия (от непрофильной реализационной и финансовой деятельности, основных фондов, долгосрочных финансовых вложений);
- совершенствование расчетов с контрагентами (повышение денежной составляющей в объеме продаж);
- совершенствование финансовых взаимоотношений с дочерними обществами [7, с. 89].

Таким образом, можно укрупнено определить основные объекты управления финансовыми результатами:

- регулирование финансовых результатов деятельности, т.е. определение оптимальных вариантов формирования отдельных элементов себестоимости производства, распределения затрат, ценообразования, налогообложения и

т.д.

- управление активами – деятельность, связанная с формированием имущества предприятия.

Как известно, прибыль представляет собой конечный результат финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Управление собственным капиталом компании связано, прежде всего, с управлением формированием прибыли. Существующая финансовая отчетность и, прежде всего, «Отчет о прибылях и убытках» позволяет выделить в составе прибыли до налогообложения следующие составляющие:

- прибыль (убыток) от продаж, т.е. операционная прибыль, полученная от реализации продукции;
- операционные доходы и расходы;
- внереализационные доходы и расходы [9, с. 113].

Как правило, главная роль в формировании финансового результата деятельности предприятия принадлежит операционной прибыли, удельный вес которой часто составляет 90—95 % от общей суммы прибыли. Поэтому управление формированием прибыли, в первую очередь, представляет собой процесс управления операционной прибылью. Основной целью управления формированием операционной прибыли является выявление основных факторов, определяющих ее конечную величину, и возможных резервов ее увеличения.

Управление прибылью представляет собой процесс выработки и принятия управленческих решений руководством предприятия по всем основным аспектам ее планирования, формирования, распределения и использования.

Все управленческие решения в области формирования и использования прибыли взаимосвязаны и оказывают влияние на конечные результаты деятельности предприятия. Поэтому подготовка каждого управленческого решения по формированию, распределению и использованию прибыли должны иметь альтернативные возможности [9, с. 125].

Соответственно сама система управления прибылью должна быть динамичной, учитывающей изменения факторов внешней среды, ресурсного потенциала, форм организации и управления предприятием и т.д.

Управление прибылью (и непосредственно финансовыми результатами) должно учитывать не только тактические цели предприятия, но и стратегические.

Под финансовыми результатами понимается итог хозяйственной деятельности, получивший стоимостное выражение в надлежащих документах (отчетности). Конечный финансовый результат формируется путем сопоставления всех реализационных и прочих (внеоперационных) доходов и расходов предприятия [30].

В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться если не к получению максимальной прибыли, то, по крайней мере, к тому объему прибыли, который позволит прочно удерживать позиции на рынке сбыта и обеспечивать динамичное развитие производства в условиях конкуренции. В конечном итоге это предполагает знание источников формирования прибыли и нахождение методов оптимального их использования [10, с. 249].

В условиях рыночных отношений имеются два основных источника получения прибыли.

Первый источник – это монопольное положение предприятия по выпуску той или иной продукции или по уникальности выпускаемого продукта. Поддержание этого источника на высоком уровне требует проведения постоянной новации продукта. Следует также учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольную политику государства и растущую конкуренцию со стороны других предприятий.

Второй источник связан с производственной и предпринимательской деятельностью, поэтому касается практически всех предприятий. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умения постоянно адаптировать под нее развитие производства. По сути

здесь всё сводится к маркетингу. В данном случае величина прибыли зависит:

- от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом);
- создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.);
- объемов производства (чем больше объем продаж, тем больше масса прибыли);
- ассортимента продукции и снижения издержек производства.

Систематическое получение прибыли является главной целью предпринимательской деятельности любого предприятия. Поэтому доминирующей проблемой для предприятия является максимизация прибыли, что означает разработку стратегии по систематическому увеличению прибыли и минимизации издержек [8, с. 298].

Для решения этой задачи требуется знать сумму прибыли, которую получает предприятие в расчете на единицу продукции при данном объеме реализации и цене, диктуемой спросом.

Основными методами планирования прибыли являются:

- метод прямого счета;
- аналитический метод;
- метод совмещенного расчета [8, с. 299].

Метод прямого счета применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции; прибыль при этом исчисляется как разница между выручкой от реализации товарной продукции в соответствующих ценах (за вычетом НДС и акцизов) и полной ее себестоимостью (1.2):

$$, \quad (1.2)$$

где П – плановая прибыль;

О – объем выпуска товарной продукции за планируемый период в натуральном выражении;

Ц – цена на единицу продукции (за вычетом НДС и акцизов);

С – полная себестоимость единицы продукции.

Аналитический метод планирования прибыли применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции и заключается в определении влияния отдельных факторов на плановую прибыль. При аналитическом методе прибыль определяется не по каждому виду выпускаемой в планируемом году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно.

Метод совмещенного расчета включает 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.

На каждом предприятии должны предусматриваться плановые мероприятия по увеличению прибыли. В общем виде это могут быть следующие мероприятия [8, с. 300]:

- увеличение выпуска продукции;
- улучшение качества продукции;
- продажа излишнего оборудования и другого имущества или сдача его в аренду;
- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
- диверсификация производства;
- расширение рынка продаж и др.

Для всех предприятий обязательным условием деятельности является

максимизация прибыли: прибыль максимальна в пределах между точкой безубыточности и точкой, в которой предельный доход равен предельным издержкам.

Правило максимизации прибыли основывается на выборе такого объема производства и реализации товара, чтобы его цена равнялась долговременным предельным издержкам. При этом предельные издержки представляют собой дополнительные переменные издержки, связанные с производством и реализацией каждой дополнительной единицы продукции. Предприятия, как правило, решают задачу максимизации прибыли на долговременный период. Те из них, которые вплотную не занимаются максимизацией прибыли, имеют мало шансов на выживание. Предприятия, работающие в конкурентных условиях, придают долговременной максимизации прибыли одно из первостепенных значений.

1.3. Факторы роста прибыли

Для определения резервов увеличения прибыли необходимо рассмотреть ряд факторов, как зависящих, так и не зависящих от усилий предприятия.

Сумма и уровень прибыли формируются под воздействием разнообразных факторов, оказывающих на них как положительное, так и отрицательное влияние. Количество факторов, определяющих величину прибыли и рентабельности, вряд ли можно четко ограничить, оно весьма велико.

Всю совокупность факторов можно разделить на внутренние и внешние. Они тесно связаны между собой.

К внутренним факторам, влияющим на прибыль и рентабельность, относятся ресурсные факторы (величина и состав ресурсов, состояние ресурсов, условия их эксплуатации), внедрение современной техники и технологии на предприятии, уровень хозяйствования, компетентность

руководства и менеджеров, конкурентоспособность продукции, уровень организации производства и труда [8, с. 300].

Внутренние факторы делятся на:

- производственные — характеризуют наличие и использование средств и предметов труда, трудовых и финансовых ресурсов;
- внепроизводственные — связаны со снабженческо-сбытовой и природоохранительной деятельностью, социальными условиями труда и быта.

Производственные факторы в свою очередь подразделяются на:

- экстенсивные;
- интенсивные.

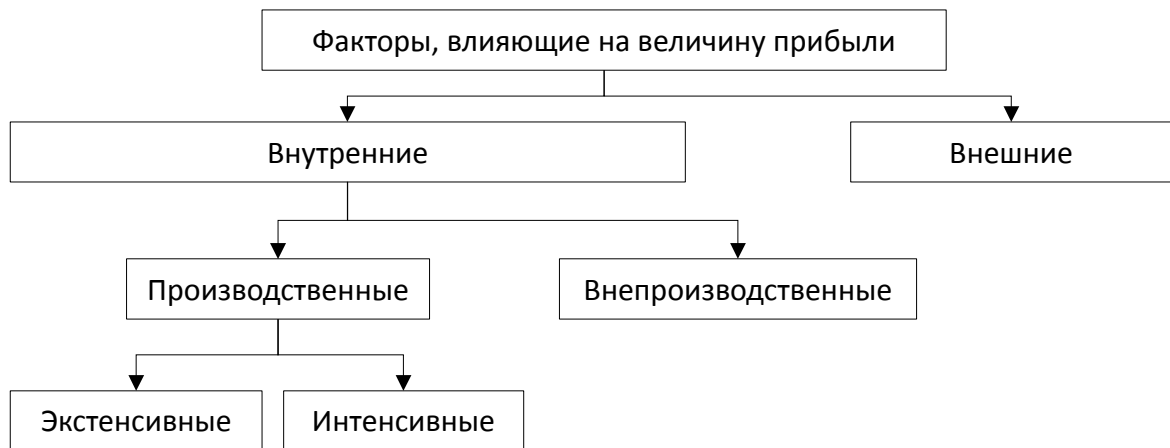


Рис. 1.1. Классификация факторов, влияющих на величину прибыли

Экстенсивные факторы воздействуют на процесс получения прибыли через количественные изменения: объема средств и предметов труда, финансовых ресурсов, времени работы оборудования, численности персонала, фонда рабочего времени и др.

Интенсивные факторы воздействуют на процесс получения прибыли через «качественные» изменения:

- повышение производительности оборудования и его качества;
- использование прогрессивных видов материалов и совершенствование технологии их обработки;
- ускорение оборачиваемости оборотных средств;

- повышение квалификации и производительности труда персонала;
- снижение трудоемкости и материалоемкости продукции;
- совершенствование организации труда и более эффективное использование финансовых ресурсов и др. [7, с. 234].

К внешним условиям можно отнести инфляцию, изменения в законодательных и нормативных документах в области ценообразования, кредитования, импортирования товаров народного потребления, налогообложения предприятий, оплаты труда работников. Эти факторы не зависят от деятельности предприятий, но могут оказывать значительное влияние на его деятельность.

Структура спроса населения на товары и услуги может изменяться в связи с государственной политикой доходов. Сдерживание индексации реальных доходов населения (размера минимальной заработной платы, пенсии, стипендии, различных денежных выплат социального назначения) в зависимости от темпов инфляции ведет к сокращению покупательной способности и, следовательно, к снижению объема продажи товаров.

Внешние факторы увеличения прибыли предприятия:

- конъюнктура рынка;
- нормы амортизационных отчислений;
- природные условия;
- государственное регулирование цен, тарифов, процентных ставок, налоговых ставок и льгот, штрафных санкций и др. [7, с. 240].

Факторы, влияющие на величину прибыли, можно разделить как бы на две группы. В первую группу относят так называемые основные факторы, которые непосредственно влияют на объём прибыли торгового предприятия [20, с. 145].

К ним относятся:

- прибыль (убыток) от реализации товаров;
- прибыль (убыток) от неторговой деятельности предприятия;
- сальдо доходов и расходов по внереализационным операциям;

- прибыль (убыток) от реализации основных производственных средств.

