

14
16.06.18
Рубцовск

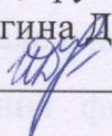
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Рубцовский институт (филиал) федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Кафедра экономики

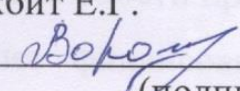
**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)**

Тема: Управление финансовыми результатами деятельности
предприятия
(на примере ООО "Генераторы ледяной воды")

Выпускную квалификационную
работу (бакалаврскую работу)
выполнила студентка
4 курса, группы 1243
Шурыгина Д.П.

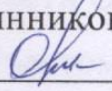

(подпись)

Научный руководитель:
канд.экон.наук, доцент
Ворожбит Е.Г.


(подпись)

Выпускная квалификационная
работа (бакалаврская работа)
защищена

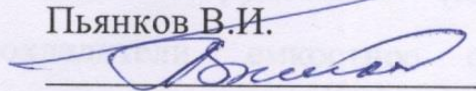
Допустить к защите
Зав. кафедрой
канд.экон.наук, доцент
Овсянникова А.В.


(подпись)

«26» июня 2018 г.
Оценка отлично

«26» июня 2018 г.

Председатель ГЭК
Пьянков В.И.


(подпись)

РЕФЕРАТ

Ключевые слова: финансовые результаты, доходы, расходы, управление финансовыми результатами, прибыль, убыток, рентабельность, доходность.

Тема данной выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы): Управление финансовыми результатами деятельности предприятия (на примере ООО «Генераторы ледяной воды»)

Цель выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) - провести анализ финансовых результатов деятельности предприятия и дать рекомендации по управлению финансовыми результатами.

Для достижения цели должны быть решены следующие задачи:

- методологически и теоретически обоснованы актуальность и значимость анализа финансовых результатов деятельности предприятия;
- выявлены особенности анализа финансовых результатов деятельности предприятия;
- изысканы пути эффективного управления финансовыми результатами предприятия.

Предмет исследования – управление финансовыми результатами в ООО «Генераторы ледяной воды».

Объектом исследования является ООО «Генераторы ледяной воды». Компания "Генераторы ледяной воды" - многопрофильная компания. Производит: генераторы ледяной воды, технологическое оборудование (пастеризаторы, гомогенизаторы, сепараторы), молоко-охладители, емкостное оборудование, модульные молочные заводы, модульные масло - сырзаводы, сыроварни, а также оборудование для производства пива.

Период исследования: 2015-2017 гг.

При написании ВКР использовались следующие методы анализа: горизонтальный анализ; вертикальный анализ; анализ коэффициентов; факторный анализ.

Выпускная квалификационная работа состоит из трех глав, введения, заключения, списка использованной литературы и источников.

В первой главе рассмотрены теоретические аспекты управления финансовыми результатами: рассмотрено понятие финансовых результатов и факторы, влияющие на прибыль, основы управления финансовыми результатами.

Во второй главе дана экономическая характеристика ООО «Генераторы ледяной воды», проведен анализ состава, структуры и динамики финансовых результатов, факторный анализ прибыли, а также проведён анализ рентабельности.

В третьей главе даются рекомендации по управлению финансовыми результатами:

- доведение цен на продукцию до среднерыночных;
- активизация рекламной деятельности;
- развитие нового вида деятельности – постройка модульных домов.

Рекомендации имеют практическую значимость для предприятия, так как они позволят увеличить выручку, а следовательно, прибыль и рентабельность деятельности данного предприятия.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ	5
1.1 Сущность и понятия финансовых результатов	5
1.2 Виды прибыли и факторы, влияющие на прибыль	11
1.3 Основы управления финансовыми результатами	18
2. АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГЕНЕРАТОРЫ ЛЕДЯНОЙ ВОДЫ»	25
2.1 Экономическая характеристика ООО «Генераторы ледяной воды»	25
2.2 Анализ состава, структуры и динамики финансовых результатов	28
2.3 Факторный анализ прибыли	32
2.4 Анализ рентабельности ООО «Генераторы ледяной воды»	36
3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ООО «ГЕНЕРАТОРЫ ЛЕДЯНОЙ ВОДЫ»	48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ	57
ПРИЛОЖЕНИЕ	

ВВЕДЕНИЕ

Показатели финансовых результатов это показатели, которые характеризуют эффективность экономической деятельности предприятия. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия позволяет дать объективную оценку финансовому состоянию предприятия, его прибыли и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами.

Анализ финансовых результатов основан на данных формы бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

Каждое предприятие стремится к увеличению прибыли, поэтому управление финансовыми результатами является важнейшей частью финансового анализа.

Положительный экономический эффект может быть выражен в виде абсолютного показателя – прибыль, или относительного показателя – рентабельность. Прибыль и рентабельность отражают эффективность процесса производства.

Грамотное, эффективное управление финансовыми результатами не только способствует увеличению прибыли, но также обеспечивает доходную конкурентоспособную деятельность предприятия. Поиск эффективных методов управления финансовыми результатами в процессе деятельности предприятия является одной из важнейших задач руководителей и финансовых менеджеров.

Анализ прибыли предприятия позволяет выявить новые пути дальнейшего успешного развития, а также совершенствование текущей деятельности, указывает на ошибки в хозяйственной деятельности, а также позволяет выявить резервы роста прибыли, что, благоприятно повлияет на дальнейшую деятельность предприятия.

Все вышеуказанные факторы обуславливают важность и актуальность темы выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

Теоретической основой выпускной квалифицированной работы (бакалаврской работы) послужили труды отечественных и зарубежных экономистов в области

финансов, экономического анализа таких, как Дж.Р. Хикс, Уэстон, Дж. Ф., Ковалев В. В., Савицкая Г. В., Шеремет А. Д. и др.

Практическая значимость данной выпускной квалификационной работы заключается в том, что в ней на основе проведенного анализа финансовых результатов деятельности предприятия, были предложены рекомендации, способствующие их улучшению.

В связи с этим цель данной выпускной квалификационной (бакалаврской работы) работы - провести анализ финансовых результатов деятельности предприятия и дать рекомендации по управлению ими.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ

1.1 Сущность и понятия финансовых результатов

Экономисты в области экономического анализа огромную роль уделяют в своих исследованиях изучению финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия, однако подходят к определению экономического содержания данного понятия в различных аспектах и с разной степенью детализации. Понятие и сущность «финансовых результатов» изучали такие отечественные исследователи, как А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин, Р. О. Костирко, Л. Т. Гиляровская, Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова, Г. В. Савицкая, и ряд других авторов.

А. Д. Шеремет и Р. С. Сайфулин, в своих трудах отмечают, что «финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала»¹.

Г. В. Савицкая, считает, что финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности», «прибыль – это часть чистого дохода, который непосредственно получают субъекты хозяйствования после реализации продукции»². Говоря о показателях финансовых результатов, Савицкая выделяет такие показатели, как прибыль от продаж, налогооблагаемая прибыль и чистая прибыль.

¹ Крылов, Э.И. Анализ финансовых результатов предприятия / Э. И. Крылов, В. М. Власова, учеб. пособие; ГУАП. — СПб., 2016. — 256 с.

² Лысов, И. А. Понятие, сущность и значение финансовых результатов предприятия / И. А. Лысов // Вестник НГИЭИ. - 2015. - №3 (46)

Прибыль это конечный финансовый результат деятельности предприятия. Но не только прибыль может являться результатом деятельности, также результатом деятельности может стать и убыток, который мог возникнуть по многим причинам.

Р. О. Костирко определяет прибыль как «особый воспроизводимый ресурс коммерческой организации, многогранный показатель, характеризующий разные стороны бизнеса: его конечный финансовый результат, эффект хозяйственной деятельности предприятия, чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, вознаграждение за риск предпринимательской деятельности»³. Также, по мнению автора, прибыль является «главным побудительным мотивом осуществления и развития бизнеса; основным внутренним источником текущего и долгосрочного развития предприятия; важнейшим индикатором рыночной стоимости предприятия, его кредитоспособности; показателем конкурентоспособности предприятия при наличии стабильного уровня прибыли; гарантом выполнения предприятием своих обязательств перед государством и источником удовлетворения социальных потребностей общества».

Заслуживает внимания подход Л. В. Донцовой и Н. А. Никифоровой, в котором отмечается высокая значимость показателей прибыли. «Прибыль является важнейшим источником формирования доходов бюджета (федерального, республиканского) и погашения долговых обязательств организации перед банками, другими кредиторами и инвесторами. Таким образом, показатели прибыли являются важнейшими в системе оценки результативности и деловых качеств предприятия, степени его надежности и финансового благополучия как партнера»⁴.

О.В. Ефимова прибыль определяет как финансовый результат деятельности организации, при этом она считает что, «действительно конечный результат тот, правом распоряжаться которым обладают собственники»⁵.

³ Костирко, Р.О. Финансовый анализ : учебное пособие / Р.О. Костирко, – Х. : Фактор, 2007. – 765 с.

⁴ Донцова, Л.В. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности // Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. - М.: Изд-во «Дело и сервис», 2015.

⁵ Ефимова, О. В. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие / О.В. Ефимова [и др.] - М.. Издательство Омега-Л, 2013.

По МСФО прибыль представляет собой результат вычитания из доходов расходов, в том числе корректировок, обеспечивающих поддержание капитала, где это необходимо. Если расходы превышают доход, то разность представляет собой чистый убыток»⁶.

Следует отметить что, прибыль по международным стандартам, в отличие от РСБУ, рассматривается как величина, которая показывает оценку роста реального благосостояния организации, позволяющего говорить о получении собственниками доходов от инвестиций в ее деятельность, а не как разница между номинальными суммами обязательств, возникающих в ходе реализации сделок.

Систематизируем полученные знания в таблице 1.1

Таблица 1.1 - Определение прибыли

Авторы и источники	Определение прибыли
Экономический словарь	Превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на производство и продажу этих товаров и услуг
Финансово-кредитный энциклопедический словарь	Разница между доходами, полученными от реализации продукции, основных средств и иного имущества, выполненных работ, оказываемых услуг, внереализационной деятельности, и начисленной суммой затрат на производство, реализацию продукции и осуществление других видов деятельности.
А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин	Финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала отчетного периода
Г. В. Савицкая	Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности
Р. О. Костирко	Особый воспроизводимый ресурс коммерческой организации, многогранный показатель, характеризующий разные стороны бизнеса: его конечный финансовый результат, эффект хозяйственной деятельности предприятия, чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, вознаграждение за риск предпринимательской деятельности
В. Донцова Н. А. Никифорова	Прибыль является важнейшим источником формирования доходов бюджета и погашения долговых обязательств организации перед банками, другими кредиторами и инвесторами.
МСФО	Прибыль представляет собой результат вычитания из доходов расходов, в том числе корректировок, обеспечивающих поддержание капитала, где это необходимо. Если расходы превышают доход, то разность представляет собой чистый убыток
РСБУ	Величина, которая показывает оценку роста реального благосостояния организации, позволяющего говорить о получении собственниками доходов от инвестиций в ее деятельность, а не как разница между номинальными суммами обязательств, возникающих в ходе реализации сделок.

⁶. "Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 12 "Налоги на прибыль" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) (ред. от 27.06.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018)

Таким образом, рассмотрев понятия данные разными экономистами, предложим своё: «финансовый результат» - показатель эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта за определенный период времени.

Финансовый результат от экономической деятельности, отражается в «Отчёте о финансовых результатах».

В этой форме отчетности представлены такие показатели прибыли как: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистая прибыль.

Схема формирования финансовых результатов представлена на рисунке 1.1.

Эффективность хозяйственной деятельности может выражаться не только через прибыль. Эффективность деятельности может выражаться такой экономической категорией как рентабельность. В общем виде рентабельность можно характеризовать как прибыльность или доходность.

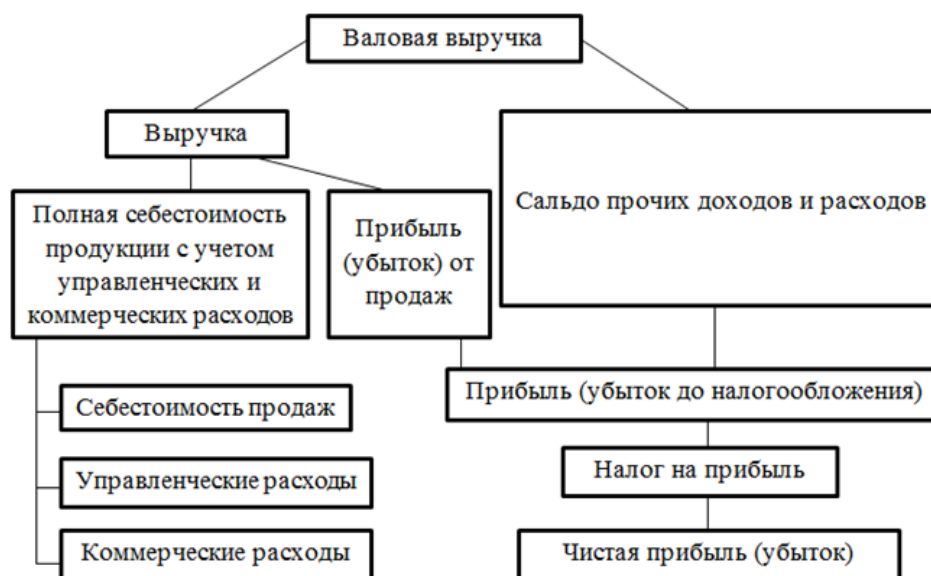


Рисунок 1.1 Порядок формирования финансовых результатов

Сущность прибыли как экономической категории проявляется в ее функциях. Большинство экономистов выделяют функции:

- оценочная;

- фискальная;
- контрольная.

Оценочная функция заключается в том, что прибыль выступает показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства и оценивающим хозяйственную деятельность организации. Суть функции – прибыль оказывает стимулирующее воздействие на повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации.

Фискальная функция состоит в том, что прибыль – это основной источник отчислений в государственные и региональные бюджеты, а также во внебюджетные фонды. Предприятия перечисляют денежные средства в бюджеты в виде налогов и применяются в дальнейшем государством в качестве источника финансирования с целью выполнения государством своих ключевых функций.

