**Содержание**

Введение 3

1 Теоретические основы понятия прибыли как экономической категории

1.1 Сущность, функции и источники образования прибыли торгового предприятия

1.2 Прибыль и рентабельность как показатели эффективности коммерческой деятельности

1.3 Факторы, оказывающие влияние на прибыль и методика оценки их влияния

2 Оценка и анализ прибыли и рентабельности ООО «Ваш бизнес»

2.1 Организационно-правовая и экономическая характеристика ООО «Ваш бизнес»

2.2 Анализ формирования прибыли ООО «Ваш бизнес»

2.3 Анализ показателей рентабельности ООО «Ваш бизнес»

3 Пути повышения прибыли и рентабельности ООО «Ваш бизнес

3.1 Основные направления повышения прибыли и рентабельности

3.2 Экономическая эффективность внедрения комплекса мероприятий

3.2.1 Эффективность совершенствования работы с поставщиками

3.2.2 Эффективность организации работы под заказ

3.2.3 Эффектность организации обновления компьютеров

3.2.4 Расчет сводных показателей эффективности

Заключение

Список литературы

Приложения

# Введение

Процесс торговли, то есть процесс купли-продажи товаров, является функцией торгового предприятия (как оптового, так и розничного), которое осуществляет свою деятельность на основе коммерческого расчета. Торговое предприятие имеет самостоятельный баланс, обладает основными и оборотными средствами и осуществляет законченный торговый процесс, начиная с закупки товаров от поставщиков и заканчивая их продажей.

Основная задача торгового предприятия – закупка и продажа товаров в целях удовлетворения потребности населения, при минимальном уровне издержек обращения и получения достаточно высокого уровня прибыли.

Прибыль – это конечный финансовый результат деятельности предприятия любой отрасли народного хозяйства.

Финансовым результатом может выступать не только прибыль, но и убыток, возникший по причине высоких затрат (издержек обращения) предприятия.

Развитие рыночных отношений сопровождается повышением роли прибыли, которая выступает не только в качестве главного финансового показателя деятельности предприятия или организации, но и является источником удовлетворения разнообразных потребностей в целом.

Прибыль характеризует абсолютную эффективность хозяйствования предприятия.

Как экономическая категория, прибыль отражает совокупность отношений хозяйственных субъектов, участвующих в формировании и распределении национального дохода.

Анализ факторов, оказывающих влияние на формирование прибыли имеет немаловажное значение, так как своевременно выявленные резервы и нахождение «тонких» мест в деятельности организации помогут более эффективно использовать ресурсы предприятия (материальные, денежные, трудовые).

На основании анализа формирования прибыли торгового предприятия, факторов, обусловивших изменение показателей, можно разработать пути развития предприятия, которые позволят не только оставить прежний уровень прибыльности, но и значительно повысить его. Правильный выбор на правления анализа прибыли, четкое представление сильных и слабых сторон торгового предприятия, позволяют руководству принимать адекватные решения, снижать риск неудач, выявить неиспользованные мощности.

Проблемы повышения прибыли и рентабельности предприятия рассматриваются в учебных пособиях и монографиях таких авторов как Альбеков Ю.А., Согомонян С.А., Бакаев В.В., Ковалев В.В., Савицкая Г.В. и других.

Так как проблема повышения прибыли и рентабельности всегда актуальна для любого предприятия, то выбранная тема также является актуальной.

Целью выполнения данной дипломной работы является поиск путей повышения прибыли и рентабельности на исследуемом предприятии.

Для достижения этой цели необходимо решить ряд задач:

* Рассмотреть теоретические основы прибыли как экономической категории
* Провести оценку и анализ формирования прибыли и рентабельности исследуемого предприятия
* Разработать мероприятия по повышению прибыли и рентабельности исследуемого предприятия
* Дать экономическую оценки предложенным мероприятиям.

Предметом исследования является формирование прибыли и рентабельности предприятия и пути их повышения.

Объектом исследования является ООО «Ваш бизнес»

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы. Во введения раскрывается актуальность выбранной темы, цели и задачи работы. В первой главе рассматриваются теоретические основы прибыли как экономической категории. Во второй главе проводится оценка и анализ формирования прибыли и рентабельности исследуемого предприятия. В третьей главе проводится разработка мероприятий по повышению прибыли и рентабельности исследуемого предприятия и оценивается их эффективность.

Работа представлена на 85 страницах, содержит 15 таблиц и 9 рисунков.

# Теоретические основы понятия прибыли как экономической категории

## Сущность, функции и источники образования прибыли торгового предприятия

Финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия любой организационно-правовой формы представлен в виде прибыли или убытка. Конечный финансовый результат (прибыль или убыток) слагается из финансового результата от реализации продукции (работ, услуг), основных средств и иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям[[1]](#footnote-1).

Целью деятельности любой коммерческой структуры в условиях рыночной экономики, в конечном счете, является получение прибыли, способной обеспечить ее дальнейшее развитие. Прибыльность рассматривается не только как основная цель, но и как главное условие деловой активности предприятия, как результат его деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии с имеющимся спросом на них.

Получение прибыли является главной целью существования коммерческого предприятия, как указывается в их Уставах. Именно прибыль характеризует размер и размах предприятия, его уровень развития, его место среди других таких же предприятий.

Прибыль в торговле является денежным выражением стоимости прибавочного продукта, созданного производительным трудом работников торговли, которые заняты продолжением процесса производства в сфере товарного обращения, а также части прибавочного продукта, созданного трудом работников других отраслей народного хозяйства (промышленности, сельского хозяйства, транспорта и др.) и направляемого в торговлю через механизм цен на товары, тарифов, торговых надбавок как плата за реализацию товаров (продукции, услуг).

Прибыль измеряется суммой и уровнем. Сумма прибыли выражается в натуральных – денежных – единицах, а уровень прибыли в относительных. Обе эти характеристики позволяют проводить сравнение и анализ как деятельности самого предприятия во времени, так и проводить сравнение и анализ предприятий между собой. Прибыль является одним из важнейших оценочных показателей, характеризующих результат хозяйственной деятельности предприятия. Отношение прибыли к товарообороту, выраженное в процентах, определяет уровень рентабельности реализации товаров.

Прибыль, как уже отмечалось, представляет собой конечный финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. Однако финансовым результатом может выступать не только прибыль, но и убыток, возникший, например, по причине чрезмерно высоких затрат или недополучения доходов от реализации в связи с уменьшением объема поставок товара, снижением покупательского спроса.

В упрощенном виде прибыль — это разность между выручкой от реализации и издержками обращения предприятия. Такую прибыль принято называтьваловой**,** она отражает финансовый результат конкретной деятельности предприятия. Однако, как известно, не все затраты торгового предприятия включаются в издержки обращения.

Сущность прибыли как экономической категории проявляется в ее функциях. Прибыль выполняет три основные функции.

* Прибыль, прежде всего, используется в качестве показателя оценки итогов самостоятельной деятельности предприятия, поскольку в ней отражаются все стороны его деятельности как в сфере производства, так и в сфере обращения. Однако прибыль не является универсальным показателем работы предприятия, так как величина ее во многом определяется не зависящими от деятельности данного предприятия факторами (политика цен, изменение ставок налога с оборота, структурные сдвиги и т. д.). Многофакторность экономической категории прибыли вызывает необходимость использовать наряду с прибылью другие показатели эффективности производства (реализованная продукция, производительность труда, скорость оборота оборотных средств и др.).
* Вторая функция прибыли – распределительная. Прибыль используется в качестве орудия распределения прибавочного продукта и его денежной формы – чистого дохода между предприятием и обществом в лице государства, между предприятием и отраслью, между предприятием и его работниками, между сферой материального производства, где создается прибавочный продукт, и непроизводственной сферой, которая содержится обществом за счет прибавочного продукта.
* Третья функция прибыли связана с процессом экономического стимулирования предприятия и его работников. Прибыль используется как источник и условие формирования поощрительных фондов предприятий и в качестве крупного финансового ресурса расширенного воспроизводства на базе технического прогресса[[2]](#footnote-2).

Прибыль, получаемая торговой организацией в результате хозяйственно-финансовой деятельности, распределяется между государством и самой организацией как хозяйствующим субъектом. Объектом распределения является балансовая прибыль. Схема формирования прибыли приведена на рисунке 1.1

Выручка от реализации

Закупочная стоимость товаров

Валовая прибыль

Коммерческие и управленческие расходы

Прибыль от реализации

Сальдо от внереализационной и операционной деятельности

Прибыль до налогообложения

Чистая прибыль

Налог на прибыль другие аналогичные платежи

Рис. 1.1. Схема формирования прибыли предприятия

Государство в законодательном порядке определяет ту ее часть, которая подлежит внесению в соответствующие бюджеты в виде налогов и других обязательных платежей. Принципиально важно, чтобы при этом соблюдались интересы как государства, так и коммерческих организаций. Размер изъятия прибыли в бюджет не должен снижать заинтересованность хозяйствующих субъектов в расширении объемов и улучшении финансовых результатов предпринимательской деятельности.

Разница между балансовой прибылью и суммой налоговых платежей, осуществляемых за счет прибыли, представляет собой чистую прибыль торговой организации, или прибыль, остающуюся в ее распоряжении.

Чем больше прибыли, полученной торговой организацией, остается в ее распоряжении, тем меньше потребность в привлечении средств из заемных источников, тем выше уровень ее самофинансирования и финансовой устойчивости.

Определение порядка распределения и конкретных направлений использования чистой прибыли находится в компетенции коммерческой организации. Схема распределения прибыли приведена на рисунке 1.2.

Прибыль

Фонд потребления

Фонд накопления

Расходы на социальные нужды: материальная помощь, оплата путевок, лечения, материальное поощрение

Резервный фонд

Ремонтный фонд

Капитальные вложения

И т.д.

Рис. 1.2. Схема распределения чистой прибыли

В Россиирезервный капитал (резервный фонд) создается и пополняется за счет прибыли только в акционерных обществах и обществах с ограниченной ответственностью резервный фонд можно направлять не более 50% суммы прибыли, подлежащей налогообложению. Средства этого фонда имеют целевое назначение — для покрытия непредвиденны потерь, компенсации риска, других расходов, возникающих в процессе хозяйственной деятельности и при распределении прибыли в различные фонды предприятия. Существование резервного фонд определяет возможности выплаты дивидендов по акциям в случае недостатка суммы чистой прибыли. Если суммы уставного капитала и фонда накопления превышают величину полученной прибыли, можно говорить об устойчивости финансовой направленности средств на развитие предприятия. Уравнивание соотношения этих сумм свидетельствует о предкризисном состоянии. Выявленные пропорции (в процентном соотношении) использования чистой прибыли характеризуют распреде­лительную политику руководства предприятия. Так, соотношение фондов потребления и фондов накопления один к четырем свидетельствует о значительном инвестировании.

Направляя значительную долю чистой прибыли на текущие потребности, предприятие снижает темпы экономического роста и, следовательно, ограничивает возможности будущего потребления. Прибыль, направленная на инвестирование (капиталовложения), способствует ускорению экономического роста, тем самым расширяются возможности будущего потребления.

В общем виде прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, распределяется на фонды накопления и фонды потребления. Эти фонды различаются по принадлежности к собственникам. На акционерном предприятии фонды потребления находятся в собственности трудового коллектива предприятия, а фонды накопления — в собственности акционеров, учредителей. Поэтому фонды потребления не могут быть отнесены к капиталу предприятия. Различие капитала и фондов состоит в том, что капитал образуется в результате накопления имущества, а фонды накопления — в результате распределения чистой прибыли.

Российское законодательство предоставляет предприятиям независимо от организационно-правовой формы собственности право оперативно маневрировать поступающей в их распоряжение прибылью после уплаты .налоговых платежей в бюджет. Разность между совокупной величиной прибыли по всем видам деятельности предприятия и ее использованной частью за отчетный период (квартал) представляет собой нераспределенную прибыль.

