

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий
Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Кафедра менеджмента

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Управление прибылью на предприятии

УДК 658.155.012

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3А2А	Ларина Е.Б.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Жданова А.Б.	к.э.н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Громова Т.В.			

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Громова Т.В.			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Менеджмента	Чистякова Н.О.	к.э.н., Доцент		

Томск - 2016г.

**Планируемые результаты обучения по ООП 38.03.02 Менеджмент
(бакалавриат)**

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
Профессиональные компетенции	
Р₁	Применять гуманитарные и естественнонаучные знания в профессиональной деятельности. Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений менеджмента в России и за рубежом в условиях неопределенности с использованием современных научных методов
Р₂	Применять профессиональные знания в области организационно-управленческой деятельности
Р₃	Применять профессиональные знания в области информационно-аналитической деятельности
Р₄	Применять профессиональные знания в области предпринимательской деятельности
Р₅	Разрабатывать стратегии развития организации, используя инструментарий стратегического менеджмента; использовать методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций
Р₆	Систематизировать и получать необходимые данные для анализа деятельности в отрасли; оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование предприятий отрасли, анализировать поведение потребителей на разных типах рынков и конкурентную среду отрасли. Разрабатывать маркетинговую стратегию организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
Р₇	Разрабатывать финансовую стратегию, используя основные методы финансового менеджмента; оценивать влияние инвестиционных решений на финансовое состояние предприятия
Р₈	Разрабатывать стратегию управления персоналом и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию. Применять современные технологии управления персоналом, процедуры и методы контроля и самоконтроля, командообразования, основные теории мотивации, лидерства и власти
Универсальные компетенции	
Р₉	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности.
Р₁₀	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем разрабатывать документацию, презентовать результаты профессиональной деятельности.
Р₁₁	Эффективно работать индивидуально и в коллективе, демонстрировать ответственность за результаты работы и готовность следовать корпоративной культуре организации.

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий
 Направление подготовки (специальность) 38.03.02 Менеджмент
 Кафедра Менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:
 Зав. кафедрой
Чистякова Н.О.
 (Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломной работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
ЗА2А	Лариной Елене Борисовне

Тема работы:

Управление прибыль на предприятии	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№3670/с от 18.05.2016 г.

Срок сдачи студентом выполненной работы:

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

<p>Исходные данные к работе (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</p>	<p>Объектом исследования является финансовое состояние предприятия общества с ограниченной ответственностью «Рона-мебель». Для анализа были предоставлены следующие документы: отчет о прибылях и убытках, баланс предприятия. Нормативно-правовые документы, стандарты финансового учета, научно-публицистическая литература.</p>
<p>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов (аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования,</p>	<p>Необходимо: - рассмотреть сущность и виды прибыли, методы управления прибылью; - провести анализ финансово-экономических показателей предприятия; - провести анализ основных хозяйственных</p>

проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).	показателей; - провести анализ факторов, влияющих на формирование прибыли; - предложить мероприятия по повышению прибыли на предприятии.
Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	– Распределение чистой прибыли; – Анализ динамики и структуры финансового положения (баланса); – Анализ отчета о финансовых результатах; – Динамика прибыли 2013-2014гг.; – Показатели маржинального анализа; – Отчет о прибылях и убытках 2015 г.;
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Громова Т.В.

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	20.01.2016
---	------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Жданова А.Б.	к.э.н.		20.01.2016

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3А2А	Ларина Елена Борисовна		20.01.2016

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 83 страниц, 4 рисунков, 22 таблиц, 20 использованных источников, 3 приложения.

Ключевые слова: *понятие прибыли, функции прибыли, виды прибыли, показатели платежеспособности, показатели рентабельности, управление прибыли*

Объектом исследования является финансовое состояние предприятия общества с ограниченной ответственностью «Рона-мебель».

Цель работы – проанализировать финансовое состояние предприятия и разработать предложения по увеличению прибыли.

Задачами данной работы является анализ финансового состояния предприятия и предложения мероприятий по повышению прибыли.

В первой главе было рассмотрено понятие прибыли и методы управления ею.

В второй главе был проведен финансовый анализ предприятия: анализ основных финансово-экономических показателей предприятия, анализ баланс предприятия. В результате исследования было установлено, что предприятие платежеспособно и финансово устойчивое.

В третьей главе был проведен маржинальный анализ предприятия и предложены мероприятия по повышению прибыли.

В четвертой главе было рассмотрена социальная ответственность предприятия.

Результаты данной выпускной квалификационной работы можно применить в финансовом менеджменте предприятия при принятии управленческих решений по планированию показателей на будущий год.

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

Нормативные ссылки

В настоящей работе использованы ссылки на следующие стандарты:

ПБУ 9/99 – положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 (утв. приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. N32н)

ПБУ 10/99 – положение по бухгалтерскому учету «расходы организации» ПБУ 10/99 (утв. приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. N33н)

Налоговый кодекс РФ глава 26.2 «упрощенная система налогообложения»

Определения

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

прибыль: Основной внутренний источник формирования собственного капитала

доход: Увеличение экономических выгод в течение отчетного периода и (или) уменьшение обязательств, которые приводят к увеличению капитала, отличного от вклада участников

расход: Уменьшение экономических выгод течение отчетного периода и (или) возникновение обязательств, которые приводят к уменьшению капитала, кроме уменьшения вкладов по решению собственников

отчет о прибылях и убытках: Характеризует финансовые результаты за отчетный период

валовая прибыль: Разница между выручкой от реализованной продукции (без НДС) и себестоимостью реализованной продукции (работ, услуг)

себестоимость: Производственные затраты на производство продукции (работ, услуг) без учета коммерческих и управленческих расходов

прибыль от продаж (операционная прибыль): Разница между выручкой от реализованной продукции (без НДС), себестоимостью реализованной продукции, коммерческих и управленческих расходов

прибылью до налогообложения: Разница между всеми доходами и расходами предприятия за отчетный период

прочие доходы: Все доходы, которые не связаны с основной и дополнительной деятельностью компании

чистая прибыль: Прибыль, оставшаяся во владении предприятия после уплаты всех налогов и является главным источником формирования доходов бюджета и денежных накоплений предприятия

налог на прибыль организаций: Прямой налог, взимаемый с прибыли организации, полученной в текущем периоде

маржинальная прибыль: Разница между выручкой от реализации произведенной продукции и ее себестоимостью (переменные затраты)

управление прибылью: Процесс выработки и принятия управленческих решений для достижения определенных финансовых результатов

методы управления прибылью предприятия: Способы воздействия на объект для достижения определенного результата

постоянные затраты: Издержки, у которых величина не зависит от объема выпуска продукции

переменные затраты: Издержки, которые зависят пропорционально изменению объемов деятельности

удельная маржинальная прибыль: Разница между ценой реализованной продукцией без НДС и удельными переменными затратами

маржинальная прибыль: Разница между выручкой от реализации продукции без НДС и переменными затратами

норма маржинальной прибыли: Характеризует величина изменения маржинальной прибыли при изменении выручки от реализованной продукции на 1 руб.

точка безубыточности: Объем производства продукции, при которой выручка от реализации продукции компенсирует затраты на выпуск продукции

порог рентабельности: Выручка от реализации продукции без НДС при объеме продаж в точке безубыточности

запас финансовой прочности: Величина суммы, на которую может снизиться выручка от реализации продукции до получения убытков

сила воздействия операционного рычага: Показывает на сколько процентов изменяется операционная прибыль при изменении выручки на 1 %.

чистые оборотные активы: Разность между оборотными активами и краткосрочными обязательствами

коэффициент текущей ликвидности: Дает оценку способности компании погашать краткосрочные обязательства за счет оборотных активов

коэффициент абсолютной ликвидности: Показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений.

коэффициент срочной ликвидности: Показывает, в какой мере возможна будет погасить текущие обязательства, если положение станет совсем критическим

валовая рентабельность продаж: Величина валовой прибыли в каждом рубле реализованной продукции.

операционная рентабельность продаж: Величина прибыли, полученная предприятием с каждого рубля проданной продукции

чистая рентабельность продаж: Величина прибыли, полученная от продаж

рентабельность активов: Степень эффективности использования имущества организации

чистая рентабельность активов: Величина прибыли, полученная организацией на единицу стоимости капитала

оборачиваемость активов: Скорость превращения всех активов в деньги

оборачиваемость оборотных активов: Скорость и время оборота средств, которые находятся на разных стадиях операционного цикла

оборачиваемость товарно-материальных запасов: Число оборотов запасов предприятия за анализируемый период

оборачиваемость дебиторской задолженности: Показывает, сколько раз за год обернулись средства по дебиторской задолженности

финансовый цикл: Показывает, в течение какого времени денежные средства отвлечены из оборота

рабочий капитал: Величина финансовых ресурсов необходимых для обеспечения нормального кругооборота запасов и дебиторской задолженности в дополнение к кредиторской задолженности, которая покрывает часть текущих активов

финансовая устойчивость: Способность предприятия сохранять платежеспособность и обслуживать долги в долгосрочной перспективе

коэффициент автономии: Доля собственных средств в общей сумме источников

коэффициент левиреджа: Обратный коэффициентом автономии

коэффициент долга: Отношение суммы обязательств к совокупным активам

модель CAPM: Модель оценки финансовых активов, с помощью которой можно определить необходимый уровень доходности актива, который нужно добавить к уже существующему диверсифицированному портфелю

Оглавление

Реферат	5
Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки	6
Введение	11
1 Теоретические аспекты управления прибылью	13
1.1 Понятие прибыли и ее функции	13
1.2 Виды прибыли	16
1.3 Понятие и методы управления прибылью предприятия.	22
2 Анализ управления прибыли на предприятии.	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.	28
2.2 Анализ основных хозяйственных показателей предприятия	30
2.3 Анализ финансово-экономического состояния	34
На основе проведенного результата финансового состояния предприятия ООО «Рона-мебель», можно сказать следующее:	45
3 Мероприятия по повышению прибыли и сохранения платежеспособности	46
3.1 Анализ факторов, влияющих на формирование прибыли	46
3.2 Мероприятия по повышению прибыли на предприятии ООО «Рона-мебель»	53
4 Социальная ответственность	61
Заключение	74
Список публикаций студента	76
Список используемых источников	77
Приложение А Организационная структура ООО «Рона-мебель»	80
Приложение Б Баланс предприятия	81
Приложение В Отчет о прибылях и убытках ООО «Рона-мебель»	83

Введение

В современных условиях задачей любого предприятия является эффективное управление своей деятельностью с целью получения прибыли. Прибыль – это не только источник формирования финансовых резервов и главный показатель эффективности деятельности предприятия, а также главный элемент создания базы роста национальной экономики в целом.

Механизм перераспределения прибыли «наполняет» доходную часть государственного бюджета через налоговую систему, что позволяет государству осуществлять намеченные программы развития экономики. Таким образом, прибыль является движущей силой рыночной экономики и обеспечивает интересы государства, собственников и персонала предприятия. Именно поэтому необходимо постоянное повышение квалификации руководителей и финансовых менеджеров методам эффективного управления, формирования и распределения прибыли в деятельности предприятия. Итак, в сложившейся экономической обстановке освоение методами управления прибылью на современном предприятии является актуальной темой.

Говорить об эффективности тех или иных решений в области финансового менеджмента можно лишь тогда, когда имеется определенная цель. Руководство предприятия может преследовать самые разные цели, но главная цель заключается в увеличении благосостояния владельцев фирмы, а именно в максимизации прибыли предприятия.

Объектом исследования – финансовое состояние предприятия общества с ограниченной ответственностью «Рона-мебель»

Предмет исследования – управление прибылью на предприятии.

Данная работа опирается на работы Полякова Г.Б. по финансовому менеджменту, Синицкой Н.Я для предложения мероприятий по повышению

прибылью, а также рассмотрения влияния ценовой политики на прибыль предприятия.

Основной целью исследования является разработка и внедрение мероприятий по повышению прибыли на основе обобщения теоретических и методологических основ по управлению прибылью.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические и методологические основы управления прибылью;
- изучить и проанализировать финансовое состояние предприятия;
- на основе полученных данных разработать мероприятия по повышению прибыли предприятия.

В первой главе бакалаврской работе опишем теоретические азы и методы управления прибылью, понятия и виды прибыли.

Во второй главе представим характеристику исследуемого предприятия, опишем его финансовое состояние.

В третьей главе проанализируем финансовые результаты предприятия. На основе проведенного анализа разработаем мероприятия по повышению прибыли предприятия.

В четвертой главе рассмотрена социальная ответственность предприятия.

1 Теоретические аспекты управления прибылью

1.1 Понятие прибыли и ее функции

В курсах «Финансовый менеджмент» и «Финансы предприятия» отводится целая глава таким понятиям как прибыль, выручка и доход. Это обусловлено их особой важностью для финансово-хозяйственной деятельности и механизма управления ею. Конечным результатом хозяйственной деятельности предпринимателя является полученный им финансовый результат – прибыль.

Согласно профессору Г.Б. Полякову: прибыль оценивается эффективностью хозяйствования, прибыль – главный источник экономического и социального развития; прибыльность служит основным критерием инвестиционных проектов и программ оптимизации текущих затрат, расходов, финансовых вложений [3, с. 68]. Таким образом, прибыль является базой финансовой устойчивости и обеспечения доходов предприятий, государства, населения.

Прибыль – основной внутренний источник формирования собственного капитала [4, с. 66]. Прибыль выражается разностью доходов и расходов:

$$Pr = D - P, \quad (1)$$

где Pr – прибыль предприятия;

D – доходы предприятия;

P – расходы предприятия.

Согласно ПБУ 9/99, доходами организации является увеличение экономических выгод в течение отчетного периода и (или) уменьшение обязательств, которые приводят к увеличению капитала, отличного от вклада участников. Экономические выгоды увеличиваются за счет поступления активов, т.е. денежных средств и иного имущества. [7]

Таким образом, к доходам относится выручка от реализации продукции (без НДС), к получению проценты и дивиденды, арендная плата и прочие доходы.

