**Содержание**

Введение

1. Ценовая политика: понятие, цели и задачи

1.1. Системы цен. Виды цен

1.2. Финансовые результаты деятельности фирмы

1.3. Формирование финансового результата в современных условиях. Состав балансовой прибыли

1.4. Механизм распределения использования доходов фирмы

1.5. Задачи анализа финансовых результатов предприятия

2. Общие сведения об ЗАО «Санаторий-профилакторий станкостроитель»

2.1. Оценка финансового состояния предприятия

2.2. Анализ финансовой устойчивости

2.3. Анализ ликвидности баланса предприятия

2.4. Анализ деловой активности и эффективности использования капитала

2.5. Анализ доходности предприятия

2.6. Факторный анализ показателей прибыли от реализации продукции

Заключение

Список используемой литературы

Приложения

# Введение

Анализ хозяйственной деятельности предприятия и оценка ее эффективности является важным элементом в системе управления производством, действенным средством выявления внутрихозяйственных резервов, основной разработки научно обоснованных планов и управленческих решений.

Руководство предприятием не может рассчитывать только на свою интуицию и примерные «прикидки в уме». Управленческие решения и действия сегодня должны быть основаны на точных расчетах, глубоком и всесторонним экономическом анализе. Они должны быть научно обоснованными, мотивированными, оптимальными. Ни одно организационное, техническое и технологическое мероприятие не должно осуществляться до тех пор, пока не обоснована его экономическая целесообразность. Недооценка роли анализа эффективности хозяйственной деятельности и ее оценки, ошибки в планах и управленческих действиях в современных условиях приносят чувствительные потери. И, наоборот, те предприятия, на которых серьезно относятся к данному вопросу, имеют хорошие результаты, высокую экономическую эффективность.

Основная цель финансового анализа — получение небольшого числа ключевых параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами. При этом аналитика и управляющего может: интересовать как текущее финансовое состояние предприятия, так и его проекция на ближайшую или более отдаленную.

Основными задачами, поставленными при написании курсовой работы, являются:

* + - Оценка финансового состояния предприятия
    - Раскрытие ценообразования
    - Провести анализ финансового состояния ЗАО «Санаторий-профилакторий станкостроитель»
    - оценка динамики состава и структуры активов, их состояния и движения
    - оценка динамики состава и структуры источников собственного и заемного капитала
    - анализ абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости предприятия и оценка изменения ее уровня;

Объектом исследования является предприятие ЗАО «Санаторий-профилакторий станкостроитель».

Предметом исследования курсовой работы являются процессы формирования цены на предприятии и их влияние на финансовые результаты деятельности.

1. Ценовая политика: понятие, цели и задачи

Важнейшим рычагом экономического механизма хозяйственной политики субъекта хозяйствования является цена, которая отражает все стороны экономической деятельности. В условиях рынка цена выступает связующим звеном между производителем и потребителем, обеспечивает равновесие спроса и предложения.

В экономике хозяйствующего субъекта исходным принципом является возмещение затрат и получение прибыли в размере, достаточном для осуществления расширенного воспроизводства и выплаты соответствующих налогов государству, муниципалитету, а также для образования фонда потребления (социальной сферы) в объеме, обеспечивающем определенный стандарт жизни работников. Решение данной задачи происходит с помощью соответствующего установления уровня цен на продукцию, выпускаемую хозяйствующим субъектом.

Цена — денежное выражение стоимости, ценности (полезности) товара для потребителя. Цена выступает обобщающим качественным показателем деятельности субъекта хозяйствования.

Как экономическая категория товарного производства цена выполняет различные функции на микроуровне и макроуровне. На уровне субъекта хозяйствования цена выполняет учетную, стимулирующую и распределительную функции.

В учетной функции цены отражаются общественно необходимые затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг), оцениваются затраты и результаты производства.

Стимулирующая функция цены проявляется через стимулирование качества, развитие и стимулирование НТП, ресурсосбережения, повышение эффективности производства.

Распределительная функция цены предусматривает распределение прибыли между государством, муниципалитетом и субъектом хозяйствования через учет в цене акцизов на отдельные товары, НДС, прибыли.

В современных условиях субъекты хозяйствования самостоятельно определяют ценовую политику.

Ценообразование представляет собой сложный процесс, так как субъект хозяйствования должен провести маркетинговые исследования рынка (собрать и систематизировать информацию о рынке), определить основные цели своей ценовой политики на определенный период времени, выбрать метод ценообразования, установить конкретный уровень цены, сформировать систему скидок и надбавок к цене, определить коэффициент корректировки ценового поведения в зависимости от складывающейся рыночной конъюнктуры.

Ценовая политика является главной составляющей в системе маркетинга.

Ценовая политика — это механизм или модель принятия решений о поведении субъекта хозяйствования на основных типах рынка для достижения запланированных целей. Оптимальный уровень цен и их изменение в зависимости от ситуации на рынке являются важнейшим конкурентным преимуществом субъекта хозяйствования.

Выделяют затратный и ценностный процесс ценообразования или соответственно пассивное и активное ценообразование. Затратное ценообразование — метод ценообразования, в основе которого лежат затраты на производство и реализацию товара. Затратный процесс ценообразования начинается с продукта и заканчивается покупателями, т.е. определяются продукт и технология изготовления, затраты, цену, ценность и покупатели данного товара. Данный метод предполагает пассивное ценообразование — на основе затрат или ценовых решений конкурентов. Пассивному ценообразованию соответствуют два метода: затратный (наценочный) и метод следования за лидером (конкурентом).

Ценностное ценообразование — метод ценообразования, который обеспечивает получение наибольшей прибыли за счет достижения выгодного для фирмы соотношения ≪ценность/затраты≫.

Ценностный процесс ценообразования начинается с определения покупателя, установления ценности, цены, затрат, затем технологии и определения продукта.

Данный метод ценообразования предполагает активное ценообразование — установление цен с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и ценового уровня прибыльности.

Ценовая политика самостоятельно устанавливается субъектом хозяйствования исходя из целей и задач, организационной структуры и методов управления, традиций, уровня издержек производства, состояния и развития предпринимательской среды. Основными целями ценовой политики являются:

* увеличение доли рынка (выживаемость);
* максимизация доли прибыли;
* обеспечение окупаемости затрат;
* обеспечение лидерства по показателям качества;
* проникновение на рынок и закрепление на нем;
* улучшение сегментации рынка.

Реализация стратегических целей предполагает решение ряда конкретных задач в разных сферах деятельности: производство, управление затратами, продвижение товаров и ценообразование. Задачи имеют конкретные сроки реализации и четкие критерии оценки выполнения. Основными задачами являются обеспечение объема продаж и получение прибыли. Список таких задач можно увеличивать, однако каждая реализуемая задача должна иметь критерий оценки: приемлемы те задачи, которые могут быть решены при реально существующей ситуации на рынке, обеспечивая нормальную рентабельность продаж.

Когда анализ рыночной ситуации подтверждает, что стратегические цели фирмы могут быть обеспечены за счет решения определенных задач в области ценообразования, разрабатывается тактика ценообразования.

Тактика ценообразования — это набор конкретных практических мер по управлению ценами на продукцию, которые используются для решения поставленных задач. К числу таких мер относят различные скидки и надбавки к ценам. К примеру, во всем мире пользуются дифференцированными тарифами: в часы пиковой нагрузки они максимальны, а в период наименьшей загрузки — минимальны. На основе тактики ценообразования специалисты по ценообразованию реализуют практические меры по управлению ценами.

На формирование цены оказывают влияние внутренние и внешние факторы. К внешним факторам, влияющим на уровень цен, относятся:

* + - потребители;
    - рыночная среда;
    - участники каналов товарообращения;
    - государство.

К внутренним факторам, влияющим на уровень цен, относятся:

жизненный цикл товаров на рынке;

издержки на сырье, материалы, рабочую силу, рекламу.