Ко второй группе относят так называемые взаимозависимые факторы:

- объем продажи товаров;
- розничные цены на реализуемые товары;
- издержки обращения;
- фондовооруженность работников;
- налогообъемкость предприятия;
- численность работников предприятия;
- оборачиваемость и состав капитала;
- затраты, относимые на прибыль.

Если говорить насчет основных факторов, влияющих на прибыль, то можно сказать, что на практике валовая (балансовая) прибыль в основном создается за счет прибыли от реализации товаров, но она может быть увеличена (уменьшена) на величину прибыли от неторговой деятельности предприятия, на величину выявленного положительного (отрицательного) сальдо по внереализационным операциям, на величину прибыли, полученной от реализации основных фондов, причём прибыль (убыток) от реализации основных фондов представляет собой разность между продажной (рыночной) и первоначальной их ценой или остаточной стоимостью с учетом переоценок, вызванных инфляцией. Если выявлено превышение первоначальной стоимости и понесенных затрат, связанных с выбытием основных фондов и иного имущества, над суммой выручки от реализации, то соответственно на величину этого превышения уменьшается валовая прибыль предприятия. Если наоборот, сумма выручки превышает первоначальную стоимость и расходы по выбытию основных фондов и иного имущества, валовая прибыль увеличивается на эту разницу.

Взаимозависимые факторы также, как и основные сильно влияют на величину прибыли. Эти факторы неслучайно получили такое название. Их особенность состоит в том, что каждый из них в какой-то мере влияет или испытывает влияние других факторов из этой группы. Поэтому, разделив

подсистему взаимосвязанных факторов на отдельные элементы-показатели, можно выявить степень влияния каждого из них на прибыль на основе применения методов и приемов экономико-математического анализа. Сначала оценивается влияние каждого из них на величину прибыли, а затем их комплексное влияние. Используя комплексный метод анализа, можно выявить следующие необходимые условия для нормального функционирования и развития предприятия:

$$(1.3)$$

где T_p – темп роста прибыли;

T_t – темп роста товарооборота;

T_i – темп роста издержек обращения;

T_f – темп роста фондовооруженности работников;

T_n – темп роста численности работников [20, с. 149].

Коэффициенты роста того или иного показателя исчисляются путем их последовательного соотношения. Интенсивное развитие торгового предприятия может характеризоваться не только ростом товарооборота и прибыли, но и повышением производительности труда торговых работников, увеличением капитала и др.

Издержки обращения в розничной торговле сильно зависят от размеров заработной платы работникам, различных отчислений во внебюджетные фонды. Снижение издержек обращения влечёт соответственно снижение заработной платы и разного рода отчислений. Это, в своем роде, может увеличить размеры прибыли, но в то же время может подорвать у работников стимул к работе и очень сильно снизить производительность труда, что может привести к большим затратам на восстановление работоспособности персонала. В зарубежной практике на этот счет используется система стимулирования работников, где наряду с повышением окладов используется

так называемое участие работников в хозяйственной деятельности предприятия, в котором подразумевается, что работники имеют право на покупку акций предприятий по льготным ценам, а затем могут получать дивиденды по купленным акциям.

Величина прибыли в торговле также зависит от объемов спроса на товары и их предложения. Снижение спроса на товары может привести как к уменьшению валового дохода от реализации, так и к сокращению валовой прибыли. Регулятором соотношения спроса и предложения на рынке выступают розничные цены товаров. При низких ценах на товары объем спроса на них больше, а при высоких – меньше, поскольку существуют более дешевые заменители этих товаров. По мере увеличения объемов продаж норма прибыли растет, затем рост ее замедляется, и, наконец, она стабилизируется или снижается, что зависит от свойств определенных групп товаров.

Выводы по разделу 1:

Прибыль является ключевым показателем эффективности использования факторов производства. Как категория рыночных отношений, прибыль выполняет три функции: характеризует конечный финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия, стимулирует принцип самофинансирования и является одним из источников формирования бюджетов разных уровней. На прибыль влияют два взаимозависимых фактора: издержки обращения и объемы продаж товаров. Остальные факторы также непосредственно влияют на прибыль и друг на друга. Управление формированием прибыли – важный и необходимый процесс выработки и принятия управленческих решений руководством предприятия по улучшению финансовых результатов.

РАЗДЕЛ II. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ООО «АГРОТОРГ»

2.1. Организационно-экономическая характеристика

Общество с ограниченной ответственностью «Агроторг», именуемое в дальнейшем Общество. Общество является юридическим лицом и действует в соответствии с Гражданским Кодексом РФ, Федеральным законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (далее по тексту – Федеральный закон) и иными нормативными актами Российской Федерации.

Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «Агроторг».

Сокращенное фирменное наименование Общества: ООО «Агроторг».

Место нахождения Общества: РФ, 191025, г. Санкт-Петербург, Невский проспект, дом 90/92.

Общество создано без ограничения срока действия. Общество имеет круглую печать, содержащую полное фирменное наименование и указание на место нахождения общества. Общество имеет обособленное имущество, самостоятельный баланс, банковский счет, штампы и бланки со своим фирменным наименованием, фирменную эмблему, товарный знак и другие средства индивидуализации, может создавать филиалы и открывать представительства.

Уставный капитал Общества составляет 20 148 437 876 (Двадцать миллиардов сто сорок восемь миллионов четыреста тридцать семь тысяч восемьсот семьдесят шесть) рублей 00 копеек.

Основной целью Общества является получение прибыли.

Генеральный Директор – Наумова Ольга Валерьевна.

ООО «Агроторг» – Пятерочка – федеральная сеть формата «мягкий дискаунтер», находящаяся под управлением X5 Retail Group. «Пятерочка»

охватывает своими магазинами Москву, Санкт-Петербург и другие регионы европейской части России и Урала. Это множество удобно расположенных магазинов для людей, ориентированных на быструю покупку рядом с домом продуктов и сопутствующих товаров повседневного спроса. Магазины сети предлагают сбалансированный ассортимент качественных товаров по низким ценам и пользуются большой популярностью у людей с умеренным достатком.

Учредительными документами ООО «Агроторг» являются учредительный договор, подписанный учредителями, и утвержденный ими устав. В уставе отмечен размер начального капитала, указываются вид и сфера деятельности сети, установлена форма управления торговой сетью, указываются адреса и названия магазинов.

Согласно уставу, любой магазин «Пятерочка» обозначен в качестве филиала ООО «Агроторг» а, следовательно, осуществляет часть функций общества и наделен имуществом, создавшим его юридическим лицом. Руководитель магазина ООО «Агроторг» назначен генеральным директором поэтому он осуществляет свою деятельность на основании его доверенности.

Полное название магазина (в соответствии с учредительными документами): Магазин ООО «Агроторг» «Пятерочка» Месторасположение (в соответствии с учредительными документами).

Деятельность магазина ООО «Агроторг» соответствует требованиям СП 2.3.6.1.66-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов», что подтверждает выданное санитарно-эпидемиологическое заключение. Розничная продажа алкогольной продукции осуществляется на основании лицензии.

По виду торгового предприятия магазины ООО «Агроторг» являются стационарными, так как расположены в специально оборудованных помещениях, предназначенных для продажи товаров и оказания услуг покупателям.

Типизация магазина ООО «Агроторг» включает наличие следующих показателей:

- торговая площадь – 400-600 кв. м;
- товарный ассортимент – более 5000 наименований;
- применение фирменных упаковочных материалов;
- наличие у обслуживающего персонала форменной одежды с эмблемой ООО «Пятерочка».

Специализация магазина вызвана сложностью ассортимента отдельных товарных групп, а также необходимостью особых помещений и оборудования для некоторых товаров, поэтому данное торговое предприятие следует отнести к смешанному магазину, предназначенному как для торговли продовольственными, так и непродовольственными товарами.

Компания ООО «Агроторг» осуществляет следующие виды деятельности (в соответствии с кодами ОКВЭД, указанными при регистрации):

Основной вид деятельности:

52.12 Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах

Дополнительные виды деятельности:

51.31 Оптовая торговля фруктами, овощами и картофелем

51.32 Оптовая торговля мясом, мясом птицы, продуктами и консервами из мяса и мяса птицы

51.33 Оптовая торговля молочными продуктами, яйцами, пищевыми маслами и жирами

51.36 Оптовая торговля сахаром и сахаристыми кондитерскими изделиями, включая шоколад

51.37 Оптовая торговля кофе, чаем, какао и пряностями

51.38 Оптовая торговля прочими пищевыми продуктами

51.47 Оптовая торговля прочими непродовольственными потребительскими товарами

52.11.1 Розничная торговля в неспециализированных магазинах

замороженными продуктами

52.11.2 Розничная торговля в неспециализированных магазинах незамороженными продуктами, включая напитки, и табачными изделиями

52.22 Розничная торговля мясом, мясом птицы, продуктами и консервами из мяса и мяса птицы

52.24 Розничная торговля хлебом, хлебобулочными и кондитерскими изделиями

52.25 Розничная торговля алкогольными и другими напитками

52.26 Розничная торговля табачными изделиями

52.27 Прочая розничная торговля пищевыми продуктами в специализированных магазинах

70.20.1 Сдача внаем собственного жилого недвижимого имущества

70.20.2 Сдача внаем собственного нежилого недвижимого имущества

74.4 Рекламная деятельность, Представительские функции, Сопутствующая деятельность

Компания работает в следующих отраслях промышленности (в соответствии с классификатором ОКОНХ):

- торговля и общественное питание;
- внутренняя торговля;
- розничная торговля.

Функционирование предприятия независимо от видов его деятельности и форм собственности в условиях рынка определяется его способностью приносить достаточный доход или прибыль.

Показатели финансовых результатов (прибыли) характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Они составляют основу экономического развития предприятия и укрепляют его финансовых отношений со всеми участниками коммерческого дела.

Прибыль – это конечный результат деятельности предприятия

характеризующий абсолютную эффективность его работы. Прибыль выступает важнейшим фактором стимулирования производственной и предпринимательской деятельности предприятия.

За счет прибыли погашаются долговые обязательства предприятия перед банками и инвесторами, следовательно, прибыль является важнейшим обобщающим показателем в системе оценочных показателей эффективности производственной, коммерческой и финансовой деятельности предприятия.

Сумма прибыли обусловлена объемом продаж продукции и ее качеством, и конкурентоспособностью на внутренних и внешних рынках, ассортиментом, уровнем затрат, инфляционными процессами, которые присутствуют всегда в условиях рыночных отношений.

Выбранное предприятие было проанализировано за период 2014 г. – 2016 г.

В рыночной экономике самым главным показателем эффективности работы организации является результативность. Понятие «результативность» складывается из нескольких важных составляющих финансово-хозяйственной деятельности организации.