Фонды накопления объединяют ту часть прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, которая предназначена для строительства и приобретения основных фондов, т. е. создания нового имущества предприятия. При создании этого фонда предприятия ведут раздельный учет образования и использования фондов накопления.

Фонд накопления, образуемый за счет прибыли, используется на приобретение и строительство основных фондов производственного и непроизводственного назначения и осуществление других капитальных вложений. Часть средств фонда накопления, направленная на долгосрочные инвестиции, не расходуется безвозвратно. Вместо потраченных денежных средств, которые числились в активе баланса на расчетном счете, появляется эквива­лентная стоимость другого имущества, созданного на эти средства и также отраженного в активе, но по другой статье (например, «Основные средства», «Нематериальные активы» и др.

Кроме того, за счет фонда накопления финансируют расходы, которые носят безвозвратный характер:

* на проведение научно-исследовательских работ;
* на природоохранительные мероприятия;
* расходы сверх установленных норм включения в себестоимость для налогообложения (повышение квалификации, командировочные, представительские расходы, проценты за кредит и др.);
* расходы по выпуску ценных бумаг;
* взносы по созданию других предприятий;
* уплата штрафных санкций в случае сокрытия (за­нижения) прибыли, нарушения требований по охране окружающей среды; ряд других расходов.

Для контроля за движением средств в составе фонда накопления рекомендуется выделять фонд накопления образованный и фонд накопления использованный.

Средства фондов потребления предназначены для финансирования расходов на социальные нужды (кроме капитальных вложений в социальную сферу) и материальное стимулирование коллектива предприятия. За счет средств фондов потребления работникам выплачиваются премии, не связанные с производственными результатами, различ­ного вида поощрения, вознаграждения за долголетнюю трудовую деятельность, в связи с юбилейными датами и в иных аналогичных случаях. Социальные и компенсацион­ные выплаты, произведенные предприятием сверх норм, установленных законодательством, также осуществляются за счет средств фонда потребления. К социальным выплатам относятся; материальная помощь, оплата путевок для работников и их детей на лечение и отдых, приобретение за счет предприятия медикаментов и т.п.

Фондовый метод использования прибыли предполагает распределение чистой прибыли в соответствии с учредительными документами по фондам, в которых предусмотрена величина отчислений. Порядок формирования и расходования средств фондов определяется предприятием самостоятельно и закрепляется в уставе и приказе об учетной политике предприятия

Изначально различают бухгалтерскую и экономическую прибыль. Бухгалтерская (балансовая) прибыль определяется как разность между валовым доходом и бухгалтерскими издержками. Бухгалтерские издержки – это издержки, принимающие форму прямых платежей. Иначе их называют явными издержками.

Для оценки целесообразности осуществления той или иной предпринимательской деятельности, следует учитывать не только явные, но и неявные (имплицитные) издержки предприятия. Иногда их определяют как скрытые или вмененные издержки. Неявные издержки представляют собой издержки, не носящие денежный характер, то есть альтернативные издержки использования любых ресурсов (материальных, трудовых, денежных), принадлежащих владельцам предприятия или предприятию как юридическому лицу. Неявные издержки возникают вследствие утраченных возможностей осуществить иное альтернативное решение.

Сумма явных и имплицитных издержек составляет содержание совокупных (или экономических) издержек, и, соответственно, экономическая прибыль определяется как валовой доход за минусом совокупных издержек. Следовательно, «экономическая прибыль характеризует предпринимательский доход, который свидетельствует об окупаемости расходов торгового предприятия (предпринимателя) и способности его к самофинансированию (саморазвитию)»[[3]](#footnote-3). Таким образом, бухгалтерская прибыль отличается от экономической на величину имплицитных издержек.

Показатели прибыли отражают прибыль как экономическую категорию и имеют взаимосвязанные количественную и качественную стороны. Соответственно разнообразию видов прибыли в анализе используется большое количество показателей. Наиболее распространенная система показателей, это система показателей определяемая бухгалтерской отчетностью

## Прибыль и рентабельность как показатели эффективности коммерческой деятельности

Чтобы торговое предприятие успешно функциониро­вало, необходимо проводить глубокий анализ его коммер­ческой деятельности в зависимости от постоянно меняющейся рыночной среды. Это позволит сделать предприятие устойчиво прибыльным и конкурентоспособным, обеспечить его развитие, предвидеть будущее[[4]](#footnote-4).

Проводя систематический и глубокий анализ коммер­ческой деятельности, можно:

* быстро, качественно и профессионально оценивать результативность коммерческой работы как предприятия в целом, так м его структурных подразделений;
* точно и своевременно находить и учитывать факто­ры, влияющие на получаемую прибыль по конкретным ви­дам реализуемых товаров и предоставляемых услуг;
* определять расходы на торговую деятельность (из­держки обращения) и тенденции их изменения, что необ­ходимо для определения продажной цены и расчета рента­бельности;
* находить оптимальные пути решения коммерческих проблем торгового предприятия и получения достаточной прибыли в ближайшей и отдаленной перспективе.

Как можно оценить и проанализировать деятельность торгового предприятия? Очевидно, что любая коммерчес­кая организация, независимо от ее размеров, сферы дея­тельности, прибыльности или убыточности, — сложная си­стема, которая взаимодействует с рыночной средой. Поэто­му вряд ли найдется единственный показатель, который мог бы исчерпывающе отразить все стороны коммерческой де­ятельности предприятия. Таковым не может быть даже прибыль, хотя этот показатель является наиболее точно определяющим эффективность функционирования органи­зации (предприятия). *Для всесторонней оценки эффектив­ности деятельности предприятия необходима система показателей.*

Как было отмечено выше, важнейшим показателем эф­фективности работы торгового (коммерческого) предприя­тия является **прибыль,** в которой отражаются результаты всей торговой деятельности предприятия — объем реализованной продукции, ее состав и ассортиментная структу­ра, производительность труда, уровень затрат, наличие непроизводительных расходов и потерь и т. д.

От размера полученной прибыли зависят пополнение фондов, материальное поощрение работников, уплата на­логов и др. Наличие прибыли свидетельствует о том, что расходы торговых предприятий полностью покрываются доходами от реализации товаров и оказания услуг. При­быль торгового предприятия рассчитывается как разность между всеми ее доходами и расходами. *В торговле разли­чают прибыль от реализации товаров (операционная при­быль) и чистую, или балансовую, прибыль.*

*Операционная прибыль* — это разность между торго­выми надбавками (наценками) и издержками обращения,

*Прибыль от продаж* рассчитывается с учетом так на­зываемых прочих планируемых и непланируемых доходов и расходов. К *планируемым расходам* относят налоги, уп­лачиваемые в федеральный и местный бюджеты; *неплани-руемые расходы* — штрафы, пени и неустойки, уплачен­ные за нарушение договорных обязательств, убытки от спи­сания безнадежных долгов и другие потери, которые умень­шают операционную прибыль. К *непланируемым доходам* относят штрафы, пени и неустойки, полученные от раз­личных организаций, излишки товарно-материальных цен­ностей, выявленные при инвентаризации, списание креди­торской задолженности за истечением сроков исковой дав­ности и др.

Для характеристики экономической эффективности тор­гового предприятия, а также в целях проведения сравни­тельного анализа необходимо знать не только абсолютную величину прибыли, но и ее уровень. Уровень прибыли ха­рактеризует *рентабельность торговых организаций —* один из показателей эффективности их деятельности. Наиболее распространенный показатель рентабельности торговли — отношение суммы прибыли к товарообороту. Однако он не является единственным показателем рентабельности тор­говой или коммерческой деятельности, ибо показывает лишь долю чистого дохода торговли в сумме товарооборота. В данном показателе не находит отражение степень эффек­тивности всех авансированных затрат (единовременных и текущих), связанных с коммерческой -деятельностью. Так, при одной и той же сумме прибыли и товарооборота у раз­ных коммерческих организаций могут быть различные вло­жения в основные и оборотные средства. В связи с этим особое значение для оценки эффективности коммерческой работы приобретает сопоставление прибыли с произведен­ными затратами (издержками обращения)

где *П* — прибыль торгового предприятия за опреде­ленный период (в сумме);

*Р* — расходы торгового предприятия (в сумме).

Этот показатель позволяет судить об эффективности коммерческой деятельности, поскольку показывает, какова доля прибыли на каждый рубль расходов по ведению ком­мерции.

К другим показателям эффективности этой группы мож­но отнести: отношение прибыли к фонду заработной пла­ты; сумму прибыли, приходящуюся на одного работника торгового предприятия; отношение прибыли к основным и оборотным средствам и некоторые другие.

Одним из качественных показателей эффективности коммерческой работы являются *издержки обращения* (рас­ходы по осуществлению коммерческой деятельности).

Издержки обращения представляют собой выраженные в денежной форме затраты на осуществление торговой де­ятельности. Эти издержки могут быть связаны с продолжением процесса производства в сфере обращения, т. е. с вы­полнением торговлей дополнительных функций (расходы по перевозкам, хранению, фасовке, упаковке товаров и др.). Такого рода расходы называются *дополнительными издер­жками.*

Расходы, связанные с осуществлением процессов купли-продажи товаров (закупка, реализация товаров и процес­сы, которые непосредственно способствуют совершению актов купли-продажи товаров), называются *чистыми издержками обращения.* При анализе коммерческой деятель­ности важно выявить долю чистых и дополнительных издержек обращения. Уровень издержек обращения рассчи­тывается как процентное отношение суммы издержек обращения к товарообороту. Он в определенной степени от­ражает экономичность коммерческой деятельности и при­меняется при сравнении работы однотипных и находящих­ся в примерно одинаковых условиях торговых организаций.

Показатель рентабельности собственного капитала позволяет инвесторам оценивать потенциальный доход от вложения средств в акции и другие ценные бумаги. На основе показателя можно определить период (число лет), в течение которого полностью окупаются средства, вложенные в торговое предприятие. Рентабельность собственного капитала рассчитывается как отношение чистой прибыли к собственному капиталу.

Рентабельность активов рассчитывается как отношение балансовой прибыли к общей сумме активов, данный показатель используется в качестве основного (обобщающего) и позволяет оценить эффективность суммарных капиталовложений по финансовым источникам вне зависимости от сравнительных размеров источников этих средств.

Рентабельность производственных фондов торгового предприятияопределяется по соотношению суммы (валовой, чистой) и средней стоимости основных и материальных оборотных средств, умноженному на 100.

Наряду с показателями товарооборота, капитала, основных и оборотных средств для расчета уровня рентабельности (коэффициентов) применяются и другие показатели: издержки обращения, торговая площадь, численность персонала, каждый из которых подчеркивает определенный аспект результатов деятельности торгового предприятия.

Уровень рентабельности, исчисленный отношением суммы прибыли от реализации товаров к сумме издержек обращения, показывает эффективность текущих затрат. Увеличение или сокращение издержек обращения непосредственно влияет на уменьшение или рост прибыли. Этот показатель рентабельности определяет эффективность торговой сделки по товарам.

Рентабельность, рассчитанная по отношению к численности занятых на предприятии работников, характеризует эффективность использования рабочей силы и показывает размер полученной прибыли в расчете на одного работника (отношение балансовой прибыли к среднесписочной численности работников).

Отношение прибыли от реализации товаров к величине торговой площади предприятия характеризует размер полученной прибыли в расчете на 1 кв. м. площади магазина. Рациональное использование торговой площади позволит повысить размер прибыли.

Основные показатели приведены в таблице 1.1.