Контрольная функция – заключается в том, что прибыль является показателем финансовой деятельности предприятия. Положительный финансовый результат, уже говорит об эффективной деятельности предприятия.

Майнуленко В.В. и Садовская Т.А. имеют другое мнение на счёт функций прибыли хозяйствующего субъекта, которые представлены на рисунке 1.2.

В условиях неопределенности и риска первой функцией, по мнению авторов, которую должна выполнять прибыль организаций, является компенсационно-гарантийная. Проявляется эта функция в двух аспектах. С одной стороны, создание из прибыли различных специализированных фондов и резервов на покрытие убытков, прежде всего, направлено на обеспечение устойчивого функционирования организации. С другой стороны, направлением прибыли на расширение, модернизацию производства, финансирование инновационных проектов обеспечивается защита интересов собственников, менеджмента и наемных рабочих. Это позволяет говорить о развивающей функции прибыли.

Наряду с развивающей функцией прибыли экономисты выделяют ее капиталобразующую функцию. В современных условиях прибыль выступает основным источником собственного капитала хозяйствующих субъектов.

Схожей с двумя перечисленными функциями является распределительная функция прибыли, которая особенно проявляется в организациях, созданных как АО.



Рисунок 1.2 Функции прибыли по Майнуленко В.В. и Садовской Т.А

Ныне прибыль выполняет инвестиционную функцию, поскольку этот показатель используется в качестве основного целевого ориентира и критерия успешности работы любой организации⁷.

Одновременно имеет смысл обозначить и инновационную функцию прибыли, поскольку ее величина определяет возможности развития инновационной деятельности в организации⁸.

⁷ Федорович, Т.В. Концепция формирования консолидированной прибыли группы / Т. В. Федорович, Дрожжина Инна Викторовна // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2011. №3 (15).

⁸ Садовская, Т. А. Экономическая сущность, виды и функции прибыли хозяйствующего субъекта: современный аспект / В. В. Мануйленко, Т. А. Садовская // Финансовая аналитика: проблемы и решения. –2012. –№ 33 (123)

1.2 Виды прибыли и факторы, влияющие на прибыль

Как уже известно, прибыль является одним из основных показателей результативности хозяйственной деятельности предприятия. Основные виды прибыли представлены в форме «Отчет о финансовых результатах»⁹. Изучив экономическую литературу, можно сделать вывод, что под прибылью понимается огромное количество её видов. Виды прибыли представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Виды прибыли

Классификационный признак	Вид прибыли	Примечание
По характеру налогообложения	Налогооблагаемая прибыль	Прибыль, скорректированная согласно действующему законодательству
	Прибыль, не облагаемая доходом	Прибыль, не подлежащая налогообложению согласно законодательству
По характеру инфляционной очистки	Номинальная прибыль	Сумма фактически полученной прибыли в действующих ценах, не учитывающая размера инфляции
	Реальная прибыль	Номинальная прибыль, скорректированная на уровень инфляции, позволяющая оценить покупательную способность полученной организацией номинальной прибыли
В зависимости от рассматриваемого периода	Прибыль, предшествующего периода	Получена в предшествующем периоде
	Прибыль отчетного периода	Конечный финансовый результат, выявленный в отчетном периоде за минусом причитающихся налогов и платежей.
	Прибыль планового периода	Отражена в бизнес-плане организации
В зависимости от регулярности формирования	Регулярная (периодическая) прибыль	Прибыль, получаемая регулярно
	«Чрезвычайная» прибыль	Прибыль, возникающая как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности

⁹ Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 06.04.2015) "О формах бухгалтерской отчетности организаций" (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18023)

Продолжение таблицы 1.2

По направлению распределения	Прибыль, причитающаяся акционерам	Часть прибыли к распределению, предназначенная для выплаты дивидендов акционерам
	Прибыль, остающаяся в распоряжении организации	Часть прибыли к распределению, остающаяся после выплаты дивидендов акционерам и предназначенная для дальнейшего развития коммерческой деятельности организации.
По значению итогового результата	Положительная прибыль	Получение положительного финансового результата
	Отрицательная прибыль (убыток)	Убыток

1. По характеру налогообложения:

Налогооблагаемая;

Прибыль, не облагаемая налогом.

2. По характеру инфляционной «очистки»:

Реальная прибыль характеризует размер номинально полученной ее суммы, скорректированный на темп инфляции в соответствующем периоде.

3. По рассматриваемому периоду формирования:

Прибыль предшествующего периода (т.е. периода, предшествующего отчетному).

Прибыль отчетного периода и прибыль планового периода (планируемая прибыль).

4. По характеру деятельности предприятия:

Прибыль от обычной деятельности характеризует финансовый результат от всех традиционных для данного предприятия видов деятельности и хозяйственных операций, формируемый на регулярной основе.

Прибыль от чрезвычайных событий характеризует необычный или очень редкий для данного предприятия источник ее формирования.

5. По характеру использования в составе прибыли, остающейся после уплаты налогов и других обязательных платежей (чистой прибыли), выделяют капитализируемую и потребляемую ее части.

Капитализированная прибыль характеризует ту ее сумму, которая направлена на финансирование прироста активов предприятия, а потребленная прибыль — ту ее часть, которая израсходована на выплаты собственникам (акционерам), персоналу или на социальные программы предприятия.

6. По значению итогового результата хозяйствования:

Положительная прибыль (или собственно прибыль).

Отрицательная прибыль (убыток).

Рассмотрим подробнее виды прибыли, которые представлены в «Отчете о финансовых результатах».

Валовая прибыль — понятие, содержащееся в ПБУ 4/99 и возникающее в привязке к отчету о финансовых результатах. Рассчитывают ее как разницу между выручкой от продаж по основным видам деятельности и себестоимостью этих продаж¹⁰.

$$\text{ВП} = \text{Выручка от продаж} - \text{Себестоимость} \quad (1.1)$$

Валовую прибыль обычно определяют на конец месяца, квартала или года, но она может рассчитываться с любой периодичностью и на любой момент времени — всё зависит от целей и задач компании, а также особенностей ее управленческого учета.

Прибыль от продаж - это разница между валовым доходом и затратами на продажу товаров (издержками обращения). Прибыль от продаж - результирующий показатель хозяйственной деятельности фирмы.

$$\text{Прибыль от продаж} = \text{Валовая прибыль} - \text{Коммерческие расходы} - \text{Управленческие расходы} \quad (1.2)$$

¹⁰ Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)"

Прибыль до налогообложения – это положительная разница между полученными доходами и произведенными расходами компании до того, как из нее вычли сумму налога (на прибыль, либо налога, уплачиваемого на спецрежиме УСН, ЕНВД, ЕСХН). Если же сумма расходов превысила сумму полученных доходов, это означает, что деятельность компании по итогам периода убыточна.

Прибыль до налогообложения можно определить по формуле:

$$\text{ПДН} = \text{ПП} + \text{ПкП} - \text{ПкУ} + \text{ПД} - \text{П} \quad (1.3)$$

где: ПДН — прибыль до налогообложения;

ПП — прибыль от продаж;

ДУ — доходы от участия в других организациях;

ПкП — проценты к получению;

ПкУ — проценты к уплате;

ПД и ПР — прочие доходы и расходы.

Чистая прибыль – представляет итоговую прибыль, которая остается после вычета всех затрат, включая и налоги.

$$\text{Чистая прибыль} = \text{Выручка} - \text{Себестоимость товаров} - \text{Управленческие и коммерческие расходы} - \text{Прочие расходы} - \text{Налоги} \quad (1.4)$$

Увеличение или уменьшение прибыли обусловлено тем, что на неё влияют различные факторы.

Большое количество факторов, которые влияют на прибыль, требует их классификации.

Ивашковский С.Н. предлагает следующую классификацию факторов, влияющих на размер прибыли¹¹. Экономист выделяет три группы факторов, влияющих на величину прибыли.

¹¹ Ивашковский, С.Н. Экономика для менеджеров: микро- и макроуровень. Учебное пособие / С.Н. Ивашковский. - М.: Дело. -2016.

В сфере производства: его объем, качество продукции, ассортимент, уровень оптовых цен и т.д.

В сфере обращения: организация оперативной работы по реализации продукции, соблюдение условий договоров, взаимосвязь с потребителями и т.д.

Факторы, не зависящие от деятельности предприятия: перебои в материально-техническом снабжении, несвоевременная подача транспорта под отгрузку готовой продукции и др.

Концепция Ивашковского С.Н. имеет недостаток, заключающийся в том, что концепция не позволяет правильно и грамотно оценить сложившуюся ситуацию, положение предприятия на рынке, финансовое положение предприятия и следовательно не способствует принятию эффективного управленческого решения с целью увеличения прибыли, а также классификация факторов С.Н. Ивашковского, рассмотренная выше, не в полной мере показывает градацию факторов прибыли. Наиболее интересной в этом смысле является концепция И.А. Бланка¹², позволяющая дать системную классификацию факторов прибыли.

При этом факторы, влияющие на прибыль, классифицируются по разным признакам. Так, выделяют факторы внешние и внутренние (рис.1.1).

Многие экономисты выделяют две группы факторов, влияющих на прибыль:

1. Внешние факторы;
2. Внутренние факторы.

Внутренние факторы, в отличие от внешних, поддаются управленческому воздействию. В свою очередь внутренние факторы делят на две группы: основные и второстепенные. К основным внутренним факторам можно отнести:

- объем продаж. Увеличение объёма реализации продукции ведёт к росту прибыли. Это увеличение может достигаться с помощью капитальных вложений, например современное оборудование, новые технологии, расширение производства, а также посредством ускорения оборачиваемости оборотных средств;
- себестоимость продукции, которая оказывает прямое влияние на сумму прибыли. Себестоимость, как известно, занимает наибольший удельный вес,

¹² Бланк, И.А. Управление прибылью/ И.А. Бланк. - Киев: Ника Центр, Эльга, 2013. – 544 с.

поэтому даже не большое изменение заметно оказывают влияние на прибыль (рост себестоимости уменьшает прибыль, и наоборот. Поэтому предприятия постоянно пытаются найти резервы для увеличения прибыли через себестоимость, что часто негативно сказывается на качестве продукции;

- цена. Рост цены реализации продукции при прочих равных факторах приводит к быстрому увеличению прибыли, соответственно уменьшение цен приведёт к уменьшению прибыли;

- структура продукции. Структура продукции может оказать как положительное, так и отрицательное влияние на величину прибыли. Прибыль увеличивается, если в структуре реализации большую долю занимают товары с высокой рентабельностью, и наоборот, рост удельного веса низкорентабельной продукции в структуре реализации приведет к уменьшению общей прибыли.

Второстепенные факторы оказывают меньшее влияние, которое не всегда может быть заметно. Второстепенные факторы приобретают больший уровень значимости, когда резервы основных факторов исчерпаны.

К таким факторам можно отнести:

- ценовые нарушения (необоснованно высокие или низкие цены);
- нарушения условий труда, ведущие к штрафам и экономическим санкциям;
- снижение качества и др.

Внешние факторы не поддаются управленческому воздействию, но их нужно контролировать, чтобы своевременно предпринять адекватные управленческие решения, которые помогут избежать потерь в прибыли и не привести предприятие к банкротству. К внешним факторам относятся:

- социально-экономические условия;
- инфляция;
- изменение в законодательствах и нормативных документах;
- уровень цен на сырье;
- степень политической стабильности и т.д.

Таким образом, классификация предполагает деление факторов на внешние и внутренние, что представлено на рисунке 1.3.

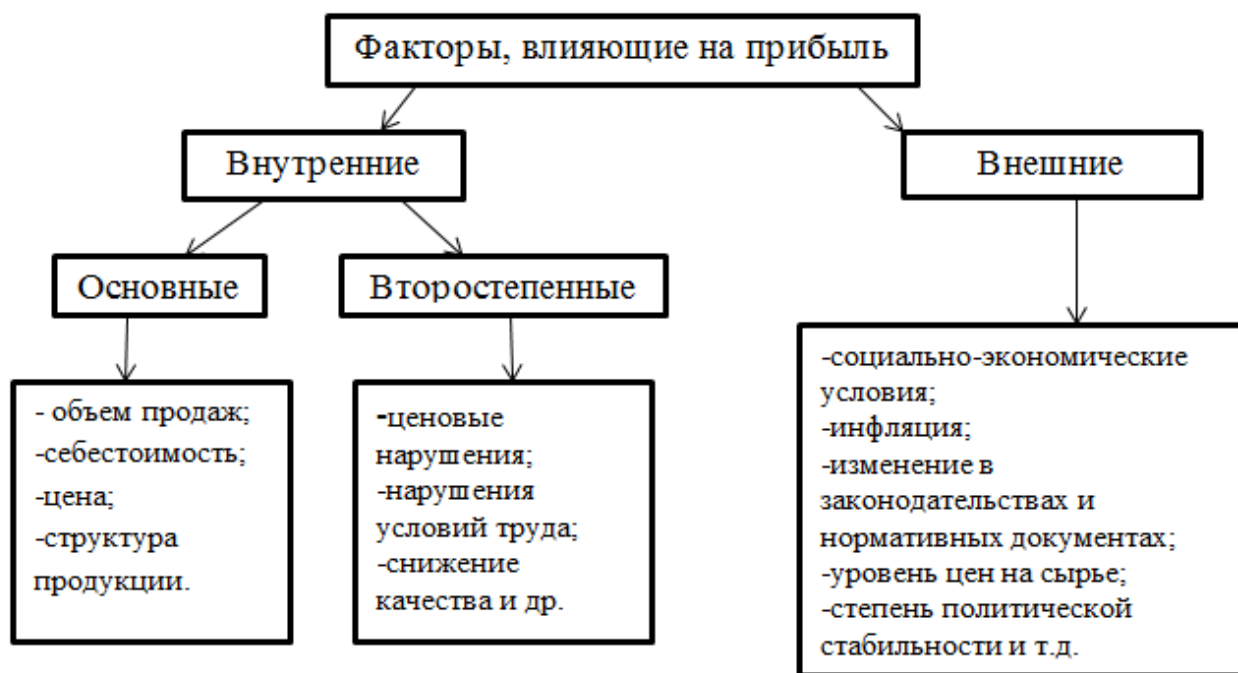


Рисунок 1.3 Факторы, влияющие на прибыль

В свою очередь внутренние факторы также делятся на две группы:

1. экстенсивные факторы;
2. интенсивные факторы.