Выручка от реализации продукции формируется исходя из всех поступлений, которые связаны с расчетами за реализованную продукцию (работ, услуг) и выражаются в денежной и (или) натуральной формах. [8]

Согласно ПБУ 10/99, расходами организации является уменьшение экономических выгод течение отчетного периода и (или) возникновение обязательств, которые приводят к уменьшению капитала, кроме уменьшения вкладов по решению собственников. Экономические выгоды уменьшаются за счет выбытия активов. [10]

Таким образом, расходами организации являются затраты на производство реализованной продукции (товаров, услуг), оплата труда работников, амортизация, убытки от стихийных бедствий, продажи основных средств, изменение курса валют и т.д.

Получение прибыли – важное условие и цель предпринимательства любой хозяйственной структуры. В связи с этим, существует понятие предпринимательский доход, где часть прибыли от предпринимательской деятельности получает предприниматель, за вычетом уплаченных им процентов и ренты. [11]

Так как основную часть прибыли предприятие получает от реализации выпускаемой продукции, величина прибыли находится (как и предпринимательской доход) под влиянием факторов, которые можно разделить на три группы:

Производственные факторы. Они связаны с объемом производства, его ритмичностью, материальной, научно- и организационно-технической оснащенностью. Например, качество продукции, ее многообразный ассортимент.

Коммерческие факторы. Они охватывают в широком смысле понятие «маркетинг»: заключение договоров на основе изучения действующего и

прогнозирования рынка, рекламы, ценовое регулирование каналов сбыта и т.п. Надежность прогноза данных факторов основывается на страховании рынков и привлечение новых платежеспособных клиентов – это и требует коммерческих затрат.

Финансовые факторы. Данные факторы включают в себя: формы расчетов, ценовое регулирование, привлечение кредитов предприятие или средств из централизованных резервов, применение санкций, взыскание и изучение дебиторской задолженности, а также обеспечение ликвидности активов.

Существуют так же зависящие и не зависящие от усилий предприятия факторы, которые влияют на размер прибыли и ее динамику. К зависящим факторам относятся объем проданной продукции (товаров, услуг), ее качество, уровень себестоимости и остальных затрат, политика ценообразования предприятия, уровень квалификации кадров и качество менеджмента. К не зависящим факторам относятся состояние рынка, тарифы (цены) на энергию, топливо, регулируемые государством цены на товары, амортизация, налогообложение.

Говоря о прибыли как о категории рыночных отношений, следует выделить ее функции.

Первая функция: прибыль отражает экономический эффект, приобретенный в результате деятельности предприятия. Присутствие прибыли в организации указывает на то, что расходы ниже доходов, связанных с его деятельностью. Но оценить все аспекты организации, анализируя производственно-хозяйственную и финансовую деятельности, возможно только используя систему показателей.

Вторая функция: прибыль обладает стимулирующей функцией. В связи с тем, что прибыль является и финансовым результатом, и основным элементом финансовых ресурсов, предприятие заинтересовано в максимизации прибыли. После уплаты налогов и прочих обязательных платежей доля чистой прибыли должна быть достаточно для

финансирования производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.

Третья функция: прибыль является одним из важнейших источников формирования бюджетов разных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов и наравне с прочими доходными поступлениями используется для финансирования удовлетворения совместных общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, производственных, научно-технических и социальных программ.

Таким образом, прибыль играет основную роль современного предприятия, является основным источником формирования собственного капитала и бюджетов, отражает экономический эффект предприятия в результате его деятельности, стимулирует его на максимизацию прибыли.

1.2 Виды прибыли

Для глобального анализа получения прибыли предприятие использует данные отчета о прибылях и убытках и бухгалтерского баланса.

Отчет о прибылях и убытках характеризует финансовые результаты за отчетный период, т.е. организация путем сопоставления расходов и доходов показывает, как получила прибыль (убыток). [10]

Согласно данному документу, существуют следующие виды прибыли:

Валовая прибыль – отражает разницу между выручкой от реализованной продукции (без НДС) и себестоимостью реализованной продукции (работ, услуг). [5] Такая прибыль представляет полученную величину денег компанией от продаж до учета других затрат. Рассчитывается по формуле:

$$\text{Валовая прибыль} = В - СС, \quad (2)$$

где В – выручка от реализованной продукции (без НДС), руб.;

СС – себестоимость реализованной продукции, руб.

Выручка учитывается на счете 90 «Продажи» (без НДС) для выявления финансовых результатов от реализации продукции (работ, услуг).

Себестоимость отражает производственные затраты на производство продукции (работ, услуг) без учета коммерческих и управленческих расходов.

Прибыль от продаж (операционная прибыль) фиксирует разницу между выручкой от реализованной продукции (без НДС), себестоимостью реализованной продукции, коммерческих и управленческих расходов. [5] Также данную прибыль можно найти как разницу между валовой прибылью и суммой коммерческих и управленческих расходов.

$$\text{Прибыли от продаж} = В - СС - Кр - Ур, \quad (3.1)$$

$$\text{Прибыль от продаж} = \text{Валовая прибыль} - Кр - Ур, \quad (3.2)$$

где Кр – коммерческие расходы, руб.;

Ур – управленческие расходы, руб.

Коммерческими расходами являются:

- расходы на транспортировку продукции покупателю;
- расходы на упаковочные материалы;
- расходы на рекламу;
- расходы на маркетинговые исследования рынка;
- расходы на аренду складских и торговых помещений;
- расходы на погрузочно-разгрузочные работы;
- амортизация торгового и производственного оборудования;
- расходы на сертификацию продукции и пр.

Коммерческие расходы зависят от веса продукции, расстояния ее перевозки, от тарифов транспортных расценок, от используемых каналов сбыта и т.д.

К управленческим расходам относятся:

- расходы на содержание административных помещений;
- расходы на оплату труда управленческого персонала;
- представительские и командировочные расходы;

- расходы на оплату услуг связи;
- расходы на приобретение и содержания офисного оборудования, а также канцелярских принадлежностей и пр.

Управленческие расходы входят в состав счета 26 «общехозяйственные расходы».

Прибылью до налогообложения считается разница между всеми доходами и расходами предприятия за отчетный период. Т.е. сумма прибыли от продаж, процентов к получению, доходы от участия в других организациях, проценты к получению и прочие доходы за вычетом процентов к уплате и прочих расходов. [5]

$$ПР_{но} = ПР_{пр} + Д_{др} + \%_{п} - \%_{уп} + Д_{пр} - Р_{пр}, \quad (4)$$

где ПР_{но} – прибыль до налогообложения, руб.;

ПР_{пр} – прибыль от продаж, руб.;

Д_{др} – доходы от участия в других организациях, руб.;

%_п – проценты к получению, руб.;

%_{уп} – проценты к уплате, руб.;

Д_{пр} – прочие доходы, руб.;

Р_{пр} – прочие расходы, руб.

Данная прибыль является источником покрытия постоянных финансовых долгосрочных расходов (проценты по кредитам и займам, лизинговые платежи). Т.е. это те расходы, которые фирма должна нести при любом финансовом положении, возможных спадах объема реализации продукции и др.

Доходами от участия в других организациях являются [7]:

- поступления от участия в уставных капиталах других организациях, в том числе проценты и иные доходы по ценным бумагам;
- полученная стоимость имущества при выходе из общества или при ликвидации организации;
- полученная организацией прибыль в итоге от совместной деятельности (по договору простого товарищества).

Процентами к получению являются доходы от процентов по облигациям, депозитам, а также доходы за предоставление в пользование денежных средств организации и от кредитных организаций за пользование остатками средств на счетах организации.

Проценты к уплате включают в себя:

– проценты, которые уплачиваются по всем видам заемных обязательств, кроме процентов, включенных в стоимость инвестиционных активов и/или использованных для предварительной оплаты материально-производственных запасов, иных ценностей, работ и услуг согласно правилам бухгалтерского учета;

– дисконт, относящийся к уплате по облигациям и векселям, кроме включенной в состав расходов будущих периодов согласно учетной политики предприятия.

Прочими доходами являются все доходы, которые не связаны с основной и дополнительной деятельностью компании, а именно:

– доходы от списания просроченной кредиторской задолженности и выпуска акций и облигаций;

– доходы от паевых взносов в результате расширения предприятия;

– доходы от членских взносов в результате производственно-сбытовой кооперации.

Организация для целей бухгалтерского учета вправе сама признавать поступления доходов от обычного вида деятельности или прочие поступления согласно ПБУ, характера своей деятельности, вида доходов и условий получения их.

Прочими расходами являются расходы, которые не связаны с производством и реализацией продукции. К ним можно отнести:

– расходы на сертификацию продукции;

– просроченная дебиторская задолженность;

– начисление процентов по кредитам и займам;

– расходы на подбор персонала и его обучение;

- расходы на аренда и лизинговые платежи ;
- расходы на консультации, а также юридические, аудиторские и предпринимательские услуги;

Штрафы, пени и неустойки за нарушенный договор.

Чистая прибыль – это прибыль, оставшаяся во владении предприятия после уплаты всех налогов и является главным источником формирования доходов бюджета и денежных накоплений предприятия. [6]

$$\text{ЧП} = \text{В} - \text{СС} - \text{КР} - \text{УР} - \%_{\text{упл}} - \text{НПр}, \quad (5.1)$$

где ЧП – чистая прибыль, руб;

КР – коммерческие расходы, руб;

УР – управленческие расходы, руб;

%_{упл} – проценты к уплате, руб;

НПр – налог на прибыль, руб.

Налог на прибыль организаций - это прямой налог, взимаемый с прибыли организации, полученной в текущем периоде. Ставка налога на прибыль равна 20%.

Также чистую прибыль можно рассчитать по формуле (5.2).

$$\text{ЧП} = \text{ПРно} - \text{НПр} \quad (5.2)$$

Чистая прибыль применяется для расширения производства, показывает насколько выгодно работать в данном направлении, стоит ли продолжать развивать бизнес или приостановить его.

Чистая прибыль входит в сметы расходов, образует фонды накопления и фонды потребления. Фондами накопления являются фонды развития производства, фонд производственного и научно-технического развития, фонд социального развития. Фондами потребления являются фонды материального поощрения.

Распределение чистой прибыли можно представить в виде схемы (рисунок 1) [6]



Рисунок 1 – Распределение чистой прибыли

Маржинальной прибылью является разница между выручкой от реализации произведенной продукции и ее себестоимостью (переменные затраты). [8] Себестоимость складывается из трех видов расходов: затраты труда, затраты сырья и материалов и накладные производственные затраты.

$$\text{Маржинальная прибыль} = В - \text{Переменные затраты} \quad (6)$$

Данная прибыль служит оценкой способности покрывать предприятием постоянные издержки и формировать необходимую балансовую прибыль от реализации продукции.

1.3 Понятие и методы управления прибылью предприятия.

Высокая роль прибыли в развитии предприятия и обеспечении интересов его собственников и персонала определяют необходимость эффективного и непрерывного управления прибылью.

Управление прибылью – это процесс выработки и принятия управленческих решений для достижения определенных финансовых результатов, который включает в себя:

- формирование прибыли;
- распределение прибыли;
- использование прибыли;
- планирование прибыли. [6]

Объектом управления прибылью является доход от реализации товаров (услуг, продукции), покрытие затрат и процентов по займам, уплата налогов и других обязательных платежей, формирование чистой прибыли и прибыли до уплаты налогов, формирование нераспределенной прибыли, выплата дивидендов.

Основными задачами управления прибылью является:

- обеспечение роста прибыли;
- обеспечение конкурентоспособности предприятия в долгосрочном и краткосрочном периодах;
- обеспечение стабильного формирования чистой прибыли;
- обеспечение приемлемого уровня рентабельности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Задача финансового менеджмента заключается в обеспечении стабильности формирования его доходов, которые превышают его затраты. Это позволяет обеспечить безубыточность деятельности предприятия.

Методы управления прибылью предприятия – это способы воздействия на объект для достижения определенного результата. Каждый метод необходимо тщательно прорабатывать, в противном случае при

неправильном использовании результат может оказаться неблагоприятный для организации.

Существует различные подходы к классификации методов управления прибылью предприятия. Эффективность и результативность формирования доходов субъекта хозяйствования как составной модели управления его прибылью зависит от адекватности финансового обеспечения ценовой политики организации реалиям рынка, на котором оно работает.

Современные методы управления прибылью заключаются:

- в анализе финансовых результатов. Здесь следует провести маржинальный анализ предприятия, финансовый анализ выручки, прибыли и ее рентабельности, а также анализ структуры капитала, анализ показателей оборачиваемости средств организации.

- в анализе прибыли во внутренних финансовых отношениях компании, т.е. следует разработать финансовый бюджет предприятия, прогнозный отчет о прибылях и убытках компании на основании результатов проведенного анализа.

- в разработке организационного плана предприятия, т.е. создание регламента управления прибылью (действия по реализации получения запланированной прибыли).

Планирование основных показателей на следующие периоды происходят с помощью маржинального анализа. Он помогает определить влияния изменения объемов реализации продукции на операционную прибыль предприятия. В его основе лежит изучение соотношения объема реализации товаров, прибыли и затрат, которые делятся на постоянные и переменные. А также прогнозирование каждого из этих показателей в будущем периоде.

Маржинальный анализ дает возможность исследовать зависимость прибыли от малого круга важных факторов и на основании данной зависимости управлять процессом формирования ее величины.

Достоинства маржинального анализа заключаются в определении:

- безубыточного объема продаж при определенных соотношениях цены, постоянных и переменных затрат;
- для получения конкретной величины прибыли определяют необходимый объем продаж;
- критических показателей постоянных издержек при определенной величины маржинального дохода;
- критической точки реализации при определенном объеме продаж и уровне переменных и постоянных издержек.

Постоянными затратами являются издержки, у которых величина не зависит от объема выпуска продукции. К ним относятся на производстве амортизация, услуги брокеров. В качестве коммерческих расходов выступают услуги на рекламу, а также к ним относятся управленческие расходы.

Переменными затратами называются издержки, которые зависят пропорционально изменению объемов деятельности. К ним относятся в качестве производственных расходов материалы, оплата труда, отчисления в соц. фонды.

В маргинальном анализе используются такие показатели, как:

- Удельная маргинальная прибыль, которая показывает разницу между ценой реализованной продукцией без НДС и удельными переменными затратами. Данный показатель рассчитывается на единицу продукции.

$$m = P - v, \quad (7)$$

где m – удельная маргинальная прибыль, руб;

P – цена от реализованной продукции без НДС, руб;

v – удельные переменные затраты, руб.

