

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт экономики, управления и природопользования  
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ С.Л. Улина  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.02. Менеджмент

38.03.02.02.12 Финансовый менеджмент

Разработка мероприятий по повышению рентабельности организации  
(на примере ООО «Сибирские большегрузные перевозки»)

Руководитель \_\_\_\_\_ доцент, канд.экон.наук О.С. Суртаева  
дата, подпись должность, ученая степень

Выпускник \_\_\_\_\_ А.В. Девяшина  
дата, подпись

Красноярск 2019

Продолжение титульного листа БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ по теме  
«Разработка мероприятий по повышению рентабельности организации (на  
примере ООО «Сибирские большегрузные перевозки»)»

Нормоконтролер \_\_\_\_\_

Г.А. Федоткина

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические основы оценки рентабельности предприятия.....	6
1.1 Понятие и виды рентабельности организации.....	6
1.2 Источники повышения рентабельности организации.....	10
1.3 Методы и факторные модели оценки рентабельности организации.....	17
2 Анализ финансового состояния организации на примере ООО «Сибирские большегрузные перевозки».....	26
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «Сибирские большегрузные перевозки».....	26
2.2 Анализ внутренней и внешней среды ООО «Сибирские большегрузные перевозки».....	28
2.3 Анализ финансово-экономического состояния ООО «Сибирские большегрузные перевозки».....	37
3 Разработка мероприятий по повышению рентабельности деятельности ООО «Сибирские большегрузные перевозки».....	45
3.1 Разработка концепции повышения рентабельности ООО «Сибирские большегрузные перевозки».....	45
3.2 Оценка экономической эффективности мероприятий по повышению рентабельности деятельности ООО «Сибирские большегрузные перевозки».....	50
Заключение .....	60
Список использованных источников .....	62

## ВВЕДЕНИЕ

Обобщающим показателем экономической эффективности производства является показатель рентабельности. Рентабельность означает доходность, прибыльность предприятия. Это становится очень важным в современных, рыночных условиях, где финансовая устойчивость предприятия зависит от специализации и концентрации производства.

Анализ рентабельности производства позволяет определить огромное число тенденций развития, он призван указать руководству предприятия пути дальнейшего благополучного развития, указывает на ошибки в хозяйственной деятельности, а также обнаруживает резервы роста прибыли, что, в конечном счете, позволяет предприятию более успешно осуществлять свою деятельность.

Объектом исследования является ООО «Сибирские большегрузные перевозки».

Целью бакалаврской работы является разработка путей повышения рентабельности организации.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты, сущность, понятие рентабельности и прибыли предприятия;
- провести анализ финансового состояния компании ООО «Сибирские большегрузные перевозки»;
- определить пути повышения рентабельности компании ООО «Сибирские большегрузные перевозки»;
- разработка мероприятий по повышению прибыли на предприятии ООО «Сибирские большегрузные перевозки».

Необходимо отметить, что показатели рентабельности являются важными элементами, отражающими факторную среду формирования прибыли предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия.

Кроме того, показатели рентабельности применяются при анализе эффективности управления предприятием, при определении долгосрочного благополучия организации, используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

Для решения поставленных задач использовались следующие методы исследования: теоретический анализ методической литературы, способ сравнения, способ балансовой увязки показателей, табличный способ оформления показателей и другие.

# **1 Теоретические основы оценки рентабельности предприятия**

## **1.1 Понятие и виды рентабельности организации**

Показатели рентабельности являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

Занимаясь определенной хозяйственной деятельностью, следует всегда анализировать ее результаты, эффективность затраченных усилий и делать соответствующие выводы о перспективах развития и именно поэтому, знать, что такое рентабельность необходимо, если вы так или иначе связана с анализом деятельности предприятия. В этой статье будут представлены виды рентабельности, мы поговорим о ее показателях, сделаем необходимые расчеты и поймем, как использовать результаты формул при анализе деятельности хозяйственного субъекта.

Рентабельность организации – показатель, который характеризует доходность ее деятельности, или, другими словами, показатель экономической эффективности. В определенной степени этот параметр показывает, насколько эффективно организация использует имеющиеся в распоряжении экономические, природные, денежные и трудовые ресурсы. Можно сравнить рентабельность с показателем КПД, то есть соотношением понесенных затрат и полученной в итоге прибыли. Если деятельность организации по итогам отчетного периода приносит прибыль, то такую организацию можно назвать рентабельной. [15]

Поскольку показатели эффективности традиционно различаются в зависимости от вида деятельности организации, то стоит говорить о разных видах рентабельности. Также стоит отметить, что при расчете разных видов рентабельности используются разные коэффициенты и, следовательно,

формулы будут весьма отличаться. В данной выпускной квалификационной работе будут рассмотрены следующие виды рентабельности:

Общая рентабельность активов (оборотных и внеоборотных) – характеристика, показывающая, какие денежные средства были привлечены компанией для получения прибыли в 1 рубль. Ее оценку можно провести исходя из соотношения прибыли до уплаты налогов и средней величины стоимости всех активов компании за конкретный промежуток времени (возьмем, к примеру, год). Другими словами, это способность активов компании (про пассивы и активы подробнее тут) создавать прибыль.

Рентабельность продукции (товара) – соотношение между прибылью от продажи товара и средствами, затраченными на его изготовление (производство). Показатель характеризует насколько выгодным является производство того или иного товара или услуги. [8]

Рентабельность производства – экономический показатель, характеризующий целесообразность того или иного вида бизнеса. В данном случае мы говорим о соотношении между затратами производства и полученной в итоге чистой прибылью. Как уже упоминалось выше, рентабельным является производство с положительным балансом прибыли и затрат. К мерам увеличения рентабельности производства стоит отнести снижение себестоимости продукта и повышение качества производства.