## 1.1 Системы цен. Виды цен

Формирование цены представляет собой сложный многогранный процесс. Нужную для установления цены информацию необходимо изучить, проанализировать. Недостаток информации, также как и ее чрезмерность, затрудняют решение проблемы. Обычно информацию собирают по следующим основными направлениям: рынок товара, тип конкуренции, конкуренты, правительственная политика. Определяя цену конкретного товара, необходимо знать конкретный тип и среда рынка, на котором будет продаваться данный товар. Различают четыре типа рынка: свободной, монополистической, олигополистической конкуренции, чистой монополии. Каждый из рынков имеет свои особенности формирования цены. В российской хозяйственной практике выделяют три группы цен:

* + - Свободные договорные.
    - Государственные (регулируемые и фиксированные).
    - Мировые.

В условиях рынка одним из важнейших признаков цен является степень их свободы от регулирующего воздействия государства. Большая часть цен является свободной, складывающейся под влиянием спроса и предложения. Они могут отклоняться от стоимости товара и нарушать макроэкономическое равновесие. Государство вводит запрет на недоброкачественную конкуренцию, запрет на демпинг, ценовую дискриминацию.

Регулируемые цены также формируются под воздействием спроса и предложения, они испытывают определенное воздействие государства. Государство устанавливает корректирующие коэффициенты цен для хозяйствующих субъектов, в соответствии с которыми последние сами устанавливают цены. Данные цены устанавливаются на продукцию базовых отраслей экономики (нефтегазодобыча, угольная, энергетическая отрасли и т.д.) и на социально значимые товары (хлеб и хлебопродукты, молоко и молочная продукция). В отдельных регионах регулирование цен зависит от наличия на местах товарных ресурсов и финансовых возможностей.

На отдельные виды товаров и продукции государство в лице органов власти и управления устанавливает фиксированные цены. Государство само устанавливает цены на продукцию предприятий-монополистов, прейскурантные цены.

Природе рыночных отношений в наибольшей степени соответствуют свободные договорные цены. Решением Правительства РФ предусмотрено, что круг товаров, продаваемых по свободным ценам, может расширяться или сужаться.

Мировые цены — это цены экспортно-импортных операций. Мировая цена определяется в зависимости от вида товара: по одним товарам (обычно сырьевым) — уровнем цен стран-экспортеров или стран-импортеров, по другим — ценами бирж, аукционов, а по готовым изделиям ценами товаров ведущих фирм мира, специализирующихся на производстве и экспорте продукции данного вида:

* цена предложения, указанная в оферте (официальном предложении продавца) без скидок;
* твердая цена, которая устанавливается в договоре купли-продажи и не подлежит изменению;
* скользящая цена устанавливается договором, отражает определенные условия на определенную дату (инфляция, биржевые котировки);
* базисная цена для определения сорта или качества. Она может уменьшаться или увеличиваться в соответствии с определенными в договоре скидками, надбавками;
* фактурная цена, определяемая условиями поставки в контракте;
* справочная цена отражает уровень фактически заключенных сделок, используется в переговорах для установления исходной цены, публикуется в изданиях ООН и других международных организаций.

Основное отличие мировых цен от внутренних заключается в дополнительных расходах. Цены рассчитываются в свободно конвертируемой валюте.

Исходя из обслуживаемой сферы товарного обращения, цены подразделяются на следующие виды:

* + - оптовые цены на продукцию промышленности;
    - цены на строительную продукцию;
    - закупочные цены;
    - тарифы грузового и пассажирского транспорта;
    - розничные цены;
    - тарифы на платные услуги, оказываемые населению;
    - цены обслуживающие внешнеторговые обороты.

Оптовые цены на продукцию промышленности — это цены, по которым реализуется и закупается продукция субъектов хозяйствования независимо от организационно-правовой формы в порядке оптового оборота. Они подразделяются на оптовые цены субъекта хозяйствования и оптовые отпускные цены промышленности.

Оптовые цены предприятия — цены изготовителей продукции, по которым они продают произведенную продукцию потребителям, возмещая издержки производства и реализации и получая такую прибыль, которая позволяет им решать технические, экономические и социальные задачи:

Zonm.nped. = ИП + П, (1)

где Zonm.nped. — оптовая цена предприятия,

ИП — издержки производства,

П — прибыль.

Оптовую цену предприятия можно определить расчетным путем через коэффициент рентабельности, исчисленный по себестоимости (Re):

Zonm.nped. = Cп (1 + Re), (2)

Где Re=(Rпф\*ОФ)/(Сп\*q)

Cп — полная себестоимость продукции;

Rпф — коэффициент рентабельности производственных фондов.

Оптовая (отпускная)цена промышленности — цена, по которой предприятия и организации-потребители оплачивают продукцию предприятиям-производителям или сбытовым торговым организациям:

Zonm.npoM. = Zonm.nped. + (Zonm.nped. хiмз) х НДС + Исо + Псо, (3)

где iмз — удельный вес материальных затрат в цене;

Исо — издержки сбытовых организаций;

Исо — прибыль сбытовых организаций.

Оптовые (отпускные) цены промышленности тесно связаны с оптовой торговлей, оптовые цены предприятия тяготеют к производству.

Закупочные цены — это цены (оптовые), по которым реализуется сельскохозяйственная продукция предприятиями, фирмами, населением. Закупочные цены — договорные, они устанавливаются по соглашению сторон.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта выражают плату за перемещение грузов и пассажиров, взимаемую транспортными организациями с отправителей грузов и населения.

Розничные цены — цены, по которым товары реализуются в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям.

Розничная цена включает оптовые (отпускные) цены промышленности, акциз, НДС и торговую надбавку, состоящую из издержек обращения торговых организаций и прибыли:

Zpo3 = Zonm.npoM. + НДС + акциза + Иото + Пто, (4)

где Иото — издержки обращения торговых организаций,

Пто — прибыль торговых организаций.

Розничная цена — это цена, по которой продажа ведется отдельными небольшими партиями, в розницу.

Наряду с перечисленными видами цен выделяют цены, непосредственно связанные с торговлей: аукционные, биржевые, договорные, справочные, скользящие.

Аукционная цена — цена товара, проданного на аукционе. Она может существенно отличаться от рыночной цены, так как отражает уникальные и редкие свойства и признаки товара и может зависеть от мастерства лица, производящего товар.

Биржевая цена — цена на товары, реализуемые в порядке биржевой торговли. Биржевая цена является свободной, зависит от спроса и объема сделки. Она котируется, т.е. определяется ее типовой уровень для сделки, публикуется в бюллетенях.

Контрактная цена — цена, зафиксированная в контракте. Контрактная цена может быть постоянной или индексироваться в соответствии с заключенным договором.

Престижная цена — высокая цена, предназначенная для привлечения рыночного сегмента, который более обеспокоен качеством товара, его привлекательностью и статусом, чем ценой.

Скользящая цена — цена на изделия с длительным сроком изготовления, рассчитываемая на основе принципа скольжения, позволяющая учитывать изменения в издержках производства, которые имеют место за период времени, необходимый для изготовления.

Справочная цена — вид цены оптового товарооборота во внутренней и международной торговле, выступающий для продавца и покупателя в качестве исходного пункта при определении конкретной цены, фиксируемой в документе сделки (при срочной продаже товаров). Ее публикуют специальные издания ООН.

Монопольная цена — это цена, по которой реализуют свои товары монополии. Монопольная цена может быть монопольно высокой и монопольно низкой. По монопольно высоким монополии реализуют свой товар, а по монопольно низким — покупают сырье, материалы и т.д.

Цены классифицируются в зависимости от территории действия. Выделяют цены:

* + - единые по стране, или поясные;
    - региональные (местные).

Единые поясные цены устанавливаются только на базовые виды продукции, на которые распространяется государственное регулирование (энергоносители, газ, электроэнергия).