- Маргинальная прибыль представляет разницу между выручкой от реализации продукции без НДС и переменными затратами.

$$MPr = B - Z_{пер}, \quad (8),$$

где $Z_{пер}$ – переменные затраты, руб.;

MPr – маргинальная прибыль, руб.

– Норма маржинальной прибыли характеризует величину изменения маржинальной прибыли при изменении выручки от реализованной продукции на 1 руб. и рассчитывается как отношение маржинальной прибыли к выручке от реализации без НДС:

$$K_{вм} = \frac{m}{P}, \quad (9)$$

где $K_{вм}$ – норма маржинальной прибыли.

– Точка безубыточности показывает объем производства продукции, при которой выручка от реализации продукции компенсирует затраты на выпуск продукции. Рассчитывается следующим образом:

$$Q_{min} = \frac{FC}{m}, \quad (10)$$

где Q_{min} – минимальное допустимое значение объема реализации продукции за период, руб;

FC – постоянные затраты на реализацию и производство продукции за период, руб.

– Порог рентабельности это выручка от реализации продукции без НДС при объеме продаж в точке безубыточности. Данный показатель рассчитывается как:

$$V_{min} = Q_{min} * P, \quad (11)$$

где V_{min} – порог рентабельности, руб.

– Запас финансовой прочности определяет величину суммы, на которую может снизиться выручка от реализации продукции до получения убытков. Чем выше данный показатель, тем конкурентно способнее предприятие

$$\Phi П = В - V_{min}, \quad (12)$$

где $\Phi П$ – запас финансовой прочности, руб.

– Сила воздействия операционного рычага показывает на сколько процентов изменяется операционная прибыль при изменении выручки на 1 %.

$$СВОР = \frac{M}{ОП_r}, \quad (13)$$

где $СВОР$ – сила воздействия операционного рычага;

М – валовая маржинальная прибыль, руб;

ОПр – операционная прибыль предприятия, руб.

Проведя маржинальный анализ, можно определить максимальное увеличение прибыли при полной загрузке производственных мощностей. И на основании расчетов составить мероприятия по повышению прибыли.

Как любое исследование, маржинальный анализ можно разделить на этапы:

Первым этапом является сбор информации для проведения маржинального анализа, ее подготовка и обработка. На данном этапе рассматриваются такие вопросы, как:

- величина наличного капитала, которая необходима предприятию;
- мероприятия по мобилизации данных средств;
- уровень финансового риска, при котором используется финансовый рычаг.

Вторым этапом является определение величины постоянных и переменных затрат на производство продукции, ее реализацию. Здесь следует рассматривать следующие вопросы:

- определение приоритетов высокой рентабельности и высокой ликвидности;
- уровень определения (увеличение или снижение) силы операционного рычага, изменяя переменные и постоянные затраты, и как следствие, изменение уровня предпринимательского риска на предприятии;
- определение разумности продажи продукции ниже ее себестоимости;
- влияние эффекта изменения объема производства и сбыта на прибыль.

На третьем этапе происходит расчет показателей.

На четвертом этапе происходит сравнительный и факторный анализ изменения уровня рассчитанных показателей. Данный этап рассматривает следующие аспекты:

– нахождение оптимального уровня товаров для удовлетворения клиентов;

– определение оптимальной величины получаемого организацией краткосрочного кредита, который позволяет обеспечить и стимулировать продажу товаров в рассрочку при снижении появления безнадежных долгов и минимизации средств, отвлекаемых на дебиторскую задолженность.

Шестым этапом является прогнозирование показателей при их изменении и мероприятия по повышению прибыли.

Главными элементами в маргинальном анализе являются порог рентабельности, финансовый рычаг, запас финансовой прочности и операционный рычаг.

Суть операционного рычага в том, что при любом изменении выручки от реализации продаж всегда изменяется прибыль. Это обусловлено различным уровнем влияния динамики постоянных и переменных издержек на формирование финансовых результатов деятельности организации при изменении объема производства.

Финансовый рычаг проявляется в том, что организация, которая использует заемные средства, изменяет чистую рентабельность собственных средств и дивидендные возможности. Уровень данного рычага говорит о финансовом риске предприятия. К постоянным затратам относятся проценты по кредиту, что приводит к росту финансовых расходов по заемным средствам, которые сопровождаются увеличением силы операционного рычага и увеличением предпринимательского риска.

Анализ безубыточности позволяет выяснить величину или количество продаж, при которой доход равен расходу, т.е. нет ни убытков и ни прибыли. Ниже точки безубыточности бизнес будет приносить убытки, выше точки безубыточности – прибыль. Чем выше точка безубыточности, тем труднее ее перешагнуть. Точку безубыточности экономисты называют порогом рентабельности. Данный порог можно снизить путем увеличении валовой маржи, например, повысить цену или объем реализации, снизить переменные или постоянные затраты.

2 Анализ управления прибыли на предприятии.

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.

Объектом исследования дано работы является общество ограниченной ответственностью «Рона-мебель», созданное в октябре 2002 году.

Головной офис находится по адресу 634059, Томская обл., г. Томск, ул. Смирнова, д. 30. Производство располагается по адресу 634024, Томска обл., г. Томск, 2-ой поселок ЛПК, д. 111 стр.6

Компания ООО «Рона-мебель» занимается производством мягкой мебели и является одной из крупнейшей компанией в г. Томске в данной отрасли.

Директором является Малышев Константин Николаевич.

Учредителями предприятия является: Арбатский Д.Ю. и Малышев К.Н.

Уставной капитал предприятия равен 10 000 руб.

Предприятие работает по упрощенной налоговой системе налогообложения.

Общество является юридическим лицом: имеет в собственности имущество, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, открывать предпринимательские счета в Российской Федерации и за ее пределами.

Организационная структура представлена в приложении А.

Предприятие состоит из четырех основных подразделений, средняя численность работников в организации 50 сотрудников.

Структура общества включает в себя:

– орган управления, который состоит из директора и Правления. Директор занимается оперативным управлением предприятия, а Правление осуществляет контроль, стратегическое планирование;

– отдел бухгалтерии, который состоит из главного бухгалтера, бухгалтера финансовой группы и бухгалтера материальной группы. Отдел бухгалтерии занимается экономическими расчетами и бухгалтерской деятельностью;

– конструкторского бюро, которое состоит из конструктора-технолога столярного участка и конструктора-технолога швейного участка;

– отдел производства, который состоит из начальника производства, менеджера закупок, склада материалов, склада готовой продукции, цеха производства, отдела контроля качества, транспортного цеха;

– отдел продаж, который состоит из менеджера продаж, т.е. продавцах-консультантах в головном офисе и дополнительном офисах, занимающимися консультированием по продукции и оформлению заказов.

Продукция предприятия проходит следующий производственный цикл:

– менеджер продаж оформляет заявку на производство продукции, заполняет паспорт требуемой продукции (размеры, тип мебели, название выбранной ткани и т.п.) и передает его начальнику производства;

– начальник производства передает паспорт швейному участку, столярному цеху, менеджеру заказа, закройному цеху, обивочному цеху:

– менеджер заказа делает заявку на склад материалов и не имеющиеся в наличии материалы (фурнитуру и ткани) заказывает у поставщиков;

– закройный цех по данным паспорта делает закройку и передает швейному цеху;

– швейный цех по данным паспорта изделия, получает ткань со склада материалов и по закройке шьет чехол с обивочной тканью;

– столярный цех получает материалы со склада материалов и по данным паспорта изделия делает каркас мебели;

– цех покраски дерева покрывает декоративные элементы каркаса лаком;

– обивочный цех получает чехол и каркас и по паспорту проводит обойно-сборочные работы;

– готовое изделие проходит контроль качества, и если все в порядке, то отправляется на склад готовой продукции;

– транспортный цех доставляет готовое изделие заказчику.

У каждой организации есть поставщики. Главными поставщиками материалов являются:

– ООО «ТД Оникс» - поставщик мебельной фурнитуры;

– ООО «Комплект Н» - поставщик мебельной фурнитуры;

– ООО «Арбен 70» - поставщик тканей, фурнитуры и крепежей для мебели;

– ООО «ТД Аметист» - поставщик мебельной фурнитуры

– ООО «Ля Рошель» - поставщик тканей и мебельной фурнитуры

– ООО «Белая Роза» - поставщик тканей

Главными потребителями являются:

– ООО «Крокус» г. Томск;

– ООО «Мебель Сила» г. Кемерово;

– ООО «Эврика» г. Новосибирск;

– ООО «Классик» г. Томск;

– ИП Икимова, г. Казань;

– ИП Григорьев, г. Томск;

– ИП Волкова;

– Частные лица (физ.лица).

2.2 Анализ основных хозяйственных показателей предприятия

Важнейшим показателем финансового результата, характеризующим эффективность хозяйствования предприятия, являются показатели прибыли, которая в условиях перехода к рыночной экономике составляет основу экономического развития предприятия.

Показатели прибыли становятся важнейшими для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Они характеризуют степень его деловой активности и финансового благополучия.

Анализ финансового состояния компании ООО «Рона-мебель» проводился на основе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, составленные на две отчетные даты: на 31.12.2013 г. и на 31.12.2014 г. (приложение Б). Основываясь на данные приложения, проведем горизонтальный и вертикальный анализы предприятия.

Таблица 1 – Анализ динамики и структуры финансового положения (баланса)

Наименование раздела/статьи	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение за год (+, -)	
	Сумма, руб.	Удельный вес, %	Сумма, руб.	Удельный вес, %	Сумма, руб.	Темп изменения, %
Активы						
1. Внеоборотные активы, в т.ч.	315 000	2,34	315 000	2,36	0	0,00
Основные средства	292 000	2,17	292 000	2,19	0	0,00
2 Оборотные активы, в т.ч.	13 122 000	97,66	13 036 000	97,64	-86 000	-0,66
Запасы	2 645 000	19,68	3 103 000	23,24	458 000	17,32
Дебиторская задолженность	10 344 000	76,98	9 802 000	73,42	-542 000	-5,24
Денежные средства	133 000	0,99	131 000	0,98	-2 000	-1,50
Итого активы	13 437 000	100,00	13 351 000	100,00	-86 000	-0,64
Пассивы						
3 Капитал и резервы, в т.ч.	13 146 000	97,83	13 236 000	99,14	90 000	0,68
Уставной капитал	10 000	0,07	10 000	0,07	0	0,00
Нераспределенная прибыль	13 136 000	97,76	13 226 000	99,06	90 000	0,69
4 Долгосрочные обязательства, в т.ч.	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Кредиты банка	0	0,00	0	0,00	0	0,00
5 Краткосрочные обязательства, в т.ч.	291 000	2,17	115 000	0,86	-176 000	-60,48
Кредиты банка	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Кредиторская задолженность	291 000	2,17	115 000	0,86	-176 000	-60,48
Итого пассивы	13 437 000	100,00	13 351 000	100,00	-86 000	-0,64

Из таблицы 1 видно, что в структуре активов баланса значительную часть занимают оборотные активы (98%), в частности дебиторская задолженность (73%). В 2014 г. доля данной статьи активов в структуре баланса в сравнении с 2013 г. снизилась на 5% и в абсолютном выражении

снизилась на 542 тыс.руб.. В 2014 г. доля запасов в структуре баланса в сравнении с 2013 г. увеличилась на 17% и составила 3,1 млн. руб. Валюта баланса изменилась на 86 тыс.руб. или на 0,64%. При этом она выросла с 13 437тыс.руб. в 2013г. до 13 351 тыс.руб. в 2014г. Это свидетельствует о том, что организация наращивает свои мощности.

Увеличение количества запасов свидетельствует о затоваривании склада, но т.к. выручка снизилась за год на 224 тыс.руб., то это может свидетельствовать о снижении оборачиваемости и платежеспособности компании. Высокий уровень дебиторской задолженности и низкая доля денежных средств говорят о продажах с отсрочкой и проблемах с оплатой. Рост происходит на фоне снижения выручки – это говорит о том, что компании не удалось удержать своих покупателей. Это повышает операционные риски компании.

В структуре пассива баланса большую часть занимает капиталы и резервы, а именно нераспределенная прибыль (99%). В 2014 г. в сравнении с 2013 г. нераспределенная прибыль увеличилась на 1,5%, а в денежном выражении на 90 тыс. руб.

Рост нераспределенной прибыли означает расширение возможностей пополнения оборотных средств для ведения нормальной хозяйственной деятельности.

Краткосрочные обязательства на 2014 г. составили 115 тыс.руб. За отчетные даты данная статья уменьшилась на 60%, в денежном выражении это изменение составило 176 тыс. руб. Предприятие кредиты не берет.

Краткосрочные обязательства уменьшились за счет уменьшения задолженности, например, перед персоналом или поставщиками, т.е. предприятие погасило часть задолженности.

Отчет о финансовых результатах позволяет провести оценку эффективности деятельности предприятия, а также необходим для анализа рентабельности и деловой активности. Рассмотрим анализ отчета о финансовых результатах на основе данных приложений В.

Таблица 2 – Анализ отчета о финансовых результатах

Наименование раздела/статьи	отчетный период		предыдущий год	
	Сумма, руб.	Удельный вес, %	Сумма, руб.	Удельный вес, %
Выручка	15 724 000	100,0	15 948 000	100,0
Себестоимость реализованной продукции	-15 479 000	-98,4	-15 542 000	-97,5
Валовая прибыль	245 000	1,6	406 000	2,5
Прибыль от продаж	245 000	1,6	406 000	2,5
Прибыль до налогообложения	245 000	1,6	406 000	2,5
налог на прибыль	-155 000	-1,0	-161 000	-1,0
Чист прибыль	90 000	0,6	245 000	1,5

Таблица 3 – Анализ динамики прибыли за 2013 - 2014 гг.

Наименование показателя	2013 г (руб.)	2014 г. (руб.)	2014 в % к 2013
Выручка	15 948 000	15724000	98,60
Валовая прибыль	406 000	245000	60,34
Прибыль от продаж	406 000	245000	60,34
прибыль до налогообложения	406 000	245000	60,34
чистая прибыль	245 000	90000	36,73

Выручка в 2014 году снизилась на 224 тыс. руб., т.е. выручка по сравнению с 2013 годом почти не изменилась ($15724/15948=98,6\%$). При этом себестоимость уменьшилась на 45 тыс.руб. или на 0,4%. Доля себестоимости в составе выручки выросла с 97,5% в 2013 г. до 98,4% в 2014 г. За счет этого компания сократила операционную прибыль на 0,9 коп. с каждого рубля реализованной продукции. Если такая тенденция в будущем сохранится, то это может привести к резкому снижению эффективности. Чистая прибыль уменьшилась на 0,9%, доля чистой прибыли в составе выручки снизилась с 1,5% в 2013 г. до 0,6% в 2014 г.

