Министерство образования Российской Федерации

Филиал Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета в г. Чебоксары.

Кафедра экономики и менеджмента.

# Отчет

 практики по технологии

на тему:

 «Анализ финансовых коэффициентов по модели бухгалтерского баланса фирмы “Оргтехника”»

**Выполнил:**

 студент

группы 17-00

.Ефимов М.В.

**Проверила:**

Смирнова О.С.

## Чебоксары

## 2003

# Содержание

 Введение…………………………………………………………………3

1. Шаблон…………………………………………………………………..6

2. Модель бухгалтерского баланса фирмы «Альянс»…………………….7

3. Резюме……………………………………………………………………9

4. Заключение……………………………………………………………...11

5. Литература……………………………………………………………….13

##### Введение

Основной целью моей работы является: рассмотреть все предложенные коэффициенты данной модели бухгалтерского баланса и установить влияние на них экономических факторов (выбор ценовой политики компании (предприятия), объем продаж и т. п.)

*Для достижения цели необходимо:*

1. Определить ключевые финансовые коэффициенты, используемые для оценки результатов хозяйственной деятельности.
2. Установить связь между коэффициентами данной модели.
3. Практически применить знания расчета коэффициентов.
4. Оценить возможный эффект изменений финансовых коэффициентов на общие результаты деятельности компании.
5. Сделать выводы о результате работы над данной моделью.

 *Рассмотрим модель:*

 Целью хозяйственной деятельности предприятия является: определение тех возможностей в бизнесе, которые обеспечат наиболее высокую отдачу при минимально возможным в размере инвестиций при разумной степени риска.

 Для этого необходимо определить объем продаж, который достигнут, прибыльность каждой продажи на определенной базе инвестирован показатель рентабельности уставного капитала – это показатель эффективности использования ресурсов

*Эффективность использования ресурсов.*

Этот показатель характеризуется:

* коэффициентом оборачиваемости активов

Коэффициент указывает, во сколько объем продаж превышает стоимость чистых активов.

* показателем ликвидности – способности хозяйственной организации погашает краткосрочные обязательства за счет оборотных активов. Для анализа ликвидности применяются два основных финансовых коэффициента:

 Коэффициент текущей ликвидности

Этот показатель отражает соотношение между стоимостью активов кампании, которые являются ликвидными в том смысле, что могут быть обращены в наличные денежные средства в следующем финансовом году, и размером задолженности, которая подлежит погашению в течении того же финансового периода.

Коэффициент срочной ликвидности показывает, какая часть задолженности может быть погашена в короткий срок за счет оборотных активов, если запас не представляется возможным перевести наличные средства.

* коэффициентом оборачиваемости запасов

Скорость оборачиваемости запаса связана с характером продукта

* периодом оборачиваемости дебиторской задолженности

 Каждое предприятие стремится свести к минимуму уровень дебиторской задолженности.

* периодом оборачиваемости кредиторской задолженности

Оптимальный уровень перечисленных показателей в значительной степени зависит от специфики отрасли, в рамках которой действует кампания, а также от принятой в кампании системы управления.

 Рентабельность хозяйственной организации определяется как соотношение фактической прибыли от продаж к объему продаж, осуществленных предприятием.

  *Рассмотрим два ключевых показателей рентабельности, а именно:*

1. Коэффициент чистой маржи

 Этот коэффициент позволяет оценить общую рентабельность кампании за данный период времени путем сравнения уровня чистой торговой прибыли, достигнутой при определенном уровне объема продаж. Суть: если коэффициент равен 10% , то каждый 100 руб. продаж чистая прибыль предприятия после покрытия себестоимости продукции и всех обще расходов фирмы составляет10 руб.

1. Коэффициент валовой маржи:

 Суть: если коэффициент равен 30%, то на каждый 100 руб., полученных предприятием от продаж, его валовая прибыль составляет 30 руб.

 В целом величина валовой маржи определяется политикой ценообразования кампании – покупатели часто используют в качестве инструмента ценообразования показатель наценки.

 При установлении размера наценки кампания – покупатель должна принимать во внимание желаемую стратегическую позицию в области предложения, которую кампания займет относительно конкурентов. Довольно часто кампания вынуждена выбирать между величиной назначенной на товар цены и объемом продаж.