Региональные (местные) цены могут быть оптовые, закупочные, розничные. Они устанавливаются предприятиями-изготовителями, региональными органами власти и управления. Они ориентированы на издержки производства и реализации в данном регионе. К ним относятся жилищно-коммунальные, сбытовые услуги, а также цена на социально значимые товары (хлеб и хлебобулочные изделия, молоко и молочная продукция).

## 1.2 Финансовые результаты деятельности фирмы

Эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности выражается в финансовых результатах.

В условиях рынка каждый хозяйствующий субъект выступает как обособленный товаропроизводитель, который экономически и юридически самостоятелен. Хозяйствующий субъект самостоятелен в выборе сферы бизнеса, формировании товарного ассортимента, определяет затраты, формирует цены, учитывает выручку от реализации, а следовательно, выявляет прибыль или убыток по результатам деятельности. В условиях рынка получение прибыли является непосредственной целью производства субъекта хозяйствования. Реализация данной цели возможна только в том случае, если субъект хозяйствования производит продукцию (работы, услуги), которые по своим потребительским свойствам соответствуют потребностям общества.

Обществу нужны не рублевые эквиваленты, а конкретные товарно-материальные ценности. Акт реализации продукта (работ, услуг) означает и общественное признание. Получение выручки за произведенную и реализованную продукцию еще не означает получение прибыли. Для выявления финансового результата необходимо выручку сопоставить с затратами на производство и реализацию: когда выручка превышает затраты, тогда финансовый результат свидетельствует о получении прибыли.

При равенстве выручки и затрат удается лишь возмещать затраты — прибыль отсутствует, а следовательно, отсутствует и основа развития хозяйствующего субъекта. Когда затраты превышают выручку, субъект хозяйствования получает убытки — это область критического риска, что ставит хозяйствующий субъект в критическое финансовое положение, не исключающее банкротство. Убытки высвечивают ошибки, просчеты в направлениях использования финансовых средств организации производства, управления и сбыта продукции.

Прибыль отражает положительный финансовый результат. Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, снижение затрат. Это обеспечивает реализацию не только цели субъекта хозяйствования, но и цели общества — удовлетворение общественных потребностей. Прибыль сигнализирует, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы.

Прибыль представляет собой произведенный и обязательно реализованный прибавочный продукт. Она создается на всех стадиях воспроизводственного цикла, но свою специфическую форму получает на стадии реализации. Прибыль является основной формой чистого дохода (наряду с акцизами и НДС).

На величину прибыли, ее динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и не зависящие от усилий хозяйствующего субъекта.

Факторы внутренней среды изучаются и учитываются в хозяйственной практике, на них можно воздействовать в плане увеличения прибыли. К внутренним факторам относятся: уровень хозяйствования, компетентность менеджера, конкурентоспособность продукции, зарплата, уровень цен на реализуемую продукцию, организация производства и труда.

Практически вне сферы воздействия находятся факторы внешней среды: уровень цен на потребляемые ресурсы, конкурентная среда, барьеры входа, налоговая система, государственные органы управления, политические, социальные, культурные, религиозные и др.

Величина прибыли зависит от направлений деятельности хозяйствующего субъекта: производственного, коммерческого, технического, финансового и социального.

Прибыль как результат финансовой деятельности выполняет определенные функции. Прибыль отражает экономический эффект, полученный в результате деятельности субъекта хозяйствования. Она составляет основу экономического развития субъекта хозяйствования. Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социального и материального характера трудового коллектива. За счет прибыли выполняются обязательства фирм перед бюджетом, банками и другими фирмами. Прибыль является не только финансовым результатом, но и основным элементом финансовых ресурсов. Отсюда следует, что прибыль выполняет воспроизводственную, стимулирующую и распределительную функции. Она характеризует степень деловой активности и финансового благополучия фирмы. По прибыли определяют уровень отдачи авансированных средств в доходность вложений в активы.

В условиях рыночных отношений субъект хозяйствования должен стремиться если не к получению максимальной величины прибыли, то к той величине прибыли, которая обеспечит динамичное развитие производства в условиях конкуренции, позволит ему удержать позиции на рынке данного товара, обеспечить его выживаемость. Решение данных задач предполагает не только знание источников формирования прибыли, но и определение методов оптимального их использования. Управление прибылью выступает в качестве одного из двух базовых направлений финансовой политики и ставит своей задачей максимизацию доходов по имеющимся источникам финансовых результатов с одновременным расширением общей номенклатуры этих источников.

Получение прибыли возможно за счет монопольного положения или уникальности продукта на рынке того или иного товара. Реализация данного источника возможна за счет постоянного обновления продукта и удержания доли производства и сбыта. Однако следует учитывать влияние таких факторов, как растущая конкуренция со стороны других субъектов хозяйствования и антимонопольная политика государства.

Получение прибыли, касающееся практически всех фирм, связано с производственной и предпринимательской деятельностью. Реализация данного источника возможна при соответствующих условиям сегодняшнего дня маркетинговым исследованиям рынка. Величина прибыли в данном случае зависит от правильности выбора бизнеса, от создания конкурентоспособных условий продажи товаров, от объемов производства, от величины и структуры издержек производства.

В современных условиях важнейшим источником увеличения прибыли является инновационная деятельность. Реализация данного источника предполагает постоянную работу по изменению потребительских свойств продукции, работ и услуг.

## 1.3 Формирование финансового результата в современных условиях. Состав балансовой прибыли

Показатели прибыли становятся важнейшими для оценки производственной и финансовой деятельности. Конечный финансовый результат деятельности — балансовая прибыль (убыток) отчетного периода. Общий финансовый результат — прибыль (убыток), которую получают балансированием общей суммы всех прибылей и убытков.

Выручка от реализации характеризует общий финансовый результат (валовой доход) от реализации продукции (работ, услуг), по выручке от реализации определяют рейтинг субъекта хозяйствования.

Выручка от реализации продукции (работ, услуг) включает: выручку от реализации готовой продукции, полуфабрикатов собственного производства, работ и услуг, строительных, научно-исследовательских работ; товаров в торговых, снабженческих и сбытовых фирмах; услуг по перевозке грузов и пассажиров в транспортных фирмах. Субъект хозяйствования может определять выручку от реализации по моменту отгрузки и по моменту поступления денежных средств на счета в банке или в кассу.

Разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) без НДС и акцизов и затратами на производство реализованной продукции (работ, услуг) характеризует прибыль от реализации. Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) является важным финансовым результатом. Этот результат используется при принятии управленческих решений.

Субъект хозяйствования может иметь доходы и расходы, как связанные, так и не связанные с основной деятельностью, что учитывается при определении общего финансового результата — балансовой прибыли.

В балансовую прибыль включают три основных элемента:

* + - прибыль (убыток) от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг;
    - прибыль (убыток) от прочей реализации;
    - прибыль (убыток) от внереализационных операций.

В балансовую прибыль по составу включают:

* + - прибыль (убыток) от реализации продукции, работ, услуг;
    - прибыль (убыток) от реализации товаров;
    - прибыль (убыток) от реализации материальных оборотных средств;
    - прибыль (убыток) от реализации и прочего выбытия основных средств;
    - доходы и потери от валютных курсовых разниц;
    - доходы от ценных бумаг и других долгосрочных финансовых вложений, включая вложения в имущество других фирм;
    - доходы от сдачи имущества в аренду;
    - расходы (потери), связанные с финансовыми операциями;
    - суммы, полученные и уплаченные в виде экономических санкций.

Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) получают от основной деятельности, которая может осуществляться в любых видах, зафиксированных в уставе и не запрещенных законодательством.

Прибыль (убыток) от прочей реализации представляет собой финансовый результат, не связанный с основными видами деятельности фирмы. Он отражает прибыль (убыток) от прочей реализации, к которой относится продажа на сторону различных видов имущества, числящегося на балансе субъекта хозяйствования.