Таблица 1.1Система показателей оценки прибыли и рентабельности

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Методика расчета | Условные обозначения | Значение |
| Уровень валовой прибыли | Увп=ВП/Т\*100 | ВП – валовая прибыль, тыс. руб.Т – товарооборот, тыс. руб. | Характеризует долю валовой прибыли в товарообороте |
| Уровень издержек обращения | Уио=ИО/Т\*100 | ИО – издержки обращения, тыс. руб. | Характеризует долю издержек обращения в товарообороте |
| Рентабельность конечной деятельности | R=ЧП/Т\*100 | ЧП – чистая прибыль, тыс. руб. | Характеризует уровень чистой прибыли к товарообороту |
| Рентабельность собственного капитала | Rск=ЧП/СК\*100 | СК – собственный капитал, тыс. руб. | Характеризует эффективность использования собственного капитала |
| Рентабельность активов | Rа=А/СК\*100 | А – сумма активов, тыс. руб. | Характеризует эффективность использования активов |

Используя эти основные показатели, можно дать экономическую оценку эффективности деятельности торгового предприятия.

## Факторы, оказывающие влияние на прибыль и методика оценки их влияния

В ходе анализа прибыли и рентабельности изучают динамику изменения объема балансовой, чистой прибыли, уровня рентабельности и факторы, их определяющие (величину валового дохода, уровень издержек обращения, доходы от других видов деятельности, размер налогов и др.).

Основными составляющими прибыли являются:

* товарооборот,
* издержки обращения,
* внереализационные доходы и расходы.

Товарооборот является одним из основных показателей хозяйственно-финансовой деятельности коммерческих предприятий. Различают розничный и оптовый товарооборот. Оптовый товарооборот представляет собой продажу товаров либо для последующей перепродажи, либо для производственного потребления в качестве сырья, материалов, комплектующих и т.д. В результате оптового товарооборота товары не выходят из сферы обращения. Розничный товарооборот – это продажа товаров конечным потребителям. На этом процесс обращения товара завершается, и он поступает в сферу потребления. Сущность розничного товарооборота выражают экономические отношения, связанные с обменом наличных денежных средств населения на приобретенные товары. Однако в состав розничного товарооборота может быть включены: продажа по безналичному расчету продовольственных товаров юридическим лицам социального назначения (больницам, санаториям, детским садам и др.); продажа товаров юридическим лицам, но исключительно за наличный расчет с использованием кассовых аппаратов.

Издержки обращения – это выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по доведению товара от производителя до потребителя, преобразованию производственного ассортимента в торговый, организации процесса купли-продажи и потребления, удовлетворения спроса потребителей. Издержки обращения учитываются на всех стадиях ценообразования, начиная от производства, когда в себестоимость продукции включаются расходы по сбыту, и заканчивая розничной продажей, когда в розничной цене отражаются издержки оптовой и розничной торговли.

Внереализационные доходы и расходы не связаны с основной деятельностью предприятия. К ним относятся проценты к получению и проценты к оплате, доходы от аренды и сдача имущества в аренду, прочие подобные доходы и расходы.

На размер прибыли и рентабельности влияют две группы факторов: внутренние и внешние (рис. 1.3).

Факторы, оказывающие влияние на прибыль

Внутренние

Внешние

результаты коммерческой деятельности,

эффективность заключенных сделок на поставку товаров,

объем и структура товарооборота,

формы и системы оплаты труда,

производительность труда,

эффективность основных и оборотных средств,

уровень валовых доходов и издержек обращения,

размер прочей прибыли,

нарушения налогового законодательства

уровень развития экономики страны в целом;

меры регулирования деятельности предприятий со стороны государства;

природные (климатические) факторы, транспортные и другие условия;

не предусмотренные планом предприятия изменения цен на сырье, продукцию, материалы, топливо, энергоносители, покупные полуфабрикаты; тарифов на услуги и перевозки; и т.д.;

нарушение поставщиками, финансовыми, банковскими и другими организациями государственной дисциплины по хозяйственным вопросам

Рис. 1.3. Факторы, оказывающие влияние на прибыль

Внешние факторы – это факторы внешней среды существования предприятия. В большинстве случаев оно само не может на них повлиять, и, поэтому вынуждено приспосабливаться к ним.

К группе внешних факторов относятся:

* уровень развития экономики страны в целом;
* меры регулирования деятельности предприятий со стороны государства;
* природные (климатические) факторы, транспортные и другие условия, вызывающие дополнительные затраты у одних предприятий и обусловливающие дополнительную прибыль у других;
* не предусмотренные планом предприятия изменения цен на сырье, продукцию, материалы, топливо, энергоносители, покупные полуфабрикаты; тарифов на услуги и перевозки; норм амортизаци­онных отчислений; ставок арендной платы; минимальной заработной платы и начислений на нее; ставок налогов и других сборов, выплачиваемых пред­приятием;
* нарушение поставщиками, финансовыми, банковскими и другими организациями государственной дисциплины по хозяйственным вопросам, затрагивающим интересы предприятия.

**Внутренние факторы** непосредственно связаны с результатами деятельности предприятия, в основном повлиять на них может само руководство предприятия, к ним относятся:

* результаты коммерческой деятельности,
* эффективность заключенных сделок на поставку товаров,
* объем и структура товарооборота,
* формы и системы оплаты труда,
* производительность труда,
* эффективность основных и оборотных средств,
* уровень валовых доходов и издержек обращения,
* размер прочей прибыли,
* нарушения налогового законодательства.[[5]](#footnote-5)

Анализ прибыли производится в несколько этапов. На первом этапе производится анализ динамики прибыли и рентабельности в целом по предприятию и по его подразделениям путем выявления тенденции изменения массы прибыли и рентабельности за исследуемый период. В этих целях исчисляются темпы (базисные и цепные) роста (снижения) анализируемых показателей и сравниваются с динамикой аналогичных показателей конкурентов и со среднегодовой нормой прибыли на вложенный капитал.

На втором этапе оценивается влияние факторов на прибыль и рентабельность.

Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности:

* объема реализации продукции (VРП);
* ее структуры (УДi);
* себестоимости (Сi);
* уровня среднереализационных цен (Цi).

Объем реализации продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к пропорциональному увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли.

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

Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли и наоборот.

Для определения степени влияния рассмотренных факторов на уровень прибыли и рентабельности используются различные математические и статистические методы.

Для определения тенденции развития показателя используют метод конечных разниц, метод укрупнения интервалов, метод скользящей средней, метод наименьших квадратов. Метод конечных разниц заключается в том, что определение степени уравнения, описывающего тенденцию развития показателя, происходи путем нахождения разниц между показателями. Метод укрупнения интервалов заключается в том, что уровни ряда объединяют в более крупный временной интервал (дни в недели, месяцы в кварталы и т.п.). Метод скользящей средней – это присваивание уровню ряда значения, равного средней арифметической предыдущего, текущего и последующего значения показателя. Метод наименьших квадратов наиболее точно определяет тенденции развития показателя, но является и самым трудоемким. Он заключается в том, чтобы определить функцию, описывающую линию тренда, квадрат расстояния от которого до фактических значений показателя наименьший[[6]](#footnote-6).

Определение степени влияния факторов происходит при помощи такого статистического метода, как метод цепных подстановок. Недостатком этого метода является то, что порядок выбора фактора влияет на результат анализа, достоинством является простота расчетов и возможность определения степени влияния с минимальными временными затратами.

# Оценка и анализ прибыли и рентабельности ООО «Ваш бизнес»

## Организационно-правовая и экономическая характеристика ООО «Ваш бизнес»

Общество является юридическим лицом, действующего на принципах полного хозяйствования расчета, самофинансирования, имеет круглую печать и штампы, фирменные бланки, собственный товарный знак, эмблему и другие реквизиты, самостоятельный баланс расчетный и иные счета в учреждениях и банках.

Предприятие приобретает права юридического лица с момента его регистрации постановлением главы администрации Советского района г. Красноярска.

Предметом деятельности общества, согласно уставу, является:

* розничная торговля компьютерами, оргтехникой и комплектующими;
* осуществление внешнеэкономической деятельности;
* торгово-закупочная деятельность.

При осуществлении хозяйственной или иной деятельности предприятие может от своего имени приобретать имущественные и неимущественные права, нести обязанности, заключать договора, быть истцом и ответчиком в суде и арбитраже, совершать в страна и за рубежом в установленном порядке сделки, осуществлять иную деятельность в соответствии с действующем законодательством и настоящим Уставом.

Имущество предприятия составляют финансовые ресурсы и материальные ценности, находящиеся на балансе и являются собственностью общества. Источниками формирования финансовых ресурсов предприятия являются прибыль, амортизационные отчисления, личные средства участников, вложенные в уставный капитал.

Предприятие создается на основе индивидуальной собственности граждан путем формирования Уставного капитала предприятия за счет взносов денежных средств, передачи имущества интеллектуальной собственности.

Размер Уставного капитала может пополняться за счет прибыли от коммерческой деятельности, либо расширения состава учредителей и суммы их взносов.

Учредители несут убытки по обязательствам Предприятия в пределах их вкладов. Учредители, не полностью внесшие вклады, отвечают по обязательствам Предприятия невнесенной частью вклада.

Прекращение деятельности предприятия может осуществляться в виде его ликвидации и реорганизации.

 Высшим органом управления является Совет учредителей, в его ведении находятся вопросы:

-определение стратегии развития предприятия;

-внесение изменений в Устав предприятия;

-назначение руководителя предприятия.

Структура организации - это логические взаимоотношения уровней управления и функциональных обязанностей.

Организационная структура управления - это форма разделения труда, закрепляющая определенные функции управления за соответствующими структурными подразделениями аппарата управления. Структура управления в значительной мере определяет результативность взаимодействий и эффективность функционирования организационной структуры в целом. Поэтому она должна строится с таким расчетом, чтобы обеспечить достижение целей организации с наименьшими затратами трудовых, материальных и финансовых ресурсов (рис. 2.1).

Рис. 2.1. Структура управления ООО «Ваш бизнес»

Фирма имеет свой расчетный счет в ЗАО КБ “Кедр”, через который осуществляет все безналичные платежи.

Целями деятельности ООО «Ваш бизнес» являются:

* удовлетворение общественных потребностей в его услугах (работе, продукции);
* реализация на основе получения прибыли социально – экономических интересов членов трудового коллектива и собственников предприятия;
* удовлетворение через демократические механизмы самоуправления и социально-профессионального роста потребности работников в социальном самоуважении, самореализации личности;

Предприятие занимает несколько помещений: торговый зал, складское помещение, кабинет главного бухгалтера, кабинет руководства.

Торговый зал оборудован современной офисной мебелью и техникой.