К экстенсивным относятся факторы, которые отражают объем производственных ресурсов (например, изменение численности работников, стоимости основных фондов), их использования по времени (изменение продолжительности рабочего дня, коэффициента сменности оборудования и др.), а также непроизводительное использование ресурсов (затраты материалов на брак, потери из-за отходов).

К интенсивным относятся факторы, отражающие эффективность использования ресурсов или способствующих этому (например, повышение квалификации работников, производительности оборудования, внедрение прогрессивных технологий)¹³.

¹³ Никонов Д. А. Факторы, влияющие на формирование финансовых результатов деятельности предприятия / Д.А. Никонов, С.А. Тронин // Поиск (Волгоград). – 2015. - №2(2). – С. 36-39
1 Московская финансово-юридическая академия

Все вышеперечисленные факторы влияют на прибыль от продаж, поэтому необходимо постоянно анализировать влияние каждого фактора на прибыль и выявлять причины, по которым прибыль имеет тенденцию к снижению или росту. На основе полученных данных можно разрабатывать меры по усовершенствованию организации торговой деятельности и повышению эффективности работы организации.

1.3 Основы управления финансовыми результатами

Как известно, главной целью деятельности организаций по ГКРФ заключается в извлечении прибыли¹⁴. Положительный экономический эффект может быть выражен в виде абсолютного показателя – прибыль, или относительного показателя – рентабельность. Прибыль и рентабельность отражают эффективность процесса производства.

Под управлением финансовыми результатами предприятия понимают комплекс мероприятий по управлению кредитно-денежными отношениями предприятия, реализуемых в определенном порядке ответственной структурой для решения взаимосвязанных задач восстановления, укрепления и расширения финансов¹⁵.

Очевидно, что для получения положительного финансового результата организация стремится, во-первых, к повышению доходов, во вторых к снижению расходов. Соотношение этих задач путём построения «дерева целей» и выделения приоритетов должно определяться по результатам финансовой политики.

К конкретным задачам по улучшению финансового результата относятся:

– сокращение затрат;

¹⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 23.05.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.06.2018);

¹⁵ Юрко, Н. С. Управление финансовыми результатами хозяйственной деятельности организации / Н. С. Юрко, Е.А. Мамий // Кубанский государственный университет. – 2015. - №3 (3). С. 140-143

- оптимизация доходов;
- реструктуризация активов предприятия;
- обеспечение дополнительных доходов предприятия;
- совершенствование расчетов с контрагентами;
- совершенствование финансовых взаимоотношений с другими организациями.

Таким образом, можно определить основные объекты при управлении финансовыми результатами:

- регулирование финансовых результатов производственной деятельности (определение оптимальных вариантов формирования элементов себестоимости производства, распределения затрат, ценообразования, налогообложения);
- управление активами – деятельность, связанная с формированием имущества предприятия.

Управление финансовыми результатами предполагает выявление активов, которые не используются предприятием, финансовых вложений, не приносящих доход, не используемые основные средства, излишки материальных запасов. От таких материальных ценностей необходимо избавляться либо реализовывать, что обеспечит дополнительный приток денежных средств.

Одной из отличительных черт финансовых результатов предприятия, является то, что объем формирования прибыли в значительной степени зависит от суммы его налоговых платежей. За счет какого бы источника и на какой бы стадии хозяйственной деятельности предприятия они не осуществлялись, в конечном счете, они уменьшают размер прибыли, остающейся в его распоряжении. Поэтому каждым торговым предприятием должны, активно использоваться законные возможности минимизации налоговых платежей с тем, чтобы обеспечить увеличение размера чистой прибыли, а соответственно и темпов своего экономического развития.

Процесс формирования налоговой политики предприятия осуществляется по следующим этапам:

- выявление направлений хозяйственной деятельности предприятия, позволяющих минимизировать налоговые платежи за счет разных ставок

налогообложения;

- выявление возможностей уменьшения базы налогообложения предприятия за счет прямых налоговых льгот;

- расчет плановых сумм налоговых платежей в предстоящем периоде;

- оценка эффективности разработанной налоговой политики предприятия.¹⁶

Оптимизация финансовых результатов предприятия обеспечивается не только путем планирования важнейших показателей его деятельности, но и в процессе постоянного контроля за ходом реализации разработанных планов. Этот внутренний финансовый контроль на торговом предприятии базируется на построении системы мониторинга текущей финансовой деятельности.

Система мониторинга финансовых результатов представляет собой разработанный на торговом предприятии механизм осуществления постоянного наблюдения за важнейшими текущими результатами этой деятельности в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры потребительского и финансового рынков.

Построение системы мониторинга финансовых результатов предприятия охватывает следующие основные этапы.

1. Выбор для наблюдения целевых показателей финансовых результатов. В процессе такого выбора необходимо ориентироваться в первую очередь на целевые финансовые нормативы и систему показателей, характеризующих различные аспекты финансового состояния коммерческого предприятия.

2. Разработка системы обобщающих оценочных (аналитических) показателей, отражающих фактические финансовые результаты предприятия. Система показателей, за которыми осуществляется мониторинг, должна полностью интегрировать с наблюдаемыми направлениями финансовой деятельности, целевыми финансовыми нормативами и плановыми показателями, характеризующими различные аспекты финансового состояния торгового предприятия.

3. Установление размеров отклонений фактических финансовых результатов

¹⁶ Платонова, Н.А. Налоговое планирование на малых предприятиях: учеб. пособие / Н.А. Платонова, Т.В. Харитонова. М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012 224 с.

от предусмотренных. Размеры отклонений рассчитываются в абсолютных и относительных показателях. На каждом торговом предприятии должен быть определен критерий «критических отклонений», который может быть дифференцирован по периодам осуществления оценки.

4. Анализ основных причин, вызвавших отклонение фактических финансовых результатов от предусмотренных. В процессе такого анализа в первую очередь выделяются и рассматриваются те финансовые результаты торгового предприятия, по которым наблюдаются «критические отклонения» от целевых нормативов и показателей текущих и оперативных финансовых планов. По каждому «критическому отклонению» (а при необходимости и по менее значимым размерам отклонений наиболее важных показателей) должны быть выявлены вызвавшие их причины.

5. Определение системы действий при установленных отклонениях фактических финансовых результатов от предусмотренных. Принципиальная система действий менеджеров коммерческого предприятия в этом случае заключается в трех алгоритмах: а) «ничего не предпринимать» - эта форма реагирования предусматривается в тех случаях, когда размер отклонений значительно ниже установленного критического критерия; б) «устранить отклонение» - такая система действий предусматривает разработку мероприятий по обеспечению выполнения целевых, нормативных или плановых показателей; в) «изменить систему нормативных или плановых показателей» - такая система действий предпринимается в тех случаях, когда выполнение установленных нормативных или плановых показателей нереально.

6. Выявление резервов нормализации финансовых результатов и их повышения. Процедура поиска и реализации резервов связана с использованием алгоритма «устранить отклонение». При этом резервы рассматриваются в разрезе различных показателей финансовых результатов или отдельных финансовых операций торгового предприятия. В качестве одной из таких возможностей может быть рассмотрена целесообразность использования системы финансовых резервов.

В рамках управления финансовых результатов, как правило, используются приемы следующих видов анализа: горизонтальный анализ (динамика прибыли); вертикальный анализ (структура доходов и расходов); анализ коэффициентов (рентабельность); факторный анализ.

Исходя из главной цели, можно сформулировать основные подсистемы управления финансовыми результатами:

- обеспечение максимизации размера формируемой прибыли;
- обеспечение пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска;
- обеспечение высокого качества формируемой прибыли;
- обеспечение выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия;
- обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли;
- обеспечение постоянного возрастания рыночной стоимости предприятия.;
- обеспечение эффективности программ участия персонала в прибыли.

Все задачи управления финансовыми результатами взаимосвязаны, хотя отдельные из них и носят разнонаправленный характер. Поэтому в процессе управления прибылью отдельные задачи должны быть связаны между собой. Как и каждая управляющая система, управление прибылью реализует свою основную цель и главные задачи путем осуществления определенных функций. Функциональная направленность объектов управления финансовыми результатами по общепринятым стандартам выделяет два основных их вида:

- а) управление формированием прибыли;
- б) управление распределением и использованием прибыли

Эффективное управление прибылью предприятия обеспечивается реализацией принципов, которые представлены на рисунке 1.4.

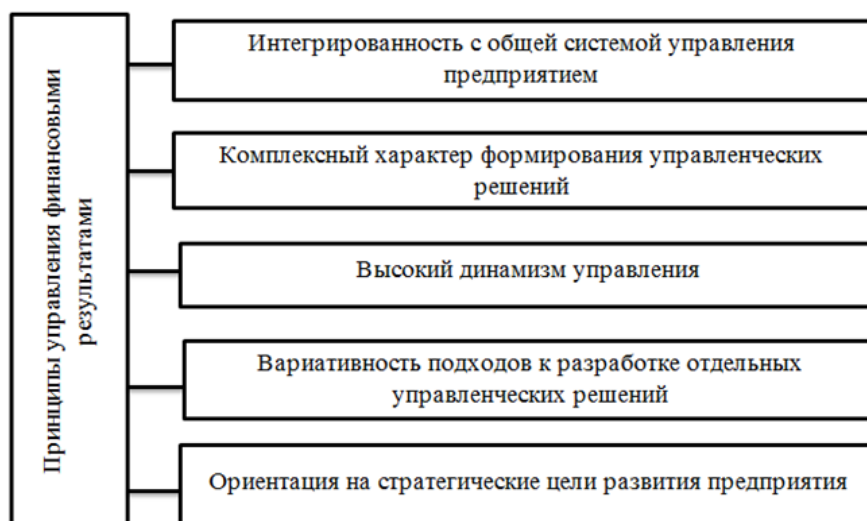


Рисунок 1.4 Принципы управления финансовыми результатами

Состав основных форм управления финансовыми результатами предприятия представлен на рисунке 1.5.

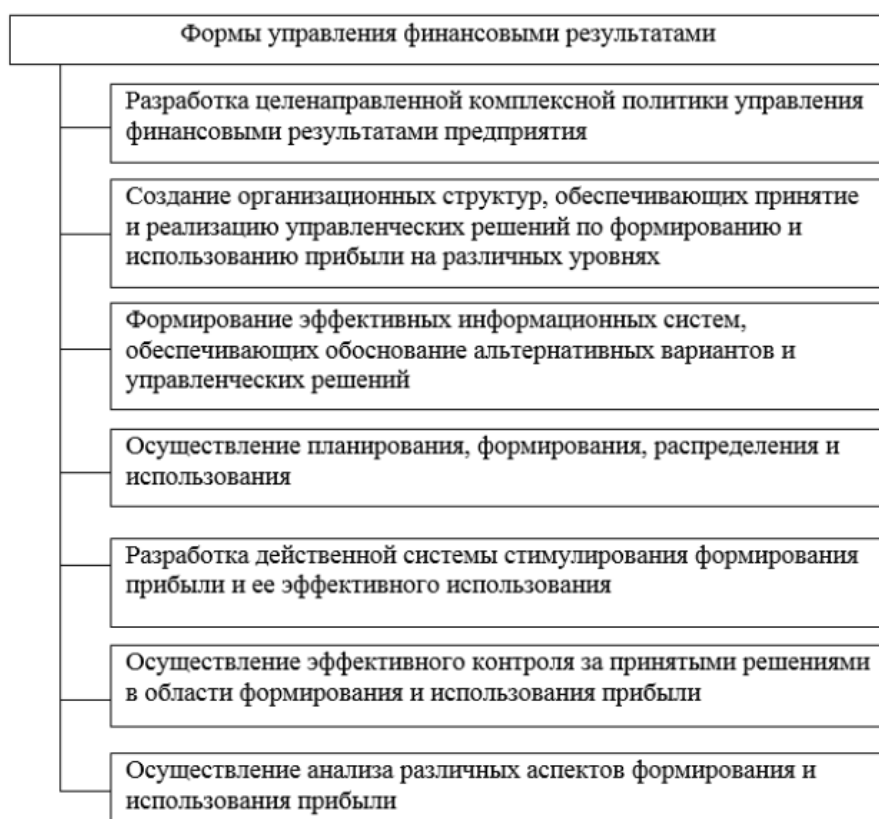


Рисунок 1.5 Состав основных форм управления финансовыми результатами предприятия

Управление финансовыми результатами предполагает:

1. Разработку комплексной стратегии управления прибылью предприятия. На этом этапе формируется система целей и целевых показателей формирования и использования прибыли на долгосрочный период; определяются приоритетные задачи, решаемые в ближайшей перспективе и разрабатывается система действий предприятия по основным направлениям развития его прибыли.

2. Создание организационных структур, обеспечивающих принятие и реализацию управленческих решений по формированию и использованию прибыли на различных уровнях.

3. Формирование эффективных информационных систем, обеспечивающих обоснование альтернативных вариантов управленческих решений.

4. Осуществление анализа различных аспектов формирования и использования прибыли

5. Осуществление планирования формирования, распределения и использования прибыли

6. Разработку действенной системы стимулирования формирования прибыли и ее эффективного использования

7. Осуществление эффективного контроля за реализацией принятых управленческих решений в области формирования и использования прибыли.

На основании проведенных теоретических исследований сущности, основных форм управления финансовыми результатами предприятия можно сделать вывод, что прибыль предприятия в полной мере поддается управленческим действиям, основанным на определенных принципах и научных подходах. Это еще раз подчеркивает, что для управления прибылью предприятия как экономическим объектом, который имеет большое значение для предприятия и призван выполнять стимулирующую функцию в его деятельности, необходимо применить действенные инструменты управления.

2. АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГЕНЕРАТОРЫ ЛЕДЯНОЙ ВОДЫ»

2.1 Экономическая характеристика ООО «Генераторы ледяной воды»

Компания ООО «Генераторы ледяной воды» основана в 1998г.