Также из таблицы 3 видно, что прибыль до налогообложения понизилась на 39,7%, что привело к уменьшению чистой прибыли, т.е. прибыли в распоряжении предприятия.

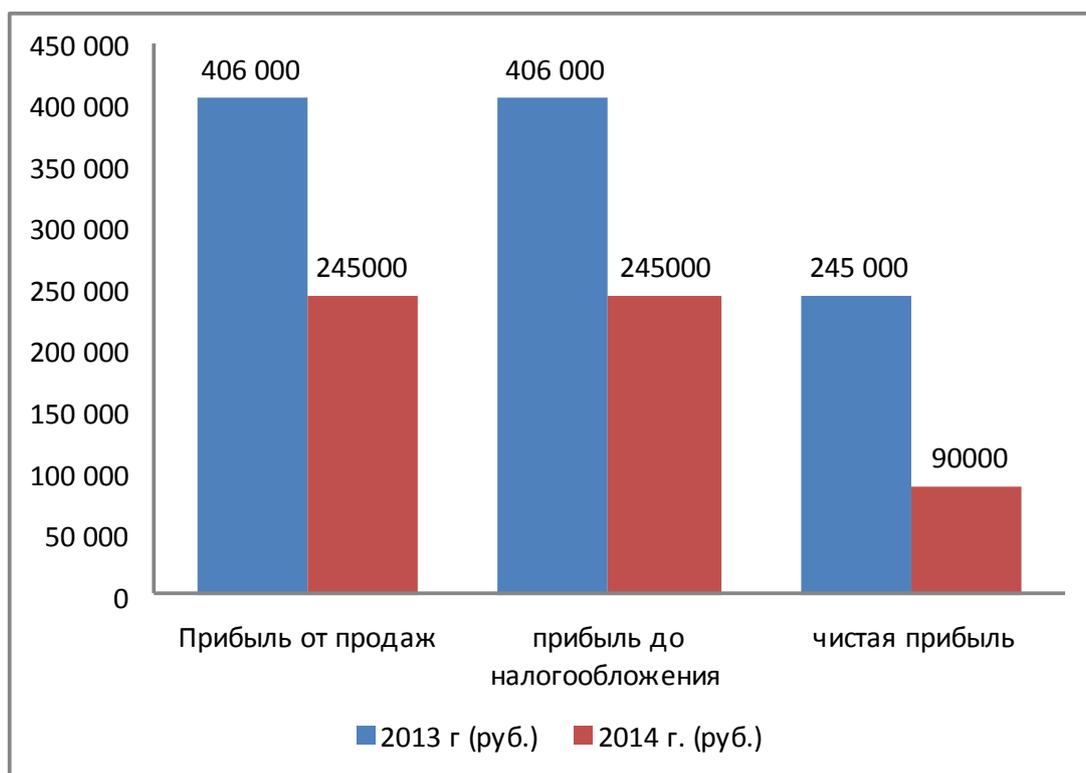


Рисунок 2 – Динамика прибыли 2013-2014 гг.

По данной диаграмме можно сделать вывод, что прибыль уменьшилась.

2.3 Анализ финансово-экономического состояния

Финансовая устойчивость предприятия выражается его платежеспособностью. Если денежные средства, краткосрочные финансовые вложения и расчеты с дебиторами покрывают краткосрочные обязательства, то такое предприятие считается платежеспособным.

Здесь рассчитываются такие показатели, как [13, с. 53]:

- чистые оборотные активы;
- коэффициент абсолютной ликвидности;
- коэффициент срочной ликвидности;
- коэффициент текущей ликвидности.

Чистые оборотные активы показывают разность между оборотными активами и краткосрочными обязательствами. [13, с. 56]

$$\text{ЧОА} = \text{ОА} - \text{КО}, \quad (14)$$

где ОА – оборотные активы, руб.;
КО – краткосрочные обязательства, руб.

Нормативов по данному показателю нет, он анализируется в динамике и должен быть положительным для обеспечения финансовой устойчивости.

Различают три группы коэффициента ликвидности.

Коэффициент текущей ликвидности дает оценку способности компании погашать краткосрочные обязательства за счет оборотных активов. [10] Т.е. коэффициент показывает, сколько рублей текущих активов приходится на один рубль. Чем выше показатель, тем лучше платежеспособность предприятия. Нормативом по показателю считаются значения от 1,5 до 3.

$$\text{Ктл} = \frac{\text{ОА}}{\text{КО}} \quad (15)$$

Далее рассмотрим коэффициент абсолютной ликвидности. Данный коэффициент показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений. [13, с. 58] Нормативом данного показателя должно быть значение не менее 0,2, т.е. предприятие каждый день может оплачивать 20% срочных обязательств.

$$\text{Кал} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ}}{\text{КО}}, \quad (16)$$

где ДС – денежные средства, руб.;
КФВ – краткосрочные финансовые вложения, руб.

Коэффициент срочной ликвидности показывает, в какой мере возможна будет погасить текущие обязательства, если положение станет совсем критическим. [10]

$$\text{Ксл} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ} + \text{ДЗ}}{\text{КО}}, \quad (17)$$

где ДЗ – дебиторская задолженность, руб.

Норматив данного показателя является значение от 0,8 до 1,2 [10].

Проведем оценку деятельности ООО «Рона-мебель», результаты занесем в таблицу 4.

Таблица 4 – Коэффициенты ликвидности

Показатели	обозначения	на дату 31.12.2013	на дату 31.12.2014	Нормативное значение
Чистые оборотные активы	ЧОА	12 831 000	12 921 000	положительно е
Коэффициент абсолютной ликвидности	К _{аб}	0,46	1,14	>0,2
Коэффициент срочной ликвидности	К _{сл}	36,00	86,37	0,8-1,2
Коэффициент текущей ликвидности	К _{тл}	45,09	113,36	1,5-,3

Из таблицы 4 можно сделать следующие выводы:

Во-первых, чистые оборотные активы положительные, выросли на 90 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом, что говорит о росте обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия.

Во-вторых, коэффициент абсолютной ликвидности выше нормативного значения. На отчетную дату он составил 1,14, что выше на 0,68 по сравнению с предыдущим годом. Это говорит о том, что слишком высокая доля неработающих активов в виде наличных денег и средств на счетах компании.

В-третьих, коэффициент текущей ликвидности намного выше нормы, а значит предприятие платежеспособно. Это указывает на то, что недостаточно активно используются оборотные активы.

В-четвертых, коэффициент срочной ликвидности намного выше нормы. Это свидетельствует об улучшении платежеспособности предприятия. В 2014 году по сравнению с 2013 годом предприятие увеличило платежеспособность на 68,27 и составило 113,36 при норме 1,5-3.

Таким образом, предприятие финансово устойчиво и платежеспособно, при этом данные показатели растут.

Теперь проведем анализ рентабельности, т.е. проанализируем относительные показатели доходности.

Существуют 6 показателей рентабельности:

- валовая рентабельность продаж, %;
- операционная рентабельность продаж, %;
- чистая рентабельность продаж, %;
- рентабельность активов, %;
- чистая рентабельность активов, %;
- рентабельность собственного капитала, %.

Валовая рентабельность продаж показывает величину валовой прибыли в каждом рубле реализованной продукции. [10] Чем выше этот показатель, тем лучше.

$$R = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{выручка}} * 100\%, \quad (18)$$

где R – валовая рентабельность продаж.

Операционная рентабельность продаж ($R_{пр}$) определяет величину прибыли, полученную предприятием с каждого рубля проданной продукции. [14, с. 145]

$$R_{пр} = \frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{выручка}} * 100\%. \quad (19)$$

Чистая рентабельность продаж ($R_{чпр}$) показывает величину прибыли, полученную от продаж. [10]

$$R_{чпр} = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{выручка}} * 100\%. \quad (20)$$

Рентабельность активов показывает степень эффективности использования имущества организации. [10] То есть отражает объем прибыли на каждый рубль вложенных средств.

$$ROA = \frac{\text{прибыль от продаж}}{CA_{ср}} * 100\%, \quad (21)$$

где $CA_{ср}$ – среднее значение совокупных активов (валюта баланса) предприятия, руб.

Чистая рентабельность активов (ROE) определяет величину прибыли, полученную организацией на единицу стоимости капитала. Данный показатель определяет эффективно ли и целесообразно ли происходит ведение бизнеса. Высокий показатель ROE указывает на высокую эффективность работы средств акционеров. [10]

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{СК_{ср}} * 100\%, \quad (22)$$

где $СК_{ср}$ – средняя величина собственного капитала, руб.

Проведем расчеты и сведем результаты в таблицу 5.

Таблица 5 – Анализ показателей рентабельности

Показатели	обозначения	Отчетный период	предыдущий период	планируемый период
Валовая рентабельность продаж, %	R	1,56	2,55	13,20
Операционная рентабельность продаж, %	R _{пр}	1,56	2,55	13,20
Чистая рентабельность продаж %	R _{чПр}	0,57	1,54	11,88
Рентабельность активов, %	ROA	1,83		
Чистая рентабельность активов, %	ROA _{чПр}	0,67		
Рентабельность собственного капитала, %	ROE	0,68		

По данной таблице можно сделать следующие выводы:

Во-первых, валовая рентабельность уменьшилась почти на 1 %. Это означает снижение эффективности использования производственных фондов, выраженной в росте затрат выпуска продукции. Значение данного показателя положительное, что указывает на устойчивость и эффективность функционирования производственных фондов.

Во-вторых, операционная рентабельность продаж также снизилась на 1%. Причины могут быть следующие:

– темпы роста затрат опережают темпы роста выручки (снижение цен, увеличение норм затрат, инфляционный рост затрат опережает выручку);

– темпы снижения выручки опережают темпы снижения затрат (сокращение объемов продаж);

– выручка уменьшается, а затраты увеличиваются (увеличение норм затрат, снижение цен, изменение структуры ассортимента продаж).

В-третьих, чистая рентабельность снизилась почти на 1%. Это объясняется снижением выручки от реализации и действием операционного рычага, т.е. при снижении выручки постоянные расходы пропорционально не уменьшились.

Следующие три показателя анализируются в динамике.

В-четвертых, рентабельность активов низкая (1,83).

В-пятых, рентабельность собственного капитала составила 1,36%. Для эффективного управления бизнесом данный показатель должен быть на уровне средней доходности по рынку (15% - 20%). Причины падения данного показателя могут быть рост собственного капитала, падение оборачиваемости активов. Причины роста данного показателя могут быть рост прибыли, высокий финансовый рычаг.

И наконец, чистая рентабельность активов составил 0,67. При снижении данного показателя причинами могут быть снижение выручки, снижение цены на продукцию. При увеличении данного показателя причинами могут быть рост чистой прибыли, рост объема продаж, рост цен на продукцию.

Проведем анализ деловой активности ООО «Рона-мебель». Стабильное финансовое состояние предприятия в условиях рыночной экономики определено его деловой активностью, которая зависит от многообразия рынков сбыта продукции, деловой репутации предприятия,

степени выполнения плана по основным показателям хозяйственной деятельности, устойчивости экономического роста [16]

Здесь рассчитываются такие показатели, как:

- оборачиваемость активов;
- оборачиваемость оборотных активов;
- оборачиваемость запасов;
- время финансового цикла.

Данные показатели указывают на эффективность использования активов и являются оценкой скорости оборота. Чем выше скорость оборота, тем быстрее оборачиваются активы.

Оборачиваемость активов характеризует скорость превращения всех активов в деньги и рассчитываются по формуле [15]:

$$K_{ca} = \frac{\text{Выручка}}{CA_{cp}}. \quad (23)$$

Рост данного показателя означает рост эффективности использования всех активов компании.

Оборачиваемость оборотных активов означает скорость и время оборота средств, которые находятся на разных стадиях операционного цикла. [16]

$$K_{oa} = \frac{\text{Выручка}}{OA_{cp}}, \quad (24)$$

где OA_{cp} – среднегодовая стоимость оборотных активов, руб.

Оборачиваемость товарно-материальных запасов отражает число оборотов запасов предприятия за анализируемый период. Уменьшение данного показателя говорит об относительном увеличении производственных запасов и незавершенного производства или о снижении спроса на готовую продукцию. [16]

$$K_{об.з} = \frac{CC_{rp}}{З_{cp}}, \quad (25)$$

где CC_{rp} – себестоимость реализованной продукции, руб.

$Z_{ср}$ – среднегодовая стоимость запасов предприятия, руб.

Оборачиваемость дебиторской задолженности показывает, сколько раз за год обернулись средства по дебиторской задолженности. [16] [8] Чем показатель выше, тем быстрее оплачиваются долги перед предприятием, тем меньше сумма требуется для финансирования деятельности предприятия в период отсрочки платежа.

$$\text{Коб. дз} = \frac{\text{Выручка}}{\text{ДЗ}_{ср}}, \quad (26)$$

где $\text{ДЗ}_{ср}$ – среднегодовая сумма дебиторской задолженности, руб.

Финансовый цикл показывает, в течение какого времени денежные средства отвлечены из оборота.

$$\text{Тфц} = \text{Тоб. з} + \text{Тоб. дз} - \text{Тоб. кз}, \quad (27)$$

где Тфц – время финансового цикла, дни;

Тоб.з – продолжительность оборота запасов, дни;

Тоб.дз – продолжительность оборота дебиторской задолженности, дни;

Тоб.кз – продолжительность оборота кредиторской задолженности.

Рабочий капитал определяет величину финансовых ресурсов необходимую для обеспечения нормального кругооборота запасов и дебиторской задолженности в дополнение к кредиторской задолженности, которая покрывает часть текущих активов.

Рабочий капитал равен сумме дебиторской задолженности и запасов за вычетом краткосрочных кредиторской задолженности (без кредитов предприятиеов).

