**1.1. Цели и задачи анализа экономических результатов деятельности предприятия.**

Одним из основных требовании функционирования предприятий и их ассоциаций в условиях рыночной экономики являются безубыточность хозяйственной и другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рен­табельности хозяйствования. Главная задача предприятия - хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия. Основными показателями, характеризующими результаты коммерческой деятельно­сти торговых предприятий, выступают товарооборот, валовой доход, другие доходы, издержки обращения, прибыль и рентабельность.

Цель анализа объемных показателей деятельности - выявление, изучение и мобилизация резервов роста доходов, прибыли, повышения рентабельности при улучшении качества обслуживания покупателей. В процессе анализа проверяют степень выполнения планов по товарообороту, доходам, издержкам, прибыли, рентабельности, изучают их динамику, определяют и измеряют влияние факторов на результаты коммерческой деятельности предприятий, выявляют и мобилизуют резервы их роста, особенно прогнозные. Одной из основных задач анализа является также изучение экономической целесообразности и эффективности распределения и использования прибыли.

Для достижения этих целей торговые предприятия должны решать такие задачи:

• оценивают, в какой степени была обеспечена максимизация прибыли;

• в случаях убыточной работы выявляют причины такого хозяйствования и определяют пути выхода из сложившейся ситуации;

• рассматривают доходы на основе их сопоставления с расходами и выявляют прибыль от реализации;

• изучают тенденции изменения доходов по основным товарным группам и в целом от торговой деятельности;

• выявляют, какая часть доходов используется на возмещение издержек обращения, налогов и образование прибыли;

• рассчитывают отклонение величины балансовой прибыли по сравнению с величиной прибыли от реализации и определяют причины этих отклонений;

• исследуют различные показатели рентабельности за отчетный период и в динамике;

• выявляют резервы увеличения прибыли и повышения рентабельности и определяют, как и когда возможно использовать эти резервы;

• изучают направления использования прибыли и оценивают, обеспечено ли финансирование за счет собственных средств развития хозяйственной деятельности.

На практике используется внешний и внутренний анализ.

*Внешний анализ* базируется на публикуемых отчетных данных и поэтому содержит ограниченную часть информации о деятельности предприятий. *Целью* его является оценки рентабельности работы предприятия, эффективности использования капитала. Итоги этой оценки учитываются во взаимоотношениях предприятия с акционерами, кредиторами, налоговыми органами и служат основой определения положения этого предприятия на рынке, в отрасли и в деловом мире. Естественно, что публикуемая информация не затрагивает всех сфер деятельности предприятии, содержит укрупненные данные, в основном об их финансовой деятельности, и в силу этого обладает способностью к сглаживанию и вуалированию негативных явлений, имеющих место в деятельности предприятий.

Поэтому внешние потребители аналитического материала стараются при возможности получить дополнительные сведения о деятельности предприятий сверх того, что ими публикуется.

Наибольшее значение в деле оценки результатов деятельности и определении мер по увеличению прибыли и повышению рентабельности имеет *внутренний анализ*. Он основан на использовании всего комплекса экономической информации, первичных документов и данных аналитического, статистического, бухгалтерского учета и отчетности. Аналитик имеет возможность реально оценить состояние дел на предприятии. Он может получить из первоисточника достоверные сведения о ценовой политике предприятия и его доходах, о формировании прибыли от реализации, о структуре издержек обращения и других расходах, дать оценку положения предприятия на товарных рынках, о валовой (балансовой) прибыли т. п.

Именно внутренней анализ позволяет изучить механизм достижения предприятием максимальной прибыли. Этот вид анализа играет решающую роль в разработке важнейших вопросов конкурентной политики предприятия, которые используются при оценке выполнения поставленных задач и для разработки программ развития на перспективу.

Данный вид анализа, связанный с изучением сложившихся в прошлом тенденций, называется ретроспективным, а направленный на изучение будущего - перспективным.