Полное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Генераторы ледяной воды», краткое наименование ООО «Генераторы ледяной воды»

Местонахождение: Алтайский край, г. Рубцовск, ул. Сельмашская, 02.

Уставный капитал компании – 10000 руб.

Основным видом деятельности является «Ремонт машин и оборудования», помимо этого компания занимается:

- производство машин и оборудования для производства пищевых продуктов, напитков и табачных изделий
- работы столярные и плотничные
- перевозка грузов специализированными автотранспортными средствами
- предоставление прочих персональных услуг, не включенных в другие группировки.

Компания зарегистрирована в Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы № 12 по Алтайскому Краю и применяет основную систему налогообложения.

Фирма имеет самостоятельный баланс, расчетный счет в банке, круглую печать со своим наименованием.

Фирма относится к категории малых предприятий, т.к. численность сотрудников не превышает 100 человек, а предельное значение дохода не превышает 800 млн. руб.

Компания "Генераторы ледяной воды" - многопрофильная компания. Производит: генераторы ледяной воды, технологическое оборудование (пастеризаторы, гомогенизаторы, сепараторы), молокоохладители, емкостное оборудование, модульные молочные заводы, модульные масло - сырзаводы, сыроварни, а также оборудование для производства пива.

Покупателями продукции ООО «Генераторы ледяной воды» являются не только компании Алтайского края. Оборудование поставляют по всей России, а также за рубеж, в такие страны как, Казахстан, Монголия, Киргизия, Белоруссия.

Вся продукция сертифицирована. Сертификаты ЕАС, действуют на всей территории Российской Федерации и за её пределами.

ООО «Генераторы ледяной воды» имеет филиалы в Москве, Новосибирске и Омске.

Стоит отметить, что предприятие участвует в государственных закупках. По данным портала государственных закупок РФ (на 26.05.2018 г.) ООО «Генераторы ледяной воды» являлось поставщиком в 27 государственных контрактах на сумму 89 210 922,42 руб.

Основным источником информации о деятельности предприятия являются баланс и отчет о финансовых результатах (Приложение 1, Приложение 2).

Для общей оценки финансово-хозяйственной деятельности ООО «Генераторы ледяной воды» используем основные показатели деятельности предприятия (Приложение 3).

Из данных Приложения 3 видно, что в 2016 году произошло уменьшение выручки от продаж на 58031 тыс. руб. или 23,49%. Вместе с уменьшением выручки в 2016 г. наблюдалось и сокращение себестоимости на 41242 тыс. руб. или 18,32%.

В 2017 году наблюдается рост выручки от продаж на 74590 тыс. руб. или 39,47%. При росте выручки наблюдается рост себестоимости продаж на 71887 тыс. руб. или 39,09%

Прибыль от продаж в 2016 году уменьшилась по сравнению с 2015 г. на 16789 тыс. руб (или на 18,32%). В 2017 году наблюдается рост прибыли от продаж на 2703 тыс. руб. (или 53,3%). Это обусловлено тем, что темпы роста выручки в 2017 г. были выше темпов роста расходов.

Рентабельность продаж в 2015 году составляла 8,85%, а в 2016 году снизилась до 2,68%, это обусловлено снижением прибыли . В 2017 году мы вновь наблюдаем рост рентабельности продаж до 2,95%.

На протяжении всего анализируемого периода наблюдается следующая динамика среднегодовой стоимости основных производственных фондов: так, если в 2015 году их стоимость составляла 4091 тыс. руб. , в 2016 году снизилась до 3815 тыс. руб., в 2017 она вновь возросла до 4868,5 или на 27,61% по сравнению с 2016 г.

Фондоотдача основных производственных фондов в 2015 году составляла 60,38 руб., а в 2016 году она снизилась до 49,54 руб., в связи с тем, стоимость фондов увеличивалась большими темпами, чем выручка. В 2017 году фондоотдача увеличилась до 54,14 руб. или на 9,29%.

В связи с нестабильным изменением роста продаж на протяжении всего анализируемого периода наблюдается спад, а затем рост среднегодовой стоимости оборотных активов: так, если в 2015 году их стоимость составляла 126751тыс. руб., то в 2016 году она уменьшилась на 25685 тыс. руб. или почти на 20%, в 2017 году она увеличилась на 5994,5 тыс. руб. или 5,93%.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов в 2015 году составил 1,95 оборота, в 2016 году произошло замедление оборачиваемости оборотных средств и коэффициент снизился на 0,08 и составил 1 87 оборота. В 2017 году произошло ускорение оборачиваемости оборотных средств, в результате чего коэффициент оборачиваемости увеличился до 2,08 оборотов.

Производительность труда в 2015 году составила 3632,65 тыс руб. на человек. В 2016 году этот показатель уменьшился за счёт снижения выручки на 58031 тыс. руб., а также за счёт увеличения среднесписочной численности работников на 6 человек. В 2017 году производительность труда увеличилась до 3294,74 тыс. руб.

что на 740,83 тыс. руб. больше чем в 2016 году. Увеличение показателя произошло за счёт увеличения выручки на 74590 тыс. руб.

Структура активов и пассивов в 2015 году представлена в Приложении 4. Из данных Приложения 4 видно, что в активах баланса наибольший удельный вес занимает статья «Дебиторская задолженность» (69,33%), в пассивах баланса наибольший удельный вес занимает «Кредиторская задолженность» (74%). Это не значительное превышение кредиторской задолженности над дебиторской не создает угрозу финансовой устойчивости предприятия.

В 2016 году по данным Приложения №5 структура активов и пассивов изменилась. В 2016 году наблюдается превышение дебиторской задолженности над кредиторской. Доля дебиторской задолженности составляла 72,69% в активах баланса, а кредиторской 63% в пассивах баланса.

В 2017 году в структуре баланса по данным Приложения 6 не наблюдается значительных изменений. Дебиторская задолженность также превышает кредиторскую,

В целом деятельность предприятия можно охарактеризовать положительно, предприятие развивается, происходит увеличение выручки от продаж в 2017 г., а также прибыли от продаж.

2.3 Анализ состава, структуры и динамики финансовых результатов

Анализа финансовых результатов начинается с динамики прибыли, который позволяет оценить рост (или спад) показателей прибыли, таких как валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистая прибыль, за анализируемый период, а также отметить положительные и негативные изменения в динамике финансовых результатов. Для анализа динамики финансовых результатов воспользуемся данными Отчета о финансовых результатах ООО «Генераторы ледяной воды» за 2015-2017 гг. и проведем горизонтальный анализ в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Горизонтальный анализ финансовых результатов за 2015-2017 гг.

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное изменение		Темп прироста	
				2016-2015	2017-2016	2016-2015	2017-2016
Выручка, тыс. руб.	247020	188989	263579	-58031	+74590	-23,49	39,47
Себестоимость продаж, тыс. руб.	(225160)	(183918)	(255805)	+41242	-71887	-18,32	28,10
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	21860	5071	7774	-16789	+2703	-76,8	53,3
Прочие доходы, тыс. руб.	-	8	-	+8	-8	-	-
Прочие расходы, тыс. руб.	(114)	(110)	0	+4	-110	-3,51	-100
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	21746	4969	7774	-17077	+2805	-77,15	56,45
Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	(5691)	(11)	(1555)	+5680	-1544	-99,81	14036,36
Изменение отложенных налоговых активов, тыс. руб.	2	-	-	-2	-	-100	-
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	16057	4958	6219	-11099	+1261	-69,12	25,43
Совокупный финансовый результат периода, тыс. руб.	16057	4958	6219	-11099	+1261	-69,12	25,43

Для наглядности рассмотрим график, отражающий основные показатели прибыли (Рисунок 2.1)

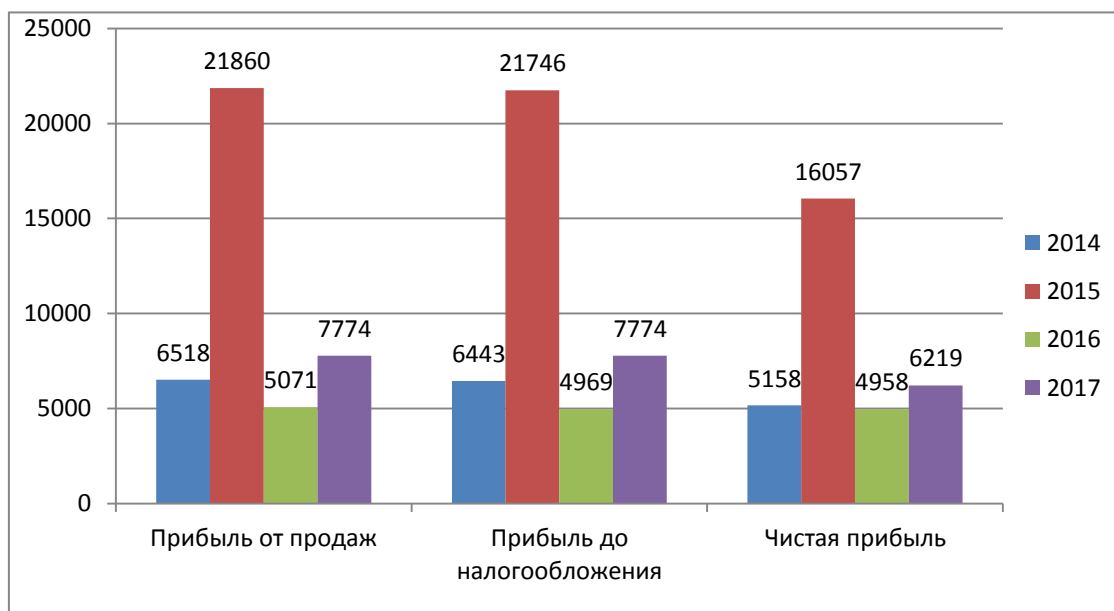


Рисунок 2.1 Динамика изменений показателей основных финансовых результатов

Выручка в 2015 г. составляла 247020 тыс. руб. В 2016 г. она уменьшилась до 188989 тыс. руб. или 23,49%, в 2017 году произошло увеличение выручки до 263579 тыс. руб. что на 74590 тыс. руб. (39,47%) больше чем в 2016 г.

Однако, стоит рассмотреть темп роста выручки в совокупности с темпом роста себестоимости: в 2017 году по сравнению с 2016-ым себестоимость выросла на 39,09%, в то время, как рост выручки составил 39,47%. В 2016 по сравнению с 2015 годом себестоимость уменьшилась на 41242 тыс. руб. (-18,32%), в то время, уменьшение выручки составило -58 031 тыс. руб. (-23,49%). Опережающий рост выручки в 2017 г по сравнению с себестоимостью привел к росту валовой прибыли: на 2 703 тыс. руб. (+53,3%).

Прибыль от продаж в 2015 г. составляла 21860 тыс. руб. В 2016 г. произошел спад, прибыль уменьшилась на 16789 тыс. руб. (на 76,8%) по сравнению с 2015 г.

В 2017 г. прибыль от продаж в увеличилась по сравнению с предыдущим периодом на 2703 тыс. руб. или на 53,3%. Данному увеличению способствовало также повышение выручки. Рост себестоимости оказал негативное влияние на прибыль от продаж.

Прибыль до налогообложения в 2015 г. составляла 21746 тыс. руб. В 2016 г. по сравнению с предыдущим годом она уменьшилась на 17077 тыс. руб. или на 77,15%. В 2017г. прибыль до налогообложения увеличилась до 7774 тыс. руб. Данное увеличение вызвано ростом прибыли от продаж.

Чистая прибыль в 2015 г. составляла 16057 тыс. руб. В 2016 г. произошло значительное уменьшение прибыли на 11099 тыс. руб. (69,12%). В 2017 г. чистая прибыль незначительно увеличилась на 1261 тыс. руб. (25,43%).

В 2015 отрицательно на чистую прибыль повлияла статья «Прочие расходы», которая составляла 114 тыс. руб. В 2016 г. прочие расходы сократились до 110 тыс. руб., но также отрицательно повлияли на чистую прибыль. Положительное влияние на чистую прибыль в 2016 году оказала статья «Прочие доходы», которая в 2016 году составила 8 тыс. руб.

В целом, можно сказать, что компания на сегодняшний день осуществляет успешно свою деятельность и получает прибыль в сумме 6,219 млн. руб.

Негативным моментом является увеличение себестоимости на 39,09%, что в сумме составляет 71,887 млн. руб.

Основную часть прибыли составляет прибыль от продаж. Поэтому далее проведем анализ прибыли от продаж, а также оценим структуру выручки от продаж, т.к. она включает в себя и себестоимость, и прибыль, а после этого проведем факторный анализ прибыли от реализации, чтобы определить влияние основных факторов на прибыль от продаж. Анализ прибыли от реализации представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Анализ структуры финансового результата за 2015-2017 гг.,%

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение в п.п.	
				2016-2015	2017-2016
Выручка	100	100	100	-	-
Себестоимость продаж	91,15	97,32	97,05	+6,17	-0,27
Прибыль (убыток) от продаж	8,85	2,68	2,95	-6,17	+0,27
Прочие доходы	-	0,004	-	+0,004	-0,004
Прочие расходы	0,05	0,06	-	+0,01	-0,06
Прибыль (убыток) до налогообложения	8,8	2,63	2,95	-6,17	+0,32
Текущий налог на прибыль	2,3	0,006	0,59	-2,294	+0,584
Чистая прибыль (убыток)	6,5	2,62	2,36	-3,188	-0,26

Из данных таблицы 2.2 видно, что основная доля в объеме выручки в 2015 г. принадлежит себестоимости и составляет 91,15%. Что касается доли прибыли от продаж в объеме выручки, то данное значение составляет в 2015 г. году 8,85% и является показателем рентабельности, т.к. рентабельность продаж определяется отношением прибыли от продаж к выручке от продаж. Таким образом, рентабельность продаж в отчетном году составила 2,95%. В 2016 году доля себестоимости в выручке от продаж увеличилась на 6,17% и составила 97,32%, доля прибыли от продаж уменьшилась на 6,17%. Рассмотренная динамика отрицательно повлияла на чистую прибыль. Доля чистой прибыли в выручке уменьшилась на 3,88% и составила 2,62% от величины выручки.