Для работающих в условиях рыночной экономики организаций основным показателем, отражающим результативность их деятельности, становится прибыль.

Обобщающая оценка деятельности организации дается на основе таких результирующих финансовых показателей, как прибыль (убыток) – абсолютный показатель и рентабельность – относительный показатель. Прибыль и рентабельность отражают эффективность процесса производства.

Исследование финансовых результатов с целью альтернативного использования ресурсов, а также поиска факторов, которые влияют на их размер, имеет приоритетное значение, поскольку от глубины познания и правильности использования полученного результата зависит эффективность функционирования бизнеса.

Анализ финансовых результатов является одним из важнейших

аспектов исследования хозяйственной деятельности предприятия.

Таблица 2.1

Показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)		Темп роста, %	
				2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Выручка	534 560	633 873	808 818	274 258	174 945	151,31	127,60
Себестоимость	404 212	478 891	610 428	206 216	131 537	151,02	127,47
Коммерческие расходы	130 348	154 982	198 390	68 042	43 408	152,20	128,01
Уровень коммерческих расходов, %	24,38	24,45	24,53	0,14	0,08	100,59	100,32
Налогооблагаемая прибыль	14 423	16 218	17 718	3 295	1 500	122,85	109,25
Чистая прибыль	10 984	12 691	14 174	3 190	1 483	129,04	111,69

Рассматривая показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия, мы можем отметить следующие результаты:

- выручка за анализируемый период увеличилась на 51,31%, что составляет 274 258 млн. руб., в том числе за последний год на 27,6%, что составляет 174 945 млн. руб.

- себестоимость увеличилась на 51,02%, что составляет 206 216 млн. руб., в том числе за последний год на 27,47%, что составляет 131 537 млн. руб.

- коммерческие расходы предприятия за анализируемый период увеличились на 52,2%, что составляет 68 042 млн. руб., в том числе за последний год на 28,01%, что составляет 43 408 млн. руб.

- уровень коммерческих расходов предприятия за анализируемый период увеличился на 0,59%, что составляет 0,14 пункта, в том числе за последний год на 0,32%, что составляет 0,08 пункта.

- налогооблагаемая прибыль за анализируемый период увеличилась на 22,85%, что составляет 3 295 млн. руб., в том числе за последний год на 9,25%, что составляет 1 500 млн. руб.

- чистая прибыль за анализируемый период увеличилась на 29,04%, что составляет 3 190 млн. руб., в том числе за последний год на 11,69%, что составляет 1 483 млн. руб.

Подводя итог результатов исследования финансово-хозяйственной

деятельности, мы можем отметить рост объемов деятельности предприятия. Это произошло как за счет количества реализованной продукции, так и за счет роста цен. К негативным моментам можно отнести опережающий темп роста коммерческих расходов относительно выручки, что в дальнейшем приводит к снижению темпа роста прибыли предприятия.

Далее рассмотрим динамику и структуру имущества предприятия.

Анализ динамики состава и структуры имущества дает возможность установить размер абсолютного и относительного прироста (уменьшения) всего имущества предприятия и отдельных его видов.

Имуществом предприятия является основной капитал и оборотный капитал. В процессе оценки имущественного положения организации изучаются состав, структура и динамика ее активов.

Состав и структура активов имущества, капитала и обязательств, изменения в размещении средств и источниках их формирования свидетельствуют о финансовом положении организации. Анализ динамики и структуры имущества предприятия позволит выявить причины отклонений и оценить перспективы развития финансового положения организации в будущем.

Таблица 2.2

Динамика имущества предприятия

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)		Темп роста, %	
				2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Основной капитал	225 415	240 411	293 410	67 995	52 999	130,16	122,05
Оборотный капитал	76 682	110 509	108 705	32 023	-1 804	141,76	98,37
Актив	302 097	350 920	402 115	100 018	51 195	133,11	114,59
Собственный капитал	77 806	90 558	104 718	26 912	14 160	134,59	115,64
Заемный капитал	224 291	260 362	297 397	73 106	37 035	132,59	114,22
Долгосрочная задолженность	85 203	119 089	106 517	21 314	-12 572	125,02	89,44
Краткосрочная задолженность	139 088	141 273	190 880	51 792	49 607	137,24	135,11
Пассив	302 097	350 920	402 115	100 018	51 195	133,11	114,59

Рассматривая динамику имущества предприятия можно отметить следующие результаты:

- основной капитал предприятия за исследуемый период увеличился на 30,16%, что составляет 67 995 млн. руб., в том числе за последний год на 22,05%, что составляет 52 999 млн. руб.
- оборотный капитал за период с 2014 по 2016 год увеличился на 41,76%, что составляет 32 023 млн. руб., однако за последний год уменьшился на 1,63%, что составляет 1 804 млн. руб.
- активы предприятия в анализируемом периоде увеличились на 33,11%, что составляет 100 018 млн. руб., в том числе за последний год на 14,59%, что составляет 51 195 млн. руб.
- собственный капитал увеличился на 34,59%, что составляет 26 912 млн. руб., в том числе за последний год на 15,64%, что составляет 14 160 млн. руб.
- заемный капитал за период с 2014 по 2016 год увеличился на 32,59%, что составляет 73 106 млн. руб., в том числе за последний год на 14,22%, что составляет 37 035 млн. руб.
- долгосрочная задолженность за исследуемый период увеличилась на 25,02%, что составляет 21 314 млн. руб., однако за последний год уменьшилась на 10,56%, что составляет 12 572 млн. руб.
- краткосрочная задолженность в анализируемом периоде увеличилась на 37,24%, что составляет 51 792 млн. руб., в том числе за последний год на 35,11%, что составляет 49 607 млн. руб.
- пассив за период с 2014 по 2016 год увеличился на 33,11%, что составляет 100 018 млн. руб., в том числе за последний год на 14,59%, что составляет 51 195 млн. руб.

Подводя итог исследования движения активов предприятия, мы можем отметить, что активы предприятия за исследуемый период значительно возросли. Данное увеличение произошло в основном за счет увеличения основного капитала, однако также можно отметить значительный рост оборотных средств. Рассматривая источники формирования средств, мы можем отметить как рост собственного капитала, так и привлечение заемных средств, которое в основном произошло за счет роста краткосрочных

обязательств.

Рассмотрим структуру капитала предприятия.

Структура капитала, используемого предприятием, определяет многие аспекты не только финансовой, но также операционной и инвестиционной деятельности, оказывает активное воздействие на конечный результат этой деятельности. Она влияет на показатели рентабельности активов и собственного капитала, коэффициенты финансовой устойчивости и ликвидности, формирует соотношение доходности и риска в процессе развития предприятия.

Таблица 2.3

Структура капитала предприятия

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)	
				2016 к 2014	2016 к 2015
Основной капитал	74,62	68,51	72,97	-1,65	4,46
Оборотный капитал	25,38	31,49	27,03	1,65	-4,46
Актив	100	100	100	-	-
Собственный капитал	25,76	25,81	26,04	0,29	0,24
Заемный капитал	74,24	74,19	73,96	-0,29	-0,24
Долгосрочная задолженность	28,20	33,94	26,49	-1,71	-7,45
Краткосрочная задолженность	46,04	40,26	47,47	1,43	7,21
Пассив	100	100	100	-	-

Рассматривая структуру капитала предприятия, мы можем отметить следующие результаты:

- за анализируемый период основной капитал снизил свою долю на 1,65 пунктов, однако за последний год увеличил свою долю на 4,46 процентных пунктов.
- оборотный капитал в свою очередь увеличил свой удельный вес в исследуемом периоде на 1,65 процентных пунктов, однако за последний год снизил долю на 4,46 процентных пунктов.
- рассматривая пассивы предприятия, мы можем отметить незначительный рост собственного капитала на 0,29 пунктов за исследуемый период, в том числе за последний год на 0,24 пункта.

- в свою очередь заемный капитал сократил свою долю на 0,29 пункта за период, и на 0,24 пункта за последний год.
- долгосрочная задолженность в свою очередь уменьшилась на 1,71 процентных пунктов за анализируемый период, в том числе за последний год на 7,45 процентных пункта.
- в исследуемом периоде краткосрочная задолженность увеличила свой удельный вес на 1,43 процентных пункта, в том числе за последний год на 7,21 процентных пунктов.

Подводя итог исследования формирования капитала предприятия, мы можем сделать вывод о структурном сдвиге в составе активов в сторону оборотного капитала, что является положительным моментом для торгового предприятия. Также в составе пассивов мы можем отметить рост доли собственного капитала при значительном сокращении долгосрочной задолженности и относительно небольшом росте доли краткосрочных обязательств.

Таким образом, на основании проведенного исследования можно отметить следующие результаты: наблюдается рост объемов деятельности предприятия, рост активов и пассивов, произошли структурные сдвиги как в активах, так и пассивах предприятия.

2.2. Анализ финансового результата

Рассмотренные нами прежде показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия. Относительной характеристикой финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия является рентабельность. Показатели рентабельности определяют относительную доходность предприятия, измеряемую в процентах к затратам средств или капитала с различных позиций. Для оценки уровня эффективности работы предприятия получаемый результат сопоставляется с затратами или используемыми

ресурсами.

Рассмотрим показатели динамики прибыли предприятия.

Таблица 2.4

Динамика прибыли предприятия

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)		Темп роста, %	
				2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Валовая прибыль	130 348	154 982	198 390	68 042	43 408	152,20	128,00
Операционная прибыль	25 296	28 288	34 449	9 153	6 161	136,18	121,77
Прибыль до налогообложения	14 423	16 218	17 718	3 295	1 500	128,84	109,24
Чистая прибыль	10 984	12 691	14 174	3 190	1 483	129,04	111,68

Рассматривая динамику прибыли предприятия можно отметить следующие результаты:

- валовая прибыль предприятия за исследуемый период увеличилась на 52,2%, что составляет 68 042 млн. руб., в том числе за последний год на 28%, что составляет 43 408 млн. руб.
- операционная прибыль за период с 2014 по 2016 год увеличилась на 36,18%, что составляет 9 153 млн. руб., в том числе за последний год на 21,77%, что составляет 6 161 млн. руб.
- прибыль до налогообложения также выросла на 28,84% за исследуемый период, что составляет 3 295 млн. руб., в том числе за последний год на 9,24%, что составляет 1 500 млн. руб.
- чистая прибыль за период с 2014 по 2016 год увеличилась на 29,04%, что составило 3 190 млн. руб., в том числе за последний год на 11,68%, что составило 1 483 млн. руб.

Подводя итог исследования динамики прибыли предприятия, мы можем отметить значительный рост прибыли от основной деятельности, также можем отметить значительное влияние прочих доходов и расходов, что в целом позволило увеличить чистую прибыль.