Основные экономические показатели ООО «Ваш бизнес» приведены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Основные экономические показатели работы ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

| Показатели | Ед. изм. | 2002 | 2003 | Отклонение  | Темп роста, % |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарооборот | Тыс. руб. | 15744 | 16607 | 863 | 105,48 |
| Численность работников всего | Чел. | 15 | 15 | 0 | 100,00 |
| В т.ч. ТОП | Чел. | 10 | 10 | 0 | 100,00 |
| Производительность труда одного работника | Тыс. руб./ чел. | 1049,6 | 1107,133 | 57,53 | 105,48 |
| Показатели | Ед. изм. | 2002 | 2003 | Отклонение  | Темп роста, % |
| Производительность труда одного работника ТОП | Тыс. руб./ чел. | 1574,4 | 1660,7 | 86,30 | 105,48 |
| Валовая прибыль |  |   |   |   |   |
| Сумма  | Тыс. руб. | 4105 | 4836 | 731 | 117,81 |
| Уровень в % к товарообороту | % | 26,07 | 29,12 | 3,05 | - |
| Издержки обращения |  |   |   |   |   |
| Сумма | Тыс. руб. | 3089 | 3708 | 619 | 120,04 |
| Уровень в % к товарообороту | % | 19,62 | 22,33 | 2,71 | - |
| Прибыль (убыток) от продаж |  |   |   |   |   |
| Сумма | Тыс. руб. | 1016 | 1128 | 112 | 111,02 |
| Рентабельность продаж | % | 6,45 | 6,79 | 0,34 | - |
| Доходы от участия в деятельности других предприятий | Тыс. руб. | - | - | - | - |
| Показатели | Ед. изм. | 2002 | 2003 | Отклонение  | Темп роста, % |
| Проценты к получению | Тыс. руб. | - | - | - | - |
| Проценты к уплате | Тыс. руб. | 294 | 264 | -30 | 89,80 |
| Прочие операционные доходы | Тыс. руб. | - | 1 | 1 | - |
| Прочие операционные расходы | Тыс. руб. | 158 | 195 | 37 | 123,42 |
| Прочие внереализационные доходы | Тыс. руб. | 54 | 1 | -53 | 1,85 |
| Прочие внереализационные расходы | Тыс. руб. | 82 | 30 | -52 | 36,59 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | Тыс. руб. | 536 | 641 | 105 | 119,59 |
| Рентабельность предприятия | % | 3,40 | 3,86 | 0,46 | - |
| Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи | Тыс. руб. | 234 | 149 | -85 | 63,68 |
| Показатели | Ед. изм. | 2002 | 2003 | Отклонение  | Темп роста, % |
| Прибыль (убыток) от обычной деятельности |  |   |   |   |   |
| Сумма | Тыс. руб. | 302 | 492 | 190 | 162,91 |
| Рентабельность обычной деятельности | % | 1,92 | 2,96 | 1,04 | - |
| Чрезвычайные доходы | Тыс. руб. | - | - | - | - |
| Чрезвычайные расходы | Тыс. руб. | - | - | - | - |
| Чистая прибыль (нераспределен-ная), убыток отчетного года |  | - | - | - | - |
| Сумма | Тыс. руб. | 302 | 492 | 190 | 162,91 |
| Рентабельности конечной деятельности | % | 1,92 | 2,96 | 1,04 | - |

Рассмотренные показатели позволяют сказать, что предприятие имеет рост товарооборота на 5,48%, при этом сумма валовой прибыли возросла на 17,81%, а ее уровень на 3,05%, издержки обращения выросли на 20,04%, а их уровень на 2,71%. Рост уровня издержек обращения оценивается отрицательно, так как это свидетельствует о перерасходе средств.

Наблюдается снижение внереализационных доходов на 98,15%, и снижение внереализационных расходов на 63,41%. Проценты к уплате снизились на 30 тыс. руб. (10,2%)

Рост операционных доходов составил 1 тыс. руб., а операционных расходов 37 тыс. руб. (23,42%.).

Прибыль до налогообложения возросла на 105 тыс. руб. (19,59%), рентабельность от обычной деятельности возросла на 0,42%. Снижение налогов составило 85 тыс. руб. (36,32%).

Прибыль от обычной деятельности и чистая прибыль предприятия составила 492 тыс. руб. в 2003 году. Рост показателя составил 190 тыс. руб. (62,91%).

Численность персонала и его структура не изменилась.

Производительность труда выросла на 5,48%, труда ТОП – на 5,48%.

Динамика рассмотренных показателей положительна, объемы реализации растут, уровень валовой прибыли и рентабельность конечной деятельности тоже.

Таким образом, можно говорить о том, что предприятие развивается успешно и работает эффективно.

2.2 Анализ формирования прибыли ООО «Ваш бизнес»

Анализ прибыли проводится на основании данных бухгалтерской отчетности. В ходе данного анализа изучаются динамика и структура доходов, динамика валовой прибыли, проводится факторный анализ показателей деятельности.

Для проведения анализа доходов ООО «Ваш бизнес» рассмотрим таблицу 2.2.

Таблица 2.2

Анализ доходов ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Прошлый год | Отчетный год | Отклонение (+;-) по | Темп роста, % |
| Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % |
| Валовая прибыль | 4105 | 98,70 | 4836 | 99,96 | 731 | 1,26 | 117,81 |
| Проценты к получению | - | - | - | - | - | - | - |
| Операционные доходы | - | - | 1 | 0,02 | 1 | 0,02 | - |
| Доходы от участия в деятельности других предприятий | - | - | - | - | - | - | - |
| Прочие внереализационные доходы | 54 | 1,30 | 1 | 0,02 | -53 | -1,28 | 1,85 |
| ИТОГО | 4159 | 100,00 | 4838 | 100,00 | 679 | 0,00 | 116,33 |

Таким образом, доходы предприятия практически полностью (98,7% в 2002 году и 99,96% в 2003 году) составляет валовая прибыль предприятия.

В 2002 году предприятие имело также внереализационные доходы, которые составили 1,3% от общего объема доходов. В 2003 году удельный вес внереализационных доходов составил 0,02%, а также появились операционные доходы, их удельный вес также составил 0,02%.

На рисунке 2.2 представлена динамика доходов ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 годы.

Рис. 2.2. Динамика доходов ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

За анализируемый период валовая прибыль предприятия возросла на 731 тыс. руб., что оставило 17,81%.

Далее проведем анализ валовой прибыли предприятия (табл. 2.3).

Уровень торговой надбавки определяется по формуле:

 (2.1)

где ВП – валовая прибыль, тыс. руб.

Т – товарооборот, тыс. руб.

Таблица 2.3 Анализ валовой прибыли ООО «Ваш бизнес»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2002 | 2003 | Отклонение (+;-) | Темп изменения, % |
| Товарооборот, тыс. руб. | 15744 | 16607 | 863 | 105,48 |
| Показатели | 2002 | 2003 | Отклонение (+;-) | Темп изменения, % |
| Уровень торговой надбавки, % | 4105/(15744-4105)\*100= = 35,27 | 4836/(16607-4836)\*100= = 41,08 | 5,81 | - |
| Валовая прибыль сумма, тыс. руб.  | 4105 | 4836 | 731 | 117,81 |

За анализируемый период розничный товарооборот возрос на 863 тыс. руб. (5,48%), торговая надбавка возросла на 5,81 %.

Динамика показателей указывает на расширение деятельности предприятия и снижению удельных затрат (что позволило увеличить торговую надбавку). Анализ проводится методом абсолютных разниц по модели:

 (2.2)

где Увп – уровень валовой прибыли, %.

Далее сведем факторы, оказавшие влияние на валовую прибыль в таблицу 2.4.

Таблица 2.4 Сводная таблица влияния факторов на сумму и уровень валовой прибыли ООО «Ваш бизнес»

|  |  |
| --- | --- |
| Факторы | Влияние на сумму валовой прибыли |
| Расчет | Сумма, тыс. руб. |
| А | 1 | 2 |
| Изменение объема товарооборота | (16607-15744)\*26,07/100 | 225,01 |
| Изменение уровня реализованных торговых надбавок | (29,12-26,07)\*16607/100 | 505,99 |
| Всего влияния | 4836-4105 | 731 |

На рисунке 2.3 приведено влияние факторов на валовую прибыль ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года.

Рис. 2.3. Влияние факторов на валовую прибыль ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

На валовую прибыль оказывают влияние динамика товарооборота и уровень торговой надбавки.

Рост товарооборота на 863 тыс. руб. привел к росту валовой прибыли на 225,01 тыс. руб.

Рост торговых набавок привел к росту валовой прибыли на 505,99 тыс. руб.

Таким образом, максимальное влияние на валовую прибыль оказал рост торговой надбавки.

Проведем анализ формирования прибыли ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года, по данным, приведенным в таблице 2.1.

Основной формирования прибыли является товарооборота предприятия. За анализируемый период он возрос на 863 тыс. руб. (5,48%). Из суммы товарооборота исключается себестоимость реализованных товаров и получают валовую прибыль предприятия. За анализируемый период она возросла на 731тыс. руб. (17,81%), а ее уровень на 3,05%.

Далее из валовой прибыли исключаются издержки обращения. За анализируемый период они возросли на 619 тыс. руб. (120,04%), а их уровень на 2,71%.

После исключения из валовой прибыли издержек обращения получают прибыль от продаж. За анализируемый период наблюдался рост прибыли от продаж на 112 тыс. руб. (11,02%), а ее уровень – на 0,34%.

Далее прибыль от продаж увеличивается на величину операционных и внереализационных доходов, и уменьшается на величину операционных и внереализационных расходов.

Прибыль до налогообложения возросла на 105 тыс. руб. (19,59%), а ее уровня на 0,46%.

Налоги снизились на 85 тыс. руб. (46,32%), что также уменьшило чистую прибыль.

Чистая прибыль предприятия за анализируемый период возросла на 190 тыс. руб. (62,91%), а ее уровень на 1,04%.

Далее проведем расчет влияния факторов на прибыль от продаж (табл. 2.5).

На рисунке 2.4 приведено влияние факторов на прибыль от продаж ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

Таблица 2.5 Сводная таблица влияния факторов на прибыль от продаж товаров ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

| Факторы | Формула расчета | Влияние на сумму и уровень прибыли от продажи товаров |
| --- | --- | --- |
| Расчет | Сумма, тыс. руб. | Доля влияния фактора, % |
| Изменение объема розничного товарооборота |  | (16607-15744)\*(26,07-19,62)/100 | 55,69 | 49,72 |
| Изменение среднего уровня валовой прибыли |  | 16607\*(29,12-26,07)/100 | 505,99 | 451,77 |
| Изменение среднего уровня издержек обращения |  | 16607\*(19,62-22,32)/100 | -449,68 | -401,50 |
| Итого влияния |  | 1128-1016 | 112 | 100,00 |
|  |  |  |  |  |

Рис. 2.4. Влияние факторов на прибыль от продаж ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

Рассчитанное влияние факторов показало, что рост товарооборота и рост уровня валовой прибыли оказали на прибыль от продаж положительные влияние. Рост объема товарооборота привел к росту прибыли от продаж на 55,69 тыс. руб. Рост уровня валовой прибыли привел к росту прибыли от продаж на 505,99 тыс. руб.

Рост уровня издержек обращения привел к снижению прибыли от продаж на 449,68 тыс. руб., однако, положительное влияние других факторов компенсировало отрицательное влияние роста уровня издержек обращения..

Таким образом, максимальное влияние на прибыль от продаж оказывает динамика уровня валовой прибыли.

Составим сводную таблицу факторов, оказавших влияние на прибыль до налогообложения (табл. 2.6)

Таблица 2.6 Анализ факторов на изменение прибыли до налогообложения ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Факторы | Формула расчета | Влияние на сумму и уровень прибыли от продажи товаров |
| Расчет | Сумма, тыс. руб. | Доля влияния фактора, % |
| Изменение объема розничного товарооборота |  | (16607-15744)\*(26,07-19,62)/100 | 55,69 | 53,04 |
| Изменение среднего уровня валовой прибыли |  | 16607\*(29,12-26,07)/100 | 505,99 | 481,90 |
| Изменение среднего уровня издержек обращения |  | 16607\*(19,62-22,32)/100 | -449,68 | -428,27 |
| Изменение процентов к получению |  | - | - | - |
| Изменение процентов к уплате |  | 294-264 | 30 | 28,57 |
| Изменение прочих операционных доходов |  | 1-0 | 1 | 0,95 |
| Факторы | Формула расчета | Влияние на сумму и уровень прибыли от продажи товаров |
| Расчет | Сумма, тыс. руб. | Доля влияния фактора, % |
| Изменение прочих операционных расходов |  | 158-195 | -37 | -35,24 |
| Изменение прочих внереализационных доходов |  | 1-54 | -53 | -50,48 |
| Изменение прочих внереализационных расходов |  | 82-30 | 52 | 49,52 |
| Итого влияния |  | 641-536 | 105 | 100,00 |

На рисунке 2.5 представлено влияние факторов на прибыль до налогообложения.