Для более полноценного анализа теоретического материала о видах рентабельности необходимо рассмотреть формулы и производимые расчеты. Выделяют следующие показатели рентабельности:

Рентабельность активов (ROA) = Прибыль/Стоимость активов\*100%. В данном случае уместно говорить не только о собственных активах предприятия, но и привлеченных (например, кредиты или дебиторская задолженность). [11]

Рентабельность основных производственных фондов (ROFA) – аналогичный предыдущему показатель, оценивающий эффективность деятельности основных производственных фондов, а не активов. Соответственно, и в формуле учитывается именно их стоимость.

Рентабельность капитала (ROE) – параметр, показывающий, насколько эффективно используются собственные средства предприятия (или банка). В данном случае она высчитывается как отношение между чистой прибылью и суммой уставного капитала (а иногда и дополнительного).  $ROE = \text{прибыль/капитал} * 100\%$ . Разница в рентабельности активов и капитала показывает величину финансового рычага (то есть размер заемных средств), используемого при ведении бизнеса. Следует, отметить, что коэффициент ROE признается одним из основных показателей при анализе деятельности предприятия в развитых странах.

Рентабельность инвестиций (ROI) – показатель, оценивающий, какая прибыль была получена от изначальных инвестиций, то есть это соотношение между получившейся прибылью и суммой первоначальных вложений. Эффективность инвестиций легко показать на примере с акциями. К примеру, инвестор купил сначала акции Газпрома по цене 149,5 рублей, а затем, заметив нисходящий тренд на рынке акций, решил ликвидировать открытую позицию и продал ценные бумаги по цене 135,2 рубля за штуку (убыток в 14,3 рубля). В итоге он получил отрицательную эффективность инвестиций в размере:  $-14,3/149,5 * 100\% = -9,56\%$ . Коэффициент ROI и его уровень не являются основными показателями успешной деятельности компании, поскольку не отражает ситуации с некоторыми оперативными потоками (например, финансовыми вложениями заемного капитала и т.п.) но, тем не менее, эффективность главного оперативного оборота отражена достаточно наглядно.

Расчет эффективности хозяйственной деятельности можно производить с учетом как единовременных, так текущих затрат. Различают рентабельность производства и продукции. Поясним в чем отличия. Коэффициент рентабельности производства оценивает, с какой степенью эффективности используется имущество организации (то есть основные фонды и оборотные средства).

Формула данного коэффициента выглядит следующим образом:

$$R_{\text{п}} = (\text{Пб} / (\text{Фос.фонд.} + \text{Фобор.средств})) * 100\% \quad (1)$$



При этом,

Рп – это рентабельность производства (измеряемая в процентах)

Пб – прибыль балансовая (измеряется тыс.рублей)

Фос.фонд. – стоимость основных фондов (в среднем за год, тыс.руб.)

Фоборот.средств – размер оборотных средств (тыс.рублей)

Рентабельность же продукции (ROM) показывает, насколько эффективными были понесенные затраты. В данном случае вычисляется отношение между прибылью от реализации продукции к ее себестоимости. Данный показатель можно вычислять как в целом, для всей сбываемой продукции, так и для отдельных наименований товара. Формула же будет выглядеть следующим образом:

$$Рп = (П / Сп) * 100\% \quad (2)$$

При этом,

Рп – рентабельность реализуемой продукции,

П – прибыль от реализации

Сп – себестоимость реализуемой продукции.

Ну и в дополнение к данным коэффициентам существует и так называемый коэффициент рентабельности продаж, обозначаемый как ROS (return on sale). Его значение вычисляется путем соотношения между прибылью от продаж (операционной прибылью) и выручкой компании. Иными словами это соотношение между чистой прибылью, оставшейся после налогообложения, и объемом продаж. А если говорить еще более просто, то данный параметр отражает, сколько процентов прибыли содержится в каждом полученном (заработанном) компанией рубле. Несомненно, это один из показателей, исходя из которого, формируются цены на товары и услуги, продаваемые компанией и показывающий, насколько существенны издержки компании. [1]

Рентабельность персонала (ROL) – отношение между чистой прибылью и среднесписочной численностью персонала (то есть средней численностью за определенный промежуток времени). Другими словами, всегда необходимо

соблюдать определенный порог численности, для того, чтобы прибыль была максимальна.

Рентабельность подрядных услуг – вычисляется путем деления разницы между затратами в случае предоставлении подрядчиком работ и затратами в случае их не предоставления к затратам, в случае выполнения заказчиком услуг. В виде формулы это можно представить следующим образом:  $R_{\text{подр.услуг}} = (Z_{\text{непред.}} - Z_{\text{представ.}}) / Z_{\text{представ.}}$ . При этом, в случае невыполнения подрядчик понесет большие убытки, связанные со штрафами, нежели в случае выполнения всех работ в срок.

Для посетителей нашего сайта действует специальное предложение - вы можете совершенно бесплатно получить консультацию профессионального юриста, просто оставив свой вопрос в форме ниже.

Действительно, понять, что такое рентабельность во всем многообразии форм – задача непростая, но, тем не менее, решаемая. Эти показатели используются при качественной всесторонней оценке деятельности хозяйственного субъекта (например, в форме акционерного общества) и способны сказать многое и потенциале дальнейшего развития.