Комплексный подход к изучению конечных результатов коммерческой деятельности позволяет принимать обоснованные управленческие решения по ходу текущей деятельности, способствует выбору лучших вариантов действий в перспективе.

**1.2. Основные экономические показатели деятельности предприятия**

Результативность деятельности предприятия можно охарактеризовать следующими показателями:

 - экономический эффект;

 - показатели эффективности;

 - период окупаемости капитала;

 - ликвидность;

 - точка безубыточности ведения хозяйства.

*Экономический эффект* - это абсолютный показатель (прибыль, доход от реализации и т.п.), характеризующий результат деятельности предприятия. Основной показатель, характеризующий экономический эффект от деятельности производственного предприятия, - это прибыль. Прибыль это то ради чего и осуществляется предпринимательская деятельность. Порядок образования прибыли:

|  |
| --- |
| Прибыль от реализации продукции (от основной деятельности) (Пр) |
| | |
| + Прибыль от прочей реализации (Ппр) |
| | |
| + Прибыль от внереализационных операций (Пвн) |
| | |
| = Балансовая (валовая) прибыль Пб=Пр+Ппр+Пвн |
| | |
| - Налоги и сборы (отчисл.) |
| | |
| = Чистая прибыль Пч=Пб - отчисл. |
| | |
| - Дивиденды (ДВ) |
| | |
| - Проценты за кредиты (проц.) |
| | |
| = Нераспределенная прибыль Пнр=Пч- ДВ- проц. |

Прибыль Пр от реализации продукции (продаж) - это разность между выручкой от продаж (Вр) издержками на производство и сбыт продукции (полной себестоимостью Зпр), суммой налога на добавленную стоимость (НДС) и акцизами (АКЦ):

Пр = Вр - Зпр - НДС - АКЦ.

Прибыль от прочей реализации (Ппр) - это прибыль, полученная от реализации основных средств и другого имущества, отходов, нематериальных активов. Она определяется как разница между выручкой от реализации (Впр) и затратами на эту реализацию (Зр):

Ппр = Впр - Зр.

Прибыль от внереализационных операций - это разница между доходами от внереализационных операций (Двн) и расходами по внереализационным операциям (Рвн):

Пвн = Двн-Рвн.

Доходы от внереализационных операций - это доходы от долевого участия в деятельности другого предприятия, дивиденды по акциям, доходы по облигациям и другим ценным бумагам, поступления от сдачи в аренду имущества, полученные штрафы, а также другие доходы от операций, непосредственно не связанные с реализацией продукции.

Расходы по внереализационным операциям - это затраты на производство, которое не дало продукции.

Балансовая прибыль: Пб = Пр + Ппр + Пвн.

 Чистая прибыль: Пч = Пб - отчсл.

 Нераспределенная прибыль:  Пнр = Пч -ДВ - проц.

*Порядок распределения прибыли*

Прибыль может распределяться по направлениям указанным на рис.3.8.

Рис. 1.1. Распределение прибыли

Резервный фонд создается предприятием на случай прекращения его деятельности для покрытия кредиторской задолженности. Образование резервного фонда для предприятий отдельных организационно-правовых форм является обязательным. Отчисления в резервный фонд производятся в соответствии с действующими нормативными актами.

Фонд накопления предназначен для создания нового имущества, приобретения основных и оборотных средств. Величина фонда накопления характеризует возможности предприятия по развитию и расширению.