В следующей таблице рассмотрим структуру прибыли.

Таблица 2.5

Структура прибыли предприятия

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)	
				2016 к 2014	2016 к 2015
Выручка	100	100	100	-	-
Валовая прибыль	24,38	24,45	24,53	0,15	0,08
Операционная прибыль	4,73	4,46	4,26	-0,47	-0,20
Прибыль до налогообложения	2,70	2,56	2,19	-0,51	-0,37
Чистая прибыль	2,05	2,00	1,75	-0,30	-0,25

Рассмотрим показатели рентабельности предприятия.

Таблица 2.6

Рентабельность предприятия

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)	
				2016 к 2014	2016 к 2015
Рентабельность активов	3,64	3,62	3,52	-0,11	-0,09
Рентабельность основных средств	4,87	5,28	4,83	-0,04	-0,45
Рентабельность оборотных средств	14,32	11,48	13,04	-1,29	1,55
Рентабельность реализованной продукции	2,05	2,00	1,75	-0,30	-0,25
Рентабельность затрат	2,72	2,65	2,32	-0,40	-0,33
Рентабельность заемного капитала	4,90	4,87	4,77	-0,13	-0,11

Рассматривая показатели рентабельности предприятия, мы можем отметить следующие результаты:

- рентабельность активов за анализируемый период снизилась на 0,11 процентных пункта, в том числе за последний год на 0,09 процентных пункта.
- рентабельность основных средств в исследуемом периоде также характеризуется снижением на 0,04 процентных пункта, за последний год наблюдается снижение рентабельности основных средств на 0,45 процентных пункта.
- в свою очередь рентабельность оборотных средств за период с 2014 по 2016 год снизилась на 1,29 процентных пункта, однако за последний год увеличилась на 1,55 процентных пункта.
- рентабельность реализованной продукции за анализируемый период

снизилась на 0,30 процентных пункта, в том числе за последний год на 0,25 процентных пункта.

- в исследуемом периоде рентабельность затрат также снизилась на 0,40 процентных пункта, в том числе за последний год на 0,33 процентных пункта.

- рентабельность заемного капитала за период с 2014 по 2016 год снизилась на 0,13 процентных пункта, в том числе за последний год на 0,11 процентных пункта.

Подводя итог расчета показателей рентабельности, мы можем отметить сокращение данных показателей, что в основном связано с опережающим ростом вложений в основной и оборотный капитал, а также опережающим ростом объемов деятельности относительно роста прибыли.

Далее рассмотрим рентабельность продаж.

Рентабельность продаж, ROS (отношение прибыли к выручке), характеризует эффективность продаж, т.е. эффективность обычной, профильной деятельности компании.

ROS используется как основной индикатор для оценки эффективности тех компаний, у которых относительно небольшая стоимость основных средств и собственного капитала. Показатель рентабельности продаж можно использовать для определения стадии жизненного цикла бизнеса. При снижении темпов роста рентабельности следует быть готовым к пересмотру схемы бизнеса, например, к перепрофилированию деятельности, к замене старой модели изделия на новую.

Таблица 2.7

Рентабельность продаж

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)	
				2016 к 2014	2016 к 2015
Валовая рентабельность продаж	24,38	24,45	24,53	0,14	0,08
Операционная рентабельность продаж	4,73	4,46	4,26	-0,47	-0,20
Чистая рентабельность продаж	2,05	2,00	1,75	-0,30	-0,25

Анализ данных таблицы 2.7 показывает, что:

- валовая рентабельность продаж за анализируемый период выросла на 0,14 процентных пункта, в том числе за последний год на 0,08 процентных пункта.
- операционная рентабельность продаж за период с 2014 по 2016 год снизилась на 0,47 процентных пункта, в том числе за последний год на 0,20 процентных пункта.
- чистая рентабельность продаж также снизилась на 0,30 процентных пункта, в том числе за последний год на 0,25 процентных пункта.

Рассматривая результаты рентабельности продаж, мы можем отметить сокращение данных показателей, что можно отнести к отрицательным моментам в деятельности предприятия.

Далее рассмотрим коэффициент оборачиваемости предприятия.

Коэффициент оборачиваемости – это финансовый коэффициент показывающий интенсивность использования (скорость оборота) определенных активов или обязательств. Коэффициенты оборачиваемости выступают показателями деловой активности предприятия.

Чем больше коэффициент оборачиваемости активов, тем интенсивней используют активы в деятельности организации, тем выше деловая активность. Однако оборачиваемость сильно зависит от отраслевых особенностей. В организациях торговли, где проходят большие объемы выручки, оборачиваемость будет выше; в фондоёмких отраслях – ниже.

При замедлении оборачиваемости оборотных средств происходит дополнительное привлечение (вовлечение) их в оборот, а при ускорении происходит высвобождение оборотных средств из оборота. Сумма оборотных средств, высвобожденных вследствие ускорения оборачиваемости или дополнительно привлеченных в результате ее замедления, определяется как произведение числа дней, на которое ускорилась или замедлилась оборачиваемость, на фактический однодневный оборот по реализации.

Экономический эффект ускорения оборачиваемости заключается в том, что организация может с той же суммой оборотных средств произвести больше продукции, или произвести тот же объем продукции с меньшей суммой оборотных средств.

Ускорение оборачиваемости оборотных средств достигается путем внедрения в производство новой техники, прогрессивных технологических процессов, механизации и автоматизации производства. Эти мероприятия способствуют уменьшению продолжительности производственного цикла, а также увеличению объема производства и реализации продукции.

Таблица 2.8

Коэффициент оборачиваемости

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)		Темп роста, %	
				2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Коэффициент оборачиваемости активов	1,77	1,81	2,01	0,24	0,21	113,67	111,35
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	6,97	5,74	7,44	0,47	1,70	106,73	129,72
Коэффициент оборачиваемости запасов	14,27	13,46	13,97	-0,30	0,51	97,93	103,79
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	34,41	29,53	29,21	-5,20	-0,32	84,89	98,90
Коэффициент оборачиваемости денежных средств	70,24	24,74	90,29	20,05	65,55	128,55	364,98

Рассматривая эффективность использования оборотных средств, мы можем отметить следующие результаты:

- оборачиваемость активов в исследуемом периоде ускорилась на 13,67%, что составляет 0,24 раза, в том числе за последний год на 11,35%, что составляет 0,21 раза.

- оборачиваемость оборотных средств за исследуемый период также ускорилась на 6,73%, что составляет 0,47 раза, в том числе значительно ускорившись за последний год на 29,72%, что составляет 1,7 раза.

- в свою очередь оборачиваемость запасов за исследуемый период замедлилась на 2,07%, что составляет 0,3 раза, однако за последний год ускорила темп роста на 3,79%, что составляет 0,51 раза.

- оборачиваемость дебиторской задолженности за период с 2014 по 2016 год замедлилась на 15,11%, что составляет 5,2 раз, в том числе за последний год на 1,1%, что составляет 0,32 раза.

- оборачиваемость денежных средств в анализируемом периоде ускорилась на 28,55%, что составляет 20,05 раз, в том числе за последний год значительно ускорившись на 264,98%, что составляет 65,55 раз.

Рассматривая результаты оборачиваемости средств, мы можем отметить ускорение данных показателей. Однако наблюдается замедление по направлениям оборачиваемости запасов и дебиторской задолженности. В целом можно отметить высокий уровень оборачиваемости средств.

Далее рассмотрим длительность оборота оборотных средств.

Продолжительность оборота оборотных активов характеризует длительность оборота оборотных активов, показывающая среднее время пребывания оборотных активов в процессе кругооборота в днях.

Продолжительность одного оборота в днях равна частному от деления числа дней за анализируемый период (30, 90, 360) к оборачиваемости оборотных средств.

Таблица 2.9

Длительность оборота оборотных средств

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение, дней		Темп роста, %	
				2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Длительность оборота активов	203	199	179	-24	-20	87,97	89,80
Длительность оборота оборотных средств	52	63	48	-4	-15	93,69	77,09
Время обращения запасов	25	27	26	1	-1	102,12	96,35
Длительность оборота дебиторской задолженности	10	12	12	2	0	117,80	101,11
Длительность оборота денежных средств	5	15	4	-1	-11	77,79	27,40

Рассматривая показатели эффективности использования оборотных средств, мы можем отметить следующие результаты:

- оборачиваемость активов за исследуемый период ускорилась на 12,03%, что составляет 24 дня, в том числе за последний год на 10,2%, что составляет 20 дней.
- оборачиваемость оборотных средств в анализируемом периоде ускорилась на 6,31%, что составляет 4 дня, в том числе за последний год на 22,91%, что составляет 15 дней.
- в свою очередь оборачиваемость запасов замедлилась на 2,12%, что составляет 1 день, однако за последний год ускорилась на 3,65%, что составляет 1 день.
- оборачиваемость дебиторской задолженности за период с 2014 по 2016 год замедлилась на 17,8%, что составляет 2 дня.
- оборачиваемость денежных средств в анализируемом периоде ускорилась на 22,21%, что составляет 1 день, в том числе за последний год на 72,6%, что составляет 11 дней.

Рассматривая результаты длительности оборота оборачиваемости средств, мы можем отметить ускорение данных показателей. Однако наблюдается замедление в отношении дебиторской задолженности.

Далее рассмотрим показатели ликвидности предприятия.

Под ликвидностью какого-либо актива понимают способность его трансформироваться в денежные средства, а степень ликвидности определяется продолжительностью временного периода, в течение которого эта трансформация может быть осуществлена. Чем короче период, тем выше ликвидность данного вида активов.

Обычно различают высоколиквидные, низколиквидные и неликвидные ценности (активы). Чем легче и быстрее можно получить за актив полную его стоимость, тем более ликвидным он является. Для товара ликвидности будет соответствовать скорость его реализации по номинальной цене.

Основной целью анализа ликвидности предприятия является получение

наиболее информативных параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами.

Таблица 2.10

Показатели ликвидности предприятия

Показатели	Нормативные ограничители	2014	2015	2016	Отклонение, (+;-)		Темп роста, %	
					2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Коэффициент текущей ликвидности	≥ 2	0,55	0,78	0,57	0,02	-0,21	103,30	72,80
Коэффициент быстрой ликвидности	0,5-1	0,17	0,33	0,19	0,03	-0,14	115,37	57,61
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2-0,5	0,05	0,18	0,05	0,00	-0,13	100	25,87
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	< 2	0,11	0,15	0,15	0,04	0	136,36	100

Рассматривая показатели ликвидности предприятия, мы можем отметить следующие результаты:

- коэффициент текущей ликвидности за исследуемый период вырос на 3,3%, однако за последний год снизился на 27,2%.
- коэффициент быстрой ликвидности в анализируемом периоде вырос на 15,37%, однако за последний год уменьшился на 42,39%.
- в свою очередь коэффициент абсолютной ликвидности за анализируемый период не изменился.
- коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности за период с 2014 по 2016 вырос на 36,36%.