## **1.2 Источники повышения рентабельности организации**

Установление факторов рентабельности представляет собой, прежде всего установление факторов, влияющих на формирование прибыли. Факторы прибыли можно условно разделить на две группы:

- факторы внутреннего порядка, зависящие от производителя продукции и носящие субъективный характер;
- факторы внешнего порядка, не зависящие от товаропроизводителей и являющиеся объективными.

К факторам внутреннего порядка относят количество реализуемой продукции, её качество, издержки производства.

Количество реализованной продукции зависит от объёма валовой продукции и уровня её товарности. При росте объёма валовой продукции происходит увеличение продукции подлежащей сбыту, так как темпы роста её внутреннего потребления, как правило, ниже темпов роста валовой продукции, что создаёт условия для повышения уровня товарности и увеличение на этой основе денежной выручки. Качество продукции оказывает влияние на величину прибыли так же через денежную выручку, так как продукция более высокого качества обеспечивает более высокую реализационную цену. [3]

Наконец, величина денежной выручки зависит от сроков сбыта продукции, её структуры и рынков сбыта. Так, например, ранние овощи, картофель реализуют по более высоким ценам, чем поздние. По разным ценам сбывают продукцию и в зависимости от каналов реализации: при продаже её государству, потребительской кооперации, на колхозном рынке.

Важным фактором прибыли является себестоимость продукции. Снижение или повышение издержек производства оказывает существенное влияние на величину прибыли.

К факторам внешнего порядка относятся рыночный спрос на продукцию. Е предложение и конкуренция производителей продукции. Высокий или низкий спрос на ту или иную продукцию, а также наличие или отсутствие конкурентов обуславливают как количество реализованной продукции, так и уровень цен на неё, что, в конечном счете, влияет на величину прибыли.

Факторы рентабельности производства могут носить экстенсивный и интенсивный характер. [6] Экстенсивные факторы оказывают влияние на рентабельность путём изменения количества реализованной продукции, а интенсивные – на рост реализационных цен и снижение себестоимости продукции.

Таким образом, теоретический анализ рентабельности производства показал, что проблема рентабельности, методы её количественного измерения постоянно находится в центре внимания при разработке методических и инструктивных материалов. В этом плане заслуживает внимания предложение

экономистов о введении классификации показателей рентабельности на абсолютные и относительные, в зависимости от способа их количественного выражения.

Абсолютные показатели рентабельности – это валовой и чистый доход. Однако, абсолютные размеры чистого дохода, прибыли и валового дохода не позволяют в полной мере сравнить экономические результаты производственной деятельности предприятий. Хозяйство может получить прибыли на тысячу рублей и на миллион. В обоих случаях производство является рентабельным, а эффективность может быть разной, так как она зависит от размеров производства, структуры продукции, величины издержек производства и так далее. [8] Поэтому для характеристики экономической эффективности производства используют также относительные показатели рентабельности, которые выражаются в виде отношения двух соизмеримых величин: валового, чистого дохода, прибыли, и показателей эффективности использования тех или иных производственных ресурсов или затрат.

Относительные показатели рентабельности могут быть исчислены в денежном измерении или, чаще всего, в процентах. С их помощью рентабельность производства может быть выражена как по валовой, так и по реализованной (товарной) продукции.

В свою очередь, определение резервов повышения рентабельности производства сводится, с одной стороны, к определению резервов увеличения денежной выручки от реализации, а с другой – резервов снижения себестоимости продукции.

Основными способами повышения рентабельности являются следующие:

- увеличение суммы прибыли от реализации продукции;
- снижение себестоимости товарной продукции.

Способы увеличения прибыли определяются по каждому виду товарной продукции. Резервы увеличения прибыли:

- увеличение объема реализации продукции. Для этого можно наладить выпуск нового изделия, что планируется сделать на предприятии.

- снижение себестоимости продукции.

Повышение цен за счет:

- повышение качества;
- поиск более выгодных рынков сбыта;
- реализация в более оптимальные сроки.

Источники снижения себестоимости промышленной продукции:

- Увеличение объема производства за счет более полного использования производственных мощностей предприятия.
- Снижение затрат на производство за счет увеличения уровня производительности труда, экономного использования сырья, материалов, топлива, оборудования и т.д.

Факторы роста любого показателя рентабельности зависят от единых экономических явлений и процессов. Это прежде всего:

- совершенствование системы управления производством в условиях рыночной экономики на основе преодоления кризиса в финансово-кредитной и денежной системах;
- повышение эффективности использования ресурсов предприятиями на основе стабилизации взаимных расчетов и системы расчетно-платежных отношений;
- индексация оборотных средств и четкое определение источников их формирования.

Важным фактором роста рентабельности в нынешних условиях является работа предприятий по ресурсосбережению, что ведет к снижению себестоимости, а следовательно, - росту прибыли. Дело в том, что развитие производства за счет экономии ресурсов на данном этапе намного дешевле, чем разработка новых месторождений и вовлечение в производство новых ресурсов.

Снижение себестоимости должно стать главным условием роста прибыльности и рентабельности производства. На предприятии планируется

снизить себестоимости за счет покупки готовых печатных плат. Ранее они изготавливались на предприятии.

Прибыль как главный результат предпринимательской деятельности обеспечивает потребности самого предприятия и государства в целом. Поэтому прежде всего важно определить состав прибыли предприятия. Общий объем прибыли предприятия представляет собой валовой доход. На величину валового дохода влияет совокупность многих факторов, зависящих и не зависящих от предпринимательской деятельности. [12]

Важными факторами роста прибыли, зависящими от деятельности предприятий, являются рост объема производимой продукции в соответствии с договорными условиями, снижение ее себестоимости, повышение качества, улучшение ассортимента, повышение эффективности использования производственных фондов. Рост производительности труда.