 *Оценка формирования финансовых результатов деятельности.*

 Детальный анализ финансовых коэффициентов, играет важную роль в мониторге и управлении ключевыми ресурсами кампании (предприятия), но он применим только для внутренних целей менеджмента. Для инвесторов необходим и важен финансовый результат, т.е. ключевой показатель, который отражал бы в обобщенном виде все прочие финансовые коэффициенты.

 Термин финансовые результаты характеризует величину прибыли, полученные на каждый вложенный в кампанию 1 руб.

 Основным показателем финансовых результатов является коэффициент рентабельности чистых активов (ROCE).

 Результаты хозяйственной деятельности, оцениваемые коэффициентом чистых активов, испытывают влияние двух основных элементов: эффективности использования ресурсов и рентабельности, а рассматриваемый коэффициент также состоит из этих двух элементов.

|  |
| --- |
|  |

 Разберем модель бухгалтерской отчетности на конкретных примерах, учитывая вид деятельности предприятия (предприятие - производитель; предприятие – посредник).

е

# Шаблон

1. Коэффициент оборачиваемости активов =Объём продаж /Суммарные чистые активы

2. Суммарные чистые активы = внеоборотные активы + оборотные активы - краткосрочные обязательства.

###

3.Коэффициент текущей ликвидности = Оборотные активы/ Краткосрочные обязательств

4.коэффициент срочной ликвидности = Оборотные активы – запасы/ Краткосрочные пассивы

5.Коэффициент оборачиваемости запасов = Себестоимость проданной продукции/ Средний размер запаса

6.Период оборачиваемости

 дебиторской задолженности ( в днях ) = Дебиторская задолженность / Объем продаж в кредит \* 36

7.Периодом оборачиваемости

кредиторской задолженности (в днях) = Кредиторская задолженность/ Объем закупок в кредит \* 365

### **8. Чистая маржа =** Чистая прибыль/ Объем продаж **\* 100%**

9. Валовая маржа = Валовая прибыль/ Объем продаж \* 100 %

### **10.Наценка =** Валовая прибыль/Себестоимость проданной продукции **\* 100 %**

11. ROCE = Чистая прибыль / Суммарные чистые активы \* 100 %

###  **Или**

.ROCE = коэффициент активов \* чистая маржа

|  |
| --- |
| МОДЕЛЬ |
| Бухгалтерский баланс фирмы "Оргтехника" |
| **Внеоборотные активы** |
| Оборудования | 200 000 |
| Компьютеры | 100 000 |
| Автотранспорт | 105 000 |
|  | 405 000 |
| **Оборотные активы** |
| Товарные запасы | 50 000 |
| Дебиторская задолженность | 19 000 |
| Касса и средства на счете в банке | 12 000 |
|  | 81 000 |
| **Кредиторская задолженность** (в теч. 1 года) |
| Торговые кредиты(кртк.обяз.) | 50 000 |
|  |  |
| Суммарные чистые активы\* | 436 000 |
| **Собственный капитал** |
| Акционерный капитал | 260 000 |
| Нераспределенная прибыль | 50 000 |
|  | 841 000 |
|  |  |
| **Дополнительная информация за 1 год** |
| **Продажа товара** |
| За наличные | 200 000 |
| В кредит | 90 000 |
|  | 290 000 |
| **Закупки** |
| За наличные | 100 000 |
| В кредит | 80 000 |
| Себестоимость проданной продукции | 180 000 |
|  |  |
| Валовая прибыль | 110 000 |
| Расходы | 40 000 |
| Чистая прибыль | 70 000 |
| Коэффициенты |
| Оборачиваемости активов | 0,67 |
| Текущей ликвидности | 1,62 |
| Срочной ликвидности | 0,62 |
| Оборачиваемости запасов | 3,60 |
| Период оборачиваемости дебит задолженности  | 77 |
| Период оборачиваемости кредит задолженности  | 228 |
| **Рентабельность** |
| Чистая маржа | 24 |
| Валовая маржа | 38 |
| Наценка | 61 |
| **Финансовые результаты** |
| ROSE (Рентабельность чистых активов) | 16 |

**Резюме**

 Фирма «Оргтехника» занимается розничной торговлей компьютеров, комплектующих, расходных материалов. «Оргтехника» занимается различными видами деятельности, такими как: продажа, ремонт и установка компьютеров. Продукцию наша фирма приобретает у дилеров за наличный расчет или в кредит.