Таким образом, проанализировав показатели ликвидности предприятия, мы можем отметить, что все коэффициенты ликвидности ниже нормативных, что является негативным моментом в деятельности предприятия.

Подводя итог анализа финансовых результатов, мы можем отметить, что наблюдается значительный рост прибыли от основной деятельности. Это обусловлено наращиванием объемов производства и ростом вложений в основную и оборотный капитал. Однако это приводит к сокращению показателей рентабельности, что является отрицательным моментом деятельности предприятия.

2.3. Проект по повышению эффективности формирования прибыли ООО «Агроторг»

Федеральная торговая сеть «Пятёрочка» – крупнейшая российская сеть продуктовых магазинов «у дома».

Магазины «Пятёрочка» дают покупателям возможность совершать простые и экономичные покупки. «Пятёрочка» предлагает качественные свежие продукты и непродовольственные товары, а также регулярно проводит привлекательные для покупателей промо-акции. Ассортимент магазинов насчитывает в среднем около 4 000 активных наименований товаров; средняя площадь составляет около 350 м².

Целевая аудитория «Пятёрочки» – 110 миллионов россиян. Классифицируются потребители по следующим факторам:

1. По полу: 70% женщин и 30% мужчин;
2. По возрасту: от 25 до 65+ лет;
3. По уровню достатка: средний и ниже среднего;
4. По социальному статусу: рабочие, пенсионеры, служащие.

Ориентация на небогатую часть населения диктует следующее условие: цены должны быть низкими. Основным показателем для сравнения служат мелкооптовые рынки. Если в супермаркетах торговая наценка составляет около 40%, то в «Пятёрочке» всего лишь 10-12%. В результате продукты стоят на 10-15% дешевле, чем на розничном рынке.

Количество посещений магазинов стремительно растет, что можно

наглядно увидеть на графике (рис. 2.1). В 2016 году этот показатель увеличился почти до 2,5 млрд (на 28%) по сравнению с 2014 годом.

Однако, X5 Retail Group (ООО «Агроторг») является вторым по обороту российским ритейлером. Доля на рынке продуктовых торговых сетей на сегодняшний день составляет 40 %. Цель компании – занять лидирующую позицию на российском рынке [46].

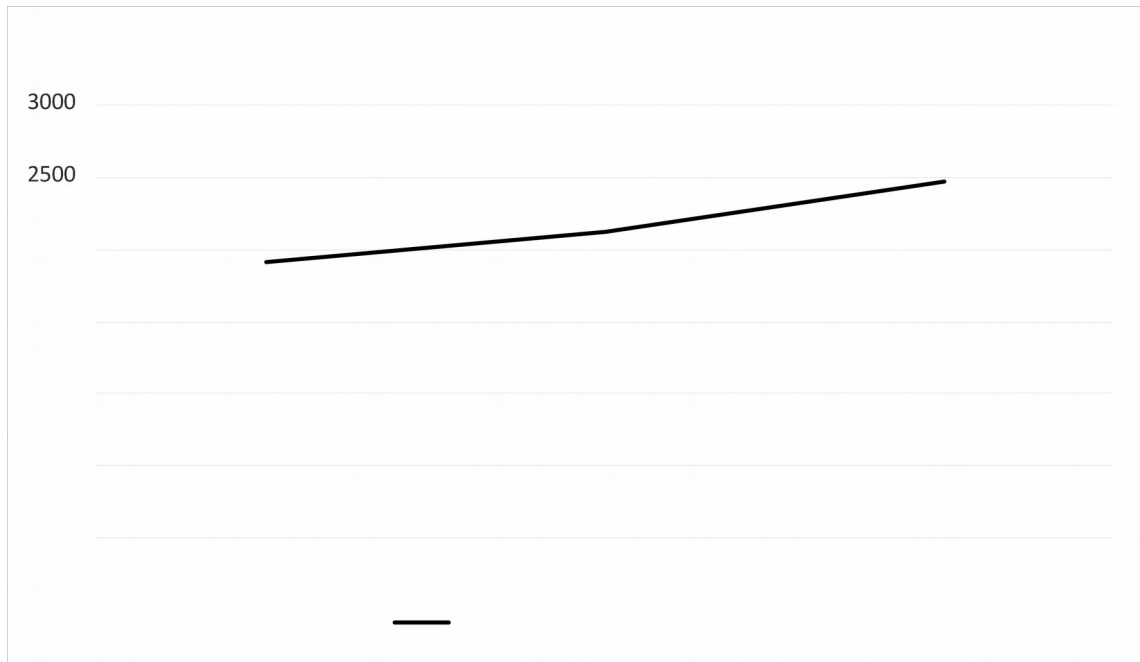


Рис. 2.1. Количество посещений магазинов «Пятерочка»

Западные ритейлеры уже давно активно внедряют технологии самообслуживания в своих супермаркетах. Для этого в магазинах устанавливаются кассы самообслуживания.

Касса самообслуживания (англ. self checkout) — это электронно-механическое устройство, которое позволяет автоматизировать процесс самообслуживания покупки и оплаты товара в магазинах розничной торговли [39].

В США кассы такого типа функционируют с 1991 года, в Европе – с конца 90-х.

В России лишь в конце 2009 года появились магазины, где кассы самообслуживания были установлены, прежде всего для получения экономической выгоды. В отечественных торговых объектах не торопятся с

внедрением данной технологии и об использовании устройств self-checkout пока только слышно, как об имиджевых проектах.

Модель стала альтернативой традиционным кассам розничных сетей. Плюсы систем самообслуживания неоспоримы. Они позволяют почти на половину сократить очереди в супермаркетах и тем самым повысить лояльность покупателей. Кассы самообслуживания позволяют экономить на площади (касса self checkout занимает меньше места, чем традиционное рабочее место кассира вместе с обычной кассой). Кроме того, они уменьшают зависимость продаж от работы кассиров, нехватка которых в российских магазинах отмечается постоянно. Наконец, они сокращают затраты на персонал, так как исчезает необходимость платить кассирам зарплату.

С применением касс self checkout автоматизация розничной торговли выходит на принципиально новый уровень. По разным данным, срок окупаемости аппарата самообслуживания в России составляет от года до полутора лет.

Владельцы магазинов знают, насколько сложно найти профессионального и ответственного кассира. Но даже высококлассный кассир — это человек, а люди ошибаются, устают, нервничают. На кассе самообслуживания покупатели защищены от перепадов настроения кассира.

Установив систему самообслуживания, владельцы магазинов снижают зависимость своего бизнеса от персонала. Кассы без кассиров готовы работать 24 часа в сутки 7 дней в неделю, не допускают ошибок, не уходят на перекур и всегда рады покупателям.

Для предотвращения краж можно использовать специальные автоматические ворота, которые пропускают только покупателя, который уже оплатил товар.

Таким образом решается множество задач:

Во-первых, кассир отстраняется от денежной массы, исключая возможность реализации многих схем обмана работодателя.

Во-вторых, ускоряется прохождение покупателя через кассу за счет исключения на ней времени расчета с покупателем (особенно при задержках ответа от платежной системы).

В-третьих, повышается надежность контроля подлинности купюр – ни один кассир не сможет так, как сканирующее устройство, гарантировать отсутствие подделок в кассе. К тому же, кассир просто не в состоянии тщательно проверить все купюры.

В-четвертых, не обязательно на кассах использовать высококвалифицированный персонал.

В-пятых, можно автоматически отслеживать наличие или отсутствие денег в кассе (даже по-купюрно и по-монетно), добавляя размен или инкассируя выручку.

Сегодня self-checkout – решение для крупных сетей. Внедрение систем self-checkout – масштабный проект, который включает поставку оборудования и интеграцию программного обеспечения с учетной системой магазина (сети) [49].

Эта интеграция занимает большую часть и в стоимости проекта, и в затратах времени на запуск. При значительном количестве магазинов, оно окупается достаточно быстро, поскольку все затраты по интеграции приходятся на первый магазин, а оснащение кассами самообслуживания последующих магазинов имеет стоимость на порядок меньшую.

Технология Self Checkout имеет несколько значительных преимуществ:

- ускорение обслуживания, сокращение очередей;
- уменьшение нагрузки на кассиров и снижение затрат на персонал;
- значительное повышение качества обслуживания. Устраняется человеческий фактор, который влияет на скорость, уровень сервиса и количество ошибок;
- удовлетворенность покупателей: опросы покупателей многих иностранных сетей показали, что они весьма удовлетворены наличием возможности «самообслужиться» и пользуются кассами самообслуживания регулярно,

причем не только из-за экономии времени, а и из нежелания контактировать с кем-либо при совершении покупок;

- перенос части функций кассира на самого покупателя: активное вовлечение покупателей в процесс покупки, возможность самостоятельно отслеживать цены и количество просканированной продукции положительно влияет на лояльность потребителей;

- оптимизация зоны продаж магазина: при внедрении зон самообслуживания возникает реальная экономия торговой площади;

- быстрая окупаемость решения в крупных магазинах: по данным исследований консалтинговой компании IHL Consulting Group, ритейлеры добиваются возврата затрат на инвестиции, сделанные на системы Self Checkout, в течение 12 - 15 месяцев [35].

Кассы самообслуживания включают в себя все возможности стандартной кассы. В них встроен терминал оплаты банковской картой, современное оборудование поддерживает работу с программой лояльности, расчет скидок, возможность давать сдачу и принимать товары без штрих-кода и со специальными защитными устройствами.

Подразумевается, что вместо кассиров за зоной касс самообслуживания следит один оператор, чтобы в случае необходимости помочь покупателю, либо оперативно решать прочие возникшие ситуации. При этом, один оператор касс самообслуживания может обслуживать до 8 касс.

Устройство кассы самообслуживания можно рассмотреть на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Устройство кассы самообслуживания

Комплектация кассы самообслуживания:

- 15-дюймовый или 17-дюймовый (в зависимости от модели и изготовителя) сенсорный монитор;
- купюроприёмник и диспенсер купюр;
- пин-клавиатура;
- считыватель карт;
- сканер штрих-кодов;
- электронные весы;
- веб-камера;
- фискальный принтер чеков;
- монетоприёмник;
- ёмкость для выдачи сдачи;
- упаковочный стол.

Фактически, все перечисленные части системы можно условно разделить на 3 зоны: работа с товарами, оплата и контрольные весы.

1. Работа с товарами — модуль управления и обработки.

Внутри системный блок с мощным процессором, через него проходят все торговые операции. Товары распознает биоптический сканер, рядом с ним весы. Чеки печатает встроенный программно-технический комплекс.