Финансовые результаты от внереализационных операций — это прибыль (убыток) по операциям различного характера, не относящимся к основной деятельности и не связанным с реализацией продукции, работ, услуг. В состав внереализационных прибылей (убытков) включается сальдо полученных и уплаченных штрафов, пеней, неустоек и других санкций. Внереализационными доходами являются доходы:

* + - от долевого участия в других фирмах,
    - от сдачи имущества в аренду (субаренду),
    - от операций купли-продажи иностранной валюты,
    - от предоставления в пользование прав интеллектуальной собственности и приравненных к ним средств,
    - в виде процентов, полученных по договорам займа, кредита и т.д.,
    - в виде положительных курсовых разниц,
    - в виде положительных разниц при переоценке имущества,
    - в виде стоимости полученных материалов и иного имущества, при демонтаже или разборке при ликвидации основных средств и т.д.

К внереализационным результатам относятся потери и расходы:

* не компенсируемые потери от стихийных бедствий с учетом затрат по предотвращению и ликвидации стихийных бедствий,
* отрицательные курсовые разницы по валютным счетам и операциям в иностранной валюте,
* убытки по операциям прошлых лет,
* недостачи материальных ценностей, выявленных при инвентаризации.

В современных условиях величина прибыли носит прогнозный характер. Она определяется раздельно по всем видам деятельности. Объектом планирования являются элементы балансовой прибыли. При этом особое внимание уделяется определению величины прибыли от реализации продукции (работ, услуг), так как она занимает наибольший удельный вес и наиболее стабильна. Распространенным методом планирования прибыли является метод прямого счета. Данный метод наиболее эффективен при выпуске небольшого товарного ассортимента продукции (работ, услуг). Он используется при обосновании нового или расширении действующего либо при осуществлении какого-либо проекта. Разновидностью метода прямого счета является метод по ассортиментного планирования прибыли (т.е. определение прибыли по каждой ассортиментной группе).

## 1.4 Механизм распределения использования доходов фирмы

Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования фирмы. Однако не вся получаемая прибыль остается фирме, так как она распределяется между обществом в лице государства и субъектом хозяйствования. Объектом распределения в любой фирме является балансовая прибыль. Под ее распределением понимается направление прибыли в бюджет и по статьям использования в рамках субъекта хозяйствования. Законодательно распределение прибыли регулируется в той ее части, которая поступает в бюджеты различных уровней в виде налогов и других обязательных платежей. Принципы распределения определяет государство. Они отражены в законодательных актах и нормативных документах по налогообложению. Прибыль, получаемая субъектом хозяйствования, подвергается обложению налогом.

Для исчисления облагаемой налогом прибыли балансовая прибыль уменьшается на:

* сумму рентных платежей (вносимых в установленном порядке из прибыли);
* сумму дивидендов, полученных по акциям, облигациям и другим ценным бумагам;
* сумму доходов, полученных от долевого участия в совместных фирмах;
* сумму затрат, осуществленных за счет прибыли на оказание помощи сельскому хозяйству (но не более 1% облагаемой прибыли).

Обновление основного капитала является основой выхода из экономического кризиса хозяйствующих субъектов. С целью стимулирования развития технического прогресса субъектам хозяйствования предоставляются льготы, снижающие величину налогооблагаемой прибыли, а следовательно, увеличивающие чистую прибыль. Облагаемая прибыль уменьшается на:

* сумму в размере 30% затрат (кроме капитальных вложений) на проведение НИОКР, подготовку и освоение новых прогрессивных технологий и видов продукции, осуществляемых за счет прибыли, остающейся в распоряжении субъекта хозяйствования;
* сумму прибыли, используемую на погашение кредита, предоставленного на финансирование централизованных капитальных вложений, не покрываемых за счет прибыли, направляемой на накопление;
* сумму в размере 30% затрат, связанных с проведением природоохранных мероприятий, осуществляемых за счет прибыли, остающейся в распоряжении субъекта хозяйствования;
* сумму затрат, осуществляемых за счет прибыли, остающейся в распоряжении субъекта хозяйствования на гуманитарные цели.

Фирмы, получившие в прошлом году убыток, освобождаются от уплаты налога с части прибыли.

Балансовая прибыль уменьшается на вышеперечисленные льготы и характеризует величину налогооблагаемой прибыли. Налогооблагаемая прибыль облагается налогом на прибыль по ставке 24%.

Разница между балансовой прибылью и суммой налога на прибыль характеризует чистую прибыль. Чистая прибыль количественно равна прибыли в распоряжении субъекта хозяйствования в том случае, если нет расходов, относимых на чистую прибыль. К расходам, относимым на чистую прибыль, относят все сверхнормативные расходы (превышение расходов на рекламу, на представительские расходы, на командировочные, превышение расходов по кредиту, по амортизации).

Чистая прибыль (прибыль в распоряжении субъекта хозяйствования) поступает в распоряжение фирмы. Она должна обеспечить финансовыми ресурсами потребности расширенного воспроизводства, осуществление социальных программ, выплату дивидендов по акциям.

При распределении прибыли, определении основных направлений ее использования необходимо учитывать состояние конкурентной среды. Конкурентная борьба определяет необходимость существенного расширения и обновления производственного потенциала.

Для каждой организационно-правовой формы определен соответствующий механизм распределения прибыли, остающейся в распоряжении субъекта хозяйствования. Он основан на особенностях внутреннего устройства и регулирования деятельности субъектов хозяйствования соответствующих форм собственности.

Определение направлений использования (расходования) прибыли, остающейся в распоряжении фирмы, структуры статей ее использования находится в компетенции самого субъекта хозяйствования. Государство не устанавливает каких-либо нормативов распределения прибыли, но через порядок предоставления налоговых льгот стимулирует направление прибыли на капитальные вложения производственного и непроизводственного характера, на благотворительные (гуманитарные) цели, на финансирование природоохранных мероприятий, расходов по содержанию объектов и учреждений непроизводственной сферы. Законодательство определяет размер резервного фонда не менее 15% от уставного капитала, размер ежегодных обязательных отчислений — не менее 5% от чистой прибыли. Он используется для покрытия убытков, а также для погашения облигаций и выкупа акций в случае отсутствия иных средств.

Порядок распределения и использования прибыли фиксируется в уставе и определяется положением. Основные принципы распределения отражены в учетной политике хозяйствующего субъекта. Расходование прибыли может осуществляться либо путем непосредственно финансирования расходов из прибыли, либо путем предварительного формирования за счет прибыли различных фондов, средства которых затем используются по назначению. В целях использования прибыли создаются фонды: резервный, потребления и социальной сферы, акционирования работников, т.е. дивидендов.

В течение года субъект хозяйствования направляет на текущие нужды прибыль в соответствии с их назначением, иными словами, расходует прибыль прошлых лет. Из прибыли отчетного года выплачиваются налоги и другие обязательные платежи. Затем составляется смета расходования прибыли на предстоящий год, которая включает в себя следующие элементы расходования:

* налоги, сборы, платежи, относимые на прибыль, в распоряжение субъекта хозяйствования;
* оплата процентов по ссудам и займам;
* все сверхнормативные расходы относимые на чистую прибыль;
* материальное поощрение персонала;
* финансирование социальной сферы.

Часть прибыли может быть нераспределенной (это дополнительный финансовый резерв, который может быть использован для пополнения фондов и увеличения уставного капитала).

Субъект хозяйствования может иметь убытки, которые покрываются за счет прибыли отчетного года, нераспределенной прибыли прошлых лет, средств резервного фонда и взносов акционеров.

Распределение чистой прибыли — это вопрос инвестиционной и технической политики субъектов хозяйствования, в акционерных обществах это еще и вопрос дивидендной политики.

Капитализация чистой прибыли позволяет расширить деятельность за счет собственных более дешевых источников финансирования. При этом снижаются расходы на привлечение дополнительных источников, на выпуск новых акций.