Проведем расчеты и сведем их в таблицу 6.

Таблица 6 – Показатели оборачиваемости

Показатели	Обозначения		На дату 31.12.2014		На дату 31.12.2013	
			Коэффициент оборачиваемости	Период оборота, дни	Коэффициент оборачиваемости	Период оборота, дни
Рабочий капитал, руб.			12 698 000		12 790 000	
Оборачиваемость активов	КСА	ТСА	1,17	310,91	1,19	306,55
Оборачиваемость оборотных активов	КОА	ТОА	1,20	303,60	1,22	299,34
Оборачиваемость запасов	КОБЗ	ТОБЗ	5,39	67,77	5,41	67,50
Оборачиваемость дебиторской задолженности	КОБДЗ	ТОБДЗ	1,56	233,82	1,58	230,54
Оборачиваемость кредиторской задолженности	КОБКЗ	ТОБКЗ	77,46	4,71	76,56	4,77
Время финансового цикла,	Т _{фц}		-70,51	296,88	-69,57	293,27

Из таблицы 6 можно сделать следующие выводы:

Коэффициент оборачиваемости активов в 2014 году по сравнению с 2013 годом уменьшился на 0,02, при этом продолжительность одного оборота активов увеличился на 4,5 дня. Снижение коэффициента вызвано спадом объема продаж и ростом суммы используемых активов.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов уменьшился на 0,02 в 2014 году по сравнению с 2013 годом. При этом продолжительность оборота оборотных активов увеличилась на 4,3 дня. Ускорение оборачиваемости может быть получено за счет применения таких факторов, как:

- повышение качества продукции;
- повышение конкурентоспособности продукции;
- улучшения системы снабжения и каналов сбыта;
- уменьшения длительности производственного цикла.

Коэффициент оборачиваемости запасов уменьшился на 0,02 в текущем году по сравнению с предыдущим годом. При этом продолжительность оборота запасов увеличился на 0,27 дня. Чем выше данный коэффициент, тем эффективнее производство и тогда требуется меньше оборотного капитала для производства.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности снизился на 0,02 в текущем году по сравнению с предыдущим годом. Коэффициент уменьшился, что свидетельствует об ухудшении платежной дисциплины покупателей, т.е. несвоевременное погашение задолженности покупателей перед организацией. Продолжительность оборота дебиторской задолженности увеличился на 3,3 дня. Это говорит об наступлении неплатежеспособности некоторых потребителей, а также высокие темпы наращивания объема продаж. Необходим контроль за состоянием расчетов с покупателями, т.к. высокая дебиторская задолженность создает угрозу финансовой устойчивости и вызывает необходимость в дополнительном финансировании.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности увеличился на 0,9 по сравнению с предыдущим годом. Рост коэффициента говорит об улучшении платежной дисциплины предприятия в отношении с поставщиками, персоналом, внебюджетными фондами и т.д., то есть предприятие своевременно погашает свою задолженность. Продолжительность оборота кредиторской задолженности уменьшился на 0,06 дня. Это свидетельствует о том, что у компании повышается платежеспособность и финансовая устойчивость, а также компания финансирует собственную деятельность своими средствами.

Проведем анализ финансовой устойчивости предприятия.

Финансовая устойчивость выявляет способность предприятия сохранять платежеспособность и обслуживать долги в долгосрочной перспективе. [15]

Здесь рассчитываются такие показатели, как:

- коэффициент автономии;
- коэффициент левериджа;
- коэффициент долга.

Финансовую устойчивость фирмы характеризует коэффициент автономии. [14, с. 142] Минимальным значением желательно 0,6, т.к. ООО

«Рона-мебель» не использует кредиты и может покрыть обязательства фирмы своими собственными средствами. При этом чем показатель выше, тем организация финансово независимо. Коэффициент автономии показывает долю собственных средств в общей сумме источников.

$$K_a = \frac{СК}{СА}, \quad (28)$$

где K_a – коэффициент автономии;
 СК – собственный капитал предприятия, руб.
 СА – совокупные активы предприятия, руб.

Коэффициент левериджа является обратным коэффициентом автономии и используется в трех факторной модели DuPont. [17] Максимальным значением является 2,5.

$$K_l = \frac{СА}{СК}, \quad (29)$$

где K_l – коэффициент левериджа.

Коэффициент долга определяется отношением суммы обязательств к совокупным активам. [20] Максимальным значением является 60%.

$$K_f = \frac{КО + ДО}{СА}, \quad (30)$$

где K_f – коэффициент финансовый (долга);
 КО – краткосрочные обязательства компании, руб.
 ДО – долгосрочные обязательства компании, руб.

Проведем расчеты и сведем их в таблицу 7.

Таблица 7 – Показатели финансовой устойчивости

Показатель	обозначения	рекомендуемое значение	значение показателя	
			на 31.12.13	на 31.12.14
Коэффициент автономии, %	K_a	> 40%	97,83	99,14
Коэффициент левериджа	K_l	< 2,5	1,02	1,01
Коэффициент долга, %	K_d	< 60%	2,17	0,86

Из данной таблицы можно сделать следующие выводы:

Коэффициент автономии выше минимального значения, при этом набирает на отчетную дату он увеличился на 1,5 %. Данное изменение

говорит об увеличении финансовой независимости организации. Предприятие не нуждается в заемных средствах.

Коэффициент левиреджа ниже максимального значения, т.е. находится в пределах нормы.

Коэффициент долга составляет 0,86% при максимальной границе 60%, при этом показатель в 2014 году упал на 1,3% по сравнению с 2013 годом. По данному показателю можно сказать, что 0,86 % занимают краткосрочные обязательства (заемные средства) во всей структуре капитала.

На основе проведенного результата финансового состояния предприятия ООО «Рона-мебель», можно сказать следующее:

Чистые оборотные активы предприятия в 2014 году уменьшились на 90, по сравнению с 2013 годом. Коэффициенты срочной и текущей ликвидности высокие, что свидетельствует об улучшении платежеспособности предприятия и неактивности использования оборотных активах.

У предприятия наблюдается снижение эффективности использования производственных фондов, выраженной в росте затрат выпуска продукции, и операционной прибыли по причине снижения выручки. Рентабельность предприятия низкая (1,36%), что говорит о недостаточности для эффективного управления бизнесом. Наблюдается снижение чистой рентабельности активов, что может быть вызвано снижением выручки.

Коэффициент автономии высокий, что говорит о финансовой устойчивости предприятия.

3 Мероприятия по повышению прибыли и сохранения платежеспособности

3.1 Анализ факторов, влияющих на формирование прибыли

Важную роль в применении управленческих решений в бизнесе занимает маржинальный анализ. Его методика основывается на изучении соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей: издержками, объемом производства (реализации) продукции и прибылью, и прогнозировании величины каждого из этих показателей при заданном значении других.

Метод был разработан в 1930 г. американским инженером Уолтером Раутенштрахом, а подробно описан в отечественной литературе в 1971 г. Н.Г. Чумаченко, а позднее — А.П. Зудиным [19].

Проведем маржинальный анализ результатов деятельности организации на отчетную дату.

Основную часть прибыли предприятие получает от производства и реализации продукции. В процессе анализа изучаются динамика, выполнение плана прибыли от реализации продукции и определяются факторы изменения ее значения.

Для маржинального анализа необходимо выделить переменные и постоянные затраты.

К переменным затратам относятся материалы, заработная плата основных производственных рабочих (ОПР), отчисления в соц. фонды.

К постоянным затратам относится амортизация и услуги сторонних организаций.

Сведем в таблицу 8 показатели переменных и постоянных затрат для наглядности.

Таблица 8 - показатели переменных и постоянных затрат

Наименование статьи	Сумма, руб.
Переменные затраты, в т.ч.	9286700
Материалы	7000000
Заработная плата ОПР	1759000
Отчисления в социальные фонды	527700
Постоянные затраты, в т.ч.	61932300
амортизация	35040
Услуги сторонних организаций	6157260

По таблице 8 рассчитаем следующие показатели:

Маржинальную прибыль по формуле 8:

$$\text{МПр} = 15724000 - 9286700 = 6437300 \text{ руб.}$$

Норму маржинальной прибыли по формуле 9:

$$K_{\text{вм}} = \frac{6437300}{15724000} = 0,41$$

Точку безубыточности по формуле 10:

$$Q_{\text{min}} = \frac{6192300}{6437300} = 0,96$$

Порог рентабельности по формуле 11:

$$B_{\text{min}} = \frac{6192300}{0,41} = 15125553 \text{ руб./год}$$

Запас финансовой прочности по формуле 12:

$$\text{ФП} = 15724000 - 15125553 = 598447 \text{ руб.}$$

Сведем полученные результаты в таблицу 9.

Таблица 9 - сводная таблица рассчитанных показателей маржинального анализа

Наименование показателей	значение показателей
Маржинальная прибыль, руб.	6 437 300
Норма маржинальной прибыли	0,41
Точка безубыточности	0,96
Порог рентабельности, руб./год	15 125 553
Запас финансовой прочности, руб.	598 447

Для определения силы воздействия операционного рычага, необходимо составить отчет о маржинальной прибыли, который приведен в таблице 10.

Таблица 10 - отчет о маржинальной прибыли за 2014 год

Наименование показателей	значение показателей
Выручка без НДС	15 724 000
Переменные затраты	9 286 700
Маржинальная прибыль	6 437 300
Постоянные затраты	6 192 300
Операционная прибыль	245 000

Таким образом, видно, что операционная прибыль в отчете о маржинальной прибыли равна валовой прибыли в отчете о финансовых результатах. Это связано с тем, что операционная прибыль рассчитывается как разность между валовой прибылью и суммой коммерческих и управленческих расходов, а данные расходы в нашем случае равны нулю. Следовательно, операционная прибыль будет равна валовой прибыли.

Рассчитаем силу воздействия операционного рычага по формуле 13:

$$\text{СВОР} = \frac{6437300}{245000} = 26,27$$

На основании таблицы 10 рассчитаем показатели маржинального анализа и составим сводную таблицу 11.

Таблица 11 - показатели маржинального анализа

Наименование показателей	расчет показателей	значение показателей
Маржинальная прибыль, руб.	15724000-9286700	6 437 300
Норма маржинальной прибыли, руб.	6437300/15724000	0,41
Порог рентабельности,	6192300/0,41	15 125 553
Запас финансовой прочности, руб./год	15724000-15125553	598 447
Запас финансовой прочности, %	598447/15724000*100	3,81
Сила воздействия операционного рычага	6437300/245000	26,27

Из таблицы 11 видно, что показатели низкие. Запас финансовой прочности составляет почти 4%, т.е. при снижении выручки от реализации

продукции на 600000 руб. приведет к получению убытков предприятием. Сила воздействия операционного рычага высокая. Это говорит о том, что предприятие может позволить очень малую сумму снижения выручки от реализации продукции.

Прежде чем рассчитывать плановые показатели, стоит поговорить о стоимости собственных источниках финансирования.

Собственные источники финансирования делятся на внутренние (чистая прибыль, амортизация, реализация продукции) и внешние (заемные средства). Часто внутренних источников недостаточно для расширения масштабов деятельности предприятия или внедрений и реализации новых проектов, поэтому привлекают собственные средства из внешних источников.

Внутренние источники финансирования образуются в ходе хозяйственной деятельности и характеризуют способность предприятия к самофинансированию. Один из показателей внутренних источников финансирования является чистая прибыль, которую предприятие само распределяет. Рационально использовать прибыль помогают такие факторы, как создание плана развития предприятия, соблюдение интересов учредителей, инвесторов и работников.

Для расчета увеличения прибыли в будущем периоде, воспользуемся формулой 22 и моделью Capital Asset Pricing Model (CAPM).

Модель CAPM – это модель оценки финансовых активов. С помощью данной модели можно определить необходимый уровень доходности актива, который нужно добавить к уже существующему диверсифицированному портфелю. [18]

Предположим, что рентабельность собственного капитала нормируется ставке по кредиту, которая равна приблизительно 20%. Собственный капитал возьмем из баланса предприятия. Таким образом, выразим и найдем плановую чистую прибыль.

$$\text{ЧП} = 0,2 * 13236000 = 2647200$$

Определим операционную прибыль, исходя из плановой прибыли по формуле 33:

$$\text{ЧП} = \text{ОПр} * (1 - 10\%), \quad (31)$$

где ОПр – операционная прибыль, руб.

Предприятие использует упрощенную систему налогообложения и объектом налогообложения являются доходы, которые уменьшены на сумму расходов. В г. Томске ставка налога на прибыль по упрощенной системе налогообложения предприятия, занимающегося текстильным и швейным производством, составляет 10 %. [16]

$$\text{ОПр} = \frac{2647200}{1 - 0,1} = 2941333 \text{ руб./год}$$

Теперь найдем плановую выручку, которая необходима предприятию для получения заданной цели по формуле 32.

$$\text{Впл} = \frac{FC + \text{ОПр}}{КВМ} \quad (32)$$
$$\text{Впл} = \frac{6192300 + 2941333}{0,41} = 22277154$$

Таким образом, планируемая выручка составила 22277154 руб./год.

Из формулы 9 найдем маржинальную прибыль на плановый период:

$$m = 0,41 * 22277154 = 9133633$$

Зная маржинальную прибыль, определим переменные затраты по формуле 8:

$$FC = 22277154 - 9133633 = 13143521$$

Рассчитаем силу воздействия операционного рычага по формуле 13:

$$\text{СВОР} = \frac{9133633}{2941333} = 3,11$$

Так как валовая прибыль в нашем случае равна операционной, а выручка плановая известна, то найдем себестоимость:

$$CC = 22277154 - 2941333 = 19335821$$

Налог на прибыль равен 294133 руб.

Составим отчет о прибылях и убытках планового периода.

Таблица 12 - отчет о прибылях и убытках 2015 г.