Информация выводится на сенсорный монитор, а чтобы клиенту было комфортнее, есть аудиосистема, дающая подсказки.

Тут же стоит система оповещения: она подаст сигнал, если кассе потребуется обслуживание персонала (например, заменить ленту), а еще она действует как антикражная.

2. Оплата покупок — модуль приема и обработки наличных.

Касса одинаково уверенно работает и с банкнотами, и с монетами. Дает сдачу, причем покупатель может бросить горсть монет, не пересчитывая, а модуль примет столько, сколько нужно, остальное вернет. Предусмотрена проверка подлинности купюр, сортировщик банкнот.

Для легкой инкассации встроена денежная кассета, которую не вскрывают в магазине, а отправляют в банк. В среднем, инкассация требуется примерно раз в неделю, а не каждый день, как на обычных кассах.

Именно этот модуль значительно ускоряет процесс покупки — ведь в отличие от кассы с кассирами не приходится при приеме считать купюры и монеты вручную, а потом вручную отсчитывать сдачу.

3. Система контроля веса товаров.

Сложная система контрольных весов отслеживает вес сканируемого товара, и по усредненным значениям определяет, сколько должен весить пакет с покупками. Если значения не совпадают, срабатывает система оповещения. Этот модуль работает, чтобы снижать кражи и бороться с мошенничеством со стороны покупателей [45].

Произведем сравнительный анализ представленных на рынке касс самообслуживания (табл. 2.11):

1. Касса самообслуживания AlfaRobotics ARC 70;
2. Терминал кассового самообслуживания (ТКС) Пилот «Соло»;
3. Касса самообслуживания NCR SelfServ Checkout.

Таблица 2.11

Сравнительный анализ характеристик касс самообслуживания

Признаки сравнения:	AlfaRobotics ARC 70	Пилот «Соло»	NCR SelfServ Checkout
---------------------	---------------------	--------------	-----------------------

Сканирование и взвешивание товара	+	+	+
Вывод информации о покупке	на интерактивном дисплее	на 17-дюймовый ЖК-монитор с сенсорным экраном	на 15-дюймовый цветной сенсорный ЖК-дисплей высокого разрешения
Среднее время обслуживания одного клиента	1 минута 30 секунд	1 минута 15 секунд	1 минута
Контрольные весы для проверки веса всей покупки	+	+	+
Оплата покупки	наличными/банковской картой	наличными/банковской картой	наличными/банковской картой
Купюро- и монетоприемник с функцией выдачи сдачи и рециклингом купюр/монет	+	+	+
Занимаемое пространство	1,5 м ²	1,25 м ²	1,5 м ²
Круглосуточная техническая поддержка 365 дней в году	-	-	+
Стоимость (руб.)	870 000	1 500 000	1 200 000

В результате сравнительного анализа оптимальным вариантом кассы самообслуживания является касса самообслуживания NCR SelfServ Checkout.

Предложенное решение NCR SelfServ Checkout позволит повысить эффективность работы кассовой зоны, снизить зависимость продаж от работы кассиров. Кассы самообслуживания NCR SelfServ Checkout дают покупателям возможность расплачиваться без посторонней помощи и ожидания в очереди. Посетители магазина смогут самостоятельно отсканировать штрих-код товаров и оплачивать покупки с учетом имеющихся у них карт лояльности и дисконтных карт – также, как и при традиционной оплате. Система NCR SelfServ Checkout принимает наличные деньги и банковские карты, а «мелочь» туда можно опускать горстью, не пересчитывая: система проведет самостоятельный подсчет, вернув сдачу. Кроме того, интерфейс NCR SelfServ Checkout грамотно и доходчиво инструктирует клиента: анимационные пошаговые демонстрации понятны даже неопытному пользователю.

В среднем, решение позволят увеличить пропускную способность магазина на 10-15%, снизить издержки на персонал, сократить время оплаты на 30-50%, а покупательский поток увеличить на 5%.

Поставщиком и наладчиком нового оборудования станет компания Штрих-М и New Vision Inco, которая является официальным партнером NCR

по системам кассового самообслуживания в России и странах Европы. Специалисты New Vision Inco осуществляют интеграцию кассовых систем в существующую схему работы кассовой линии, обеспечат технологический и бизнес-консалтинг, опираясь на методику NCR, а также свой опыт решения аналогичных задач в России и за рубежом.

Кроме того, специалисты New Vision Inco обеспечивают обучение персонала магазина – операторов кассы самообслуживания, старших кассиров, управляющих и другого персонала, продемонстрировав высокий уровень обслуживания покупателей и подготовив ответы на наиболее часто задаваемые вопросы.

Установку кассовых систем NCR SelfServ Checkout, а также их техническое обслуживание специалисты New Vision Inco осуществляют вместе со своим партнёром, компанией ШТРИХ-М.

Кассы самообслуживания теперь позволят покупателям сети «Пятерочка» расплачиваться без посторонней помощи. Терминалы самообслуживания позволяют не только оплачивать товары без спешки, но и избавляют клиентов от необходимости отсчитывать деньги – достаточно вложить купюру и бросить в монетоприемник горсть мелочи – машина сама отсчитает необходимое количество, а также выдаст сдачу.

Организационная структура X5 Retail Group децентрализована. Руководители всех форматов компании — торговых сетей «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Карусель» — напрямую подчиняются главному исполнительному директору. В рамках каждого формата функционируют коммерческий и финансовый департаменты, департамент маркетинга, дирекция по управлению персоналом, служба безопасности и департамент развития. Торговая сеть «Пятёрочка» располагает собственной системой логистики, в то время как сети «Перекрёсток» и «Карусель» осуществляют совместное управление логистической деятельностью.

Генеральным директором ООО «Агроторг» торговой сети «Пятерочка» является Наумова Ольга Валерьевна.

Штат сотрудников «Пятерочки» насчитывает более 100 тысяч человек.

Организационная структура компании отражена на рисунке 2.3.

В составе персонала компании «Пятёрочка» выделяют четыре категории работников:

- а) персонал управления;
- б) специалисты;
- в) торгово-оперативный персонал;
- г) вспомогательный персонал.

Деление персонала по категориям работников представляет собой общую форму функционального разделения их труда.

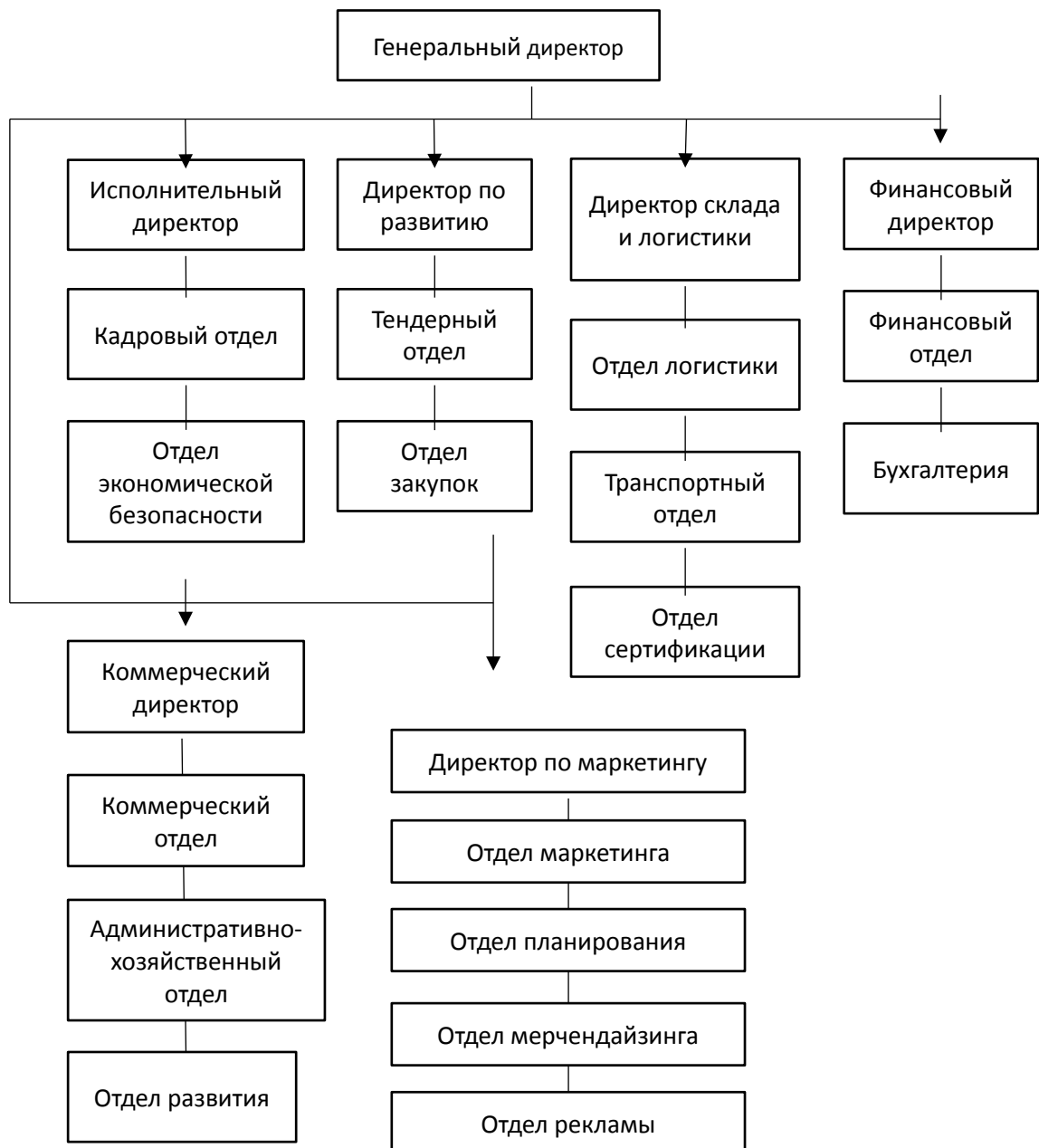


Рис. 2.3. Организационная структура ООО «Агроторг»

В составе персонала управления выделяются должности руководителей (менеджеров), специалистов и т.п. В составе торгово-оперативного персонала выделяются профессии продавцов, кассиров, контролеров-кассиров и т.п. В составе вспомогательного персонала – профессии фасовщиков, грузчиков, уборщиков и т.п. В составе должностей специалистов выделяют экономистов, финансистов, товароведов, бухгалтеров и т.п.

Организационная структура ООО «Агроторг» магазина «Пятерочка» выглядит следующим образом (рис. 2.4):



Рис. 2.4. Организационная структура магазина «Пятерочка»

1) Супервайзер – контролирует работу директоров магазинов, зона охвата – 10-15 магазинов.