Размеры капитализации чистой прибыли позволяют оценить не только темпы роста собственного капитала, но и оценить запас финансовой прочности, т.е. оборачиваемость всех активов, рентабельность продаж. Темпы роста производства зависят не только от спроса, рынков сбыта, мощностей, но и от состояния финансовых ресурсов, структуры капитала и других факторов.

Распределение прибыли в фирмах различных организационных форм имеет свои особенности. Прибыль полного товарищества распределяется между участниками в соответствии с учредительным договором, в котором определяются доли его участников. Каждый участник, получив часть прибыли, учитывает ее в качестве внереализационного дохода и с общей суммы в установленном порядке исчисляет налог, который вносит в бюджет. При недостаточности прибыли вкладчики получают меньший процент прибыли на свой вклад, либо недостающая часть прибыли может быть выплачена в следующем году.

В коммандитном товариществе с балансовой прибыли вносится налог на прибыль для юридических лиц. После этого часть прибыли направляется вкладчикам в доле, соответствующей их вкладу в капитал товарищества, затем прибыль направляется на техническое и социальное развитие. Остаток прибыли распределяется между действительными членами (полными товарищами). В том случае, если прибыль получена не в полном объеме или не получена вовсе, возможны разные варианты.

При убытках необходимо продать часть имущества и отдать вкладчикам их долю прибыли.

При недостаточности средств может быть принято решение о невыплате пайщикам прибыли.

Прибыль общества с ограниченной ответственностью (ООО) облагается налогом и распределяется в порядке, установленном для юридических лиц. Каждому участнику выплачивается доля прибыли, которая соответствует его вкладу в уставный капитал, после внесения в бюджет налогов, других платежей, после направления прибыли на развитие производства и материальное поощрение персонала.

В акционерных обществах механизм распределения и порядок выплаты дивидендов отражен в уставе общества. Особенностью распределения прибыли в акционерных обществах является формирование резервного и других фондов, которые предназначаются для покрытия убытков и в случае низкой прибыли отчетного года для выплаты доходов по ценным бумагам. Часть прибыли, используемой на накопление, может быть направлена на увеличение уставного капитала или в качестве взноса в уставный капитал дочернего общества. Возможно использование части прибыли для распределения между работниками в виде денежных средств или акций.

В целях развития производства при недостаточности прибыли может быть принято решение о реинвестировании дивидендов по простым акциями и о невыплате доходов их владельцам. Важнейшим моментом финансового планирования является распределение прибыли на инвестируемую часть и дивиденды, так как от этого зависит развитие акционерного общества и его возможности выплачивать дивиденды в будущем. Высокие дивиденды ведут к ≪проеданию≫ основного капитала, низкие — снижают рыночный курс акций.

Государственные унитарные предприятия обладают определенной самостоятельностью в плане распределения прибыли. Размер прибыли, перечисляемой в бюджет, определяется в уставе при образовании такого предприятия. Прибыль, изымаемая государством, выступает не в виде налогов и сборов, а в виде арендной платы, уплачиваемой арендатором (фирмой) собственнику (государству) за пользование имуществом.

Порядок распределения прибыли на казенных предприятиях регулируется Типовым уставом казенного завода и порядком планирования и финансирования деятельности казенных заводов. Прибыль от реализации, произведенной в соответствии с планом-заказом, направляется на финансирование мероприятий, обеспечивающих выполнение плана-заказа, плана развития и на другие производственные цели, а также на социальное развитие по нормативам, которые утверждаются Министерством финансов РФ. Свободный остаток прибыли, остающейся после ее направления на указанные цели, подлежит изъятию в доход федерального бюджета.

1.5 Задачи анализа финансовых результатов **предприятия**

Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности предприятия получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в отчете о прибылях и убытках в форме № 2 годовой и квартальной отчетности.

Показатели финансовых результатов, среди которых важнейшим является прибыль, характеризуют эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Реальная величина прибыли должна рассматриваться как мера его жизнеспособности, т.к. рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования:

* расширенного воспроизводства;
* решения проблем социального развития коллектива;
* материального стимулирования работающих;
* погашения долговых обязательств предприятия перед банками, другими кредиторами и инвесторами.

Кроме того, прибыль является важнейшим источником формирования бюджетов разного уровня. (Федерального, субъектов Федерации, местного).

Она характеризует степень деловой активности, финансовой устойчивости и благополучия предприятия. По прибыли определяют уровень отдачи авансированных средств и доходность вложений в активы данного предприятия.

В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться если не к получению максимальной прибыли, то, по крайней мере, к тому объему прибыли, который позволял бы ему прочно удерживать позиции на рынке сбыта и обеспечивать динамичное развитие производства в условиях конкуренции.

Однако абсолютная величина прибыли недостаточно характеризует экономическую эффективность работы предприятия, т.к. не обладает свойством сравнимости. Поэтому необходимо рассчитывать показатели рентабельности, которые являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятий. Они измеряют доходность (прибыльность) с различных позиций и в совокупности с показателями прибыли дают целостную характеристику формирования собственных средств предприятия и их использования. В задачи анализа финансовых результатов входят:

* оценка динамики показателей балансовой и чистой прибыли;
* изучение структуры и составных элементов балансовой прибыли;
* выявление и измерение влияния факторов, воздействующих на прибыль балансовую и от реализации продукции;
* анализ показателей рентабельности.

# 2. Общие сведения об ЗАО «Санаторий-профилакторий станкостроитель»

Закрытое акционерное общество «Санаторий-профилакторий «Станкостроитель» (далее - Общество) создано путем учреждения и зарегистрировано администрацией Октябрьского района г.Барнаула (постановление № 93/56 от 19 толя 1995 года), о чем внесена запись в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1022201535927 от 23 декабря 2002 года. Настоящая (шестая) редакция устава Общества принята в связи с уточнением видов экономической деятельности Общества.

Правовое положение Общества, права и обязанности его акционеров определяются Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об акционерных обществах» (далее - Закон), прочими федеральными законами, иными правовыми актами Российской Федерации, а также настоящим Уставом.

Полное наименование Общества: Закрытое акционерное общество, «Санаторий-профилакторий «Станкостроитель». Сокращенное наименование Общества: ЗАО «Санаторий-профилакторий «Станкостроитель». Фирменное наименование Общества: Закрытое акционерное общество «Санаторий-профилакторий «Станкостроитель».

Место нахождения и почтовый адрес Общества: 656045, Российская Федерация, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Тихонова, ЗЗБ.

Целями деятельности Общества являются расширение рынка товаров и услуг, а также извлечение прибыли.

В соответствии с основными целями предметом деятельности Общества является:

медицинская деятельность, а именно:

доврачебная помощь (диетология, лечебная физкультура, медицинский массаж, сестринское дело, стоматология, физиотерапия);

санаторно-курортная помощь (рефлексотерапия, терапия, физиотерапия, кардиология, неврология, психотерапия, педиатрия, ректоскопия, гидроколонотерапия);

применение методов традиционной медицины (трудотерапия, гомеопатия, фитотерапия);

обеспечение условий пребывания в санатории-профилактории (проживание, организация и эксплуатация пунктов общественного питания (столовая) и т.п.);

сдача в аренду площадей санатория-профилактория для торговли, проведения семинаров, совещаний, конференций, свадеб и других торжеств, физкультурно-оздоровительной деятельности;

оказание гостиничных услуг и услуг общественного питания;

приобретение и продажа медикаментов.

Деятельность Общества не ограничивается оговоренной в настоящем Уставе. Общество имеет право осуществлять и иные виды деятельности, не запрещенные федеральными законами. Виды деятельности, требующие специального разрешения, осуществляются после получения лицензии.

Уставный капитал Общества составляет 3609600 (Три миллиона шестьсот девять тысяч шестьсот) рублей. Обществом размещено 360960 (Триста шестьдесят тысяч девятьсот шестьдесят) штук обыкновенных именных бездокументарных акций.