 Для анализа результатов хозяйственной деятельности нашей фирмы мы берем бухгалтерский баланс за 2002 год и дополнительные сведения, такие как объем продаж и объем закупок. По результатам этих данных мы рассчитали ряд коэффициентов:

* Коэффициент оборачиваемости активов = 0,67
* Это значит, что на каждый вложенный в компанию 1 рубль приходится объем продаж в 75 копеек за отчетный финансовый год.
* Коэффициент текущей ликвидности = 1,62
* Т.е. компания способна оборотить в наличные денежные средства все оборотные активы в случае необходимости погашения всех финансовых задолженностей.
* Коэффициент срочной ликвидности = 0,62
* При необходимости немедленного погашения краткосрочной задолженности компания может погасить их только на 75%.
* Коэффициент оборачиваемости запасов = 3,66
* В течение одного года оборачиваемость запасов составило 3,66.
* Период оборачиваемости дебиторской задолженности = 77дней
* За первый год дебиторы в среднем погашали свою задолженность нашей компании через 77 день после займа.
* Период оборачиваемости кредиторской задолженности = 228 дней
* В течение первого года компания «Альянс» оплачивала счета кредиторов в среднем через 228 дней после их выставления.
* Чистая маржа = 24 %
* Этот коэффициент рентабельности обозначает, что на каждые 110 рублей продаж чистая прибыль компании составляет 70 рублей.
* Валовая маржа = 38 %
* Она означает, что на каждый 100 рублей полученных компанией от продаж, ее валовая прибыль составляет 43 рубля.
* Наценка = 61 %
* Коэффициент рентабельность чистых активов (ROSE) = 16
* Каждые 100 рублей вложенных инвесторами в компанию в течение отчетного периода получено 16 рублей чистой прибыли.

# Заключение

 В ходе практического исследования я рассмотрел экономические ко­эффициенты бухгалтерского баланса фирмы «Оргтехника», необходимые для анализа деятельности компании при выработке целей и осуществления контроля над различными экономическими ситуациями которые могут возникнуть в процессе работы. Определил коэффициент рентабельности, при котором компания будет терпеть убытки (с помощью чистой маржи).

 Кроме того, рассчитал и другие коэффициенты, такие как коэффици­енты ликвидности, оборачиваемости активов, определил среднее число дней в течение которых моей фирме будут возвращать дебиторскую задолжен­ность и многое другое.

 Анализ этих коэффициентов используется для оценки сравнительной эффективности деятельности компании относительно конкурентов, сильных и слабых сторон управления ресурсами компании. Нужно учесть, что деталь­ный анализ финансовых коэффициентов играет важную роль в мониторинге и управлении ключевыми ресурсами компании и применим только для внут­ренних целей менеджмента. Показатели финансовых результатов отразили, как действует фирма по сравнению с другими участниками отрасли и стоит ли инвесторам обратить внимание на нашу компанию.

 Для себя я выяснил, что выбранная стратегическая позиция в области предложения, которую компания «Оргтехника» займет относительно конкурентов будет очень эффективной и позволит увеличить товарооборот компании и следовательно увеличится и прибыль компании.

 Моя работа показала, что компания «Оргтехника» достаточно ликвидна, имеет высокие показатели чистой и валовой маржи, что достаточно положительно сказывается на доверии к компании инвесторов и потенциальных клиентов. Кроме того об этом доверии может говорить и такой финансовый показатель, как коэффициент рентабельности чистых активов (ROSE).

 Итак, в ходе работы мною была достигнута поставленная изначально цель и решены задачи для ее достижения.

**Список использованной литературы**

1. Куршакова Н. «Маркетинг»: Москва 2002 г.

2. Финансовый менеджмент (теория и практика) под ред. Е.С. Стояновой. – М.: 2001 г.

3. Финансовые аспекты маркетинга. Шмидт и Райт./ Перевод с англ. М.: 2001 г.

4. Экономический анализ./ Под ред. Л.Т. Гиляровской – 2-е изд., доп. И измен. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002 г. – 615 с.

5. Экономика предприятия:/ под ред. В.М. Семенова. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2000 г. – 312 с.