В 2017 г. основная доля в объеме выручки принадлежит себестоимости и составляет 97,05%. Доля прибыли от продаж в объеме выручки в 2017 году составляет 2,95% и является показателем рентабельности. Таким образом, рентабельность продаж в отчетном году составила 2,68%. Доля себестоимости в выручке в 2017 году уменьшилась на 0,27% и составила 97,05%. Это положительно повлияло на прибыль от продаж, а также на рентабельность продаж, что говорит о небольшом улучшении эффективности основной деятельности компании за этот период.

2.3 Факторный анализ прибыли

Основными факторами, влияющими на прибыль от продаж, являются объем реализации продукции, ее структура, себестоимость и цена.

Факторный анализ прибыли от продажи позволяет оценить резервы повышения эффективности деятельности предприятия и принять обоснованные управленческие решения.

Для проведения факторного анализа воспользуемся методикой А.Д. Шеремета и Р.С. Сайфуллина.

В таблице 2.3 представлены данные необходимые для дальнейшего расчета влияния факторов на изменение суммы прибыли от продажи продукции в 2015 г.

Таблица 2.3 – Данные для расчета влияния факторов на прибыль в 2015 г.

Показатель	2014 г. тыс. руб.	Фактические данные в базовом периоде, тыс. руб.	2015 г. тыс. руб.	Отклонение
Выручка от продаж	91775	218776	247020	+155245
Себестоимость	(85257)	(199416)	(225160)	-139903
Прибыль от продаж	6518	19361	21860	+15342

На основе данных представленных в таблице 2.3 рассчитаем влияние факторов:

1. $\Delta\Pi_{\Delta\Pi} = 247020 - 218776 = +28244$
2. $\Delta\Pi_{\Delta C/C} = -225160 - (-199416) = -25744$
3. $\Delta\Pi_{\Delta Q} = (K_1 - 1) \cdot 6518 = 15245,59$
 $K_1 = 199416 / 85257 = 2,339$
 $K_2 = 218776 / 91775 = 2,384$
4. $\Delta\Pi_{\Delta\text{Структура}} = (K_2 - K_1) \cdot 6518 = 293,31$
5. $\Delta\Pi_{\Delta\text{Структура затрат}} = 199416 - 85257 \cdot 2,384 = 199416 - 203252,69 = -3836,69$

Изменение прибыли в 2015 году по сравнению с 2014 годом под влиянием факторов представлено в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Влияние факторов на прибыль в 2015 г.

Факторы	Величина показателя
1. Изменение себестоимости продаж	-25744
2 Изменение цен на продукцию	+28244
3. Изменение объема продаж	+15245,59
4. Изменение структуры продаж	+293,31
5. Изменение структуры затрат	-3836,69
Итого	+15342

Из таблицы 2.4 видно что, общее увеличение прибыли в 2015 г. составило 15342 тыс. руб., в том числе за счет:

- увеличения цен на продукцию прибыль увеличилась на 28244 тыс. руб.;
- изменения объёма продаж прибыль увеличилась на 8727,59 тыс. руб.;
- изменения структуры продаж прибыль увеличилась на 292,22 тыс. руб.;
- изменения структуры затрат увеличение прибыли составило 33822,19.
- рост себестоимости в 2015 году реализованной продукции снизил прибыль на 55744 тыс. руб.;

На основании проведенного факторного анализа прибыли от продаж продукции ООО «Генераторы ледяной воды» можно сделать вывод о том, что увеличение прибыли на 15342 тыс. руб. в 2015 году по сравнению с 2014 г. годом произошло за счет роста цен на продукцию, изменения структуры продукции, а

также за счет влияния объема продаж. Увеличения себестоимости выпускаемой продукции отрицательно сказались на прибыли предприятия.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что основным резервом роста прибыли для ООО «Генераторы ледяной воды» является снижение себестоимости выпускаемой продукции.

Проведем факторный анализ прибыли за 2016 г. в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Данные для расчета влияния факторов на прибыль в 2016 г.

Показатель	2014 г. тыс. руб.	Фактические данные в базовом периоде, тыс. руб.	2015 г. тыс. руб.	Отклонение
Выручка от продаж	247020	179341	188989	-58031
Себестоимость	(225160)	(174529)	(183918)	+41242
Прибыль от продаж	21860	4811	5071	-16789

Аналогичным способом рассчитаем влияние факторов за 2016 г. в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Влияние факторов на прибыль в 2016 г.

Факторы	Величина показателя
1. Изменение себестоимости продаж	-9389
2 Изменение цен на продукцию	+9648
3. Изменение объема продаж	+16944,41
4. Изменение структуры продаж	-1073,65
5. Изменение структуры затрат	-32918,76
Итого	-16789

Из проведенного анализа, представленного в таблице 2.6 видно, что общее снижение прибыли на 16789 тыс. руб. произошло за счёт:

- за счет увеличения себестоимости реализованной продукции прибыль уменьшилась на 9389 тыс. руб.
- за счет изменения цен на продукцию прибыль увеличилась на 9648 тыс. руб.;
- изменение объёма продаж положительно повлияло на прибыль, изменение прибыли составило 16944,41 тыс. руб.;
- за счет изменения структуры продаж прибыль снизилась на 1073,65 тыс. руб.;

- изменение структуры затрат имело наибольшее влияние на прибыль, за счет изменения этого фактора прибыль уменьшилась на 32918,76 тыс. руб.

На основании проведенного факторного анализа прибыли от продаж продукции ООО «Генераторы ледяной воды» можно сделать вывод о том, что снижение прибыли на 16789 тыс. руб. в 2016 году по сравнению с 2015 годом произошло за счет роста себестоимости, изменения в структуре продаж, а также изменения структуры затрат. Увеличение цен на продукцию, изменения в объеме продаж положительно сказались на прибыли предприятия.

Проведем факторный анализ прибыли за 2017 г. в таблице 2.7.

Таблица 2.7 - Данные для расчета влияния факторов на прибыль в 2017 г.

Показатель	2014 г. тыс. руб.	Фактические данные в базовом периоде, тыс. руб.	2015 г. тыс. руб.	Отклонение
Выручка от продаж	188989	257151	263579	+74590
Себестоимость	(183918)	(249567)	(255805)	-71887
Прибыль от продаж	5071	7585	7774	+2703

Рассчитаем аналогично факторное влияние на прибыль в 2017 году в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Факторное влияние на прибыль в 2017 году.

Факторы	Величина показателя
1. Изменение себестоимости продаж	-6240
2 Изменение цен на продукцию	+6429
3. Изменение объема продаж	+1809
4. Изменение структуры продаж	+19,06
5. Изменение структуры затрат	+685
Итого	+2703

Прибыль в 2017 году увеличилась на 2703 тыс. руб. за счет влияния на нее таких факторов, как:

- за счет себестоимости реализованной продукции уменьшение прибыли составило 9389 тыс. руб.;
- за счет цен на продукцию прибыль увеличилась на 9648 тыс. руб.;

- за счет изменения объема продаж изменение прибыли составило +16944,41 тыс. руб.;
- отрицательно повлияло изменение структуры продаж, уменьшение прибыли за счёт этого фактора составило -1073,65 тыс. руб.;
- за счёт изменения структуры затрат прибыль уменьшилась на 32918,76 тыс. руб.

Увеличение прибыли в 2017 г. году по сравнению с 2016 годом произошло за счет цен на продукцию и за счёт изменения объема продаж. Увеличение себестоимости, изменения в структуре продукции отрицательно сказались на прибыли предприятия.

На основании проведенного анализа за три года можно сделать вывод, что основное отрицательное влияние на прибыль оказывала себестоимость. Поэтому одним из основных направлений улучшения прибыли, должна быть оптимизация себестоимости.

2.4 Анализ рентабельности ООО «Генераторы ледяной воды»

Прибыль и рентабельность тесно взаимосвязаны, но не идентичны с точки зрения их аналитических возможностей. Рентабельность – синтетический показатель, отражающий многие стороны деятельности организаций за определенный период, и показывает, сколько копеек прибыли содержит каждый рубль выручки.

Анализ прибыли и рентабельности предприятия позволяет выявить большое число тенденций развития, призван указать руководству предприятия пути дальнейшего успешного развития, указывает на ошибки в хозяйственной деятельности, а также позволяет выявить резервы роста прибыли, что в конечном счете позволяет предприятию более успешно осуществлять свою деятельность.

В таблице 2.9 представлены показатели рентабельности деятельности предприятия за 2015-2017 гг.

Приведенные данные в таблице 2.9 показывают, что эффективность использования всего имущества компании уменьшилась на 0,01%. Об этом говорит рентабельность активов, в 2017 году она составила 4,72%.

Таблица 2.9 – Динамика показателей рентабельности за 2015-2017г.

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение	
				2016-2015	2017-2016
1. Средняя величина активов, тыс. руб.	111155,5	104892,5	131649	-6263,5	+26756,5
2. Средняя величина оборотных активов, тыс. руб.	107060,5	101066	126751	-5994,5	+25685
3. Средняя величина собственного капитала, тыс. руб.	13238	32286	50611	+19048	+18325
4. Средняя величина заемного капитала, тыс. руб.	97917,5	72601,5	81038	-25316	+8436,5
5. Выручка от продаж, тыс. руб.	247020	188989	263579	-58031	+74590
6. Затраты организации, тыс. руб.	(225160)	(183918)	(255805)	+41242	-71877
7. Прибыль от продаж, тыс. руб.	21860	5071	7774	-16789	+2703
8. Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	21746	4969	7774	-16777	+2805
9. Чистая прибыль, тыс. руб.	16057	4958	6219	-11099	+1261
10. Рентабельность продаж, %	8,85	2,68	2,95	-6,17	+0,27
11. Рентабельность затрат, %	9,66	2,7	3,04	-6,96	+0,34
12. Рентабельность активов, %	14,45	4,73	4,72	-9,72	-0,01
13. Рентабельность оборотных активов, %	20,42	5,02	6,13	-15,4	+1,11
14. Рентабельность собственного капитала	121,29	15,37	12,29	-105,92	-3,08
15. Рентабельность заемного капитала	16,4	6,83	7,67	-9,57	+0,84

Из таблицы 2.9 можно сделать следующие выводы:

Рентабельность продаж увеличилась по сравнению с предыдущими годами, в 2017 году она составила 2,95%, что на 0,27% больше чем в 2016 году. Увеличение рентабельности продаж говорит о том, что в составе выручки компании увеличилась удельная доля прибыли.

Рентабельность оборотных активов в 2017 году увеличилась на 1,11%, благоприятно характеризует деятельность предприятия и свидетельствует об увеличении отдачи от оборотных активов.

Важным показателем рентабельности предприятия является рентабельность собственного капитала, которая характеризует эффективность использования собственного капитала. Рентабельность собственного капитала ООО «Генераторы ледяной воды» составляет 12,29%, данный показатель в 2017 году имеет тенденцию понижения, в 2016 г. этот показатель равен 15,37%. Это означает, что в 2017 г. Эффективность использования собственного капитала снизилась.

Проведем, факторный анализ основных показателей рентабельности:

- рентабельность продаж;
- рентабельность оборотных активов;
- рентабельность собственного капитала.

Факторная модель рентабельности от продаж представлена следующим образом:

$$R_{\Pi} = \frac{V-C}{V} * 100\% = \frac{\Pi_{\Pi}}{V} * 100\% \quad (2.1)$$

где: R_{Π} — рентабельность продаж;

V — объем продаж;

C — себестоимость продукции;

Π_{Π} — прибыль от продаж.

Факторный анализ рентабельности продаж проведем методом цепных подстановок, расчеты данного анализа приведены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 - Факторный анализ рентабельности продаж за 2015 г.

Показатель	Условие расчета		Прибыль от продаж тыс. руб.	Рентабельность продаж, %	Влияние фактора, %
	Выручка, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.			
2014	91775	(85257)	6518	7,1	-
Подстановка 1	247020	(85257)	161763	65,49	+58,39
2015	247020	(225160)	21860	8,85	-56,64
Итого					+1,75

Данные таблицы 2.10 показывают, что все факторы оказали разное влияние. В 2015 г. году анализируемый показатель составил 8,85%. Увеличение рентабельности вызвано ростом себестоимости, данное увеличение составило 58,39%. Отрицательное влияние на рентабельность вызвано изменением объема продаж.

Проведем факторный анализ рентабельности продаж за 2016 г. в таблице 2.11.

Таблица 2.11 - Факторный анализ рентабельности продаж за 2016 г.

Показатель	Условие расчета		Прибыль от продаж, тыс. руб.	Рентабельность продаж, %	Влияние фактора, %
	Выручка, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.			
2015	247020	(225160)	21860	8,85	-
Подстановка 1	188989	(225160)	-36171	-19,14	-27,99
2016	188989	(183918)	5071	2,68	+21,82
Итого					-6,17

В 2016 г. году рентабельность продаж по данным таблицы 2.11 составила 2,68%. Уменьшение показателя рентабельности вызвано уменьшением себестоимости, данное изменение составило 27,99%. Положительное влияние на рентабельность вызвано изменением объема продаж.

В таблице 2.12 представлен факторный анализ рентабельности продаж за 2017 г.

Таблица 2.12 - Факторный анализ рентабельности продаж за 2017 г.

Показатель	Условие расчета		Прибыль от продаж, тыс. руб.	Рентабельность продаж	Влияние фактора
	Выручка, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.			
2016 г.	188989	(183918)	5071	2,68	-
Подстановка 1	188989	(255805)(	-66816	-35,35	-38,03
2017 г.	263579	(255805)	7774	2,95	+38,3
Итого					+0,27

Данные таблицы 2.12 показывают, что все факторы оказали разное влияние. В отчетном году анализируемый показатель составил 2,95 %. Увеличение рентабельности вызвано ростом объема продаж, данное увеличение составило 38,3%. Отрицательное влияние на рентабельность вызвано тем, наблюдается рост себестоимости продукции. Рекомендуется в дальнейшем отслеживать их динамику и соотношение темпа роста выручки с темпами роста себестоимости.