Номинальная стоимость каждой акции составляет 10 (Десять) рублей.

Уставный капитал Общества может быть увеличен в порядке, предусмотренном Законом и настоящим Уставом, следующими способами:

путем увеличения номинальной стоимости акции-Общества;

путем размещения дополнительных акций среди акционеров Общества за счет имущества Общества;

путем размещения дополнительных акций по закрытой подписке.

Увеличение уставного капитала Общества путем увеличения номинальной стоимости акций осуществляется только за счет имущества Общества. Дополнительные акции могут быть размещены Обществом только в пределах количества объявленных акций, установленного уставом Общества. Решение вопроса об увеличении уставного капитала Общества путем размещения дополнительных акций может быть принято Общим собранием акционеров одновременно с решением о внесении в устав Общества положений об объявленных акциях, необходимых в соответствии с Законом для принятия такого решения, или об изменении положений об объявленных акциях. При увеличении уставного капитала Общества за счет его имущества путем размещения дополнительных акций эти акции распределяются среди всех акционеров. Каждому акционеру распределяются акции той же категории типа, что и акции, которые ему принадлежат, пропорционально количеству принадлежащих ему акций.

## 2.1 Оценка финансового состояния предприятия

Для расчета и оценки показателей финансового состояния предприятия использовались данные бухгалтерской отчетности на конец 2006, 2007 и 2008 гг. [Приложение А]. Некоторые изменения по годам (рис. 1).

Читая бухгалтерский баланс, можно отметить, что валюта баланса менялась со временем в сторону увеличения, это могло произойти из-за увеличения активности в деятельности организации, а в связи с более активной деятельностью у организации увеличился уровень дебиторской и кредиторской задолженности.



Рис.1. Диаграмма изменений статей и валюты баланса

Доля запасов равна нулю, что говорит о том, что, вероятно, предприятие закупает продукцию только под заказ. Преобладающая часть активов представлена дебиторской задолженностью, это естественная ситуация для предприятий, получающих доходы от реализации продукции оптом. Однако увеличение дебиторской задолженности с течением времени является отрицательным моментом для деятельности предприятия.

В источниках средств большая доля принадлежит краткосрочной кредиторской задолженности, которая увеличивается.

Из отчетов о прибылях и убытках можно прочитать, что организация сработала в убыток. Это свидетельствует об отрицательных изменениях в основной деятельности организации и может быть объяснено большими расходами или недостаточной наценкой на реализуемый товар [Приложение Б].

Чтобы получить более ясную картину о финансовом состоянии предприятия проведем несколько видов анализа.

## 

## 2.2 Анализ финансовой устойчивости

Финансовая устойчивость предприятия - это характеристика его относительной независимости от кредиторов, оценивается на основе его способности покрыть все свои обязательства.

Финансовая устойчивость оценивается с помощью следующих показателей:

- Коэффициента автономии (Ка):

Ка = (5)



- Коэффициента независимости (Кнез):

(6)



- Коэффициент обеспеченности собственными средствами (Ко.с.):

(7)



- Коэффициента маневренности (Км.):

(8)



Собственные оборотные средства

(СОС) = СК-ВНА (9)

СК - собственный капитал

ВНА – внеоборотные активы

Таблица 1. Показатели финансовой устойчивости

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2006 г. | | 2007 г. | | 2008г. | | Темп роста | Нормальное значение |
| на нач-ало | на конец | на начало | на конец | на начало | на конец |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Валюта баланса | 10778 | 10666 | 10666 | 11358 | 11358 | 12549 | 1191 |  |
| Собственный капитал | 8814 | 9197 | 9197 | 9703 | 9703 | 9966 | 263 |  |
| Заемный капитал | 1964 | 1469 | 1469 | 1655 | 1655 | 2583 | 928 |  |
| СОС | 79 | 324 | 324 | 547 | 547 | 899 | 352 |  |
| Оборотные средства |  | 8 | 8 | 17235 | 17235 | 37065 | 4633,13 |  |
| Коэффициент автономии |  | 1,25 | 1,25 | 0,0006 | 0,0006 | 0,0003 | 0,00022 | >=0,5 |
| Коэффициент обеспеченности собственными средствами |  | 1,25 | 1,25 | 0,0006 | 0,0006 | -0,002 | -0,00173 | >=0,1 |
| Коэффициент независимости |  | 1,11 | 1,11 | 0,0006 | 0,0006 | 0,0003 | 0,00024 | 1 |
| Коэффициент маневренности |  | 1 | 1 | 1 | 1 | -8 | -8 |  |

Значение коэффициента автономии меньше нормального говорит о том, что организация почти стопроцентно формирует свои активы за счет заемного капитала, т.е. не обладает достаточной независимостью и возможностями для проведения независимой финансовой политики.

Коэффициент независимости также меньше нормы, что неблагоприятно сказывается на деятельности организации.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами меньше нормы, что является отрицательным с точки зрения финансовой устойчивости.

Коэффициент маневренности слишком мал, чтобы предприятие можно было считать финансово устойчивым.

Таким образом, по данным показателям финансовое состояние исследуемой организации в целом можно охарактеризовать как неустойчивое. Следует обратить внимание на увеличивающуюся долю заемных средств и остающуюся неизменно малую величину собственных средств.

## 2.3 Анализ ликвидности баланса предприятия

Для оценки ликвидности фирмы используют следующие коэффициенты:

- Коэффициент текущей ликвидности (Кт.л):

(10)



- Коэффициент быстрой ликвидности (Кб.л.):

(11)



- Коэффициент абсолютной ликвидности:

(12)



Таблица 2. Показатели ликвидности

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2006 г. | | 2007 г. | | 2008г. | | критерий |
| На начало | На конец | На начало | На конец | На начало | На конец |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Коэффициент общей  ликвидности | 1,04 | 1,23 | 1,23 | 1,33 | 1,33 | 1,35 | >= 2,0 |
| Коэффициент быстрой  ликвидности | 0,67 | 0,68 | 0,68 | 0,56 | 0,56 | 0,74 | >= 0,7 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,3 | 0,45 | 0,45 | 0,37 | 0,37 | 0,56 | >= 0,2 |

Значение коэффициентов общей и быстрой ликвидности к 2008 году незначительно увеличились, но все равно не достигли нормального уровня, что свидетельствует о том, что организация не располагает активами для погашения своей краткосрочной задолженности. Дынные изменения объясняется увеличением уровня текущих обязательств.

Значение коэффициента быстрой ликвидности хоть и удовлетворяет рекомендованной норме, однако оно недостаточно, т.к. большую долю ликвидных средств составляет дебиторская задолженность, а ее обычно сложно своевременно взыскать.

Таким образом, предприятие не является платежеспособным, но может этого достичь, если сумеет сбалансировать и синхронизировать приток и отток денежных средств по объему и срокам.

Определим коэффициент восстановления платежеспособности:

(13)



Так как коэффициент восстановления платежеспособности больше 1, то у предприятия есть реальная возможность восстановить свою платежеспособность.

Также предприятие не имеет неликвидных запасов, просроченной дебиторской задолженности, поэтому при грамотном ведении дел, выход из кризисной ситуации возможен.

## 

## 2.4 Анализ деловой активности и эффективности использования капитала

Оптимальным является следующее соотношение, базирующееся на взаимосвязи:

(14)



где - соответственно, темпы изменения прибыли от реализации, выручки от реализации, суммы активов (капитала).



Деловая активность предприятия характеризуется показателями результатов хозяйственной деятельности (таблица 3).