К факторам, не зависящим от деятельности предприятия, относятся изменения государственных регулируемых цен на реализуемую продукцию, влияние природных, географических, транспортных и технических условий на производство и реализацию продукции и др.

Под влиянием как тех, так и других факторов складывается валовой доход предприятий.

В составе валовой прибыли учитывается прибыль от всех видов деятельности. Прежде всего валовой доход от реализации товарной продукции, исчисленную путем вычета из общей суммы выручки от реализации этой продукции (работ, услуг) налога на добавленную стоимость, акцизов. Выручка от реализации товарной продукции - основная часть валового дохода.

Во-вторых, в состав валового дохода включается прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера, т.е. прибыль (или убытки) подсобных сельских хозяйств, автохозяйств, лесозаготовительных и других хозяйств, находящихся на балансе основного предприятия.

В состав валового дохода входит также прибыль от реализации основных фондов и другого имущества.

Наконец, в составе валового дохода отражаются внереализационные доходы и расходы, т.е. результаты внереализационных операций.

В связи с тем, что подавляющую часть валового дохода (95 - 97 %) предприятия получают от реализации товарной продукции, этой части дохода должно быть уделено главное внимание. Отмеченные выше факторы, зависящие и не зависящие от деятельности предприятия, воздействуют главным образом на доход от реализации продукции. Основные из этих факторов подлежат детальному изучению и анализу. [15]

Важнейшим фактором, влияющим на величину дохода от реализации продукции, является изменение объема производства и реализации продукции. Чем больше объем реализации в конечном счете, тем больше прибыли получит предприятие, и наоборот. Зависимость прибыли этого фактора при прочих равных условиях прямо пропорциональная. В дипломном проекте будет использоваться этот фактор для повышения рентабельности. Планируется увеличить объем выпуска одного из изделий.

Падение объема производства при нынешних экономических условиях, не считая ряда противодействующих факторов, как, например, роста цен, неизбежно влечет сокращение объема прибыли. Отсюда вывод о необходимости принятия неотложных мер по обеспечению роста объема производства продукции на основе технического его обновления и повышения эффективности производства. В свою очередь, совершенствование расчетно-платежных отношений между предприятиями будет способствовать улучшению условий реализации продукции, а следовательно, росту прибыли.

Не менее важным фактором, влияющим на величину дохода от реализации товарной продукции, является изменение себестоимости продукции. Если изменение объема реализации влияет на сумму прибыли прямо пропорционально, то связь между величиной прибыли и уровнем себестоимости обратная. Чем ниже себестоимость продукции, определяемая уровнем затрат на ее производство и реализацию, тем выше прибыль, и наоборот. Этот фактор, в свою очередь, находится под воздействием многих

причин. Поэтому при анализе изменения уровня себестоимости должны быть выявлены причины ее снижения или повышения с тем, чтобы разработать мероприятия по сокращению уровня затрат на производство и реализацию продукции, а следовательно, увеличению прибыли.

Кроме указанных выше факторов на величину дохода от реализации, безусловно, влияют изменения в структуре производимой и реализуемой продукции. [15] Чем выше доля более рентабельной продукции (исчисляемой как отношение прибыли к полной себестоимости этой продукции), тем больше прибыли получит предприятие. Увеличение доли малорентабельной продукции повлечет сокращение прибыли.

Кроме прибыли от реализации продукции в состав валового дохода включается прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера. На долю этой прибыли приходится несколько процентов валового дохода. Результаты от прочей реализации могут быть как положительными, так и отрицательными. Предприятия транспорта, подсобных сельских хозяйств, торговых организаций, находящихся на балансе предприятия, могут иметь от реализации своей продукции, работ, услуг не только прибыль, но и убытки, что соответственно скажется на объеме валового дохода.

Отдельной составной частью валового дохода выделена прибыль от реализации основных фондов и другого имущества. У предприятий могут образовываться излишние материальные ценности в результате изменения объема производства, недостатков в системе снабжения, реализации и других причин. Длительное хранение этих ценностей в условиях инфляции приводит к тому, что выручка от их реализации окажется ниже цен приобретения. Поэтому от реализации ненужных товарно-материальных ценностей образуется не только прибыль, но и убытки.

Последним элементом валовой продукции являются внереализационные доходы и расходы, т.е. такие, которые непосредственно не связаны с производством и реализацией продукции. В составе этих внереализационных результатов учитываются следующие доходы (расходы): доходы от долевого



участия в деятельности других предприятий; доходы от сдачи имущества в аренду; дивиденды, проценты по акциям, облигациям и другим ценным бумагам, принадлежащим предприятию; суммы полученных и уплаченных экономических санкций (штрафы, пени, неустойки и др.).

Таким образом, в составе валового дохода предприятия ведущее значение имеет прибыль от реализации продукции (работ, услуг), сравнительно небольшую роль прибыли от прочей реализации, а также от реализации основных фондов и другого имущества и усиливающееся в условиях развития предпринимательства значение внереализационных доходов и расходов.

### **1.3 Методы и факторные модели оценки рентабельности организации**

Функционирование любой социально-экономической системы (к которым относится и действующее предприятие) происходит в условиях сложного взаимодействия комплекса внутренних и внешних факторов.

Фактор - это причина, движущая сила какого-либо процесса или явления, определяющая его характер или одну из основных черт.