Фонд потребления предназначен для осуществления мероприятий по социальному развитию и материальному поощрению персонала фирмы. Фонд потребления состоит из двух частей: фонда общественного потребления и фонда личного потребления, соотношение между которыми в существенной степени зависит от государственного устройства, исторически сложившихся национальных традиций и др. политических факторов. По своему натурально-вещественному содержанию фонд потребления воплощается в предметах потребления и услугах. По методу образования и социально-экономическим формам использования фонд потребления подразделяется на: фонд заработной платы и доходов, фонд общественного потребления, фонд содержания общественных организаций и аппарата управления. Прогресс общества обычно сопровождается ростом реальной заработной платы и доходов, улучшением качества предметов потребления и услуг, опережающим развитием предметов потребления длительного пользования и культурно-бытового назначения, средств развития непроизводственной сферы. Однако рост фонда потребления имеет объективные пределы, его чрезмерный рост неизбежно приведет к необоснованному сокращению фонда накопления, что подорвет материальные основы расширенного воспроизводства и экономического роста. Поэтому необходимо стремиться к оптимальному сочетанию фонда потребления и фонда накопления, чтобы обеспечивались как высокие и устойчивые темпы экономического роста, так и повышение уровня жизни, реальных доходов и потребления народа. [3]

Ограниченность показателей экономического эффекта заключается в том, что по ним нельзя сделать вывод о качественном уровне использования ресурсов и уровне доходности предприятия.

*Экономическая эффективность* - это относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с затратами, обусловившими этот эффект, или с ресурсами, использованными для достижения этого эффекта:

.

Часть таких показателей рассматривалась. Например, это показатели фондоотдачи и коэффициент оборачиваемости оборотных средств, которые характеризуют соответственно эффективность использования основных фондов и оборотных средств.

Степень доходности предприятия можно оценить с помощью показателей рентабельности. Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к активам, ресурсам или потокам, её формирующим. Может выражаться как в прибыли на единицу вложенных средств, так и в прибыли, которую несёт в себе каждая полученная денежная единица. Можно выделить следующие основные показатели:

а) *рентабельность продукции* (отдельных видов) (Rп) рассчитывается как отношение прибыли от реализации продукции (Пр) к затратам на ее производство и реализацию (Зпр):

б) *рентабельность основной деятельности* (Rод) - отношение прибыли от реализации продукции к затратам на ее производство и реализацию:

где Пр.в.п - прибыль от реализации всей продукции;

Зпр.в.п - затраты на производство и реализацию выпускаемой продукции;

в) *рентабельность активов* (Rа) - отношение балансовой прибыли к итогу среднего баланса (Кср). Этот показатель характеризует, насколько эффективно используются основные и оборотные средства предприятия. Этот показатель представляет интерес для кредитных и финансовых учреждений, деловых партнеров и т.д.:

г) *рентабельность основного капитала* (Rо.к) - отношение балансовой прибыли (Пб) к средней стоимости основного капитала (Офс.г):

д) *рентабельность собственного капитала* (Rс.к) - отношение чистой прибыли (Пч) к средней стоимости собственного капитала (Кс.с):

,

Этот показатель характеризует, какую прибыль дает каждый рубль, инвестированный собственником капитала;

е) *период окупаемости капитала* (Т) - это отношение капитала (К) к чистой прибыли (Пч).

.

Этот параметр показывает, через сколько лет окупятся вложенные в данное предприятие средства при неизменных условиях производственно-финансовой деятельности. Столь многогранное описание производственно-экономических процессов может быть классифицировано по основным направлениям, обеспечивающим дальнейший рост рентабельности с учетом внешнеэкономических или внутрипроизводственных факторов, влияющих на ее значение. К первой группе относятся:

- природные изменения, влекущие непредвиденный спад поставок сырья, нарушение транспортировки, разрушение или повреждение значимых частей производственного комплекса;

 - регулирование рыночных цен на уровне государственного управления, введение новых процентных ставок, тарифов на предоставление энергоресурсов, штрафных санкций и пр.

Подобные факторы возникают независимо от производимой компанией деятельности и не могут учитываться заранее, проявляя значительное влияние уже на этапе их появления. Степень увеличения прибыльности компании будет сильно зависеть от специализации, к примеру, повышение цены на сахар увеличит рентабельность агрохозяйственных и перерабатывающих предприятий, одновременно ухудшая данный показатель для кондитерских предприятий.