Таблица 3. Результаты хозяйственной деятельности

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. | Темп роста на 2007г | Темп роста на 2008г |
| Выручка от реализации | 16107 | 20837 | 21074 | 129,37 | 101,14 |
| Прибыль от реализации | 748 | 1079 | 895 | 144,25 | 82,95 |
| Суммарные активы (среднегодовые) | 10722 | 11012 | 11953,5 | 102,70 | 108,55 |
| Дебиторская задолженность | 260 | 327 | 464 | 125,77 | 141,90 |
| Кредиторская задолженность | 1464 | 1343 | 2573 | 91,73 | 191,59 |

Ни на один из годов «золотое правило экономики предприятия» не соблюдалось. Выручка от реализации увеличивается более высокими темпами, чем убыток, что свидетельствует об увеличении издержек на продажу.

Интересная ситуация наблюдается при анализе темпов роста дебиторской и кредиторской задолженностей. В суммарном выражении на каждую отчетную дату сумма кредиторской задолженности превышает дебиторскую, и темп роста «дебиторки» в 2008 г. меньше темпа роста кредиторской задолженности. Это последствия того, что предприятие не получает прибыль, и, возможно, неграмотно планирует поступления денежных средств и платежи.

Таблица 4. Движение денежных средств предприятия

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2007 г. | Янв. | Фев. | М. | Апр. | Май | Июнь | Июль | Авг. | Сент. | Окт. | Нояб. | Дек. |
| Остаток ден. ср-в на нач. | 3087 | 377 | 5118 | 5118 | 26316 | 13933 | 7323 | 46238 | 38546 | 140994 | 23035 | 249650 |
| Поступ-ления |  | 15000 |  | 3153390 |  |  | 100000 |  | 132648 | 7362281 | 7868133 | 126240 |
| Платежи | 2710 | 10258 |  | 3132192 | 12383 | 6610 | 61085 | 7692 | 30200 | 7480239 | 7631518 | 269278 |
| Остаток ден. ср-в на кон. | 377 | 5118 | 5118 | 26316 | 13933 | 7323 | 46238 | 38546 | 140994 | 23035 | 249650 | 106612 |
| 2008 г. | Январь | | Февраль | | Март | | Апрель | | Май | | Июнь | |
| Остаток ден. ср-в на нач. | 106 612 | | 10 789 214 | | 559 513 | | 1 378 648 | | 2 845 474 | | 2 246 739 | |
| Поступ-ления | 21 139 481 | | 7 194 760 | | 18 496 259 | | 28 626 276 | | 27 187 397 | | 20 524 570 | |
| Платежи | 10 456 879 | | 17 424 461 | | 17 677 123 | | 27 159 450 | | 27 786 132 | | 22 195 100 | |
| Остаток ден. ср-в на кон. | 10 789 214 | | 559 513 | | 1 378 648 | | 2 845 474 | | 2 246 739 | | 576 209 | |

Из построенной таблицы по движению денежных средств предприятия видно, что в первом полугодии 2008 г. платежи были неравномерные, поступления эпизодические, почти вся сумма поступлений направлялась на покрытие кредиторской задолженности, свободных средств на расчетном счете оставалось минимум.

В 2008г. поступления денежных средств уже носят периодический характер, ежемесячно дебиторы погашают свою задолженность, что в свою очередь, позволило упорядочить оплату кредиторам.

Также для анализа деловой активности используют следующие коэффициенты:

- Коэффициент оборачиваемости активов (Ка):

(15)



- Оборачиваемость оборотных средств характеризуется коэффициентом оборачиваемости (Коб.):

(16)



- Фондоотдача основных средств (Ф):

(17)



где Фср. – среднегодовая стоимость основных средств.

- Рентабельности активов (Ра.):

(18)



Для анализа факторов, определяющих значение данного показателя, следует представить его в развернутой форме (формула Дюпона):

(19)



- Рентабельность собственных средств (Рс.с.):

(20)



Собственный капитал рассчитан как среднегодовое значение.

Факторы, определяющие значение и динамику данного показателя, выявляются с помощью еще одной формулы Дюпона, дающей развернутое представление рентабельности собственных средств:

(21)



Таблица 5.

Показатели эффективности использования капитала и деловой активности

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. | Темп роста на 2007г.  (в %) | Темп роста на 2008г. (в %) |
| Коэффициент оборачиваемости активов | 1,51 | 1,84 | 1,68 | 121,85 | 91,30 |
| Коэффициент оборачи-ваемости оборотных средств | 8,98 | 9,46 | 6,05 | 105,35 | 63,95 |
| Фондоотдача | - | - | - |  |  |
| Рентабельность активов | 0,04 | 0,08 | 0,02 | 200,00 | 25,00 |
| Рентабельность собственного капитала | 0,04 | 0,09 | 0,03 | 225,00 | 33,33 |

Коэффициент оборачиваемости активов показывает, что в течение 2-х лет активы совершили от 1,51 до 1,84 оборотов с 2006 до 2008 г.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств означает, что каждый вид активов потребляется и вновь возобновляется приблизительно от 6 до 10 раз с 2006 года по 2008.

## 2.5 Анализ доходности предприятия

На рассматриваемом предприятии (табл. 6) формирование и распределение прибыли выглядит следующим образом. Выручка от реализации составила в отчетном году 21074 тыс. руб., что на 237 тыс. руб. больше, чем в прошлом году. Себестоимость товарной продукции— 20179 тыс. руб. Уровень затрат на производство и реализацию продукции составил 94,82%, а прибыль от реализации продукции — 5,18%.

Балансовая прибыль (прибыль отчетного года), выявляемая на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций и оценки статей баланса, включает три укрупненных элемента: прибыль (убыток) от реализации продукции, прочих операционных и внереализационных доходов.

Под распределением балансовой прибыли понимается направление прибыли в бюджет и по статьям использования на предприятии. Законодательно распределение прибыли регулируется в той ее части, которая поступает в бюджеты разных уровней в виде налогов и других обязательных платежей. Определение направлений расходования прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, и структуры статей ее использования находится в компетенции предприятия.

Таблица 6. Анализ доходности предприятия (тыс. руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование  показателя | Базисный год | Отчетный год | Отклонение | Темп роста (%) | Удельный вес | |
| Базисный | отчетный |
| Выручка от реализации | 20837 | 21074 | 237 | 101,14 | 100,00 | 100,00 |
| Себестоимость | 19758 | 20179 | 421 | 102,13 | 94,82 | 95,75 |
| Коммерческие расходы | - | - | - | - | - | - |
| Управленческие расходы | - | - | - | - | - | - |
| Прибыль(убыток) от реализации | 1079 | 895 | -184 | 82,95 | 4,23 | 1,25 |
| Рентабельность продукции (%) | 5,46 | 4,44 | -1,02 | - | - | - |
| Проценты к получению | - | 7 | 7 | - | - | - |
| Проценты к уплате | - | - | - | - | - | - |
| Доходы от участия в других организациях | - | - | - | - | - | - |
| Прочие доходы | 114 | 63 | -51 | 55,26 | 12,93 | 23,86 |
| Прочие расходы | 175 | 583 | 408 | 333,14 | 19,84 | 220,83 |
| Прибыль(убыток) отчетного периода | 882 | 264 | -618 | 29,93 | 100,00 | 100,00 |
| Налог на прибыль | 136 | 118 | -18 | 86,76 | 15,42 | 44,70 |
| Отвлеченные средства | - | - | - | - | - | - |
| Нераспределенная прибыль отчетного периода | -281 | -18 | 263 | 6,41 | -31,86 | -6,82 |

Балансовая прибыль отчетного года снизилась на 618 тыс. руб. или на 70,07% (табл. 6). Наибольшее влияние оказало снижение прибыли от реализации продукции на 184 тыс. руб., или на 17,05%, являющейся основной составляющей прибыли предприятия. Нераспределенная прибыль отчетного года достигла -18 тыс. руб., что на 263 тыс. руб. больше, чем в прошлом году.