Методика цепных подстановок при анализе рентабельности продаж является наиболее распространенных, в силу того, что она доступна для внешних пользователей, так как информационной базой служит отчет о финансовых результатах.

Анализ рентабельности активов на основе двухфакторной модели позволяет дать оценку влияния рентабельности продаж и оборачиваемости активов на эффективность деятельности предприятия. Факторный анализ изменения рентабельности активов, проводимый с помощью двухфакторной модели, служит основанием для принятия управленческих решений.

Для расчета влияния факторов на показатель рентабельности оборотных активов использовалась следующая факторная модель:

$$R_{OA} = \frac{\Pi}{OA} * \frac{OA}{B} = x * y \quad (2.2)$$

где, Π -прибыль от продаж;

OA-среднегодовые остатки оборотных активов;

B-выручка

Рассчитаем факторное влияние на рентабельность оборотных активов в 2015 г. в таблице 2.13.

Таблица 2.13 - Расчет влияния факторов на изменение рентабельности оборотных активов в 2015 г.

Показатель	2014 г.	2015 г.	Изменение
1. Среднегодовые остатки оборотных активов, тыс. руб.	89739	107061	+17322
2. Выручка от продаж, тыс. руб.	(91775)	(247020)	+155245
3. Прибыль от продаж, тыс. руб.	6518	21860	+15342
4. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	1,02	2,31	+1,29
5. Рентабельность продаж, %	7,1	8,85	+1,75
6. Прирост (уменьшение) рентабельности оборотных активов – всего, %			+13,198
а) рентабельность продаж,			+11,403
б) коэффициент оборачиваемости оборотных активов			+1,795

Из таблицы 2.13 можно сделать вывод, что рентабельность оборотных активов выросла на 13,198%. Это произошло по следующим причинам:

- 1) в связи с ростом рентабельности продаж на 1,75%. рентабельность оборотных активов увеличилась на 11,403%;
- 2) в результате увеличения коэффициента оборачиваемости оборотных активов на 1,29% рентабельность оборотных активов увеличилась на 1,795%.

Проведем факторный анализ рентабельности оборотных активов в 2016 году в таблице 2.14.

Таблица 2.14 - Расчет влияния факторов на изменение рентабельности оборотных активов в 2016 г.

Показатель	2015 г.	2016 г.	Изменение
1. Среднегодовые остатки оборотных активов, тыс. руб.	107061	101066	-5995
2. Выручка от продаж, тыс. руб.	247020	188989	-58031
3. Прибыль от продаж, тыс. руб.	21860	5071	-16789
4. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	2,31	1,87	-0,44
5. Рентабельность продаж, %	8,85	2,68	-6,17
6. Прирост (уменьшение) рентабельности оборотных активов – всего, %			5,012
а) рентабельность продаж,			-14,25
б) коэффициент оборачиваемости оборотных активов			-1,18

Рентабельность оборотных активов уменьшилась до 5,012% по следующим причинам:

- 1) в связи уменьшением рентабельности продаж на 6,17%. рентабельность оборотных активов увеличилась на 11,403%;
- 2) в результате уменьшения коэффициента оборачиваемости оборотных активов на 0,44% рентабельность оборотных уменьшилась до 5,12%.

В 2016 году рентабельность оборотных активов имеет отрицательную динамику. Рассмотрим влияние факторов на рентабельность оборотных активов в 2017 году в таблице 2.15.

Таблица 2.15 - Расчет влияния факторов на изменение рентабельности оборотных активов в 2017 г.

Показатель	2016 г.	2017 г.	Изменение
1. Среднегодовые остатки оборотных активов, тыс. руб.	101066	126751	+25685
2. Выручка от продаж, тыс. руб.	188989	263579	+74590
3. Прибыль от продаж, тыс. руб.	5071	7774	+2703
4. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	1,87	2,08	+0,21
5. Рентабельность продаж, %	2,68	2,95	+0,27

Продолжение таблицы 2.15

6. Прирост рентабельности оборотных активов – всего, %			1,12
а) рентабельность продаж,			0,562
б) коэффициент оборачиваемости оборотных активов			0,562

Из данных таблицы 2.15 следует, что рентабельность оборотных активов выросла на 1,12%, что произошло по следующим причинам:

- 1) в связи с ростом рентабельности продаж на 0,27%. рентабельность оборотных активов увеличилась на 0,562%;
- 2) в результате увеличения коэффициента оборачиваемости оборотных активов на 0,21% рентабельность оборотных активов увеличилась на 0,562%.

По результатам расчета было установлено, что рентабельность оборотных активов за весь период положительная, а в 2017 году имеет тенденцию к увеличению, то можно с уверенностью заключить, что активы используются достаточно эффективно и предприятие извлекает прибыль. Соответственно, чем выше показатель, тем выше и эффективность.

Следующим основным показателем рентабельности является рентабельность собственного капитала. Рассчитаем данный показатель, используя формулу рентабельности собственного капитала:

$$R_{СК} = \frac{\Pi}{СК} = \frac{\Pi}{В} * \frac{В}{ЗК} * \frac{ЗК}{СК} \quad (2.3)$$

где, СК-среднегодовые остатки собственного капитала;

ЗК – среднегодовые заемного капитала.

Таблица 2.16 - Расчёт влияния факторов на изменение рентабельности собственного капитала ООО «Генераторы ледяной воды» за 2015 г.

Показатели	2014 г.	2015 г.	Изменение
1. Чистая прибыль, тыс. руб.	5158	16057	+10899
2. Среднегодовые остатки собственного капитала, тыс. руб.	3112	13238	+10126

Продолжение таблицы 2.16

3. Среднегодовые остатки заемного капитала, тыс. руб.	90623	97917,5	+7294,5
4. Выручка от продаж, тыс. руб.	91775	247020	+155245
5. Рентабельность продаж, %	7,1	8,85	+1,75
6. Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	1,01	2,52	+1,51
7. Коэффициент финансового рычага (левириджа)	29,12	7,4	-21,72
8. Рентабельность собственного капитала, %	1,66	1,21	-0,45
9. Влияние на изменение рентабельности собственного капитала факторов – всего, %			-43,79
а) рентабельность продаж, %(х);			+51,47
б) коэффициента оборачиваемости заемного капитала (у);			+389,14
в) коэффициента финансового рычага (левириджа) (z)			-484,4

По результатам анализа в таблице 2.16 рентабельности за 2015 г. собственного капитала можно сказать, что рентабельность в отчетном году уменьшилась по сравнению с 2014 г. и составила 165,03%. Уменьшение рентабельности в отчетном году произошло в результате уменьшения коэффициента финансового левириджа на 21,72%. Остальные показатели положительно повлияли на рентабельность СК.

Рассчитаем влияние факторов на рентабельность собственного капитала в таблице 2.17

Таблица 2.17 - Расчёт влияния факторов на изменение рентабельности собственного капитала ООО «Генераторы ледяной воды» за 2016 г.

Показатели	2015 г.	2016 г.	Изменение
1. Чистая прибыль, тыс. руб.	16057	4958	-11099
2. Среднегодовые остатки собственного капитала, тыс. руб.	13238	32291	+19053
3. Среднегодовые остатки заемного капитала, тыс. руб.	97917,5	72601,5	-25316
4. Выручка от продаж, тыс. руб.	247020	188989	-58031

Продолжение таблицы 2.17

5. Рентабельность продаж, %	8,85	2,68	-6,17
6. Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	2,52	2,603	+0,083
8. Рентабельность собственного капитала, %	1,21	0,154	-1,056
9. Влияние на изменение рентабельности собственного капитала факторов – всего, %			-149,35
а) рентабельность продаж, %(х);			-115,05
б) коэффициента оборачиваемости заемного капитала (у);			+1,64
в) коэффициента финансового рычага (левириджа) (z)			-35,94
7. Коэффициент финансового рычага (левириджа)	7,4	2,248	-5,152

По данным таблицы 2.17 рентабельность собственного капитала в 2016 г. составила 15,68%, это на 149,35% меньше чем в 2015 г. Рентабельность собственного капитала уменьшилась

- в связи с уменьшением рентабельности продаж на 6,17%. рентабельность собственного капитала снизилась на 115,05%;

- в результате уменьшения коэффициента финансового рычага (левириджа) на 5,152% рентабельность собственного капитала уменьшилась на 35,94%.

Увеличение коэффициента оборачиваемости заемного капитала положительно повлияло на рентабельность собственного капитала. Так, увеличение коэффициента оборачиваемости заемного капитала на 0,083% повлекло увеличение рентабельности собственного капитала увеличилась на 1,64%

Таблица 2.18 - Расчёт влияния факторов на изменение рентабельности собственного капитала ООО «Генераторы ледяной воды» за 2017 г.

Показатели	2016 г.	2017 г.	Изменение
1. Чистая прибыль, тыс. руб.	4958	6219	
2. Среднегодовые остатки собственного капитала, тыс. руб.	32291	50611	+18320
3. Среднегодовые остатки заемного капитала, тыс.руб.	72601.5	81038	+8436.5

Продолжение таблицы 2.18

4. Выручка от продаж, тыс. руб.	188989	263579	+74590
5. Рентабельность продаж, %	2,68	2,95	+0,27
6. Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	2,603	3,253	+0,65
7. Коэффициент финансового рычага (левириджа)	2,248	1,601	-0,647
8. Рентабельность собственного капитала, %	0,154	0,123	-0,031
9. Влияние на изменение рентабельности собственного капитала факторов – всего, %			-0,318
а) рентабельность продаж, %(х);			
б) коэффициента оборачиваемости заемного капитала (у);			-4,516
в) коэффициента финансового рычага (левириджа) (z)			+2,789
			+1,406

По результатам анализа рентабельности собственного капитала, проведенного в таблице 2.18 можно сделать вывод, что рентабельность в отчетном году уменьшилась по сравнению с предыдущим годом на 0,318% и составила 15,364%. Уменьшение рентабельности в отчетном году произошло в результате уменьшения коэффициента финансового рычага (левириджа) на -0,647. Остальные показатели положительно повлияли на рентабельность собственного капитала.

После проведенного анализа всех основных показателей рентабельности для наглядности построим гистограмму, отражающую динамику данных показателей.

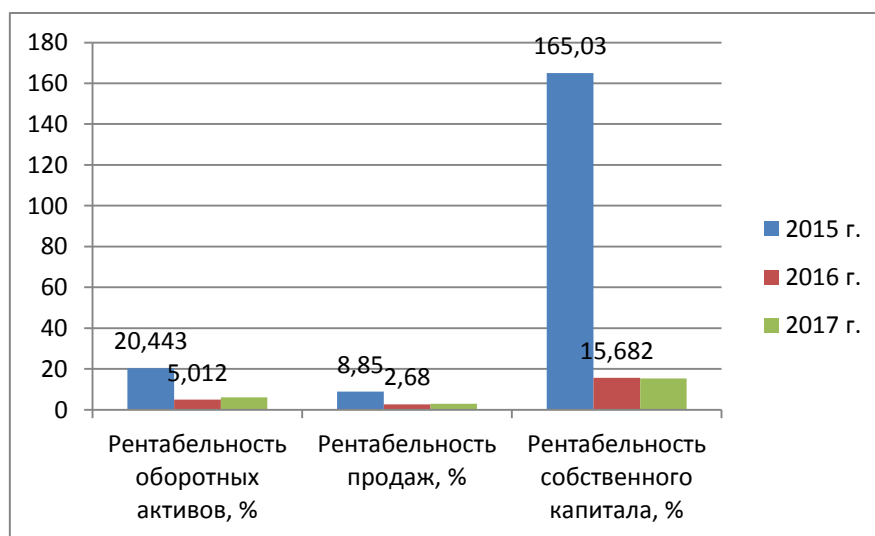


Рисунок 2.2 Динамика основных показателей рентабельности за 2015-2017 г.

Таким образом, по графику видно, что в отчетном периоде увеличились показатели рентабельности оборотных активов и рентабельность продаж, рентабельность собственного капитала снизилась по сравнению с предыдущим годом. По результатам проведенного анализа было выявлено, что негативное влияние на многие показатели оказало значительное повышение себестоимости.

3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ

По данным проведенного анализа можно сделать следующий вывод: несмотря на рост в динамике всех показателей прибыли ООО «Генераторы ледяной воды» в 2017 году, наблюдается спад деловой активности к 2016 г., который выражается в снижении темпов прироста по всем показателям.

Изложенное свидетельствует о необходимости разработки комплекса мероприятий по повышению финансовых результатов деятельности ООО «Генераторы ледяной воды». В частности, следует уделить внимание поиску резервов увеличения суммы прибыли на предприятии.

Сумма резерва роста прибыли за счет увеличения объема выручки с сохранением величины себестоимости рассчитывается по формуле:

Если прибыль рассчитана на 1 руб. товарной продукции, сумма резерва ее роста за счет увеличения объема реализации определяется по формуле:

$$P_{(v)}^{\Pi} = PV \frac{\Pi}{V} \quad (3.1)$$

где PV - возможное увеличение объема реализованной продукции, руб.

Π - фактическая прибыль от продаж, руб.;

V - фактический объем реализованной продукции, руб.

Основные конкуренты ООО «Генераторы ледяной воды» являются компании, находящиеся в Европейской части России, такие как:

1. Макон (Москва)
2. Колокс (Москва)
3. Сельхозагролидер (Краснодар)
4. Осень (Новосибирск)

Проанализировав, данные основных конкурентов, выпускающих аналогичную продукцию, было выявлено, что цены ООО «Генераторы ледяной воды» ниже цен конкурентов в среднем на 6%, поэтому вполне допустимой является стратегия доведения цен до среднерыночных.

Рассчитаем резерв увеличения прибыли за счет увеличения цен на продукцию на 5% по формуле (3.1).

Имеем:

$$PV = 263579 \text{ тыс. руб.} * 1,05 = 276\,757,95 \text{ тыс. руб.};$$

$$\Pi = 7774 \text{ тыс. руб.};$$

$$V = 263579 \text{ тыс. руб.};$$

$$P_{(V)}^{\Pi} = 276\,757,95 * \frac{7774}{263579} = 8162,7$$

Таким образом, увеличив выручку от продаж на 5% за счет роста цен, ООО «Генераторы ледяной воды» увеличит свою прибыль на 8162,7 тыс. руб. при условии сохранения физического объема выпуска продукции.