2) Директор магазина (1 чел.) – организует работу магазина, организует и контролирует работу сотрудников, выполняет планы по товарообороту, минимизации потерь и соблюдению бизнес-процессов, взаимодействует с проверяющими и контролирующими органами, ведет отчетность и анализирует плановые показатели магазина.

3) Заместитель директора магазина (2 чел.) – помогает директору магазина в организации работы магазина и осуществлении других его

функций.

4) Товаровед (1 чел.) – осуществляет заказ товаров и приходование товара, формирует отчеты по коррекции остатков, контролирует соответствие цен и ценников в торговом зале.

5) Продавец-кассир (12-24 чел.) - обслуживает покупателей на кассе (наличный и безналичный расчет), выкладывает товар в зале, отслеживает сроки годности товара, проверяет наличие ценников, консультирует покупателей в зале.

Сегодня, в условиях высокой конкуренции, выживают и развиваются компании, которые способны наиболее эффективно вести свой бизнес. Одним из основных критериев эффективности ведения бизнеса является получаемая прибыль. Сокращение затрат – важнейший резерв оптимизации прибыли, снижения цены на продукцию, и, следовательно, роста конкурентоспособности и финансовой устойчивости компании.

Экономический эффект любого проекта, в том числе проекта сокращения затрат, заключается в дополнительно получаемой прибыли. Дополнительно получаемая прибыль, в свою очередь, определяется тем, насколько изменится выручка, производственные затраты, налоговые платежи компании в связи с реализацией данной инвестиционной идеи.

Методы финансового планирования и прогнозирования позволяют получить представление об инвестиционном проекте, который и лежит в основе бизнес-плана. В данном разделе мы проанализируем финансовые стороны проекта, которые позволят дать этому инвестиционному проекту, насколько это возможно, объективную оценку.

Для финансовых расчетов были приняты следующие исходные данные:

- дата начала проекта: 01.07.2017;
- продолжительность: 5 лет.

Для упрощения расчетов подготовительный период реализации проекта принят равным 1 месяц.

Первоначальная стоимость кассы самообслуживания NCR SelfServ Checkout

	Стоимость
Касса самообслуживания NCR SelfServ Checkout	1 200 000
Доставка	50 000
Установка	30 000
Первоначальная стоимость	1 280 000

Предприятие собирается закупить и использовать кассу самообслуживания NCR SelfServ Checkout, затратив на покупку 1,28 млн. рублей. Оборудование будет эксплуатироваться 5 лет с амортизацией 20% ежегодно. Инвестиции можно представить следующей таблицей:

Таблица 2.13

Расчет амортизационных отчислений (тыс. руб.)

Годы	2017	2018	2019	2020	2021
Инвестиции	1280	-	-	-	-
Амортизация 20%	256	256	256	256	256
Остаточная стоимость	1024	768	512	256	0

Для осуществления проекта необходимы инвестиции в размере 1 280 000 рублей на внедрение одной кассы самообслуживания на одну торговую точку с наибольшей проходимостью для разгрузки потока покупателей.

Таблица 2.14

Изменение затрат за год (тыс. руб.)

	До	После	Отклонение
Заработная плата	5 735	5 017	718
Отчисления ФОТ (30,2%)	1 732	1 515	217
Амортизация	0	256	256
		Итого	1 191

В результате внедрения кассы самообслуживания и сокращения персонала (3 чел.) произойдет сокращение затрат на 1 191 тыс. руб. в год. Таким образом, окупаемость проекта составит:

$$T = \frac{1280 \text{ тыс. руб.}}{1191 \text{ тыс. руб.}} = 13 \text{ месяцев}$$

Преобразования в производственной и организационной структуре позволят определить изменения постоянных затрат предприятия, в частности

затрат на оплату труда. Приобретение и реализация оборудования, повлечет за собой изменение амортизационных отчислений.

Итоговое значение чистого дисконтированного денежного потока – это показатель NPV, или то количество денег, которое планируется получить по достижении горизонта планирования с учетом временного фактора. В данном проекте ЧДД равен 3637,66 тыс. руб. Положительное значение показывает, что вызываемый инвестициями денежный поток в течение всей экономической жизни проекта превысит первоначальные капитальные вложения, обеспечит необходимый уровень доходности на вложенные фонды и увеличение рыночной стоимости.

Таблица 2.15

Расчет чистого дисконтированного дохода

Год	Поток денежной наличности, тыс. руб.		Ставка дисконта = 15%		
	Приток	Отток	Чистый поток	Дисконт	NPV, тыс.руб.
1	1191	1280	-89	1	-89
2	1238	0	1238	0,87	1077,06
3	1287	0	1287	0,756	972,972
4	1338	0	1338	0,658	880,404
5	1392	0	1392	0,572	796,224
Итого	6446	1280	5166	NPV = 3637,66	

Произведем расчет периода окупаемости с учетом дисконтирования.

Таблица 2.16

Окупаемость с учетом дисконтирования

Период (год)	Первоначальные затраты	Денежный поток	Дисконтированный денежный поток	Дисконтированный денежный поток с нарастающим итогом
1	1280	1191	-89	-89
2		1238	1077,06	988,06
3		1287	972,972	1961,032
4		1338	880,404	2841,436
5		1392	796,224	3637,66

$$T = 1 + \left(\frac{89}{\frac{1238}{365}} \right) = 1 \text{ год } 27 \text{ дней}$$

С учетом дисконтирования период окупаемости проекта составит 1 год и 27 дней.

Рассчитаем индекс рентабельности по формуле:

$$PI = \frac{NPV}{IC} \quad PI = \frac{NPV}{IC}, \quad (2.1)$$

где PI (Profitability Index) – индекс доходности инвестиционного проекта;
NPV (Net Present Value) – чистый дисконтированный доход;
IC (Invest Capital) – первоначальный затраченный инвестиционный капитал.

$$PI = \frac{3637,66 \text{ тыс. руб.}}{1280 \text{ тыс. руб.}} = 2,84$$

Индекс рентабельности больше 1, следовательно, проект инвестиционно привлекателен для вложения, так как сможет обеспечить дополнительную отдачу капитала.

Таким образом, реализация проекта приведет к следующим изменениям выручки, затрат и налогов:

- сокращение затрат на оплату труда;
- сокращение затрат на отчисления в фонд оплаты труда;
- возникновение «новых» затрат на ремонт и содержание оборудования;
- изменение прочих затрат на производство продукции отсутствует;
- изменение объемов реализации конечного продукта, а значит, выручки от реализации, отсутствует;
- рост налога на имущество ввиду ввода нового оборудования.

В процессе реализации проекта введения касс самообслуживания предприятие может столкнуться со следующими рисками.

Контролируемые риски:

1. Риск превышения стоимости оборудования и задержки ввода в эксплуатацию. В значительной мере устраняется за счет использования контрактов на условиях ФСПК, (то есть контрактов «под ключ» с фиксированной стоимостью и сроками) с подрядчиками.

2. Технические риски. Сводятся к минимальному уровню путем выбора опытных подрядчиков по монтажу и вводу в эксплуатацию аналогичных

объектов и поставщиков торгового оборудования. Технические риски ограничены также тем, что все технологии, ранее использовались при осуществлении подобных проектов и показали свою высокую техническую и экономическую эффективность.

3. Риск негативного отношения общественности и невосприятия проекта. Снижение риска – получение обратной связи/исследование причин отказа/невосприятия технологии; проведение популяризационных мероприятий, разработка информационной и брендинговой политики.

4. Финансовые риски (риски неплатежей, задержки платежей и другие) устраняются за счет выбора эффективных способов платежей, выбора эффективно работающего банка с развитой инкассаторской службой.

5. Социальная напряженность в коллективе. Снижение риска – выработка механизма стимулирования работников, включая участие в результатах деятельности компании, разработка эффективного подхода к распределению фонда оплаты труда, гарантированный достойный социальный пакет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Одним из показателей, характеризующих финансовые результаты предприятия является прибыль. Определение доли доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов, происходит с помощью показателя прибыли.

Прибыль является одним из важнейших показателей, которая характеризует финансовый результат деятельности предприятия. По прибыли можно определить долю доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. С помощью показателя прибыли определяют рентабельность собственных и заемных средств предприятия, авансированного капитала, основных производственных средств. Прибыль как измеритель финансового состояния характеризует целесообразность вложений в активы предприятия и степень умелости его хозяйствования.

Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства в процессе предпринимательской деятельности. Целью производственно-хозяйственной и финансовой деятельности любого современного предприятия является получение прибыли за счет производства и реализации востребованной рынком продукции. Прибыль позволяет своевременно обновлять основные фонды, расширять масштабы производства, создавать предпосылки для дальнейшего роста эффективности производства и повышения конкурентоспособности продукции.

Для оценки уровня эффективности функционирования предприятия используют относительные величины – показатели рентабельности (доходности, прибыльности). Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия.

В первом разделе выпускной квалификационной работы

рассматривались теоретические основы прибыли как экономической категории; способы управления формированием финансового результата, а также факторы роста прибыли.

Во втором разделе дана организационно-экономическая характеристика ООО «Агроторг» и проведен анализ прибыли и рентабельности деятельности предприятия. Были рассмотрены: характеристика предприятия, анализ структуры и динамики прибыли, анализ показателей рентабельности и их оценка, даны выводы. Особое внимание было уделено как абсолютной величине и динамике прибыли предприятия, так и относительным показателям рентабельности, отражающие эффективность деятельности предприятия.

Анализ финансовых результатов показал, что на предприятии наблюдается значительный рост прибыли от основной деятельности. Это обусловлено наращиванием объемов и темпов производства, а также ростом вложений в основной и оборотный капитал. Однако это приводит к сокращению показателей рентабельности, что в целом снижает деловую активность предприятия.

С целью решения данных вопросов представлен проект по повышению прибыли и рентабельности предприятия и произведена оценка эффективности инвестиционного проекта по внедрению касс самообслуживания в ООО «Агроторг».

Проект требует инвестиций в размере 1 280 000 рублей на внедрение одной кассы самообслуживания на одну торговую точку.

Финансовая и экономическая эффективность инвестиционного проекта показали, что проект прибыльный, практически все показатели имеют положительную тенденцию и высокие значения.

Срок окупаемости вложений составляет 1 год и 1 месяц. Это означает, что приведенный по фактору времени суммарный экономический эффект (чистый денежный поток нарастающим итогом) становится положительным на второй год после начала вложений. Дисконтированный срок окупаемости

составляет – 1 год и 27 дней.

Индекс доходности проекта составляет 2,84. Это означает, что за расчетный период экономический эффект от реализации проекта в 2,84 раза превышает связанные с проектом затраты.

При оценке будущего состояния ООО «Агроторг» выявили, что с принятием инвестиционного проекта финансово-экономические показатели предприятия улучшатся. Предприятие благодаря инвестиционному проекту сможет увеличить прибыль за счет сокращения издержек, повысить рентабельность от реализации продукции, будет быстрее оборачивать свои активы и получать от них доход.