Наименование показателей	2013 год, Сумма руб.	2014 год Сумма руб.	Планируемый год, Сумма руб.
Выручка	15948000	15724000	22277154
Себестоимость реализованной продукции	15542000	15479000	19335821
Валовая прибыль	406000	245000	2941333
Прибыль от продаж	406000	245000	2941333
Прибыль до налогообложения	406000	245000	2941333
Налог на прибыль	161000	155000	294133
Чистая прибыль	245000	90000	2647200

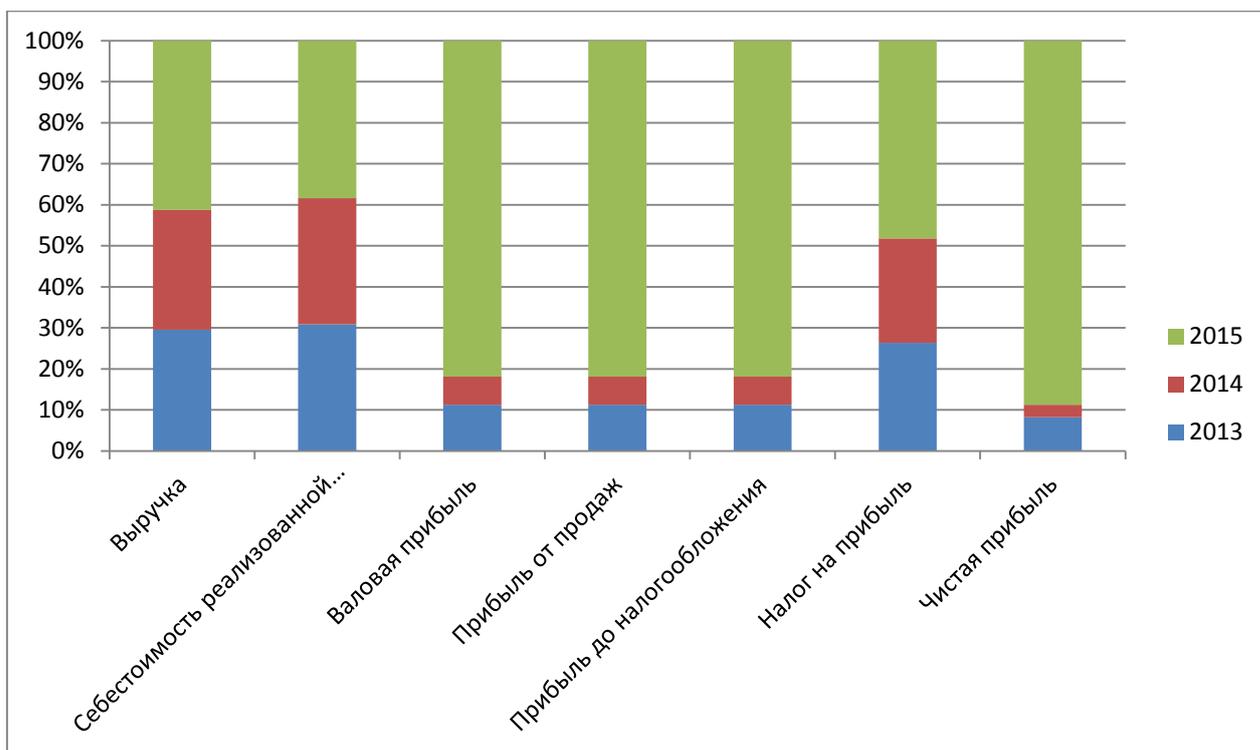


Рисунок 2 - Отчет о прибылях и убытках в динамике

Из таблицы 12 можно проанализировать показатели в динамике.

В планируемом периоде выручка от реализации увеличится на 6553154 руб. по сравнению с 2014 годом. Чистая прибыль увеличилась в 2015 году на 2557200 по сравнению с 2014 годом.

Рассчитаем показатели рентабельности и сведем в таблицу 13:

Таблица 13 - показатели рентабельности на 2015г.

Показатели	обозначения	Отчетный период	предыдущий период	планируемый период
Валовая рентабельность продаж, %	R	1,56	2,55	13,20
Операционная рентабельность продаж, %	R _{пр}	1,56	2,55	13,20
Чистая рентабельность продаж %	R _{чпр}	0,57	1,54	11,88

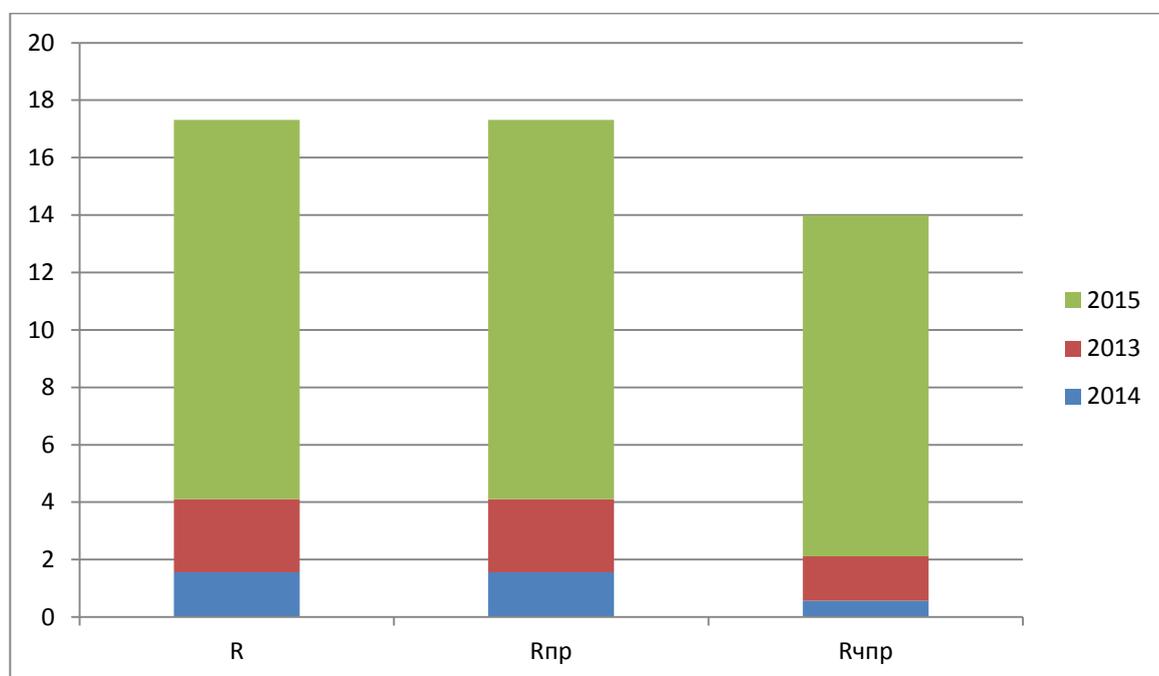


Рисунок 3 - Показатели рентабельности в динамике

Все показатели увеличились почти на 10% . Это обусловлено увеличением выручки о реализации продукции и действиям операционного рычага, который равен на плановый период 3,11.

Подведем итоги маржинального анализа и планируемых показателей на будущий период.

При маржинальный анализе выделяют переменные и постоянные затраты. При увеличении выручки, увеличиваются переменные затраты, при этом постоянные затраты остаются неизменными.

На конец отчетного года маржинальная прибыль равна 6437300 руб., операционная прибыль равна 245000 руб., переменные затраты равны 9286700 руб.

Если производственные мощности в 2014 году использовались на 70,6%, то после расчетов планового периода производственные мощности используются в полном объеме. При этом выручка в плановом периоде составила 22277154 руб., а чистая прибыль равна 2647200 руб.

Также валовая рентабельность продаж составила 13,2%, что означает увеличение эффективности использования производственных фондов, несмотря на увеличение затрат на производство продукции.

Операционная рентабельность продаж составила 13,2%. Ее рост может быть достигнут с помощью роста объема продаж, изменение и дополнение ассортимента продаж, повышение цен.

Чистая прибыль составила 11,88%. Увеличение связано с увеличением выручки, т.е. выручка увеличилась, а постоянные затраты остались прежними.

3.2 Мероприятия по повышению прибыли на предприятии ООО «Рона-мебель»

По итогам финансового и маржинального анализов, можно сделать вывод, что при запасе финансовой прочности прослеживается стабильность финансового состояния предприятия, а также высокой платежеспособностью.

Так как прибыль отражает результаты всех видов деятельности предприятия, то на ее размер влияет все стороны деятельности предприятия. При улучшении основных производственных фондов сокращаются затраты на их содержание и эксплуатацию, а также уменьшается амортизация в себестоимости реализованной продукции.

На основе финансово-экономического анализа предприятия, маржинального анализа и плановых показателей необходимо разработать мероприятия по увеличению прибыли на предприятии.

Но чтобы понять, какие мероприятия предлагать предприятию, необходимо провести оценку сильных и слабых сторон (таблица 14).

Таблица 14 - Оценка сильных и слабых сторон предприятия

Сильные стороны	Слабые стороны
Система распределения	
<ul style="list-style-type: none"> - Наличие опытных руководителей; - Организация обучения персонала; - большой опыт производства и продаж продукции; - Создание базы данных клиентов и поставщиков 	<ul style="list-style-type: none"> - Недостаточный собственный опыт рекламы
Предоставляемые услуги	
<ul style="list-style-type: none"> - Производство качественной мягкой мебели; - Предоставление мягкой мебели в соответствии с желаниями клиента; - Быстрая доставка товара до клиента; - Качество продукции соответствует ГОСТам; 	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствие возможности влиять на поставщиков; - Не сертифицированная продукция
Собственные финансовые средства	
<ul style="list-style-type: none"> - Финансовая устойчивость; - Отсутствие кредитов банков; - Платежеспособность; 	<ul style="list-style-type: none"> - Недостаточно оборотных активов для резкого повышения спроса; - Низкая рентабельность активов
Организация управления	
<ul style="list-style-type: none"> - Мобильная реакция на изменение условий на рынке; - Квалифицированный управленческий персонал; - низкая текучесть кадров 	<ul style="list-style-type: none"> - Высшее руководство распределяет ресурсы и кадры

Проведем анализ возможностей и угроз и составим таблицу 15.

Таблица 15 - Анализ возможностей и угроз

Возможности	Угрозы
Общество	
Расширение каналов сбыта	- Изменение политической и экономической ситуации в стране - Незастрахованность бизнеса
Тенденция развития рынка	
- Расширение производства; - Расширение моделей продукции; - Поставка товаров в другие города	Принятие новых стандартов
Конкуренты	
-ухудшение позиций конкурентов по причине низкого уровня менеджмента;	- Снижение цены конкурентов; - Разработка новых товаров - появление новых конкурентов на рынке
Распределение	
- Постоянная потребность в мягкой мебели - Подъем экономики, а значит увеличение спроса;	Риск при платежеспособности клиентов
Потребители	
- Выход на новые сегменты рынка - Оказание услуг на уровне мировых стандартов -охват новых целевых групп; - увеличение чека покупки	- Снижение доходов населения

По проведенному анализу можно сделать вывод, что есть несколько направлений развития предприятия:

- Заполнение текущей рыночной ниши;
- Улучшение предоставляемой продукции;
- Глубокого внедрения на рынок, который заключается в поиске возможностей увеличения объема реализации еще на мало заполненном рынке с помощью интернет-сайта, где будет указана информация о предприятии, производимых товарах и предоставляемых услугах, а также условиях приобретения товаров компании.

При всех данных вариантах увеличить прибыль возможно с помощью увеличения выручки от реализации и уменьшения издержек на предприятии.

Так как у предприятия имеется магазин, то прибыль можно увеличить за счет увеличения проходимости. Проходимость можно увеличить за счет дополнительной активной рекламой. При этом задействовать телевидение, радио, наружную рекламу, интернет, промоутеров, а также проводить опрос среди покупателей.

Увеличить проходимость потребителей можно путем увеличения разнообразия продаваемой продукции; проведением акций (распродаж, предоставление скидок при определенных условиях), привязка покупателей к магазину с помощью накопительной скидки (дисконтной карты). Использование безналичного расчета доставит больше удобства покупателю.

В настоящее время организация испытывает проблемы в управлении, формировании, распределении прибыли, поэтому требуется рассмотреть определенные методы разрешения данных вопросов.

Руководство стремится большую часть прибыли оставить нераспределенной, т.е. пополнить резервы, которые позволят укрепить основы самофинансирования. А также стремится планировать таким образом, чтобы принять во внимание интересы всех сторон и обеспечить благосостояние компании.

Достаточная сумма прибыли обеспечивает расширение производства и решение задач, стоящих перед организацией. Организации необходимо уделять сферам реализации и сбыту продукции, так как нужды и запросы потребителей растут и становятся все более индивидуальными, а рынки предложения – разнообразнее.

Организация должна предусматривать плановые действия по увеличению прибыли, например:

- увеличить скорость обслуживания клиентов (в периоды роста спроса сократить время перерывов в праздничные дни, быстрое реагирование на желание клиентов);

- улучшение качества обслуживания клиентов (вежливое обращение с клиентами);

- снижение себестоимости продукции путем рационального использования материалов, производственных мощностей и площади, рабочей силой и ее временем;
- расширения рынка продаж путем открытия новых магазинов, участия в различных ярмарках;
- проведение масштабной и эффективной политики в области подготовки и повышения уровня квалификации персонала
- повысить эффективность деятельности организации по сбыту (повысить скорость движения оборотных средств, сокращение видов запасов, максимизировать скорость движения готовых изделий от производителя к покупателю);
- увеличение производственных мощностей, что приведет к увеличению выполняемых работ.
- сокращение затрат на производство путем повышения уровня производительности, материалов, электроэнергии, оборудования;
- строгое соблюдение заключенных договоров между производителем и заказчиком. Для этого необходимо проводить анализ поставщиков и потребителей, рынка сбыта.

Чтобы увеличить прибыль, нужно постоянно проводить маркетинговые исследования рынка, желания потребителей и покупательскую способность, а также оценить конкурентов. В результате исследований и анализов можно увеличить цену на продукцию, объем производства, разницей между себестоимостью и ценой продукции. Но при этом необходимо принимать во внимание качество продукции. Ведь покупателей не будет приобретать продукцию с высокой ценой и низким качеством.

Также можно попробовать уменьшить себестоимость товара за счет уменьшения всех затрат. Например, ручной труд заменить машинным путем введения новых технологий. Такой способ поможет сократить суммарные затраты. Но для этого необходимо тщательно исследовать процесс. . В

результате анализа возможно будет ввести новые методы управления такие, как совместная работа нескольких подразделений или объединения некоторых подразделений в одно подразделение.

Все мероприятия по увеличению прибыли, снижению издержек, улучшения качества продукции связаны между собой.