Максимальное влияние на рост прибыли до налогообложения оказал рост уровня валовой прибыли (+505,99 тыс. руб.). Также положительное влияние оказали следующие факторы:

* Рост товарооборота (+55,69 тыс. руб.)
* Снижение процентов к уплате (+30 тыс. руб.)
* Рост операционных доходов (+1 тыс. руб.)
* Снижение внереализационных расходов (+52 тыс. руб.)

Рис. 2.5. Влияние факторов на прибыль до налогообложения ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

Отрицательное влияние на прибыль до налогообложения оказали такие факторы как:

* Рост уровня издержек обращения (-449,68 тыс. руб.)
* Рост прочих операционных расходов (-37 тыс. руб.)
* Снижение внереализационных доходов (-53 тыс. руб.)

Совокупное положительное влияние факторов было сильнее, вследствие чего произошел рост прибыли до налогообложения на 112 тыс. руб.

Таким образом, анализ прибыли ООО «Ваш бизнес» показал, что максимальное влияние на валовую прибыль оказал рост торговой надбавки. Рост товарооборота и рост уровня валовой прибыли оказали на прибыль от продаж положительные влияние. Рост объема товарооборота привел к росту прибыли от продаж на 55,69 тыс. руб. Рост уровня валовой прибыли привел к росту прибыли от продаж на 505,99 тыс. руб. Максимальное влияние на рост прибыли до налогообложения оказал рост уровня валовой прибыли (+505,99 тыс. руб.). Динамика показателей положительна, что указывает на повышение эффективности деятельности предприятия.

## Анализ показателей рентабельности ООО «Ваш бизнес»

Для оценки эффективности работы торгового предприятия недостаточно использовать показатели прибыли, так как это абсолютный показатель. Следует рассматривать также и относительный показатель – рентабельность.

Рентабельность продаж определяется как частное прибыли от реализации товаров к товарообороту. Операционная рентабельность – отношение прибыли от реализации и операционных доходов к товарообороту. Рентабельность конечной деятельности – отношение чистой прибыли к товарообороту. Рентабельность затрат – отношение чистой прибыли к стоимости основных и оборотных средств, а также затрат на заработную плату.

В таблице 2.7 приведена динамика показателей рентабельности ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года.

Таблица 2.7

Анализ рентабельности деятельности предприятии

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Показатели рентабельности  | Формула | 2002 | 2003 | Отклонение (+;-) |
| 1. | Рентабельность по отношению к выручке |  |  |  |  |
| 1.1 | Операционная рентабельность |  | 26,07 | 29,12 | 3,05 |
| 1.2 | Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности |  | 6,45 | 6,79 | 0,34 |
| 1.3 | Рентабельность общей деятельности |  | 3,40 | 3,86 | 0,46 |
| 1.4 | Рентабельность конечной деятельности |  | 1,92 | 2,96 | 1,04 |
| 2. | Рентабельность затрат |  | 2,59 | 4,21 | 1,61 |

По всем показателям рентабельности наблюдается рост. Операционная рентабельность возросла на 3,05%, рентабельность финансово-хозяйственной деятельности – на 0,34%, рентабельность общей деятельности – на 0,46%, рентабельность конечной деятельности – на 1,04%, рентабельность затрат- на 1,61%, рентабельность продукции – на 5,81%.Рост показателей рентабельности свидетельствует о повышении эффективности использования ресурсов предприятия. В таблице 2.8 приведен факторный анализ рентабельности конечной деятельности.

Таблица 2.8 Факторный анализ рентабельности конечной деятельности ООО «Ваш бизнес» за 2002-2003 года

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Фактор | Формула | Расчет | Влияние фактора |
| Влияние чистой прибыли |  | (492-302)/15744\*100 | 1,21 |
| Влияние товарооборота |  | (492/16607-492/15744)\*100 | -0,17 |
| ИТОГО влияния |  | 2,96-1,92 | 1,04 |

Таким образом, рост чистой прибыли привел к росту рентабельности на 1,21%, а рост товарооборота – к снижению рентабельности конечной деятельности на 1,04%.

Таким образом, обобщая результаты анализа формирования прибыли и рентабельности исследуемого предприятия можно сделать следующие выводы:

* Предприятие имеет рост товарооборота на 5,48%, при этом сумма валовой прибыли возросла на 17,81%, а ее уровень на 3,05%, издержки обращения выросли на 20,04%, а их уровень на 2,71%. Рост уровня издержек обращения оценивается отрицательно, так как это свидетельствует о перерасходе средств.
* Наблюдается снижение внереализационных доходов на 98,15%, и снижение внереализационных расходов на 63,41%. Проценты к уплате снизились на 30 тыс. руб. (10,2%)
* Рост операционных доходов составил 1 тыс. руб., а операционных расходов 37 тыс. руб. (23,42%.).
* Прибыль до налогообложения возросла на 105 тыс. руб. (19,59%), рентабельность от обычной деятельности возросла на 0,42%. Снижение налогов составило 85 тыс. руб. (36,32%).
* Прибыль от обычной деятельности и чистая прибыль предприятия составила 492 тыс. руб. в 2003 году. Рост показателя составил 190 тыс. руб. (62,91%).
* Численность персонала и его структура не изменилась.
* Производительность труда выросла на 5,48%, труда ТОП – на 5,48%.

Доходы предприятия практически полностью (98,7% в 2002 году и 99,96% в 2003 году) составляет валовая прибыль предприятия.

В 2002 году предприятие имело также внереализационные доходы, которые составили 1,3% от общего объема доходов. В 2003 году удельный вес внереализационных доходов составил 0,02%, а также появились операционные доходы, их удельный вес также составил 0,02%.

На валовую прибыль оказывают влияние динамика товарооборота и уровень торговой надбавки. Рост товарооборота на 863 тыс. руб. привел к росту валовой прибыли на 225,01 тыс. руб. Рост торговых набавок привел к росту валовой прибыли на 505,99 тыс. руб. Таким образом, максимальное влияние на валовую прибыль оказал рост торговой надбавки.

Рост товарооборота и рост уровня валовой прибыли оказали на прибыль от продаж положительные влияние. Рост объема товарооборота привел к росту прибыли от продаж на 55,69 тыс. руб. Рост уровня валовой прибыли привел к росту прибыли от продаж на 505,99 тыс. руб.

Рост уровня издержек обращения привел к снижению прибыли от продаж на 449,68 тыс. руб., однако, положительное влияние других факторов компенсировало отрицательное влияние роста уровня издержек обращения.

По всем показателям рентабельности наблюдается рост. Операционная рентабельность возросла на 3,05%, рентабельность финансово-хозяйственной деятельности – на 0,34%, рентабельность общей деятельности – на 0,46%, рентабельность конечной деятельности – на 1,04%, рентабельность затрат- на 1,61%, рентабельность продукции – на 5,81%. Рост чистой прибыли привел к росту рентабельности на 1,21%, а рост товарооборота – к снижению рентабельности конечной деятельности на 1,04%.

# Пути повышения прибыли и рентабельности ООО «Ваш бизнес»

## Основные направления повышения прибыли и рентабельности

В своей деятельности любое предприятие стремится достичь максимума прибыли, а это, в свою очередь, на прямую зависит от эффективности деятельности предприятия, организации. Эффективность предприятия определяется способом производства и его эффективностью. Существуют различные направления повышения эффективности производства:

* Научно-технический прогресс. Естественно, что при внедрении новых технологий на предприятии снизятся затраты на производство единицы товара и через экономию возрастет прибыль и эффективность;
* Ресурсосбережение и модернизация оборудования;
* Привлечение максимального объема инвестиций и их экономное и рациональное использование;
* Повышение качества продукции и как следствие увеличение объема продаж;
* Эффективность управленческого фактора (исследований, разработок и политики фирмы).

С последним фактором тесно соприкасается наука маркетинг, и, хотя все факторы должны находиться во взаимодействии. Использование разработок научно-технического прогресса в торговле приводит к значительным успехам в области повышения прибыли и снижения затрат. Новые виды упаковок, позволяющих продлить срок годности товара, новые материалы для изготовления самих товаров и их упаковки, новые способы рекламы товаров, все это помогает как можно более полно удовлетворить спрос населения, что ведет к увеличению товарооборота.

В области рационализации использования ресурсов немаловажную роль играет планирование деятельности предприятия. Торговые предприятия сегодня не в состоянии за один год решить вопросы пополнения собственных оборотных средств финансирования капитальных вложений в основные фонды и постоянного использования инноваций. Поэтому каждое из них должно знать свои временные возможности по решению указанных и других экономических проблем. Достижение этих целей требует определенной величины финансовых ресурсов, основным источником которых является прибыль (каждому понятно, что и заемные средства можно возвратить также за счет полученной прибыли).

Из приведенных положений ясно, что каждому предприятию необходима информация о возможностях получения прибыли с упреждением на несколько (2-5) лет и об ожидаемом ее объеме на предстоящий период (квартал, полугодие, 9 месяцев и год). Соответственно этому торговые предприятия прогнозируют прибыль на 3-4 года и разрабатывают планы на предстоящий период. Эту работу предприятия делают также и для того, чтобы сориентироваться в своих отношениях с налоговыми службами.

Привлечение инвестиций позволяет предприятию восполнить недостающие ресурсы для формирования основных и оборотных средств.

Немаловажным фактором в формировании прибыли является человеческий фактор. Управление персоналом включает многие составляющие. Среди них: кадровая политика, взаимоотношения в коллективе, социально-психологические аспекты управления.

Ключевое же место занимает определение способов повышения производительности, путей роста творческой инициативы, а так же стимулирование и мотивация работников. Получение нового места работы, а так же изменение привычных условий деятельности стимулирует работника, вызывает в нем желание проявить себя с лучшей стороны. Не получив возможности почувствовать себя необходимым, самостоятельным работником, которому доверяют и которого уважают, он разочаровывается в своей работе. При этом, даже просто с экономической точки зрения, люди являются чрезвычайно дорогим ресурсом, а, следовательно, должны использоваться с максимальной эффективностью.

В качестве предложений по повышению прибыли и рентабельности для ООО «Ваш бизнес» можно выделить:

* Совершенствование работы с поставщиками товаров
* Организация работы на заказ
* Организация работы по апгрейду (обновлению) компьютеров

Совершенствование работы с поставщиками заключается в том, чтобы заключить с рядом поставщиков долгосрочные контракты, при этом достигается снижение закупочных цен. Также при расчетах с поставщиками целесообразно использовать факторинг, который позволяет увеличивать средства в обороте по сравнительно невысокой цене.

Организация работы на заказ позволит в большей мере удовлетворять запросы клиентов, так как ряд комплектующих компьютеров не пользуются постоянным спросом, но потребность в них все же есть. При организации работы под заказ возможно привлечение дополнительных клиентов.

Организация работы по апгрейду (обновлению) компьютеров позволит также увеличить число клиентов, которых можно разделить на две категории:

* Клиенты, которые не могут позволить купить себе компьютер поновее, но у них есть устаревшая работоспособная модель (развитие компьютерных технологий идет так быстро, что моральное устаревание оборудование происходит достаточно быстро)
* Клиенты, которым необходим компьютер, но средств на современную модель не хватает, и они готовы взять морально устаревшую и бывшую в употреблении модель, если она находится в хорошем состоянии и технологический ресурс у нее не выработан.

**3.2. Экономическая эффективность внедрения комплекса мероприятий**

## Эффективность совершенствования работы с поставщиками

Совершенствование работы с поставщиками значительно влияет на эффективность деятельности предприятия, так как повышается ритмичность и равномерность работы, повышается качество обслуживания покупателей, репутация компании.

К основным поставщикам ООО «Ваш бизнес» относятся:

* ООО Демос-Акспом, г. Москва
* ООО Ореол, г. Москва
* ООО Оргтех-Ренессанс
* ООО Политехника, г. Санкт-Петербург
* ООО Радиотехника, г. Москва

С данными поставщиками сложились достаточно стабильные отношения.