Выявление связи между показателями, ее направления и интенсивности, а также формы зависимости между показателями необходимо для познания закономерностей формирования результатов деятельности субъекта хозяйствования. Если изучение конкретной совокупности показателей приводит к выявлению общей закономерности, то делается предположение о наличии связей между показателями. [16] Источником возникновения может быть причинно-следственная связь между показателями, зависимость ряда показателей от общего фактора, случайное совпадение. Факторный анализ заключается в выявлении взаимосвязи между показателями: в измерении количественного влияния отдельных показателей на изменение другого, совокупного показателя.

Методика факторного анализа – методика комплексного и системного изучения и измерения воздействия факторов на величину результативных показателей.

Основные задачи факторного анализа:

- отбор факторов определяющих исследуемые результативные показатели;
- классификация и систематизация факторов с целью обеспечения комплексного и системного подхода к исследованию их влияния на результаты хозяйственной деятельности;
- определение формы зависимости между факторами и результативными показателями;
- моделирование взаимосвязей между факторами и результативными показателями;
- расчет влияния факторов и оценка роли каждого из них в изменении результативного показателя;
- работа с факторной моделью.

Отбор факторов для анализа того или иного показателя осуществляется на основе теоретических и практических знаний в конкретной отрасли. При этом обычно исходят из принципа: чем больший комплекс факторов исследуется, тем точнее будут результаты анализа. Вместе с тем необходимо иметь в виду, что если этот комплекс факторов рассматривается как механическая сумма, без учета их взаимодействия, без выделения главных, определяющих, то выводы могут быть ошибочными. В анализе хозяйственной деятельности (АХД) взаимосвязанное исследование влияния факторов на величину результативных показателей достигается с помощью их систематизации, что является одним из основных методологических вопросов этой науки.

Важным методологическим вопросом в факторном анализе является определение формы зависимости между факторами и результативными показателями: функциональная она или стохастическая, прямая или обратная,

прямолинейная или криволинейная. Здесь используется теоретический и практический опыт, а также способы сравнения параллельных и динамических рядов, аналитических группировок исходной информации, графический и др.

Моделирование экономических показателей также представляет собой сложную проблему в факторном анализе, решение которой требует специальных знаний и навыков.

Расчет влияния факторов - главный методологический аспект в АХД. Для определения влияния факторов на конечные показатели используется множество способов, которые будут подробнее рассмотрены ниже.

Последний этап факторного анализа - практическое использование факторной модели для подсчета резервов прироста результативного показателя, для планирования и прогнозирования его величины при изменении ситуации.

В зависимости от типа факторной модели различают два основных вида факторного анализа - детерминированный и стохастический.

Детерминированный факторный анализ представляет собой методику исследования влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер, т. е. когда результативный показатель факторной модели представлен в виде произведения, частного или алгебраической суммы факторов.

Данный вид факторного анализа наиболее распространен, поскольку, будучи достаточно простым в применении (по сравнению со стохастическим анализом), позволяет осознать логику действия основных факторов развития предприятия, количественно оценить их влияние, понять, какие факторы и в какой пропорции возможно и целесообразно изменить для повышения эффективности производства. Подробно детерминированный факторный анализ мы рассмотрим в отдельной главе.

Стохастический анализ представляет собой методику исследования факторов, связь которых с результативным показателем в отличие от функциональной является неполной, вероятностной (корреляционной). Если при функциональной (полной) зависимости с изменением аргумента всегда

происходит соответствующее изменение функции, то при корреляционной связи изменение аргумента может дать несколько значений прироста функции в зависимости от сочетания других факторов, определяющих данный показатель. Например, производительность труда при одном и том же уровне фондовооруженности может быть неодинаковой на разных предприятиях. Это зависит от оптимальности сочетания других факторов, воздействующих на этот показатель.

Стохастическое моделирование является в определенной степени дополнением и углублением детерминированного факторного анализа. В факторном анализе эти модели используются по трем основным причинам:

- необходимо изучить влияние факторов, по которым нельзя построить жестко детерминированную факторную модель (например, уровень финансового левериджа);
- необходимо изучить влияние сложных факторов, которые не поддаются объединению в одной и той же жестко детерминированной модели;
- необходимо изучить влияние сложных факторов, которые не могут быть выражены одним количественным показателем (например, уровень научно-технического прогресса).

Кроме деления на детерминированный и стохастический, различают следующие типы факторного анализа:

- прямой и обратный;
- одноступенчатый и многоступенчатый;
- статический и динамичный;
- ретроспективный и перспективный (прогнозный).

При прямом факторном анализе исследование ведется дедуктивным способом - от общего к частному. Обратный факторный анализ осуществляет исследование причинно-следственных связей способом логичной индукции - от частных, отдельных факторов к обобщающим.

Факторный анализ может быть одноступенчатым и многоступенчатым. Первый тип используется для исследования факторов только одного уровня

(одной ступени) подчинения без их детализации на составные части. Например,  $y = a * b$ . При многоступенчатом факторном анализе проводится детализация факторов а и b на составные элементы с целью изучения их поведения. Детализация факторов может быть продолжена и дальше. В этом случае изучается влияние факторов различных уровней соподчиненности.

Необходимо также различать статический и динамический факторный анализ. Первый вид применяется при изучении влияния факторов на результативные показатели на соответствующую дату. Другой вид представляет собой методику исследования причинно-следственных связей в динамике. [19]

И, наконец, факторный анализ может быть ретроспективным, который изучает причины прироста результативных показателей за прошлые периоды, и перспективным, который исследует поведение факторов и результативных показателей в перспективе.

Далее будет приведена методика факторного анализа показателей рентабельности организации.