Таким образом, можно сделать вывод, что реализация данного инвестиционного проекта является эффективным вложением средств ООО «Агроторг».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. – М.: Дело, 2003
2. Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 366 с.
3. Бердышев, С. Н. Формирование финансового результата в бухгалтерском учете [Текст] / С. Н. Бердышев, Н. Ф. Цыбина. – М.: Ай Пи Эр Медиа – 2011. – 255 с.
4. Бригхэм, Ю.Ф. Финансовый менеджмент: Экспресс-курс [Текст] / Ю.Ф. Бригхэм. - СПб.: Питер, 2013. - 592 с.
5. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование [Текст] : Учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. - М.: КноРус, 2013. - 232 с.
6. Витун, С. Е. Финансы предприятий [Текст] : пособие / С. Е. Витун, А. И. Чигрина. – Гродно: ГрГУ, 2010. – 305 с.
7. Володин, А.А. Управление финансами. Финансы предприятий [Текст] : Учебник. — 3-е изд. / А.А. Володин. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 364 с.
8. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия) [Текст] : Учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – М.: КНОРУС, 2012. – 416 с.
9. Григорьева, Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз [Текст] : Учебник для магистров / Т.И. Григорьева. – М.: Юрайт, ИД Юрайт, 2013. – 462 с.
10. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений [Текст] : Учебник / О.В. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2013. – 349 с.

11. Зайков, В.П. Финансовый менеджмент: теория, стратегия, организация [Текст] : Учебное пособие / В.П. Зайков, Е.Д. Селезнева, А.В. Харсеева. - М.: Вуз. книга, 2012. - 340 с.
12. Казакова, Н.А. Финансовый анализ [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.А. Казакова. - Люберцы: Юрайт, 2016. – 470 с.
13. Кобелева, И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций [Текст] / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 256 с.
14. Колмыкова, Т.С. Инвестиционный анализ [Текст]: Учебное пособие / Т.С. Колмыкова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 204 с.
15. Литовченко, В.П. Финансовый анализ [Текст] : Учебное пособие / В.П. Литовченко. - М.: Дашков и К, 2016. - 214 с.
16. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : Учебник для вузов / Д.В. Лысенко. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 320 с.
17. Овчинников, В.В. Финансовый анализ с использованием ЭВМ [Текст] / В.В. Овчинников. - М.: КноРус, 2013. - 272 с.
18. Савицкая, Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты [Текст] / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 272 с
19. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности [Текст] : Учебное пособие / Г. В. Савицкая. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 284 с.
20. Трошин, А. Н. Финансы и кредит [Текст] : Учебник / А. Н. Трошин, Т. Ю. Мазурина, В. И. Фомкина. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 332 с.
21. Тютюшкина, Г. С. Организация коммерческой деятельности предприятия [Текст] / Г. С. Тютюшкина. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. – 132 с.
22. Фридман, А.М. Экономика предприятия общественного питания [Текст] : Учебник для бакалавров / А.М. Фридман. - М.: Дашков и К, 2016. - 464 с.

23. Чалдаева, Л.А. Экономика предприятия [Текст] : Учебник для бакалавров / Л.А. Чалдаева. - М.: Юрайт, 2013. - 410 с.
24. Корпоративные финансы [Текст] : Учебник для вузов / Под ред. М. В. Романовского, А. И. Вострокнутовой. – СПб.: Питер, 2014. – 592 с.
25. Экономика предприятия [Текст] : учебник / Под редакцией Н. А. Сафронова. - М.: Юристъ, 1998. — 584 с.
26. Бердников, А.А. Анализ прибыли и рентабельности организации: теорет. аспект [Текст] / А.А. Бердников // Молодой ученый. – 2013. – №2. – С.111-113.
27. Вагазова, Г. Р. Сущность финансовых результатов деятельности предприятия [Текст] / Г.Р. Вагазова, Е.С. Лукьянова // Молодой ученый. — 2015. — №11.3. — С. 13-15.
28. Ефимов, О.Н. Формирование финансовых результатов на предприятии [Текст] / О.Н. Ефимов, А.А. Константинова // Технические науки. – 2015. – №30-1. – С. 125-131.
29. Завьялова, З.М. Формирование финансовых результатов на предприятии [Текст] / З.М. Завьялова, И.Н. Выголова // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2009. – №2. – С. 118-121.
30. Марганова, Р. Р. Формирование финансовых результатов в соответствии с РСБУ и МСФО [Текст] / Р.Р. Марганова // Наука и современность. – 2013. – №21. – С. 221-226.
31. Лысов, И. А. Методология управления финансовыми результатами предприятия [Текст] / И.А. Лысов, Н.В. Колачева // Вестник НГИЭИ. – 2015. – №1 (44). – С. 54-59.
32. Оськина, Ю. Н. Обзор методик анализа финансовых результатов [Текст] / Ю.Н. Оськина, Е.А. Баева // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – №4 (050). – С. 126-130.
33. Рябец, П.С. Анализ факторов, влияющих на финансовые результаты деятельности предприятия [Текст] / П.С. Рябец,

Т.Н. Бондаренко // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6 (часть 4) – С. 761-764.

34. Троценко, В.М. Значение финансовых результатов для предприятия [Текст] / В.М. Троценко, Я.В. Рыжкова // Экономика и социум. – 2016. – №6(25). – С. 10-15.

35. <http://www.barcod.ru/avtomatizciya/avtomati-torgovli/kassi-samoobsl-self-che.html>

36. <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/factory-pribyli.html>

37. <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2013/10/01/pyaterochka-osvezhit-magaziny>

38. <http://torglogistika.ru/store/kassovoe-oborudovanie/85123/?pos=1121318>

39. <http://alfarobotics.ru/kassa-samoobsluživaniya.html>

40. <http://systemgroup.com.ua/ru/content/kassy-samoobslužhivaniya>

41. <http://portkkm.ru/overview/budushchee-uzhe-nastupilo-kassy-samoobslužhivaniya-v-magazinakh-rossii/>

42. <http://itcorpus.ru/index.php?n=ncr-selfserv-checkout>

43. <http://www.shtrih-m.ru/catalog/-/NCR-SSCO/#description>

44. <http://www.crystals.ru/self-checkout>

45. <http://shtrih-m-spb.ru/solutions/kassy-samoobslužhivaniya/>

46. <https://www.x5.ru/ru/Pages/Investors/OutlookAndKeyPriorities.aspx>

47. <http://pandia.ru/text/78/353/1830.php>

48. <http://strong-point.ru/ru/shop/retail/kassy-samoobslužhivaniya?yclid=1168604429339855791>

49. <http://www.business.ru/article/478-kassy-samoobsluživaniya-stoit-li-vnedryat>

50. <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/factory-pribyli.html>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

**Консолидированный отчет о финансовом положении на 31 декабря
2016г. (в миллионах российских рублей, если не указано иное)**

	31 декабря 2016 г.	31 декабря 2015 г.	31 декабря 2014 г.
Активы			
<i>Долгосрочные активы</i>			
Основные средства	189 000	150 328	134 998
Инвестиционное имущество		3 718	3 468
Гудвил	75 313	65 684	64 503
Прочие нематериальные активы		14 618	15 505
Инвестиции в ассоциированные компании		31	68
Инвестиции, имеющиеся в наличии для продажи		213	210
Прочие долгосрочные активы		2 251	1 717
Отложенные налоговые активы		3 568	4 946
<i>Итого долгосрочных активов</i>	<i>293 410</i>	<i>240 411</i>	<i>225 415</i>
<i>Краткосрочные активы</i>			
Запасы	57 887	47 084	37 465
Компенсирующий актив		240	-
Займы выданные		-	7
Торговая и прочая дебиторская задолженность	27 692	21 464	15 537
Текущая дебиторская задолженность по налогу на прибыль		2 610	2 165
НДС и прочие налоги к возмещению		13 488	13 897
Денежные средства и их эквиваленты	8 958	25 623	7 611
<i>Итого краткосрочных активов</i>	<i>108 705</i>	<i>110 509</i>	<i>76 682</i>
Итого активы	402 115	350 920	302 097
Капитал и обязательства			
<i>Капитал, относимый на акционеров материнской компании</i>			
Акционерный капитал		2 457	2 456
Эмиссионный доход		46 218	46 126
Совокупный резерв курсовых разниц		-	(44)
Нераспределенная прибыль	55 963	41 789	29 098
Резерв по выплатам, основанным на акциях		94	170
<i>Итого капитал</i>	<i>104 718</i>	<i>90 558</i>	<i>77 806</i>
<i>Долгосрочные обязательства</i>			
Долгосрочные кредиты и займы	101 545	115 152	79 843
Долгосрочная кредиторская задолженность по финансовой аренде		-	-
Отложенные налоговые обязательства		3 924	5 339
Долгосрочные доходы будущих периодов		13	21
Прочие долгосрочные обязательства		-	-
	<i>106 517</i>	<i>119 089</i>	<i>85 203</i>
<i>Краткосрочные обязательства</i>			
Торговая кредиторская задолженность	103 773	92 001	81 244
Краткосрочные кредиты и займы	42 670	15 834	30 680
Обязательство по выплатам, основанным на акциях		-	-
Краткосрочная кредиторская задолженность по финансовой аренде		-	4
Проценты начисленные		693	814
Краткосрочные доходы будущих периодов		555	159
Текущие обязательства по налогу на прибыль		1 770	238
Резервы и прочие обязательства		30 420	25 949
	<i>190 880</i>	<i>141 273</i>	<i>139 088</i>
<i>Итого обязательства</i>	<i>297 397</i>	<i>260 362</i>	<i>224 291</i>
Итого капитал и обязательства	402 115	350 920	302 097

Приложение 2

Консолидированный отчет о прибылях и убытках
за период 2014-2016 гг.

	31 декабря 2016 г.	31 декабря 2015 г.	31 декабря 2014 г.
Выручка	808 818	633 873	534 560
Себестоимость продаж	(610 428)	(478 891)	(404 212)
Валовая прибыль	198 390	154 982	130 348
Коммерческие, общие и административные расходы	(170 065)	(133 512)	(110 757)
Аренда/субаренда и прочий доход	6 115	6 818	5 705
Операционная прибыль	34 449	28 288	25 296
Финансовые расходы		(12 175)	(11 003)
Финансовые доходы		117	69
Доля в убытке ассоциированных компаний		(37)	(16)
Чистая прибыль от курсовых разниц		25	77
Прибыль до налогообложения	17 718	16 218	14 423
Расходы по налогу на прибыль	(3 544)	(3 527)	(3 439)
Прибыль за период	14 174	12 691	10 984