Структура поставщиков по объемам закупок приведена на рисунке 3.1.

Рис. 3.1. Структура поставщиков ООО «Ваш бизнес»

ООО Демос-Акспом, г. Москва поставляет системные блоки и расходные материалы. ООО Ореол, г. Москва поставляет основные комплектующие компьютеров (процессоры, материнские карты, винчестеры, звуковые и видео карты, мониторы и т.п.). ООО Оргтех-Ренессанс поставляет расходные материалы для принтеров и копиров (порошок, картриджи, бумагу, запасные части). ООО Политехника, г. Санкт-Петербург поставляет периферийные устройства (клавиатуры, мыши, звуковые системы, наушники и т.п.). ООО Радиотехника, г. Москва поставляет комплектующие и запасные части.

После предварительных переговоров на снижение закупочных цен при заключении долгосрочных договоров согласились представители ООО «Ореол» и ООО «Оргтехника-Ренессанс».

Цена на товары ООО «Ореол» снизится на 3%, а ООО «Оргтехника-Ренессанс» - на 2,5% при сохранении текущих объемов закупок.

Расчет экономии средств по закупке приведены в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Расчет экономии от заключения долгосрочных договоров

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Компания | Текущий объем закупок, тыс. руб. | Экономия от заключения долгосрочного договора, тыс. руб. |
| ООО Ореол | 3652 | 109,56 |
| ООО Оргтехника-Ренессанс | 1854 | 46,35 |
| ИТОГО | 5507 | 157,91 |

Таким образом, экономия от заключения долгосрочных договоров составит 157,91 тыс. руб. Эта величина пойдет на формирование валовой прибыли и прибыли от продаж.

Для увеличения средств в обороте возможно применение такого финансового инструмента как факторинг. Увеличение средств в обороте позволит увеличить ассортимент товаров, что повысит привлекательность компании.

Теперь необходимо рассчитать эффективность применения факторинга в расчетах с поставщиками. Если инициатива факторинга идет от покупателя, заинтересованного в увеличении средств в обороте, то это называется «реверсивный факторинг», то есть факторинг «наоборот».

Реверсивный факторинг – продукт, предусмотренный специально для покупателей товаров и услуг, желающих получить или увеличить отсрочку платежа.

Реверсивный факторинг нацелен на финансирование закупок покупателя, но стороной по договору в рамках данного продукта все равно выступает поставщик. Последний заключает договор факторинга с факторинговой компанией, в рамках которого она финансирует поставщика.

Комплекс обслуживания для поставщика:

* финансирование поставок с отсрочкой платежа;
* покрытие рисков;
* административное управление дебиторской задолженностью;
* информационно-аналитическое обслуживание в режиме on-line.

**Срок выплаты финансирования** - любой удобный для поставщика день после предоставления документов, но не позднее предпоследнего дня оплаты кредиторской задолженности покупателя.

**Условия сотрудничества:**

при реверсивном факторинге факторинговая компания становится партнером покупателя, гарантирующим его поставщикам своевременную оплату поставок, а покупателю предоставляет возможность развивать свой бизнес в условиях недостаточности собственных средств.

В рамках реверсивного факторинга факторинговая компания финансирует поставки с отсрочкой платежа в размере до 90%. Остатки средств по поставкам (за вычетом комиссии факторинговой) зачисляются на расчетный счет поставщика по мере их оплаты покупателем на факторинговый счет

Данный продукт разработан специально для компаний, которые по тем или иным причинам ограничены в возможности получения отсрочки платежа на закупаемый товар от своих поставщиков, либо желают увеличить предоставляемые им сроки оплаты или суммы заказов.

**Преимущества для поставщика**

Реверсивный факторинг позволяет поставщику увеличить объемы продаж и прибыль, исключить риски во взаимоотношениях с покупателем, наладить более тесные взаимосвязи с покупателями.

**Преимущества для покупателя**

Реверсивный факторинг является оптимальным финансовым инструментом, с помощью которого покупатель получает возможность значительно увеличить объем продаж, точно и в срок исполнять договорные обязательства перед поставщиками, привлекать новых клиентов за счет предложения более выгодных условий, не отвлекать финансовые ресурсы на осуществление текущей деятельности предприятия, а сконцентрировать их для решения стратегических задач бизнеса.

В соответствии с общепринятой международной практикой в структуре вознаграждения за оказание факторинговых услуг выделяются следующие три основных компонента :

**1. Фиксированный сбор за обработку документов по поставке.**

**2. Стоимость кредитных ресурсов, необходимых для финансирования Поставщика.**

**3. Комиссия за финансовый сервис.**

Данный вид комиссии предусматривает оказание Фактором следующих услуг:

* контроль своевременности оплаты поставок дебиторами;
* работа с дебиторами при задержках платежей;
* учет текущего состояния дебиторской задолженности;
* предоставление поставщику отчетов;
* установление и регулярный пересмотр лимитов;
* контроль лимитов;
* принятие ряда рисков;
* поддержание определенного уровня ликвидности, обеспечивающего возможность финансирования продавца в любой момент времени.

В настоящее время на рынке действует множество факторинговых компаний, также факторингом занимаются многие банки. Наиболее низкие цены имеет компания НИКойл.

Компания НИКойл предлагает следующие расценки при обороте дебиторской задолженности 1 млн. руб. в месяц:

* Фиксированный сбор – 600 руб.
* Стоимость кредитных ресурсов для поставщика 1,3% от суммы оборота в месяц
* Комиссия за финансовый сервис 1,3% от суммы оборота в месяц

Обычно 1,3% ложатся на поставщика, а 1,3% и фиксированный сбор – на покупателя.

Для поставщика это выгодно, так как годовая ставка процента (1,3\*12=15,6% годовых) не превышает ставку по краткосрочному кредиту в 16% (иногда ставки по краткосрочным кредитам выше, все зависит от объемов оборота и платежной дисциплины).

Для покупателя это выгодно, так как из оборота на срок в среднем 30 дней не отвлекаются средства, плата за них также меньше стоимости кредита, он может направить их на расширение товарооборота. Также следует отметить, что получение кредита в банке сопряжено с трудностями оформления и требуется залог имущества, а при факторинге залога не требуется.

Проведем сравнительный анализ работы покупателя с поставщиками без факторинга, с факторингом и с использованием банковского кредита (табл. 3.2)

Таблица 3.2 Сравнительный анализ финансирования закупок

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Финансирование собственными средствами | Финансирование с использованием факторинга | Финансирование с использованием банковского кредита |
| Размер финансирования в год, тыс. руб. | 12000 | 12000 | 12000 |
| Условия оплаты привлеченных средств |  | 15,6% годовых0,6\*12=7,2 тыс. руб. за обслуживание | 16% годовых |
| Плата за привлеченные средства |  | 1879,2 | 1920 |
| Возможность увеличение средств в обороте, тыс. руб. |  | 12000 | 12000 |
| Увеличение прибыли от продаж за счет роста средств в обороте при неизменной наценке, тыс. руб. |  | 12000\*0,41=4920 | 12000\*0,41=4920 |
| Показатель | Финансирование собственными средствами | Финансирование с использованием факторинга | Финансирование с использованием банковского кредита |
| Размер прибыли от продаж в условиях 2003 года, тыс. руб. | 4836 | 4836+4920-1879,2=7876,8 | 4836+4920-1920=7836 |

Таким образом, даже неся дополнительные затраты по оплате услуг факторинговой фирмы, предприятие имеет рост прибыли от продаж почти в два раза. Это связано с двукратным ростом средств в обращении.

Прирост прибыли от продаж составит:

7876,8-4836=3040,8 тыс. руб.

Таким образом, заключение дополнительных договоров позволит сэкономить 157,91 тыс. руб., а использование факторинга – повысить прибыль на 3040,8 тыс. руб.

## Эффективность организации работы под заказ

Эффективность организации работы под заказ можно определить исходя из информации по отказам покупателям по причине того, что данной модели компьютера, оргтехники, комплектующих и расходных материалов не было в наличие. Причем отсутствие товара было вызвано не недостатком работы службы снабжения, а тем, что спрос на да это товары эпизодический.

В таблице 3.3 приведены данные по этим отказам, зафиксированные в ООО «Ваш бизнес».

Таблица 3.3

Расчет недополученных средств вследствие отказа клиенту

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип устройства, комплектующего | Количество отказов, ед. | Ориентировочная сумма потери товарооборота, тыс. руб. |
| Ноутбук | 17 | 425 |
| Монитор | 56 | 448 |
| Системная плата | 17 | 34 |
| Сканер | 36 | 108 |
| Звуковая карта | 12 | 36 |
| DVD-проигрыватель | 16 | 85 |
| Копировальный аппарат | 22 | 250 |
| Плоттер | 1 | 90 |
| Цветной лазерный принтер | 13 | 260 |
| ИТОГО |  | 1736 |

Таким образом, потеря в товарообороте вследствие отказа клиенту составила 1736 тыс. руб.

При организации работы под заказ, себестоимость закупки о доставки товара повышается, так как оформление единичного заказа дороже, чем партии товара. Снижение торговой надбавки планируется до 20%.

При организации торговли под заказ и удовлетворение возникших потребностей приведет к росту прибыли от реализации на

1738\*0,2=347,6 тыс. руб.

Таким образом, организация работы под заказ позволит увеличить прибыль от реализации на 347,6 тыс. руб., а также повысить привлекательность компании и качество обслуживания покупателей.

**3.1.3. Эффектность организации обновления компьютеров**

Достаточно большое количество компаний, занимающиеся розничной реализацией компьютеров, оргтехники и комплектующих занимаются апгрейдом компьютеров. Данная процедура заключается в следующем:

* У частного лица, который хочет продать действующую, с большим технологическим ресурсом модель или комплектующую, принимается эта модель с уценкой 30-90% в зависимости от морального и физического износа, который определяется специалистами компании.
* При поступлении заявки на бывшую в употреблении модель, которая имеется в распоряжении компании, она (модель или деталь) реализуются по цене, выше той, по которой выкупили, на 5-10%. Такие комплектующие, как дисковод для дискет 3,5 дюйма, CD-ROM, мышь, клавиатура и другие комплектующие с низким ресурсом не принимаются (они достаточно быстро выходят из строя и при первом хозяине) По оценкам деятельности других компаний, товарооборот, получаемый от операций апгрейду, составляет 500 тыс. руб. год., то есть при средней наценке 7% рост прибыли от реализации увеличивается на 35 тыс. руб.

## 3.1.4.Расчет сводных показателей эффективности

Итак, мы рассчитали эффективность каждого предложения, теперь необходимо соединить их и рассчитать суммарный эффект от всех предложений.

В таблице 3.4 приведены сводные данные по мероприятиям.

Таблица 3.4 Сводная таблица показателей по мероприятиям

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Мероприятия | Рост товарооборота | Рост себестоимости | Рост валовой прибыли |
| Заключение долгосрочных договоров | - | -157,91 | 157,91 |
| Применение факторинга при расчетах с поставщиками | 12000 | 8959,2 | 3040,8 |
| Организация работы на заказ | 1736 | 1388,4 | 347,6 |
| Организация апгрейда компьютеров | 500 | 465 | 35 |
| ИТОГО | 14236 | 10656,69 | 3584,31 |

На рисунке 3.1 представлен вклад каждого мероприятия в увеличение роста валовой прибыли.

Итак, максимальный рост обеспечивает применение факторинга в расчетах с поставщиками (доля вклада 84,91%), так как это позволяет в два раза увеличить средства в обороте, расширить номенклатуру товаров. Так как основным тормозом в расширении бизнеса является как раз недостаток средств в обороте, то данное мероприятие позволит также более полно реализовать потенциал предприятия.

Доля вклада организации работы на заказ составляет 9,71%. Это тоже высокий показатель.