Необходимо сказать, что для достижения финансовой устойчивости и платежеспособности на современных рынках предприятию необходимо уметь планировать, рассчитывать, определять тенденции и закономерности деятельности. Это позволит предприятию эффективно функционировать. Поэтому каждая компания стремиться привлечь более квалифицированных специалистов, но не всякий специалист, как правило, готов работать за то вознаграждение, которое предлагает предприниматель. Из этого можно сделать вывод, что главная проблема малого бизнеса – дефицит кадров.

Подведя итоги третьей главы, можно сказать, что для эффективного управления прибылью нужно следовать ряду требований, которые характеризуют процесс предприятия:

Во-первых, необходимо объединить управление прибылью и общую систему управления предприятием. Управленческое решение влияет на прибыль в любом случае;

Во-вторых, необходимо проводить комплексный характер формирования управленческих решений, потому что управленческие решения тесно связаны с конечным результатом управления прибылью и в некоторых случаях могут оказывать негативное влияние. А при рассмотрении управления прибылью как комплексную систему действий, можно разработать взаимосвязанные управленческие решения, которые будут приносить результаты по формированию и использованию прибыли на предприятии в целом;

В-третьих, присутствие высокого динамизма позволит учитывать изменения факторов внешней среды, ресурсов, форм организации, управления производством.

Таким образом, с помощью маржинального анализа было выявлено, что маржинальная прибыль составляет 6437300 руб. при норме маржинальной прибыли 0,41. Запас финансовой прочности составил 598447 руб. Операционная прибыль равна валовой прибыли. Это связано с тем, что операционная прибыль рассчитывается как разность между валовой прибылью и суммой коммерческих и управленческих расходов, а данные расходы отсутствуют.

Также стало известно, что при снижении выручки от реализации продукции на 600000 руб. приведет к получению убытков предприятием.

С помощью модели САРМ мы смогли рассчитать показатели на планируемый период. Так выручка от реализации увеличится на 6553154 руб. по сравнению с 2014 годом. Чистая прибыль увеличилась в 2015 году на 2557200 по сравнению с 2014 годом.

После расчета показателей рентабельности, Все показатели увеличились почти на 10% . Это обусловлено увеличением выручки о реализации продукции и действиям операционного рычага, который равен на плановый период 3,11.

Также были проведен анализ слабых и сильных сторон и анализ возможностей и угроз. В результате данных анализов было выявлено, что сильными сторонами являются наличие опытных руководителей и обучение персонала, что позволяет фирме конкурировать на высоком уровне. А производство качественной мебели позволит создать положительный имидж компании, привлечь новых клиентов.

Финансовая устойчивость, отсутствие кредитов позволить фирмы конкурировать и привлекать новые средства, при этом снизить издержки на заемные средства. Оперативная реакция на изменение условий рынка позволит фирме оптимизировать мощности производства.

Слабыми сторонами является недостаточный собственный опыт рекламы, отсутствие возможности влиять на поставщиков, а также распределение высшим руководством ресурсов и кадров.

Возможностями является расширение каналов сбыта и производства, поставка товаров в другие города, подъем экономики и, как следствие, увеличение спроса.

Таким образом, предприятию необходимо постоянно проводить маркетинговые исследования, чтобы следить за динамикой рынка.

4 Социальная ответственность

Студенту

Группа	ФИО
3А2А	Лариной Елене Борисовне

Институт	социально-гуманитарных технологий	Кафедра	менеджмента
Уровень образования	бакалавриат	Направление/специальность	38.03.02 Менеджмент

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»

<p><i>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрация, электромагнитные поля, ионизирующие излучения) - опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) - негативного воздействия на окружающую природную среду (атмосферу, гидросферу, литосферу) - чрезвычайных ситуаций (техногенного, стихийного, экологического и социального характера) 	<p>Анализ эффективности программ КСО на предприятии – ООО «Рона-мебель»</p> <p>ООО «Рона-мебель» - это компания, занимающаяся производством мягкой мебели</p>
--	---

<p><i>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – миссия предприятия; – положения стратегия ООО «Рона-мебель»; – Баланс предприятия, отчет о прибылях и убытках – политика предприятия в области корпоративной и социальной ответственности.
--	---

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке

<p><i>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы корпоративной культуры исследуемой организации; - системы организации труда и его безопасности; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; - системы социальных гарантий организации; - оказание помощи работникам в 	<p>Провести анализ внутренней социальной ответственности организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - безопасность труда; - стабильность выплаты заработной платы; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы подготовки и повышения квалификации; - системы медицинского и социального страхования.
--	---

<i>критических ситуациях.</i>	
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - спонсорство и корпоративная благотворительность; - ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров); - готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. 	<p>Провести анализ внешней социальной ответственности компании;</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ мероприятий по корпоративной благотворительности; - анализ мероприятий по социальной поддержке населения; - анализ мероприятий экологического влияния.
<p>3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ правовых норм трудового законодательства; - анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов; - анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности. 	<p>Провести анализ на основе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правовых норм трудового законодательства - внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	20.01.2016
--	------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Громова Татьяна Викторовна	Старший преподаватель		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3А2А	Ларина Елена Борисовна		

Определение целей и задач ООО «Рона-мебель»

Цели и задачи ООО «Рона-мебель» (Далее - предприятие) в части корпоративной социальной ответственности (далее – КСО):

КСО предприятия – это совокупность принципов и обязательств, которыми предприятия руководствуется при осуществлении своей деятельности, в части:

- управления взаимоотношениями с заинтересованными сторонами;
- оценки и управления воздействием на национальную экономику, социальную сферу и экологию.

Цели предприятия в области КСО:

- Интеграция Миссии предприятия с целями и задачами реализации Стратегии развития предприятия.
- Формирование дополнительного фактора конкурентоспособности предприятия за счёт формирования имиджа социально-ответственной компании, в том числе в связи с развитием его международной деятельности.
- Контроль и управление уровнем репутационного риска предприятия в части вопросов, относящихся к области КСО.
- Участие в формировании новых рынков экологически и социально ориентированных продуктов и услуг.
- Создание дополнительного фактора лояльности сотрудников за счет их большей вовлеченности в решение социально-значимых вопросов.

Задачи предприятия в области КСО:

- Интеграция принципов КСО в деятельность предприятия.
- «Капитализация» (получение дополнительного положительного эффекта) социальных активностей предприятия и увеличение стоимости его бренда.
- Повышение качества управления деятельностью предприятия в сфере КСО за счет организации системной работы. Организация процесса

планирования деятельности, повышение эффективности затрат на ее реализацию.

– Создание механизмов определения и учёта в деятельности предприятия интересов заинтересованных сторон, а также информирования заинтересованных сторон о результатах деятельности предприятия в области КСО, соответствующих лучшей международной практике.

Цели и задачи Политики

Цель Политики предприятия в области КСО (далее – Политика) – установить основополагающие нормы, принципы, правила и подходы, которых придерживается предприятия в организации и управлении КСО.

Задачами Политики является определение:

- приоритетов предприятия в области КСО;
- основных заинтересованных сторон;
- основных рисков предприятия в области КСО;
- подхода к организации управления активностями предприятия в сфере КСО и формированию в предприятия культуры социально-ответственного поведения.

Определение стейкхолдеров ООО «Рона-мебель»

Сферой применения и объектом управления КСО являются взаимоотношения предприятия с основными заинтересованными сторонами - стейкхолдерами.

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые деятельность организации оказывает прямое и косвенное влияние.

При определении и классификации основных заинтересованных сторон предприятия руководствуется своей Миссией, положениями Стратегии своего развития, а также экспертными оценками степени возможного влияния того или иного лица (группы лиц) непосредственно на деятельность предприятия или его репутацию.

Предприятие выделяет следующих стейкхолдеров (Таблица 16):

Таблица 16 – Структура стейкхолдеров ООО «Рона-мебель»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Клиенты	Общество (местные сообщества)
Сотрудники	Органы государственной власти
Поставщики	Население
Партнеры	

Количество прямых стейкхолдеров превышает косвенных и соответственно составляет поставщики. Рассматривая всех стейкхолдеров в совокупности, можно описать влияние каждой группы на деятельность предприятия.

Клиенты являются потребителями услуг предприятия. От их предпочтений существенно зависит устойчивость его бизнеса. В Предприятие имеют счета предприятия и организации, которые играют значительную роль в формировании ВВП страны.

Сотрудники - основной актив предприятия, они работают с клиентами и формируют репутацию предприятия, поддерживают развитие его инфраструктуры, обеспечивают реализацию стратегических и бизнес-задач предприятия.

Общество - предприятия работает в каждом субъекте РФ и подавляющем большинстве районных центров РФ, а, следовательно, активно взаимодействует с обществом (местными сообществами).

Государство, в лице его органов и компаний с его участием в капитале, является важным партнёром и клиентом Б предприятия т.к. предприятия является крупным налогоплательщиком, участвует в реализации важных государственных проектов и программ, как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Определение структуры программ КСО ООО «Рона-мебель»

С целью организации управления взаимоотношениями с заинтересованными сторонами, предприятия фокусирует свою деятельность в сфере КСО на следующих приоритетах (Таблица 17):

Таблица 17 – Приоритеты предприятия в области КСО

Группа заинтересованных лиц	Приоритеты КСО
Для клиентов	- обеспечение качества продуктов и услуг; - обеспечение доступности финансовых услуг; - ответственное финансирование;
Для сотрудников	- инвестиции в человеческий капитал;
Для общества (местных сообществ)	- поддержка местных сообществ; - благотворительность и спонсорство; - повышение уровня финансовой грамотности населения; - минимизация негативного воздействия на экологию;
Для акционеров и инвесторов	- ответственное корпоративное поведение;
Для государства	- содействие экономическому развитию страны.

В соответствии с приоритетами развития Предприятие в сфере КСО, Предприятие в своей деятельности уделяет особое внимание:

В области содействия экономическому развитию страны:

Предприятие в крупных, национального масштаба, проектах, в том числе с использованием механизма государственно-частного партнёрства. Усилия Предприятия в этой области будут способствовать созданию новых рабочих мест, развитию экономики территорий, в т.ч. за счёт увеличения налоговых поступлений Предприятие и его клиентов в бюджеты различных уровней.

В области обеспечения качества продуктов и услуг:

– сокращению очередей в магазинах предприятия, учёту и рассмотрению поступающих в предприятия обращений и жалоб как

важнейшего источника информации для совершенствования собственной деятельности и повышения конкурентоспособности предприятия;

- обеспечению требуемого уровня надежности и безопасности продуктов и услуг предприятия для их потребителей.

В области обеспечения доступности финансовых услуг:

- качественному развитию филиальной сети предприятия, развитию удаленных каналов предпринимательского обслуживания, обеспечению доступности финансовых услуг для людей с ограниченными возможностями. Данные усилия направлены на расширение доступа к финансовым услугам различных категорий населения и удобства в их получении.

В области предложения социально-ориентированных продуктов и услуг:

- развитию продуктов и услуг, способствующих решению социальных задач, включая поставку мебели в дома для стариков, детские дома и школы-интернат.

В области инвестирования в человеческий капитал:

- ориентации предприятия на повышение своей конкурентоспособности за счет постоянного совершенствования существующих процессов, а также внедрению в деятельность предприятия новейших прорывных технологических и управленческих решений. Предприятия рассматривает инновации как инструмент обеспечения лояльности клиентов и повышения мотивации своих сотрудников. Инвестиции в человеческий капитал означают постоянное обучение персонала, проведение профессиональных конкурсов и соревнований, развитие системы кадрового резерва и карьерного роста.

В области поддержки местных сообществ:

- практическому участию предприятия в реализации различных инициатив, способствующих развитию местных сообществ и локальных территорий, на которых он осуществляет свою деятельность.

В области благотворительности и спонсорства:

- участию предприятия в благотворительных и волонтерских программах в области поддержки детских и социальных учреждений (включая детские дома, больницы), поддержке социальных проектов и инициатив, благотворительных организаций и фондов и пр.

- поддержке и активному участию предприятия в социально значимых проектах в области культуры и искусства, науки и образования, крупнейших бизнес-мероприятий (форумов, конференций, выставок), издательского дела и специальных проектов СМИ, а также поддержке национального спорта и олимпийского движения.

В области минимизации негативного воздействия на окружающую среду:

- реализации инициатив в области ресурсосбережения (энерго-, водопотребление и пр.) и эффективного природопользования, реализации инициатив, направленных на сокращение негативного воздействия предприятия на окружающую среду, осуществлению проектов в области углеродного финансирования и финансирования энергосберегающих мероприятий.

В области ответственного корпоративного поведения:

- соблюдению сотрудниками и руководством Предприятие этических норм и правил, определенных Стратегией развития Предприятие, противодействию коррупции, возможному нарушению прав человека, противодействию всем формам и видам дискриминации в Предприятие, недопущению нарушения прав миноритарных акционеров.

В соответствии с приоритетами развития предприятия в сфере КСО можно сформировать структуру программы КСО (таблицы 16,17,18).

Таблица 18 - Структура программы КСО элемента «Социальное влияние»

Наименование мероприятия	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
Обеспечение доступности для людей с ограниченными возможностями	Клиенты	30.03.2014	<ul style="list-style-type: none"> - Сохранение доступности услуг для клиентов, проживающих в сельскохозяйственной местности; - Переформатирование подразделений филиальной сети; - Повышение доступности для людей с ограниченными возможностями.
Инвестиции в человеческий капитал	Клиенты; Сотрудники	30.03.2014	<ul style="list-style-type: none"> - сохранение здоровья сотрудников и содействие здоровому образу жизни; - разработка программ корпоративных льгот; - программы по управлению завершением карьеры; - программы по привлечению молодых кадров; - развитие системы обучения.
Благотворительность и спонсорство	Население	30.03.2014	<p><i>Программы в поддержку:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - здравоохранения и тяжелобольных детей; - детей и детских учреждений; - образования; - спорта и здорового образа жизни;

Таким образом, мероприятия, предпринятые предприятиями в области социального влияния, соответствуют целям заинтересованных лиц предприятия, а также удовлетворяют их потребности и защищают права.