## 2.6 Факторный анализ показателей прибыли от реализации продукции

Прибыль от реализации продукции занимает наибольший удельный вес в структуре

балансовой прибыли. Она представляет не только собой конечный результат деятельности предприятия в сфере производства, но и обращения. Формализованный расчет прибыли от реализации продукции PQ можно представить в таком виде:

(22)



Величина прибыли от реализации продукции формируется под воздействием следующих факторов: объема и структуры реализации, ее полной себестоимости и оптовых цен. Между изменением объема реализации и размером полученной прибыли существует прямая пропорциональная зависимость при реализации рентабельной продукции и обратная зависимость при реализации убыточной.

1. Влияние объема реализации продукции определяется по формуле:



(23)

К1 = 21074/20837=1,01

К2 = 20179/19758=1,02

ΔP1=1079(1,02-1)=215,8

В результате увеличения объема реализации прибыль увеличилась на 215,8 тыс. руб.

2. Влияние изменения структуры и ассортимента реализованной продукции определяется по формуле:

(24)



ΔP2=1079(1,01-1,02)=10,79

В результате сдвигов в структуре и ассортименте прибыль увеличилась на 10,79 тыс. руб.

3. Влияние изменения уровня затрат на 1 руб. реализованной продукции на прибыль определяется по формуле:

25)



ΔP3= 21074((19758/20837)-(20179/21074)= -196,27

В результате снижения затрат на 1 руб. реализованной продукции прибыль снизилась на 196,27 тыс. руб.

Проведенные расчеты обобщим в таблице.

Таблица 7. Результаты факторного анализа прибыли

|  |  |
| --- | --- |
| Факторы изменения роста прибыли от реализации продукции | Сумма виляния  (тыс.руб.) |
| 1. Изменение объема реализации | 215,8 |
| 2. Изменение структуры и ассортимента продукции | 10,79 |
| 3. Изменение уровня затрат на 1 руб. реализованной продукции | -196,27 |
| Сумма факторных отклонений | 30,32 |

Влияние четырех факторов на прибыль от реализации в сумме составило 30,32 тыс. руб. Разница в 214,32 тыс. руб. (-184 — 30,32) — за счет округления в расчетах.

Наибольшее отрицательное воздействие на прибыль оказало изменение объема реализации продукции. Следует провести анализ производства и реализации продукции с точки зрения качества, конкурентоспособности, маркетинговых мероприятий, ресурсного обеспечения и др. с целью выявления конкретных причин. По полученным данным можно сказать, что предприятие становится не рентабельным, хотя если провести вышеуказанный анализ, то можно выявить слабые стороны, что бы их исправить и получить высокую прибыль.

# Заключение

Результаты в любой сфере бизнеса зависят от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов, обеспечивающих жизнедеятельность предприятия. Поэтому забота о финансах является отправным моментом и конечным результатом деятельности любого субъекта хозяйствования. В условиях рыночной экономики эти вопросы имеют первостепенное значение

Устойчивое финансовое положение, в свою очередь, положительно влияет на объем основной деятельности, обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности должна быть направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнения расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективное его использование.

При анализе финансового состояния ЗАО «Санаторий-профилакторий станкостроитель» были проанализированы основные экономические показатели деятельности предприятия, анализ имущественного состояния, анализ баланса, анализ изменения имущества и финансовых результатов, анализ финансовой устойчивости и анализ относительных показателей финансовой устойчивости.

В целом работу предприятия можно считать не эффективной. При росте себестоимости на 427 тыс. руб. раз выручка возросла на 237 тыс. руб., а прибыль снизилась на 184 тыс. руб. Активы предприятия выросли на 1191 тыс.руб. за счет увеличения оборотных средств на 1280 тыс.руб. Недостаток денежных средств повлек за собой и рост кредиторской задолженности на 1230 тыс.руб. в основном из-за недоплаты поставщикам. При анализе изменения имущества и финансовых результатов выяснилось, что коэффициент прироста прибыли выше коэффициента прироста имущества, а также коэффициент прироста выручки выше коэффициента прироста имущества. Анализ показателей финансовой устойчивости показал, что у предприятия не достаточно собственных оборотных средств, и оно зависит от внешних кредиторов. Предприятие имеет отрицательное финансовое положение, и обладает высоким низким платежеспособности.

Предложения: Для того, чтобы улучшить финансовое состояние предприятия нужно:

1. Разработать ряд мер по изысканию внутренних резервов:

снижение дебиторской задолженности;

снижение себестоимости продукции;

рациональное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

Маркетинговый анализ спроса и предложения.

Проанализировать использование прибыли.

# Список используемой литературы

1. Берстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности.- М.: Ф. и Ст., 1996г.
2. Борисов Л.П. Оценка результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ Консультант, № 8, 2000. С. 71-75
3. Григорьев Ю.А. Проблемы определения платежеспособности предприятия// Консультант, № 23, 1999. С. 84-88
4. Григорьев Ю.А. Рентабельность предприятия и проблемы совершенствования отчетности// Консультант, № 21, 1999. С. 83-88
5. Лиференко Г.Н. Финансовый анализ предприятия: Учебное пособие / Г.Н. Лиференко.— М: Издательство ≪Экзамен≫, 2005. — 160 с.
6. Чечевицына Л.Н. Экономика фирмы: Учебное пособие для студентов вузов / Л.Н. Чечевицына, И.Н. Чуев.— Ростов н/Д: Феникс, 2006. — 400 с.
7. Горбашко Е.А., Ленквист Р. Модели и методы калькуляции в управлении экономикой предприятия // Известия Санкт-Петербургского ун-та экономики и финансов. – 2006 - № 1. – С. 63-76.
8. Дроздова Т.Г., Лебедев В. Г. Управление затратами на предприятии - СПТ.: Издательский Дом «Бизнесс-пресса», 2008 - 275 с.
9. Егоров В.И., Злотникова Л.Г., Победоносцева Н.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятий нефтяной и газовой промышленности. Учебник для техникумов 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Недра - 2006, с.232.
10. Золотникова Л.Г., Колосков В.А., Матвеев Ф.Р. Анализ хозяйственной деятельности предприятий нефтяной и газовой промышленности. - М.: Недра, 2006.
11. Ивасенко К.В. Калькуляция себестоимости добычи, транспортировки и переработки нефти и газа – Тюмень: ТГУ,2006–64с.
12. Ивасенко К.В. Проблемы учета и калькуляция себестоимости продукции в подразделениях нефтегазового комплекса. – Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета, 2007. – 240 в.
13. Ильиных В.Д. Формирование рациональной структуры производства для проведения технического обслуживания и ремонта специальной техники предприятий нефтегазового комплекса. – Тюмень, 2006. – 20 с.
14. Карнаухов М.Н., Якунина О.Г., Егорова Е.Г. и др. Планирование на предприятии нефтегазового сектора экономики: практикум: Учебное посо­бие. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2008. - 84 с.
15. Карпова Т. П. Основы управленческого учета: Учеб пособие. - М.: Инфра-М, 2006.-398 с.
16. Колесников С.Н. Как организовать управленческий учет. АКДИ "Экономика и жизнь", 2007
17. Котляров С.А. Управление затратами. - СПТ.: Питер, 2006. -160 с.
18. Контроллинг как инструмент управления предприятием/ Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина и др.; Под ред. Н.Г. Данилочкиной. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2007. - 279 с.
19. Методика расчёта тарифов на услуги по перекачке, перевалке и наливу нефти в системе магистральных нефтепроводов Российской Федерации: инструкции и рекомендации // Трубопроводный транспорт нефти–2008 -№1–с.32-36
20. Методика расчета удельных норм расхода топлива, электрической и тепловой энергии для трубопроводного транспорта нефти – М.: Недра, 2008-48с.
21. Мюллендорф Р., Карренбауэр М. Производственный учет. Списание и контроль издержек. Обеспечение их рациональной структуры. – М.: ЗАО «ФБК-Пресс», 2008