Рис. 3.1. Вклад каждого мероприятия в рост прибыли от продаж ООО «Ваш бизнес»

Организация работы на заказ позволяет, с одной стороны, повысить экономические показатели работы компании, а, с другой стороны, повысить качество обслуживания покупателей, степень удовлетворения запросов. Это, в свою очередь, повышает конкурентоспособность предприятия.

Заключение долгосрочных договоров вносит вклад в общий рост валовой прибыли в размере 4,41%, а апгрейд компьютеров – на 0,98%. Хотя вклад данных мероприятий не сильно высок, однако заключение долгосрочных договоров способствует упрочнению связей с поставщиками, а организация апгрейда – привлекает новых клиентов и повышает конкурентоспособность компании.

Теперь рассмотрим, какой прирост валовой прибыли обеспечивают разработанные мероприятия (табл. 3.5 и рис. 3.2).

Таблица 3.5 Прирост валовой прибыль вследствие внедрения мероприятий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мероприятие | Увеличение прибыли от продаж, тыс. руб. | Темп роста прибыли от продаж, % |
| Заключение долгосрочных договоров | 157,91 | 14,00 |
| Применение факторинга при расчетах с поставщиками | 3040,8 | 269,57 |
| Организация работы на заказ | 347,6 | 30,82 |
| Организация апгрейда компьютеров | 35 | 3,10 |
| ИТОГО | 3581,31 | 317,49 |

Таким образом, рост прибыли от продаж составит 3581,31 тыс. руб., что в относительном выражении составит 317,49%. За счет заключения долгосрочных договоров валовая прибыль возрастет на 14%, применение факторинга в расчетах с поставщиками позволит увеличить прибыль от реализации на 269,57%, организация работы на заказа – на 30,82%, организация апгрейда компьютеров – на 3,1%.

Рис. 3.5. Прирост прибыли от реализации вследствие внедрения мероприятий

Теперь рассчитаем основные экономические показатели после внедрения мероприятий. При расчете следует учесть то, что плата за факторинг будет включена в издержки обращения, а все остальные изменения себестоимости будут включены в себестоимость реализованных товаров. Операционные и внереализационные расходы останутся без изменений.

Расчет основных экономических показателей приведен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 Расчет основных экономических показателей ООО «Ваш бизнес» до и после внедрения мероприятий

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Ед. изм. | 2003 факт | 2004 план | Отклонение  | Темп роста, % |
| Товарооборот | Тыс. руб. | 16607 | 30843 | 14236 | 185,72 |
| Показатели | Ед. изм. | 2003 факт | 2004 план | Отклонение  | Темп роста, % |
| Численность работников всего | Чел. | 15 | 15 | 0 | 100,00 |
| В т.ч. ТОП | Чел. | 10 | 10 | 0 | 100,00 |
| Производительность труда одного работника | Тыс. руб./ чел. | 1107,1 | 2056,2 | 949,07 | 185,72 |
| Производительность труда одного работника ТОП | Тыс. руб./ чел. | 1660,7 | 3084,3 | 1423,6 | 185,72 |
| Валовая прибыль |  |   |   |   |   |
| Сумма  | Тыс. руб. | 4836 | 11664,93 | 6828,9 | 241,21 |
| Уровень в % к товарообороту | % | 29,12 | 37,82 | 8,70 | - |
| Издержки обращения |  |   |   |   |   |
| Сумма | Тыс. руб. | 3708 | 5587,20 | 1879,2 | 150,68 |
| Уровень в % к товарообороту | % | 22,33 | 18,11 | -4,213 | - |
| Прибыль (убыток) от продаж |  |   |   |   |   |
| Сумма | Тыс. руб. | 1128 | 4709,31 | 3581,3 | 417,49 |
| Показатели | Ед. изм. | 2003 факт | 2004 план | Отклонение  | Темп роста, % |
| Рентабельность продаж | % | 6,79 | 15,27 | 8,48 | - |
| Доходы от участия в деятельности других предприятий | Тыс. руб. | - | - | - | - |
| Проценты к получению | Тыс. руб. | - | - | - | - |
| Проценты к уплате | Тыс. руб. | 264 | 264 | 0 | 100,00 |
| Прочие операционные доходы | Тыс. руб. | 1 | 1 | 0 | 100,00 |
| Прочие операционные расходы | Тыс. руб. | 195 | 195 | 0 | 100,00 |
| Прочие внереализационные доходы | Тыс. руб. | 1 | 1 | 0 | 100,00 |
| Прочие внереализационные расходы | Тыс. руб. | 30 | 30 | 0 | 100,00 |
| Показатели | Ед. изм. | 2003 факт | 2004 план | Отклонение  | Темп роста, % |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | Тыс. руб. | 641 | 4222,31 | 3581,3 | 658,71 |
| Рентабельность предприятия | % | 3,86 | 13,69 | 9,83 | - |
| Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи | Тыс. руб. | 149 | 1013,35 | 864,35 | 680,10 |
| Прибыль (убыток) от обычной деятельности |  |   |   |   |   |
| Сумма | Тыс. руб. | 492 | 3208,96 | 2717 | 652,23 |
| Рентабельность обычной деятельности | % | 2,96 | 10,40 | 7,44 | - |
| Чрезвычайные доходы | Тыс. руб. | - | - | - | - |
| Чрезвычайные расходы | Тыс. руб. | - | - | - | - |
| Чистая прибыль (нераспределен-ная), убыток отчетного года |  | - | - | - | - |
| Показатели | Ед. изм. | 2003 факт | 2004 план | Отклонение  | Темп роста, % |
| Сумма | Тыс. руб. | 492 | 3208,96 | 2717 | 652,23 |
| Рентабельности конечной деятельности | % | 2,96 | 10,40 | 7,44 | - |

Таким образом, внедрение мероприятия приведет к росту товарооборота на 14236 тыс. руб., что составит 85,72%. Рост производительности труда составит также 85,75%.

Валовая прибыль возрастет на 6828,9 тыс. руб., что составит 141,21% прироста. Уровень валовой прибыли возрастет на 8,7%.

Издержки обращения возрастут на 1779,2 тыс. руб. (50,68%), а их уровень снизится на 4,21%.

Прибыль от продаж возрастет на 3581,3 тыс. руб. (317,49%), а рентабельность продаж – на 8,48%.

Прибыль до налогообложения возрастет на 3581,3 тыс. руб., а рентабельность предприятия – на 9,83%, Налоговые платежи возрастут на 864,35 тыс. руб.

Прибыль от обычной деятельности и чистая прибыль возрастут на 2717 тыс. руб. (652,23%), а рентабельность конечной деятельности – на 7,44%.

Динамика данных показателей говорит о том, что внедрение данных мероприятий целесообразно.

Таким образом, обобщая результаты работы в рамках третьей главы, модно сделать следующее заключение.

Для повышения прибыли и рентабельности ООО «Ваш бизнес» предлагается:

* Совершенствование работы с поставщиками товаров
* Организация работы на заказ
* Организация работы по апгрейду (обновлению) компьютеров

Совершенствование работы с поставщиками заключается в том, чтобы заключить с рядом поставщиков долгосрочные контракты, при этом достигается снижение закупочных цен. Также при расчетах с поставщиками целесообразно использовать факторинг, который позволяет увеличивать средства в обороте по сравнительно невысокой цене.

Организация работы на заказ позволит в большей мере удовлетворять запросы клиентов, так как ряд комплектующих компьютеров не пользуются постоянным спросом, но потребность в них все же есть. При организации работы под заказ возможно привлечение дополнительных клиентов.

Расчет эффективности по каждому мероприятия позволяет сделать вывод:

* Организация работы по апгрейду (обновлению) компьютеров позволит также увеличить число клиентов.
* Экономия от заключения долгосрочных договоров составит 157,91 тыс. руб.
* При применении факторинга в расчетах с покупателями, даже неся дополнительные затраты по оплате услуг факторинговой фирмы, предприятие имеет рост прибыли от продаж почти в два раза. Это связано с двукратным ростом средств в обращении.
* При организации работы под заказ рост прибыли от реализации составит 347,6 тыс. руб.
* Организация апгрейда позволит увеличить прибыль на 35 тыс. руб.

Внедрение мероприятия приведет к росту товарооборота на 14236 тыс. руб., что составит 85,72%. Рост производительности труда составит также 85,75%. Прибыль от обычной деятельности и чистая прибыль возрастут на 2717 тыс. руб. (652,23%), а рентабельность конечной деятельности – на 7,44%. Динамика данных показателей говорит о том, что внедрение данных мероприятий целесообразно.

# Заключение

Целью выполнения данной дипломной работы является поиск путей повышения прибыли и рентабельности на исследуемом предприятии. Цель работы была достигнута. Для достижения этой цели были решены следующие задачи:

* Рассмотреть теоретические основы прибыли как экономической категории
* Провести оценку и анализ формирования прибыли и рентабельности исследуемого предприятия
* Разработать мероприятия по повышению прибыли и рентабельности исследуемого предприятия
* Дать экономическую оценки предложенным мероприятиям.

Проведенный анализ деятельности ООО «Ваш бизнес» позволяет сказать, что:

* Предприятие имеет рост товарооборота на 5,48%, при этом сумма валовой прибыли возросла на 17,81%, а ее уровень на 3,05%, издержки обращения выросли на 20,04%, а их уровень на 2,71%. Рост уровня издержек обращения оценивается отрицательно, так как это свидетельствует о перерасходе средств.
* Наблюдается снижение внереализационных доходов на 98,15%, и снижение внереализационных расходов на 63,41%. Проценты к уплате снизились на 30 тыс. руб. (10,2%)
* Рост операционных доходов составил 1 тыс. руб., а операционных расходов 37 тыс. руб. (23,42%.).
* Прибыль до налогообложения возросла на 105 тыс. руб. (19,59%), рентабельность от обычной деятельности возросла на 0,42%. Снижение налогов составило 85 тыс. руб. (36,32%).
* Прибыль от обычной деятельности и чистая прибыль предприятия составила 492 тыс. руб. в 2003 году. Рост показателя составил 190 тыс. руб. (62,91%).
* Численность персонала и его структура не изменилась.
* Производительность труда выросла на 5,48%, труда ТОП – на 5,48%.

Анализ доходов ООО «Ваш бизнес» показал, что доходы предприятия практически полностью (98,7% в 2002 году и 99,96% в 2003 году) составляет валовая прибыль предприятия.

Факторный анализ показателей прибыли позволяет сказать, что на валовую прибыль оказывают влияние динамика товарооборота и уровень торговой надбавки. Рост товарооборота на 863 тыс. руб. привел к росту валовой прибыли на 225,01 тыс. руб. Рост торговых набавок привел к росту валовой прибыли на 505,99 тыс. руб. Таким образом, максимальное влияние на валовую прибыль оказал рост торговой надбавки.

Рост товарооборота и рост уровня валовой прибыли оказали на прибыль от продаж положительные влияние. Рост объема товарооборота привел к росту прибыли от продаж на 55,69 тыс. руб. Рост уровня валовой прибыли привел к росту прибыли от продаж на 505,99 тыс. руб.

Рост уровня издержек обращения привел к снижению прибыли от продаж на 449,68 тыс. руб., однако, положительное влияние других факторов компенсировало отрицательное влияние роста уровня издержек обращения.

По всем показателям рентабельности наблюдается рост. Операционная рентабельность возросла на 3,05%, рентабельность финансово-хозяйственной деятельности – на 0,34%, рентабельность общей деятельности – на 0,46%, рентабельность конечной деятельности – на 1,04%, рентабельность затрат- на 1,61%, рентабельность продукции – на 5,81%. Рост чистой прибыли привел к росту рентабельности на 1,21%, а рост товарооборота – к снижению рентабельности конечной деятельности на 1,04%. Для повышения прибыли и рентабельности ООО «Ваш бизнес» предлагается:

* Совершенствование работы с поставщиками товаров
* Организация работы на заказ
* Организация работы по апгрейду (обновлению) компьютеров

Экономия от заключения долгосрочных договоров составит 157,91 тыс. руб.