Уровень рентабельности отдельных видов продукции зависит от изменения среднереализационных цен (Ц) и себестоимости (С) единицы продукции:

$$R_i = (Ц_i - C_i) / C_i = Ц_i / C_i - 1 \quad (3)$$

Факторный анализ рентабельности отдельных видов продукции выполняется на основе представленных данных. Форма таких данных приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Факторный анализ рентабельности отдельных видов продукции

Вид продукции	Средняя цена реализации		Себестоимость		Рентабельность, %			Отклонение от плана, %		
	план	факт	план	факт	план	услов	факт	общее	за счет	
									цены	себестоимости
А										
В										
И т.д.										

Необходимо также более детально изучить причины изменения среднего уровня цен и способом пропорционального деления рассчитать их влияние на уровень рентабельности. Такой расчет делается по данным таблицы ниже.

Таблица 2 – Расчет влияния факторов второго порядка на изменение уровня рентабельности

Фактор	Изменение цены, руб.	Изменение рентабельности, %
Качество продукции		
Рынки сбыта продукции		
Изменение цен в связи с инфляцией		
Итого		

Далее необходимо установить, за счет каких факторов изменялась себестоимость единицы продукции и аналогичным образом определить их влияние на уровень рентабельности. Такие расчеты делаются по каждому виду продукции, что позволяет более точно оценить работу субъекта хозяйствования и полнее выявить внутрихозяйственные резервы роста рентабельности на анализируемом предприятии.

Примерно также производится факторный анализ рентабельности продаж. Детерминированная факторная модель этого показателя, исчисленного в целом по предприятию, имеет следующий вид:

$$R_{п} = П_{п} / В \quad (4)$$

При этом,

$R_{п}$  – рентабельность продаж;

$П_{п}$  – прибыль с продаж.

Расчет влияния отдельных факторов также производится методом цепной подстановки.

Уровень рентабельности продаж отдельных видов продукции зависит от среднего уровня цены и себестоимости изделия:

$$R_{п} = П_i / В_i = (Ц_i - C_i) / Ц_i \quad (5)$$

Аналогично осуществляется факторный анализ рентабельности совокупного капитала. Балансовая сумма прибыли зависит от объема реализованной продукции (VPP), ее структуры (УД<sub>i</sub>), среднего уровня цен (Ц<sub>i</sub>) и финансовых результатов от прочих видов деятельности, не связанных с реализацией продукции и услуг (ВФР).

Среднегодовая сумма основного и оборотного капитала (KL) зависит от объема продаж и коэффициента оборачиваемости капитала (Коб), который определяется отношением выручки к среднегодовой сумме основного и оборотного капитала. Здесь исходят из того, что объем продаж сам по себе не оказывает влияния на уровень рентабельности, так как с его изменением пропорционально увеличиваются или уменьшаются сумма прибыли и сумма основного и оборотного капитала при условии неизменности остальных факторов.

Для расчета влияния факторов на уровень рентабельности используют исходные данные, который представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Исходные данные

Факторы	План	Факт
Прибыль от реализации, руб.		
Внереализационные финансовые результаты, руб.		
Сумма балансовой прибыли, руб.		
Среднегодовая сумма основного и оборотного капитала, руб.		
Выручка от реализации продукции, руб.		
Коэффициент оборачиваемости капитала		

При углубленном анализе необходимо изучить влияние факторов второго уровня, от которых зависит изменение среднереализационных цен, себестоимости продукции и внереализационных результатов.

Для анализа рентабельности производственного капитала, определяемой как отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных средств и материальных оборотных фондов, можно использовать факторную модель, предложенную М. И. Бакановым и А. Д. Шереметом:

$$P / F + E = P/N / (F/N + E/N) = (1 - S/N) / (F/N + E/N) = [1 - (U/N + M/N + A/N)] / (F/N + E/N) \quad (6)$$

При этом,

P – прибыль балансовая;

F – средняя стоимость основных фондов;

E – средние остатки материальных оборотных средств;

N – выручка от реализации продукции;

P/N – рентабельность продаж;

F/N + E/N – капиталоемкость продукции (обратный показатель коэффициенту оборачиваемости);

S/N – затраты на рубль продукции;

U/N, M/N, A/N – соответственно зарплатоемкость, материалоемкость и фондоемкость продукции.

Заменяя постепенно базовый уровень каждого фактора на фактический, можно определить, на сколько изменился уровень рентабельности производственного капитала за счет зарплатоемкости, материалоемкости, фондоемкости, т.е. за счет факторов интенсификации производства.

Методика факторного анализа в системе директ-костинг

В нашей стране при анализе прибыли обычно используют следующую модель:

$$П = К (Ц - С) \quad (7)$$

Где П – сумма прибыли;

К – количество (масса) реализованной продукции;

Ц – цена реализации;

С – себестоимость единицы продукции.

При этом исходят из предположения, что все приведенные факторы изменяются сами по себе, независимо друг от друга. Однако здесь не учитывается взаимосвязь объема производства (реализации) продукции и ее себестоимости.



В зарубежных странах для обеспечения системного подхода при изучении факторов изменения прибыли и рентабельности и прогнозирования их величины используют маржинальный анализ, в основе которого лежит маржинальный доход.

Маржинальный доход (МД) – это прибыль в сумме с постоянными затратами предприятия (Н):

$$\text{МД} = \text{П} + \text{Н} \quad (8)$$

Сумму маржинального дохода можно в свою очередь представить в виде количества проданной продукции (К) и ставки маржинального дохода на единицу продукции (Дс):

$$\text{П} = \text{К} * \text{Дс} - \text{Н} \quad (9)$$

$$\text{Где } \text{Дс} = \text{Ц} - \text{V}$$

V – переменные затраты на единицу продукции.