Компания ООО «Генераторы ледяной воды» имеет три филиала в таких городах, как Новосибирск, Омск, Москва.

Одной из основных направлений деятельности Московского филиала ООО «Генераторы ледяной воды» является проведение курсов сыроваров, который длится 7 дней. Стоимость обучения 78000 рублей.

Рассмотрим, какую долю в общей выручке занимает выручка от обучения мастерству сыроваров на рисунке 3.1



Рисунок 3.1 Структура выручки по видам продукции в 2017 г.

По данным рисунка 3.1 видно, что выручка от проведения курсов сыроваров в 2017 году составляет 1,3% от общей выручки.

В среднем за месяц компания обучает 3 человека. Рассмотрим, как изменится выручка компании при привлечении людей с помощью рекламы в интернете, а также в журнале «Мясная молочная индустрия», который выходит 4 раза в год.

Таблица 3.1 - Расходы на проведение курсов сыроваров за год.

Статьи затрат	Сумма
Контекстная реклама Яндекс Директ	40 тыс. руб./мес.
Контекстная реклама GoogleAdWords (тариф 8 тыс. в неделю) В тариф входит: до 1000 запросов, до 500 объявлений, до 15 кампаний.	32 тыс. руб./мес.
Реклама в газете «Мясная молочная индустрия»	4*17000 тыс. руб. = 68 тыс. /год
Зарплата трем преподавателям по обучению технологии сыроварения в год	1800 тыс. руб. / год (100 тыс. мес. на одного работника)
Расходы на материалы	500 тыс. руб. год
Итого в год	480 тыс. руб. + 384 тыс. руб + 1800 тыс. руб. + 500 тыс. + 68 = 3232 тыс. руб.

Допустим, что в месяц привлечем дополнительно 5 человек. Выручка в месяц составит:

$$8 \text{ чел.} * 78 \text{ тыс.} = 624 \text{ тыс. руб./ мес.}$$

Выручка в год от проведения курсов составит:

$$624 \text{ тыс. руб.} * 12 \text{ мес.} = 7488 \text{ тыс. руб.}$$

Прибыль от проведения курсов составит:

$$7488 \text{ тыс. руб.} - 3232 \text{ тыс. руб.} = 4256 \text{ тыс. руб.}$$

В таблице 5 представлена экономическая эффективность от предложенного мероприятия.

Таблица 3.2 – Экономическая эффективность от увеличения количества обучающихся

Показатели	Значение
Выручка, тыс. руб.	7488
Себестоимость в т. ч.:	3232
Контекстная реклама Яндекс Директ, тыс. руб.	40
Контекстная реклама GoogleAdWords (тариф 8 тыс. в неделю) В тариф входит: до 1000 запросов, до 500 объявлений, до 15 кампаний.	32
Реклама в газете «Мясная молочная индустрия», тыс. руб.	68
Зарплата трем преподавателям по обучению технологии сыроварения в год	1800 тыс. руб. / год (100 тыс. мес. на одного работника)
Расходы на материалы	500
Прибыль, тыс. руб.	4256
Рентабельность, %	0,59

Из таблицы 3.2 видно что, увеличив расходы на рекламу до 894 тыс. руб. получим прибыль в размере 4256 тыс. руб.

Следующим направлением увеличения прибыли является производство нового для предприятия вида продукции.

Так как предприятие изготавливает модульные масло-сырзаводы, поэтому одним из приоритетных направлений деятельности для повышения прибыли является создание новой линии продукции – модульные дома.

Стоимость одного стандартного дома, площадью 45 кв.м. составляет 890000 тыс. руб.

Особенности конструкции:

- быстрый ввод в эксплуатацию (монтаж с обшивкой составляет не более 2 недель);
- отопление производится с помощью теплового насоса (каждый 1 КВт/час электрической энергии перекачивает из земли 4,5 КВт/час тепла) ;
- стены изготовлены из экструдированного сэндвича, толщиной 120 мм (по тепловой эффективности эквивалентно 8,5 метров кирпичной кладки);
- вместо фундамента установлены винтовые сваи, между зданием и землей воздушная подушка 800 мм), сваи не трескаются и на них не действуют грунтовые воды;
- отопление в комнатах производится с помощью теплого пола;
- стоимость строительства коттеджа не слишком высока, поэтому по приемлемой цене вы сможете получить комфортное и презентабельное жилище;

Рассчитаем, какой доход будет получен, если в год будет продано 4 модульных дома, площадью 45 кв.м. и стоимостью 890000 рублей.

$$890000 \cdot 4 = 3\,560\,000 \text{ руб.}$$

Рассчитаем расходы на создание модульного дома в таблице 3.2.

Таблица 3.3 – Расходы на новый вид продукции – модульный дом, руб.

Статьи затрат	1 дом	4 дома	Итого расход на 4 дома
Проектирование и подготовка документов	10000		40000
Расходы на материалы	500000		2000000
Зарплата сдельным рабочим за один дом (3 чел.)	75000		300000
Управленческие расходы,	8900		35600
Реклама, год		66944	66944
Итого			2442544

Для привлечения внимания покупателей воспользуемся уже известной контекстной рекламой в Яндекс Директ.

Стоимость рекламы на Яндексе = Количество кликов x Средняя цена клика

Таким образом, стоимость такого вида рекламы составит:

$$100 \text{ кликов в неделю} * 10 \text{ рублей} = 1000 \text{ руб. неделя} / (4000 \text{ тыс. месяц})$$

Для осуществления мероприятия помимо рекламы в интернете необходимо проведение целенаправленной рекламной компании в печатных изданиях. Например: осуществлять рекламную компанию в течение всего года: 4 месяца – информативная реклама, 8 месяцев – напоминающая. 4 месяца - большая цветная, 8 месяцев – черно-белая, меньших размеров.

Затраты на рекламу в печатных изданиях г. Рубцовска представлены в таблице 3.3.

Из данных таблицы видно, что стоимость рекламы в печатных изданиях за год составит:

$$11264 \text{ руб.} + 7680 \text{ руб.} = 18944 \text{ руб.}$$

Таблица 3.4 - Реклама в печатных изданиях города Рубцовска.

Печатное издание	Стоимость в месяц	Информативная реклама – 100% стоимости (срок проведения – 4 месяца)	Напоминающая реклама – 50% стоимости (срок проведения – 8 месяцев)	Итого за год
«Экспресс»	1408	$1408 * 4 = 5632$	$1408 / 2 * 8 = 5632$	11264
«РТВ-3»	960	$960 * 4 = 3840$	$960 / 2 * 8 = 3840$	7680
Итого				18944

Прибыль от продажи 4-х домов составит:

$$890000 * 4 - (40000 + 2000000 + 300000 + 35600) - 66944 = 1\,117\,456 \text{ руб.}$$

В таблице 3.5 представлена экономическая эффективность внедрения нового вида продукции.

Таблица 3.5 - Экономическая эффективность внедрения нового вида продукции.

Показатели	1 дом	4 дома
Выручка, руб.	890000	3560000
Затраты, в т. ч.	610636	2442544
Проектирование и подготовка документов, руб.	10000	40000

Продолжение таблицы 3.5

Расходы на материалы, руб.	500000	2000000
Зарплата сдельным рабочим за один дом (3 чел.), руб.	75000	300000
Управленческие расходы, руб.	8900	35600
Реклама, год, руб.	16736	66944
Прибыль, руб.	279364	1117456

Таким образом, за счёт увеличения расходов на рекламу на данный вид продукции, прибыль с продаж увеличится на 1 117,46 тыс. руб.

Применив предложенные мероприятия, рассмотрим, как изменятся финансовые результаты и рентабельность в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Показатели эффективности внедрения предложенных мероприятий

Показатели	До предложенных мероприятий	После предложенных мероприятий	Изменение
Выручка, тыс. руб.	263579	277187,16	+13608,16
Себестоимость, тыс. руб.	255803	261415,21	+5612,21
Себестоимость, в %	97,05	94,31	-2,74
Прибыль от продаж, тыс. руб.	7774	21310,16	+13536,16
Рентабельность продаж, %	2,95	7,69	+4,8

После проведенных мероприятий прибыль увеличится на 13604,16 тыс. руб.

В таблице 3.7 обобщены основные резервы роста прибыли ООО «Генераторы ледяной воды»

Таблица 3.7 – Основные направления роста прибыли ООО «Генераторы ледяной воды»

Показатель	Сумма, тыс. руб.	Уровень в % к товарообороту
1. Доведение цен до среднерыночных	8162,7	2,9
2. Увеличение обучающихся на курсах сыроваров	4256	1,5
3. Выпуск новой продукции – модульных домов	1117,46	0,4
Итого	13536,16	4,8

Помимо предложенных мероприятий для совершенствования управления прибылью предлагается выполнение следующих действий:

1. Строгое соблюдение заключенных договоров по поставкам продукции, тем самым уменьшить суммы пени за просрочку поставок.
2. Повышение эффективности деятельности предприятия по сбыту продукции, т.к. продукция является специфичной для рынка, что тем самым, затрудняет сбыт продукции.
3. Снижение непроизводительных расходов и потерь.

Выполнение этих предложений значительно позволит увеличить прибыль на предприятии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Грамотное, эффективное управление финансовыми результатами не только способствует увеличению прибыли, но также обеспечивает доходную конкурентоспособную деятельность предприятия. Поиск эффективных методов управления финансовыми результатами в процессе деятельности предприятия является одной из важнейших задач руководителей и финансовых менеджеров.

Основными показателями, характеризующими финансовые результаты предпринимательской деятельности торговых предприятий, являются валовой доход (реализованные торговые и оптовые надбавки), другие доходы, прибыль и рентабельность. Прибыль занимает одно из центральных мест в общей системе стоимостных показателей и рычагов управления экономикой.

На величину дохода предприятия, и полученную прибыль влияют как внутренние, так и внешние факторы. К внешним фактором относятся факторы, не зависящие от деятельности организации: природные условия; государственное регулирование цен, тарифов, налоговых ставок, процентов; штрафные санкции; состояние рынка; регулируемые государством отпускные цены на некоторые товары и продукцию; нарушение дисциплины со стороны деловых партнеров; благоприятные или неблагоприятные социальные и другие условия.

Объектом исследования является ООО «Генераторы ледяной воды». Компания «Генераторы ледяной воды» - многопрофильная компания. Производит: генераторы ледяной воды, технологическое оборудование (пастеризаторы, гомогенизаторы, сепараторы), молоко-охладители, емкостное оборудование, модульные молочные заводы, модульные масло - сырзаводы, сыроварни, а также оборудование для производства пива.

Анализ основных показателей деятельности предприятия показал, что в 2016 году произошло уменьшение выручки от продаж на 58031 тыс. руб. или 23,49%.

Вместе с уменьшением выручки наблюдалось и сокращение себестоимости на 41242 тыс. руб. или 18,32%.

В 2017 году наблюдается рост выручки от продаж на 74590 тыс. руб. или 39,47%. При росте выручки наблюдается рост себестоимости продаж на 71887 тыс. руб. или 39,09%

Так как, темпы роста выручки в 2017 году были выше темпов роста расходов, это положительно повлияло на прибыль от продаж. В связи с этим, в 2017 году прибыль от продаж увеличилась на 2703 тыс. руб. или на 53,3%.

В целом деятельность предприятия можно охарактеризовать положительно, предприятие развивается, происходит увеличение выручки от продаж в 2017 г., а также прибыли от продаж.

Основными направлениями повышения финансовых результатов деятельности ООО «Генераторы ледяной воды» являются:

- увеличение объемов продаж за счет доведения цены продукции до среднерыночных;
- увеличение расходов на рекламу курсов сыроваров и рост обучающихся;
- продвижение нового продукта на рынок, а именно модульных домов.

В результате внедрения предложенных мероприятий прибыль от продаж увеличится на 13536,16 тыс. руб. в том числе за счет увеличения цен на продукцию до среднерыночных на 8162,7 тыс. руб., за счет привлечения людей на курсы сыроваров на 4256 тыс. руб., за счет выпуска новой продукции на 1117,46 тыс. руб.