При применении факторинга в расчетах с покупателями, даже неся дополнительные затраты по оплате услуг факторинговой фирмы, предприятие имеет рост прибыли от продаж почти в два раза. Это связано с двукратным ростом средств в обращении. Для покупателя это выгодно, так как из оборота на срок в среднем 30 дней не отвлекаются средства, плата за них также меньше стоимости кредита, он может направить их на расширение товарооборота. Также следует отметить, что получение кредита в банке сопряжено с трудностями оформления и требуется залог имущества, а при факторинге залога не требуется. Максимальный рост обеспечивает применение факторинга в расчетах с поставщиками, так как это позволяет в два раза увеличить средства в обороте, расширить номенклатуру товаров. Так как основным тормозом в расширении бизнеса является как раз недостаток средств в обороте, то данное мероприятие позволит также более полно реализовать потенциал предприятия.

При организации работы под заказ рост прибыли от реализации составит 347,6 тыс. руб. Организация апгрейда позволит увеличить прибыль на 35 тыс. руб. Внедрение мероприятия приведет к росту товарооборота на 14236 тыс. руб., что составит 85,72%. Рост производительности труда составит также 85,75%. Прибыль от обычной деятельности и чистая прибыль возрастут на 2717 тыс. руб. (652,23%), а рентабельность конечной деятельности – на 7,44%.

Динамика данных показателей говорит о том, что внедрение данных мероприятий целесообразно.

# Список литературы

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. – М.: Дело, 2003
2. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300 – в редакции Федерального Закона от 9 января 1996 г. №2.
3. О мерах по государственному регулированию и изучению торгового обслуживания населения: постановление от 12. 08. №936 // Экономика и жизнь. – 1994. - №38.
4. О применении контрольно-кассовых машин: Письмо Госналогслужбы РФ от 1. 07. 1998г. №ВК- 6 – 16 / 390 // Нормативные акты по финансам, налогам, страхованию и бухгалтерскому учету. – 1998. - №8. – с. 61 –62.
5. Аванесов Ю.А., Клочко А.М., Васькин Е.В. Основы коммерциологии на рынке товаров и услуг. – М.: ТОО «Люкс – арт», 1995.
6. Аванесов Ю.А., Князева Р.С. и др. Экономика предприятий сферы товарного обращения. М.: МИПП, 1996.
7. Альбеков А.У., Согомонян С.А. Экономика коммерческого предприятия. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2002
8. Арустамов Э.А. Оборудование предприятий: Учебник для вузов. – М.: Дашков и К, 2000.
9. Архипов В.Е. Чего не следует делать, если покупатель говорит нет. // Современная торговля. – 1999. - №5. – с. 25 – 26.
10. Баженов Ю.К., Васькин Е.В. Организация рекламы в магазине: Учебно-практическое пособие. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1998.
11. Бакаева В.В. Организация и технология розничной торговли: Учебник для вузов. – Новосибирск: Центр союз РФ, Сибирский ун-т потребительской кооперации, 1999.
12. Бакаева В.В. Удобно ли вам в магазине. // Современная торговля. – 2000. - №3. – с. 20 – 23.
13. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. – М.: Экономика, 1990. – 206 с.
14. Белый Б.Н. Модели массового обслуживания в торговле: Учебное пособие. – Киев: КТЭИ, 1997.
15. Бергер И.Н. Торговые услуги. – Киев: «Техника», 1982.
16. Бизнес-планирование: Учебник для ВУЗов / Под ред. В.М. Попова, С.И. Лапунова. — М.: Финансы и статистика, 2001
17. Бланк А.И. Управление торговым предприятием. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», изд-во ЭКМОС, 1998.
18. Борисов М. Униформа персонала – имидж компании. // Новости торговли. – 2000. - №10. – с. 20.
19. Бурмистров В.Г. Организация торговли непродовольственными товарами. – М.: Экономика, 1989.
20. Валевич Р. П. Экономика торгового предприятия: Учебное пособие, Мн.: Вышэйшая школа, 1996
21. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: Учебное пособие. - Минск: Высшая школа, 1998.
22. Галкина Н. Ассортимент – категория управляемая. // Вы и Ваш магазин. – 2000. - №5. – с. 28 – 30.
23. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело: Учебник. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1996.
24. Горин М.А. Технология розничной продажи товаров и обслуживание покупателей: Учебное пособие. – М.: «Люкс-арт», 1996.
25. Гуняков Ю.В. Начало коммерциологии: функциональный аспект. – Кр-к.: КГУ, 2001.
26. Даненбург В., Монкриф Р., Тейлор В. Основы оптовой торговли. Практический курс. – СПб: «Нева-Ладога-Онега», 1993. – 212 с.
27. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли: Учебник для вузов. – 3-е изд. Перераб. И доп. – М.: Маркетинг, 2001.
28. Дашков Л.П., Памбухчиянс В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1995.
29. Джоунз Г. Торговый бизнес. Как организовать и управлять/ Г. Джоунз. – М.: ИД Весь, 1996
30. Дорошева М.В. Этика обслуживания. // Управление персоналом. – 1999. – №2. – с. 16 – 19.
31. Егоршин А.П. Управление персоналом: Учебное пособие. – М.: НИМБ, 1999.
32. Емельянова Т.В. Кравченко В.П. Экономика общественного питания: Учеб. пособие. — Мн.: Высшая школа, 2003
33. Ермолович Л.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие. — Мн.: Интерпрессервис, 2001.
34. Ефимова М.Р., Петрова Е.В., Румянцев В.Н. Общая теория статистики. – М.: ИНФРА-М, 2002
35. Зубкова И.Н. Организация торговли непродовольственными товарами: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2000.
36. Иванова Т.И. Современные методы организации торговой деятельности/ Петербургская газета. – 2003. – №4 – с.3
37. Ильин А. Планирование на предприятии. В 2 ч. Стратегическое планирование. Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2000.
38. Ильин А.И., Синица Л.М. Планирование на предприятии: Учеб. пособие. В 2 ч. Ч. 1. / Под общ. ред. А.И. Ильина. — Мн.: ООО «Новое знание», 2000.
39. Каверзин Д. Тенденции развития оптового рынка сегодня/Современная торговля. – 2003. -№4. – с. 4-5.
40. Коммерческая деятельность предприятия: Стратегия, организация, управление: Учебное пособие для вузов. / Под ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. – СПб.: Политехника, 2000.
41. Короткевич В. Г Практикум по экономике, организации производства и маркетингу на предприятии. – Мн.: Вышэйшая школа, 2004
42. Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле, Мн.: Вышэйшая школа, 2000
43. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. – Минск: Высшая школа, 2000.
44. Крылов А. Петербургу подарят социальную торговую сеть/ Экономика и время – 2003. - №24. – с.2-3.
45. Ланкастер Д. Продажа и управление сбытом. / Пер. с англ. – Минск: Амалфея, 1999.
46. Лебедева С.Н. Казиначикова Н.А. Гавриков А.В. Экономика торгового предприятия. – Мн.: Новое знание, 2003
47. Лебедева С.Н. Мисникова Л.В. Организация и экономика труда: Учебник. — Мн.: Мисанта, 2002.
48. Леви М., Вайтц Б. Основ розничной торговли. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 1999.
49. Лицом к покупателю. // Вы и Ваш магазин. – 1999. - №4. – с. 23; 26.
50. Микроэкономика: Учебник/Под общ. ред. Яковлевой Е.Б. Ассоциация авторов и издателей. - М.: Тандем, 2001
51. Организация коммерческой деятельности: справочное пособие. / С.Н. Виноградова, С.П. Гурская, О.В. Пигунова и др. - Минск: Высшая школа, 2000.
52. Организация торговли продовольственными товарами: Учебник для торговых вузов. / П.Г. Гончаров, В.Ф. Егоров, С.Д. Ждакова и др. – М.: Экономика, 1998.
53. Осипова Л.В., Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для студентов вузов. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997.
54. Памбухчиянс О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2001.
55. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. – М.: Маркетинг, 2002
56. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА – М, 2000.
57. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. М.: Инфра-М, 2001
58. Раицкий К.А. Экономика предприятия: Учебник. - М.: Информ.-внедренч. центр "Маркетинг", 1999.
59. Розничная торговля: требования к обслуживающему персоналу. // Российская торговля. – 2000. - №6. – с. 23 – 25.
60. Российская торговая энциклопедия в 5 т. / Министерство торговли РФ; Академия экономических наук и предпринимательской деятельности России; гл. ред. Я.Л.Орлов – М.: РООИ и П «За социальную защиту и справедливость налогообложения», 2003. – 496 с.
61. Рыбина М.Н. Особенности формирования конкурентоспособности малого предприятия/ Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. -№4. – с. 4-5.
62. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск: ООО «Новое знание», 1999.
63. Свиридова О. Прием товара – правильное оборудование и технология приносят успех. // Витрина. – 1999. - №12. – с. 39 – 40.
64. Свяховская И.В. Комментарии к санитарным правилам для предприятий продовольственной торговли. // Современная торговля. – 1999. - №6. – с.36 – 45.
65. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Юрист, 1998.
66. Соломатин А. Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник - 2-е изд., перераб. и доп. – М. ИНФРА-М, 2003
67. Соломатин А.Н., Петров П.В. Экономика товарного обращения: Учебник. М.: Инфра-М, 2001.
68. Торговля; Правила торговли; Защита прав покупателей; Ответственность продавца: Сборник нормативных документов. – 5-е изд., перераб. И доп. – М.: Ось-89, 1999.
69. Торговое дело: Учебник/ под общ. ред. Брагина Л.А., Данько Т.П. М.: Инфра-М, 2000
70. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. /Под общ. ред. проф. Л.А.Брагина и проф. Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2000
71. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / под ред. Е.С.Стояновой..- М. : Перспектива.-2003
72. Чечкин Д. С. Быть торговле/ Современная торговля.-2003 -№5. – с.4.
73. Шандезон Ж. Методы продажи: Пер. с фр. / Общ. ред. В.С. Загашвили/ Ж. Шандезон, А. Лансестр. – М.: АО Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1993 г. – 160 с.
74. Щур Д.Л., Труханович Л.В. Основы торговли. Оптовая торговля: настольная книга руководителя, главбуха и юриста. – М.: Дело и Сервис, 1999.
75. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник / под общ. ред. Соломатина А.Н. М.: Инфра-М, 2000.
76. Экономика предприятия. / Табурчак П.П. - Феникс, 2002.
77. Экономика предприятия. Конспект лекций в схемах. / Оганесян А. - ПРИОР, 2003
78. Экономика предприятия. Конспект лекций. / Прудников В.М., Скляренко В.К. - Инфра-М, 2001
79. Экономика торгового предприятия/Под ред. Голованова А.И. – М. ИНФРА-М, 2000
80. Экономика торгового предприятия: Учебник / под общ. ред. Гребнева А.И. М.: Экономика, 1997.
1. Налоговый Кодекс Российской Федерации [↑](#footnote-ref-1)
2. Альбеков А.У., Согомонян С.А. Экономика коммерческого предприятия. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2002 [↑](#footnote-ref-2)
3. Экономика торгового предприятия/Под ред. Голованова А.И. – М. ИНФРА-М, 2000 [↑](#footnote-ref-3)
4. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. – М.: Маркетинг, 2002 [↑](#footnote-ref-4)
5. Альбеков А.У., Согомонян С.А. Экономика коммерческого предприятия. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2002 [↑](#footnote-ref-5)
6. Ефимова М.Р., Петрова Е.В., Румянцев В.Н. Общая теория статистики. – М.: ИНФРА-М, 2002 [↑](#footnote-ref-6)