Аналогично производится и анализ рентабельности, который дает более точные результаты, т.к. учитывается взаимосвязь элементов объема продаж, издержек и прибыли. [19]

В первой главе данной выпускной квалификационной работы были рассмотрены теоретические основы оценки рентабельности организации, в которые входило исследование сущности и видов рентабельности, источников повышения рентабельности, а также исследование теоретических особенностей методов оценки рентабельности.

Тем самым было выявлено, что показатели рентабельности дают возможность проследить и проанализировать зависимость издержек и дохода. Более того, данные показатели помогают осуществлять контроль показателей организации, с помощью которых видно, какие коэффициенты необходимо повысить для того, чтобы получить высшую степень эффективности производства фирмы.

## **2 Анализ финансового состояния организации на примере ООО «Сибирские большегрузные перевозки»**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «Сибирские большегрузные перевозки»**

Предприятие ООО «Сибирские большегрузные перевозки» было зарегистрировано 19 августа 2013 года. Учредителями являются Боровикова Марина Павловна и Боровиков Сергей Васильевич. Уставной капитал составляет 10 000 рублей и разделен поровну между учредителями. Юридический адрес 667000, республика Тыва, Кызыл, улица Калинина, д. 25 667000. Основной вид деятельности - деятельность автомобильного грузового транспорта и услуги по перевозкам. На балансе организации находятся 14 автомобилей, 9 в собственности, 1 в лизинге и 4 в аренде у другого юридического лица. Цена одной тонны при перевозке равна 2 757 рублей. В месяц выходит в районе 60 заказов, средняя цена которых 30 000 рублей.

Организация имеет собственные гаражи, мойку и арендованное помещение, аренда которого равна 10 000 рублей. Расход на содержание мойки: 8 500 за воду, 4 000 за свет, автохимия = 5000 рублей, а так же заработная плата сотрудникам составляет 40 000 рублей. В организации ООО «Сибирские большегрузные перевозки» отсутствует текучесть кадров, так как 28 человек, работают практически с самого открытия. Так же в данной организации проводится частичный ремонт, что позволяет сократить расходы на 350 000 рублей в год, так как многие запчасти имеются в организации. Страхование перевозимого груза осуществляется за счёт заказчика, и его величина растёт с величиной цены перевозимого груза. Однако, имеется страховка транспортных средств. Транспортные средства состоят из тягача и самого прицепа, рыночная цена каждого из них равна 5 миллионам рублей, а с учетом износа по 3 миллиона, то есть 6 миллионов это стоимость транспортного средства

организации. Вместимость транспортного средства составляет 20 тонн, пробег каждого из 14 автомобилей варьируется от 10 до 12 тысяч километров.

Отрасли организации:

- организация перевозок грузов;
- деятельность автомобильного грузового транспорта;
- деятельность автомобильного грузового специализированного транспорта;
- деятельность автомобильного грузового неспециализированного транспорта;
- аренда грузового автомобильного транспорта с водителем;
- Транспортная обработка грузов;
- техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств;
- техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей;
- техническое обслуживание и ремонт прочих автотранспортных средств;
- предоставление прочих видов услуг по техническому обслуживанию автотранспортных средств;
- хранение и складирование;
- хранение и складирование нефти и продуктов ее переработки;
- хранение и складирование газа и продуктов его переработки;
- эксплуатация дорожных сооружений (мостов, туннелей, путепроводов и т.п.);
- эксплуатация гаражей, стоянок для автотранспортных средств, велосипедов и т.п.;

В персонал ООО «Сибирские большегрузные перевозки» входят 28 человек. Организация ведет упрощенную бухгалтерскую отчетность. Баланс за 2018-7,6 млн р. Выручка за 2018- 41 млн р. Чистая прибыль за 2018 - 3,0 млн р. Так же, ООО «Сибирские большегрузные перевозки» являются членом ТПП РФ (Торгово-промышленная палата России).

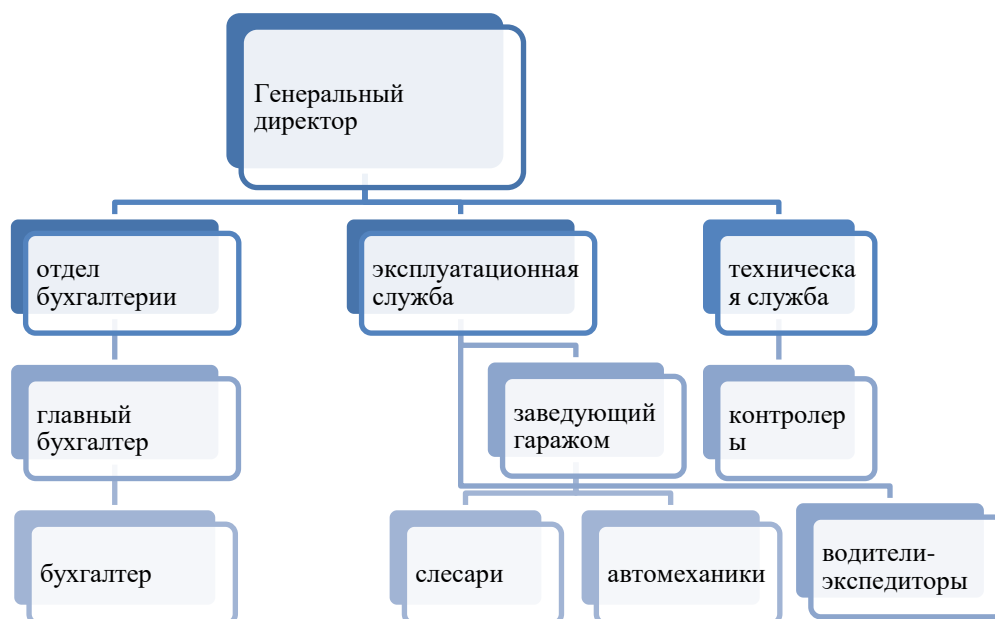


Рисунок 1 – Организационная структура организации ООО «Сибирские большегрузные перевозки».