Данные рекомендации помогут увеличить прибыль организации, рентабельность ее деятельности, повысить конкурентоспособность предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 23.04.2018)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 23.05.2018)
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 12 «Налоги на прибыль» (ред. от 27.06.2016)
4. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 06.04.2015) "О формах бухгалтерской отчетности организаций" (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18023)
5. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)»
6. Александров, Ю.Л. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие. Ч.1 / Ю.Л. Александров, Э.А. Батраева, И.В. Петрученя, [и др.]; Красноярский государственный торгово-экономический институт. – Красноярск, 2015. – С. 258
7. Бариленко, В.И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / В.И. Бариленко. - М: ФОРУМ, 2014. – С. 464
8. Бланк, И.А. Управление прибылью/ И.А. Бланк. - Киев: Ника Центр, Эльга, 2013. – С. 544
9. Гайсина, Д.Ф. Методика факторного анализа рентабельности продаж / Д. Ф. Гайсина // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. XII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5(12)
10. Гальперин, В. М. Микроэкономика: учебник для вузов/ В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов. – Изд-во: Высшее образование, 2016.
11. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия: учебник для вузов / В.Я. Горфинкель. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 558

12. Грязнова, А.Г. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / А. Г. Грязнова — М.: Финансы и статистика, 2014. — С. 1165
13. Донцова, Л.В. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова.- М.: Изд-во «Дело и сервис», 2015.
14. Ефимова, О. В. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие / О.В. Ефимова [и др.] - М.. Издательство Омега-Л, 2013.
15. Жилкина, А. Н. Финансовый анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А.Н. Жилкина. – М.: ИздательствоЮрайт, 2016. – С. 285
16. Жилкина А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: учебник / А.Н. Жилкина – М.: Инфра-М, 2014. – С. 332
17. Ивашковский, С.Н. Экономика для менеджеров: микро - и макроуровень: учебное пособие / С.Н. Ивашковский.- М.: Дело. -2016.
18. Ионова А.Ф. Финансовый анализ: учеб.пособие / А. Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2013. – С. 479
19. Казакова, Н.А. Управленческий анализ и диагностика предпринимательской деятельности : учеб.пособие / Н.А. Казакова. - М: ИНФРА-М, 2014. – С. 496
20. Карлик А.Е. Экономика предприятия: учебник / А.Е. Карлик, М.Л. Шухгальтер. – М.: ИНФРА-М, 2013. – С. 368
21. Кирьянова З.В. Анализ финансовой отчетности: учебн. для бакалавров / З.В. Кирьянова, Е.И. Седова. – 2-е изд. испр. и доп. М.: Изд-во Юрайт, 2014, - С. 279
22. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2011. – С. 566
23. Ковалев, В.В. Управление денежными потоками прибылью и рентабельностью: уч.-практ.пособие./ В.В. Ковалев. - Изд-во: Проспект, 2016.
24. Ковалев, В.В. Прибыль: подходы к определению и идентификации / В.В. Ковалев //Вестник С.- Перераб. Ун-та. Серия Экономика.- 2015.- Выпуск 2.- С.106-117.
25. Костирко, Р.О. Финансовый анализ : учебное пособие / Р.О. Костирко, – Х. : Фактор, 2007. – С. 765

26. Крейнина, М. Н. Финансовый менеджмент [Текст]: учеб. пособие / М. Н. Крейнина. — М.: Дело и сервис, 2015. — С. 304
27. Кротова, С. Г. Методы управления финансовыми результатами предприятия / С.Г. Кротова // Молодой ученый. — 2017. — №46. — С. 140-142. — URL <https://moluch.ru/archive/180/46527/> (дата обращения: 05.05.2018).
28. Крылов, Э.И. Анализ финансовых результатов предприятия: учеб. пособие / Э. И. Крылов, В. М. Власова. - ГУАП. — СПб., 2016. — С. 256
29. Липсиц, И.В. Экономика: учебник для вузов / И.В. Липсиц.- М.: Омега -Л, 2015. – С. 607
30. Литвин, М.И. Управление финансами предприятия./ М.И. Литвин // Финансовый менеджмент. – 2016. - №6.
31. Лысов, И. А. Понятие, сущность и значение финансовых результатов предприятия / И. А. Лысов // Вестник НГИЭИ. - 2015. - №3 (46)
32. Маркарьян, Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Э. А. Маркарьян. - Москва: КноРус, 2013. – С. 534
33. Найт, Ф.Х. Прибыль /Ф.Х Найт // Вехи экономической мысли. Рынки факторов производства. Т.3 /Под ред. В.М. Гальперина.- СПб. Экономическая школа. – 2013.
34. Никонов, Д. А. Факторы, влияющие на формирование финансовых результатов деятельности предприятия / Д.А. Никонов, С.А. Тронин // Поиск (Волгоград). – 2015. - №2(2). – С. 36-39
35. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учебник / Г.В. Савицкая. – 8-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2015 . – С. 519
36. Садовская, Т. А. Экономическая сущность, виды и функции прибыли хозяйствующего субъекта: современный аспект / В. В. Мануйленко, Т. А. Садовская // Финансовая аналитика: проблемы и решения. –2012. –No 33 (123);
37. Скляренко, В.К. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчётах) / В.К. Скляренко, В.М. - М.: ИНФРА-М, 2016.

38. Уэстон, Дж. Ф. Концепция и теория прибыли: новый взгляд на проблему/ Дж.Ф.Уэстон // Вехи экономической мысли. Рынки факторов производства. Т.3 / Под ред. В.М. Гальперина.- СПб. Экономическая школа. – 2014.
39. Хикс, Дж. Р. Стоимость и капитал / Дж.Р. Хикс.- М.: Прогресс, «Универсал».- 2013.- С. 300
40. Хайдукова, Д. А. Прибыль предприятия: экономическая сущность, виды, методы анализа / Д. А. Хайдукова // Вопросы экономики и управления. — 2016. — №5. — С. 175-179. — URL <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1508/> (дата обращения: 03.05.2018).
41. Шеремет, Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Негашев. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 422
42. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / А.Д. Шеремет. - М.: ИНФРА- М, 2013. – С. 367
43. Юрко, Н. С. Управление финансовыми результатами хозяйственной деятельности организации / Н. С. Юрко, Е.А. Мамий // Кубанский государственный университет. – 2015. - №3 (3). - С. 140-143
44. Экономический словарь [Электронный ресурс]. – <http://https://gufo.me/search?term=прибыль>

ПРИЛОЖЕНИЕ

Бухгалтерский баланс ООО «Генераторы ледяной воды» за 2013-2017 гг.

Наименование показателя	На 31 декабря 2017 г.	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.	На 31 декабря 2013 г.
АКТИВ					
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Основные средства	6036	3701	3929	4253	3736
Отложенные налоговые активы	41	18	5	3	-
Итого по разделу I	6077	3719	3934	4256	3736
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Запасы	43517	26350	10674	60166	36530
НДС по приобретенным ценностям	266	2	907	88	186
Дебиторская задолженность	89179	84194	62449	34336	9373
Финансовые вложения	-	-	-	25000	-
Денежные средства и денежные эквиваленты	4555	5259	12117	8384	5415
Итого по разделу II	137517	115985	86147	127974	51504
БАЛАНС	143594	119704	90081	132230	55240
ПАССИВ					
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ					
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10	10	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	58184	43018	21544	4912	1292
Итого по разделу III	58194	43028	21554	4922	1302
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Заемные средства	-	-	-	-	-
Отложенные налоговые активы	10	10	10	10	1
Итого по разделу IV	10	10	10	10	1
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Заемные средства	0	1515	2015	2015	254
Кредиторская задолженность	85390	75151	66502	125283	53683
Итого по разделу V	85390	76666	68517	127298	53937
БАЛАНС	143594	119704	90081	132230	55240

Отчёт о финансовых результатах ООО «Генераторы ледяной воды» за 2014-2017 гг.

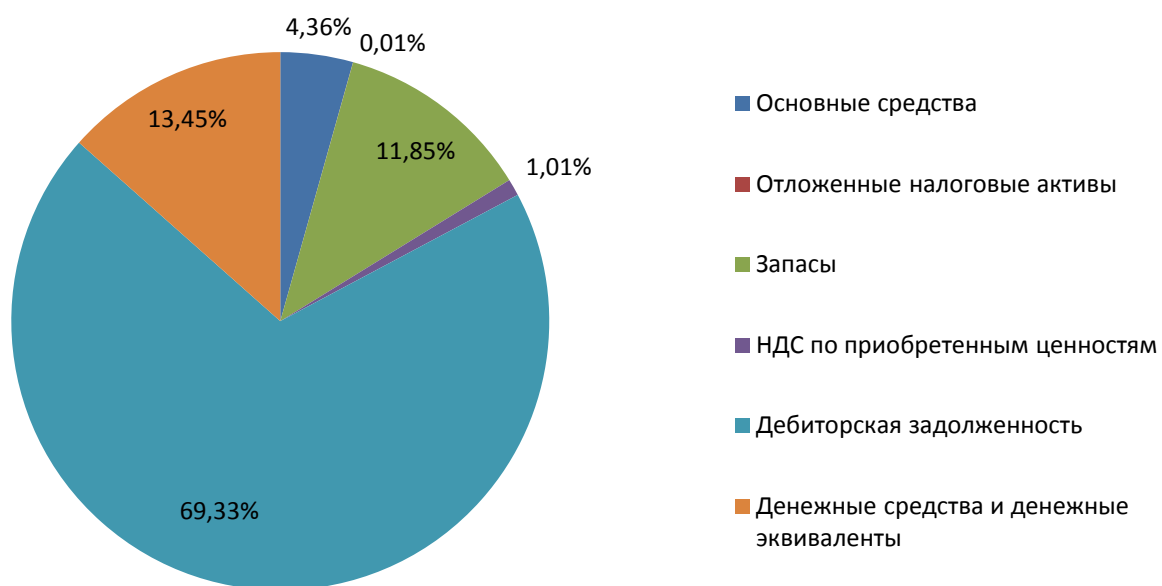
Наименование показателя	За 2017	За 2016 год	За 2015 год	За 2014 год
Выручка	263579	188989	247020	91775
Себестоимость продаж	(255805)	(183918)	(225160)	(85257)
Валовая прибыль (убыток)	7774	5071	21860	6518
Прибыль (убыток) от продаж	7774	5071	21860	6518
Прочие доходы	-	8	-	-
Прочие расходы	0	(110)	(114)	(75)
Прибыль (убыток) до налогообложения	7774	4969	21746	6443
Текущий налог на прибыль	(1555)	(11)	(5691)	(1279)
в т.ч. постоянные налоговые обязательства	-	-	-	6
Изменение отложенных налоговых обязательств	-	-	-	(9)
Изменение отложенных налоговых активов	-	-	2	3
Чистая прибыль (убыток)	6219	4958	16057	5158
Совокупный финансовый результат периода	6219	4958	16057	5158

Основные показатели финансовой деятельности ООО «Генераторы ледяной воды»

Наименование показателя	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение		Темп изм. %	
				2016-2015	2017-2016	2016-2015	2017-2016
Выручка, тыс. руб.	247020	188989	263579	-58 031	+74 590	76,51	139,47
Себестоимость продаж, тыс. руб.	(225160)	(183918)	(255805)	+41242	-71887	81,68	139,09
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	21860	5071	7774	-16 789	+2 703	23,2	153,30
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	16057	4958	6219	-11099	+1261	30,88	125,43
Рентабельность продаж, %	8,85	2,68	2,95	-6,17	+0,27	30,28	110,07
Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб.	4091	3815	4868,5	-276	+1053,5	93,25	127,61
Фондоотдача	60,38	49,54	54,14	-10,84	+4,6	82,05	109,29
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	126751	101066	107060,5	-25685	+5994,5	79,74	105,93
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,95	1,87	2,08	-0,08	+0,21	95,9	111,23
Среднесписочная численность, чел.	68	74	80	+6	+6	108,82	108,11
Выработка, выручка/чел.	3632,65	2553,91	3294,74	-1078,74	+740,83	70,3	129,01

Структура активов и пассивов баланса в 2015 году

Структура активов баланса в 2015 году

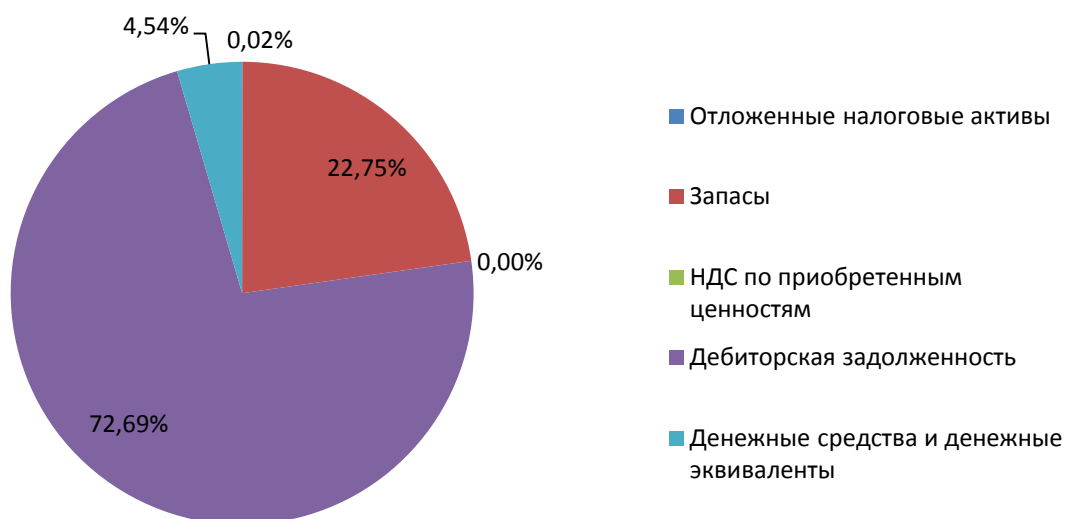


Структура пассивов в 2015 году



Структура активов и пассивов баланса в 2016 году

Структура активов баланса в 2016 году

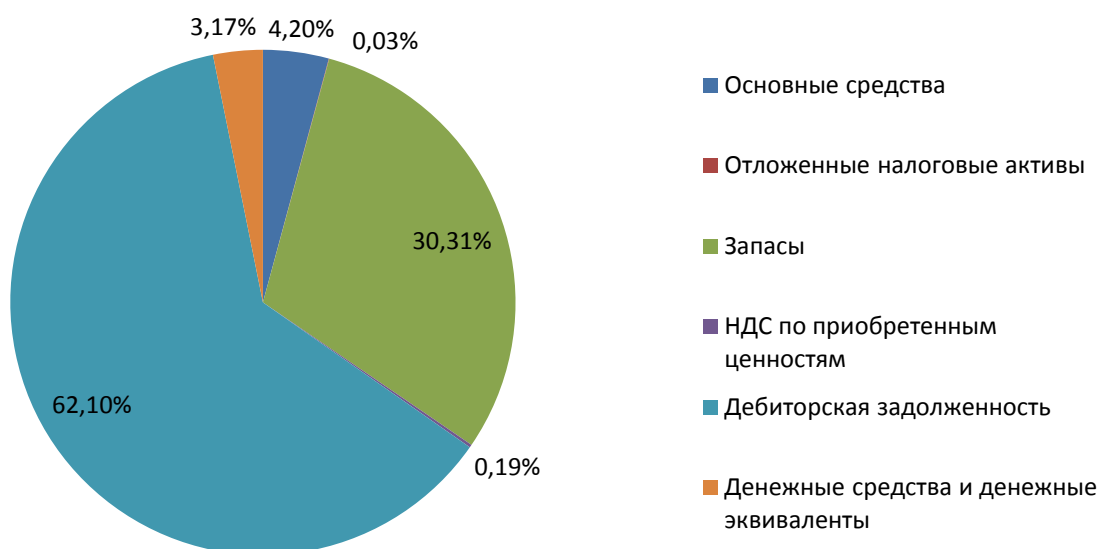


Структура пассивов баланса в 2016 году



Структура активов и пассивов баланса в 2017 году

Структура активов баланса в 2017 году



Структура пассивов баланса в 2017 году