Вторая группа влияющих на рентабельность предприятия факторов включает в себя следующие подвиды:

- экстенсивные производственные факторы;

- интенсивные производственные факторы; - внепроизводственные внутренние факторы.

Экстенсивное развитие компании подразумевает увеличение валового оборота за счет привлечения дополнительной рабочей силы, временного фонда работы для персонала и оборудования, использования большего объема авансированных средств без увеличения относительной эффективности отдельных производственных и торговых операций.

Интенсификация экономических внутрипроизводственных процессов означает повышение качества конечного продукта, усиление мер продвижения услуг или продукции на рынке за счет работы маркетингового отдела, снижение энергозатрат на единицу продукции или соотношения времени, затрачиваемого на предоставление услуги к общему временному фонду, оптимизация использования авансированных средств и ускорение ресурсоотдачи, что в большинстве случаев способствует увеличению рентабельности.

Своевременное выявление резервных или дополнительных источников привлечения инвестиций и грамотное их распределение среди перспективных направлений – модернизации оборудования, применения новых методов маркетинга, своевременное реагирование на изменение спроса и введение новых привлекательных позиций в ассортименте компании, безусловно, повысит конечную маржу торговых операций, увеличивая тем самым и рентабельность. Важным остается и тщательное планирование всего производственного цикла для исключения потери времени и учет внепроизводственных факторов, включающих в себя социальную защиту работников и окружающей природы.

***Ликвидность*** – способность активов быть быстро проданными по цене, близкой к рыночной. Ликвидность – способность обращаться в деньги.

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

В российском бухгалтерском балансе активы предприятия расположены в порядке убывания ликвидности. Их можно разделить на следующие группы:

А1. Высоколиквидные активы (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения)

А2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная дебиторская  задолженность, т.е. задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)

А3. Медленно реализуемые активы (дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты, а также прочие, не упомянутые выше, оборотные активы);

А4. Труднореализуемые активы (все внеоборотные активы)

Пассивы баланса по степени возрастания сроков погашения обязательств группируются следующим образом:

П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства, к которым относится текущая кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками, персоналом, бюджетом и т.п.)

П2. Среднесрочные обязательства (краткосрочные кредиты и займы, резервы предстоящих расходов, прочие краткосрочные обязательства)

П3. Долгосрочные обязательства (раздела IV баланса "Долгосрочные пассивы")

П4. Постоянные пассивы (собственный капитал организации).

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги по каждой группе активов и пассивов. Идеальным считает ликвидность, при которой выполняются следующие условия:

А1 > П1

А2 > П2

А3 > П3

А4 < П4

*Точка безубыточного ведения хозяйства.* Концепция безубыточного ведения хозяйства может быть выражена в виде простого вопроса: сколько единиц продукции необходимо продать в целях возмещения произведенных при этом затрат.

Рис. 1.2. Определение точки безубыточного ведения хозяйства

Соответственно цены на продукцию устанавливаются таким образом, чтобы возместить все условно-переменные затраты и получить надбавку, достаточную для покрытия условно-постоянных затрат и получения прибыли.

Как только будет продано количество единиц продукции (Qкр), достаточное для того чтобы возместить условно-постоянные и условно-переменные затраты (полную себестоимость), каждая проданная сверх этого единица продукции будет приносить прибыль. При этом величина прироста этой прибыли зависит от соотношения условно-постоянных и условно-переменных затрат в структуре полной себестоимости.

Таким образом, как только объем проданных единиц продукции достигнет минимального значения, достаточного для покрытия полной себестоимости, предприятие получает прибыль, которая начинает расти быстрее, чем этот объем. Такой же эффект имеет место в случае сокращения объемов хозяйственной деятельности, то есть темпы снижения прибыли и увеличения убытков опережают темпы уменьшения объемов продаж.