Таблица 19– Структура программы КСО элемента «Экологическое влияние»

Наименование мероприятия	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
Бережное потребление ресурсов	Государство	30.03.2014	- Энергосберегающие меры по минимизации воздействия на окружающую среду; - Повышение операционной эффективности.
Ответственное обращение с отходами	- Население; - Государство.	30.03.2014	Усовершенствование системы управления опасными отходами
Пропаганда охраны окружающей среды	- Население; - Государство.	30.03.2014	Проведение спортивно-экологического проекта Сберпредприятие «Зелёный марафон»

Таким образом, мероприятия, предпринятые предприятиями в области экологического влияния, соответствуют целям заинтересованных лиц. Предприятия, а также удовлетворяют их потребности и защищают права.

Определение затрат на программы КСО

В рамках проведения мероприятий КСО, предприятие провело процедуру выявления существенных аспектов, рекомендованной новой версией международного Руководства GRI. Целью этого процесса было выявление направлений деятельности в области КСО, которые признаются важными руководством предприятия и волнуют заинтересованных сторон.

Проведение такого анализа позволило сформировать базу для дальнейшей работы в области КСО. Результаты данного анализа позволило определить структуру затрат КСО предприятия (таблицы 20, 21).

Таблица 20 – Определение затрат в области финансирования проектов

Наименование мероприятия	Ожидаемый результат	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации
Финансирование энергоэффективных проектов в рамках программы BeISEFF ЕБРР	развитие возобновляемой энергетики и повышение энергосбережения на местных производствах.	млн. евро	6,6	320,9679 млн. руб.
Развитие логистической системы Республики Беларусь	реализация транзитного потенциала страны за счёт использования международных транспортных коридоров.	млн. долларов	68	2511,3488 млн. руб.
Строительство первой очереди индустриального парка	первое в России строительство индустриального парка в особой экономической зоне, резидентам которой предоставляют налоговые и таможенные льготы.	млрд. руб.	0,37	370 млн. руб.
Строительство детских садов	Участие в реализации целевой программы «Обеспечение доступности школьного образования».	млрд. руб.	2,3	2300 млн. руб.
ИТОГО		5502,3167 млн. руб.*		

*пересчёт в валюту «рубли» был произведен по данным курса валют на 31.08.2015.

Таблица 21 – Определение затрат в области инвестиций в человеческий капитал

Наименование мероприятия	Единица измерения	Цена	ИТОГО
Финансирование корпоративной пенсионной программы	млн. руб.	2 611	22 728 млн. руб.
Финансирование добровольного медицинского страхования	млн. руб.	1 400	
Финансирование программ страхования и от несчастных случаев и тяжёлых болезней	млн. руб.	780	
Финансирование льготных программ	млн. руб.	17 937	

Таблица 22 – Определение затрат в области благотворительности и спонсорства

Наименование мероприятия	Единица измерения	Цена	ИТОГО
Поддержка культуры	млн. руб.	296, 45	1 185,8 млн. руб.
Поддержка здравоохранения	млн. руб.	189,728	
Поддержка детских учреждений	млн. руб.	201,586	
Поддержка спорта	млн. руб.	284,592	
Поддержка образования	млн. руб.	213,444	

Таким образом, стоит отметить, что при финансовом учете благотворительных пожертвований, выраженных в натуральной форме, в затратах учитывается их фактическая рыночная стоимость.

При расчете затрат на социально значимый маркетинг учитываются как средства фактически переданные на социальные программы, так и расходы на рекламу, продвижение, акции.

Оценка эффективности и выработка рекомендаций

Подводя итог вышеизложенному можно сказать, что все программы КСО соответствуют целям заинтересованных лиц и стратегии ООО «Рона-мебель». Среди всех мероприятий КСО предприятия преобладают внешние проекты такие как:

- финансирование социально-значимых проектов;
- противодействие коррупции;
- благотворительность и спонсорство;
- пропаганда охраны окружающей среды.

Однако, доля внутренних проектов также велика, к ним можно отнести такие мероприятия, как:

- разработка социально-ориентированных продуктов;
- инвестиции в человеческий капитал.

Все программы КСО отвечают интересам стейкхолдеров. При

реализации мероприятий КСО ООО «Рона-мебель» получает следующие основные преимущества:

- Формирование доверительного отношения к деятельности Предприятие;
- Формирование крепких партнёрских отношений с соседними государствами;
- Привлечение дополнительных клиентов.

Для совершенствования практики КСО в ООО «Рона-мебель» можно порекомендовать разработки чёткой структуры определения затрат по всем мероприятиям.

Заключение

Современная экономика рассматривает прибыль как доход от использования всех факторов производства, т. е. труда, переменных и постоянных издержек и капитала. Но и в таком понимании нет единства и четкости. В одних случаях прибыль рассматривается как плата за услуги предпринимательской деятельности, в других - плата за новаторство и талант в управлении предприятия, в-третьих - как плата за риск и т.д. Все эти определения расплывчаты и скорее выражают вознаграждение предпринимателю за его умение соединять факторы производства и эффективно их использовать. Прибыль представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности. Особая роль прибыли в развитии предприятия и обеспечении интересов его собственников и персонала определяют необходимость непрерывного и эффективного управления ею.

Во второй главе проанализировано финансовое состояние объекта исследования. Выяснено, что анализируемое предприятие имеет устойчивое финансовое состояние, т.к. показатель «собственные оборотные средства» имеет положительное значение.

Баланс предприятия ликвиден по рассчитанным показателям. Он показывает возможность предприятия рассчитываться по своим обязательствам в ближайшее время. У предприятия нет зависимости от внешних источников.

Анализ финансовых результатов показал, что предприятие является рентабельным, и платежеспособным, эффективность производства в 2014 году повысилась, поскольку себестоимость продукции растет медленнее, чем выручка от реализации продукции.

Предприятие находится почти в точке безубыточности. Ему необходимы увеличить прибыль, чтобы не работать в убыток.

В третьей главе выпускной квалификационной работы на основе данных анализа, проведен маржинальный анализ, представлены меры по повышению прибыли.

После с планируемого результата на будущий период, выручка от реализации увеличится на 6553154 руб. по сравнению с 2014 годом. Чистая прибыль увеличилась в 2015 году на 2557200 по сравнению с 2014 годом. Себестоимость продукции увеличилась до 19335821 рублей.

Для увеличение прибыли предприятию необходимо рассмотреть новые плановые действия например, увеличить скорость обслуживания клиентов, улучшить качество обслуживания клиентов, расширить рынки продаж путем открытия новых магазинов, участвовать в различных ярмарках;

Также была рассмотрена социальная ответственность предприятия, определены программы социальной ответственности и затраты по ним.

Ключевыми программами КСО являются обслуживание людей с ограниченными возможностями, благотворительность (поставка мебели в детские сады и школы-интернаты).

Список публикаций студента

Ларина Е.Б. К вопросу о корпоративной социальной ответственности бизнеса // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине II Международная научная конференция, Томск, 19-22 Мая 2015. – Томск: ТПУ, 2015 – С. 526-528

Ларина Е.Б. Нематериальная мотивация персонала // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине III Международная научная конференция, Томск, 23-26 Мая 2016. – Томск: ТПУ, 2016

Список используемых источников

1. Основы финансового менеджмента: Пер. с англ. /Варн Хорн, К. Джеймс, С. мл. Вахович, М. Джон. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2010. – 1232 с.
2. Поляк Г.Б. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / под ред. Г. Б. Поляка, Н.Г.Сычев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 456 с.
3. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие. – 7-е изд., перераб. и доп. / Н.П. Кондраков. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 841 с.
4. Сеницкая Н.Я. Финансовые аспекты управления современным предприятием: учебное пособие/ Н.Я. Сеницкая. – М. Директ-Медия, 2014. – 353 с.
5. AUP.RU [Электронный ресурс] / Административно-управленческий портал; под ред. Т.И.Юркова, С.В. Юрков – Экономика предприятия: электронный учебник – 2006. URL: <http://www.aup.ru>, свободный (дата обращения: 20.02.2016)
6. Финансовый анализ [Электронный ресурс] : всё о финансовом анализе/ южная аналитическая компания – Электрон. дан. URL: <http://1fin.ru>, свободный (дата обращения: 08.05.2016)
7. Гарант [Электронный ресурс] : положение по бухгалтерскому учету «доходы организации» ПБУ 9/99 / Минфин РФ, информационно-правовое обеспечение – Электрон. дан. URL: <http://base.garant.ru/12115839/#friends> , свободный (дата обращения: 25.05.2016)
8. Финансовый анализ [Электронный ресурс] : всё о финансовом анализе/ южная аналитическая компания – Электрон. дан. URL: <http://1fin.ru>, свободный (дата обращения: 08.05.2016)

9. Аудит и финансовый анализ [Электронный ресурс] / рецензируемый журнал; под. ред. Н.Д. Бровкина - 2004. URL: <http://www.auditfin.com>, свободный (дата обращения: 08.05.2016)
10. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : надежная правовая поддержка– Электрон. дан. URL: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 08.06.2016)
11. Библиотекарь.ру [Электронный ресурс] / электронная библиотека– Электрон. дан. URL: <http://www.bibliotekar.ru/>, свободный (дата обращения: 08.05.2016)
12. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : положение по бухгалтерскому учету «расходы организации» ПБУ 10/99 / Минфин РФ, информационно-правовое обеспечение – Электрон. дан. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/, свободный (дата обращения: 18.05.2016)
13. Литовченко В.П. Финансовый анализ: учеб. Пособие/ В.П. Литовченко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 216 с.
14. Жилкина А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 322 с.
15. Audit-it.ru [Электронный ресурс] / финансовый анализ по данным отчета– Электрон. дан. URL: <http://www.audit-it.ru/>, свободный (дата обращения: 20.05.2016)
16. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] /библиотека управления – Электрон. дан. URL: <http://www.cfin.ru/>, свободный (дата обращения: 20.05.2016)
17. Налог-налог.ру [Электронный ресурс] : налоговые новости и статьи – Электрон. дан. URL: <http://nalog-nalog.ru/>, свободный (дата обращения: 20.05.2016)
18. Берг [Электронный ресурс] / электронный проект– Электрон. дан. URL: <http://berg.com.ua/> (дата обращения: 20.05.2016)

19. Анализ финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] /электронная библиотека – Электрон. дан. URL: <http://afdanalyse.ru/>, свободный (дата обращения: 20.05.2016)

20. ПЭО [Электронный ресурс] : планово-экономический отдел – Электрон. дан. URL: <http://www.profiz.ru/> (дата обращения: 01.06.2016)

Приложение А Организационная структура ООО «Рона-мебель»



Приложение Б Баланс предприятия

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина РФ
от 05.10.2011 № 124н)

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2014 г.

Организация ООО "Рона-Мебель"
 Идентификационный номер налогоплательщика _____
 Вид экономической деятельности Производство прочей мебели
 Организационно-правовая форма / форма собственности Общества
 с ограниченной ответственностью/Частная собственность
 Единица измерения: тыс. руб.
 Местонахождение (адрес) 634059, Томская обл, г.Томск, ул.Смирнова, д.30

Форма по ОКУД _____
 Дата (число, месяц, год) _____
 по ОКПО _____
 ИНН _____
 по ОКВЭД _____
 по ОКОПФ / ОКФС _____
 по ОКЕИ _____

Коды		
0710001		
18	2	2015
59677597		
7017060040		
36.14		
65	16	
384		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2014 г. ³	На 31 декабря 2013 г. ⁴	На 31 декабря 2012 г. ⁵
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	23	23	
	Результаты исследований и разработок	1120			
	Нематериальные поисковые активы	1130			
	Материальные поисковые активы	1140			
	Основные средства	1150	292	292	
	Доходные вложения в материальные ценности	1160			
	Финансовые вложения	1170			
	Отложенные налоговые активы	1180			
	Прочие внеоборотные активы	1190			
	Итого по разделу I	1100	315	315	
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	3 103	2 645	
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220			
	Дебиторская задолженность	1230	9 802	10 344	
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	131	133	
	Прочие оборотные активы	1260			
	Итого по разделу II	1200	13 036	13 122	
	БАЛАНС	1600	13 351	13 437	

ЭП: Малышев Константин Николаевич, Общее подразделение, ООО "Рона-Мебель"

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2014 г. ³	На 31 декабря 2013 г. ⁴	На 31 декабря 2012 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ⁷	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	13 226	13 136	
	Итого по разделу III	1300	13 236	13 146	
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	-	-	-
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	-	-	-
	Кредиторская задолженность	1520	115	291	
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	115	291	-
	БАЛАНС	1700	13 351	13 437	-

Руководитель

Малышев К.Н.

Главный

бухгалтер

(подпись)

(расшифровка подписи)

(подпись)

(расшифровка подписи)

" 18 " февраля 2015 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетная дата отчетного периода.
4. Указывается предыдущий год.
5. Указывается год, предшествующий предыдущему.
6. Некоммерческая организация именуется указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Паевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).
7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

Приложение В Отчет о прибылях и убытках ООО «Рона-мебель»

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина РФ
от 05.10.2011 № 124н)

Отчет о финансовых результатах за 2014 г.

Организация ООО "Рона-Мебель"

Идентификационный номер налогоплательщика

Вид экономической деятельности Производство прочей мебели

Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с ограниченной ответственностью/Частная собственность

Единица измерения: тыс. руб.

Коды		
Форма по ОКУД 0710002		
Дата (число, месяц, год)	18	2 2015
по ОКПО	59677597	
ИНН	7017060040	
по ОКВЭД	36-14	
по ОКФС / ОКФС	65	16
по ОКЕИ	384	

Пояснения 1	Наименование показателя 2	Код	За 2014 г. 3	За 2013 г. 4
	Выручка 5	2110	15 724	15 948
	Себестоимость продаж	2120	(15 479)	(15 542)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	245	406
	Коммерческие расходы	2210	(-)	(-)
	Управленческие расходы	2220	(-)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	245	406
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	-	-
	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	-	-
	Прочие расходы	2350	(-)	(-)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	245	406
	Текущий налог на прибыль	2410	(155)	(161)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	90	245

ЭП: Малышев Константин Николаевич, Общее подразделение, ООО "Рона-Мебель"

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2014 г. ³	За 2013 г. ⁴
	СПРАВОЧНО			
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520		
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	90	245
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910		

Руководитель _____ Малышев К.Н. _____ Главный бухгалтер _____
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

" 18 " февраля 2015 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".