Как видно на рисунке 3, в организации линейная структура управления. Во главе каждого подразделения находится руководитель, который наделен всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками.

Данный тип организационной структуры был выбран в связи с тем, что в штат организации входит всего 28 сотрудников, однако очень важна согласованность и быстрое реагирование на прямые указания руководителя. Так же линейная структура помогает снизить нагрузку на высший орган управления, путем возложения ответственности за конечные результаты на руководителя данного подразделения.

## **2.2 Анализ внутренней и внешней среды ООО «Сибирские большегрузные перевозки»**

Генеральный директор осуществляет руководство и организацию рабочего процесса. Он выполняет основную роль структуры управления, под его руководством решаются все производственные процессы.

Отдел бухгалтерии во главе с главным бухгалтером проводит учет наличия средств, выделенных в распоряжение организации, их сохранности и уровня использования, проводит оперативную работу по организации расчетов с клиентурой, поставщиками и финансовыми органами, организует первичный учет расходования материальных ресурсов и денежных средств. Также отдел занимается ведением бухгалтерской отчетности организации.

В состав технических служб входят контролеры, которые ведут контроль технического состояния подвижного состава, снимают его с эксплуатации, планируют и проводят профилактические и ремонтные работы.

К отделу эксплуатации относятся заведующий гаражом, который обеспечивает содержание автотранспортных средств в надлежащем состоянии. Осуществляет контроль над соблюдением водителями автомобилей правил технической эксплуатации автотранспортных средств и оказанием им необходимой технической помощи на линии. Осуществляет контроль над обеспечением горюче-смазочными материалами, за своевременным обслуживанием транспорта. Водители-экспедиторы, которые осуществляют непосредственно транспортировки грузов. Автомеханики и слесари занимаются ремонтом и техническим обслуживанием транспорта.

Для того чтобы представить более чёткую картину о данной организационной структуре, необходимо рассмотреть её со всех сторон. А именно, изучить достоинства и недостатки.

Таблица 4 – Основные преимущества и недостатки организационной структуры организации ООО «Сибирские большегрузные перевозки»

Преимущества	Недостатки
Проста контроля достижения результатов	Высокие профессиональные требования к руководителям
Простота управления (один канал связи)	Трудности в согласовании решений между отделами
Высокая концентрация ответственности	В структуре отсутствует специальные уровни по планированию и подготовке управленческих решений
Реализация принципа единоначалия, единства распоряжений	

Можно сделать вывод о том, что основными достоинствами организационной структуры, является простота осуществления контроля, быстрые и экономичные формы принятия решений, оперативной в системе коммуникаций, и персонификация ответственности. В тоже время, основным недостатком можно назвать необходимость в согласовании любого действия с вышестоящим руководством и между отделами.

Конкурентоспособность организации, является ключевым моментом в развитии. Организация может казаться идеальной для внешних стейкхолдеров, однако операционные проблемы могут препятствовать занятию более весомой доли рынка по сравнению с другими организациями данной отрасли. Для этого проведем анализ конкурентов и рынка грузоперевозок.

Таблица 5 – Определение относительных преимуществ организации в конкуренции

Характеристики	Коэф. Знач.,%	ООО «Сибирские большегрузные перевозки»		ООО « Абсолют авто»		DELLA		Компания «Перевозки 24»	
		баллы	оценка	баллы	оценка	баллы	оценка	баллы	оценка
Цена услуги	20	90	18	70	14	95	19	100	20
Соблюдение сроков поставки	30	100	30	90	27	90	27	100	30
Качество услуги	25	100	25	80	20	90	22,5	100	25
Система сбыта	15	90	13,5	90	13,5	100	15	100	15
Менеджмент	10	90	9	90	9	95	9,5	95	9,5
<b>Итого</b>	<b>100</b>		<b>95,5</b>		<b>83,5</b>		<b>93</b>		<b>99,5</b>

Как показал анализ конкурентоспособности предприятия, ООО «Сибирские большегрузные перевозки» занимает среднее положение (оценка 95,5 балла), опережая ООО « Абсолют авто» (оценки 83,5 балла) DELLA (93 балла), уступая лишь компании Компания «Перевозки 24» (99,5 баллов). Организация имеет более предпочтительные позиции по сравнению с конкурентами по всем характеристикам, кроме менеджмента и системы сбыта.

В целях получения более конструктивного и конкретного представления о стратегическом анализе внутренней среды организации предлагается использовать SNW-анализ. Данный анализ был приведен с привлечением экспертов организации, в роли которых выступили десять ее работников из административного персонала и служащих. Это директор организации, начальник эксплуатации, заведующий гаражом, главный бухгалтер, контролер, слесарь, два механика, два водителя. Качественная оценка каждой позиции выбиралась методом абсолютного большинства мнений относительно той или иной стратегической позиции.

Таблица 6 – Стратегический SNW-анализ

№ п/п	Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиций		
		S Сильная	N Нейтральная	W Слабая
1	Стратегия организации	+		
2	Бизнес-стратегии (в целом)	+		
3	Организационная структура	+		
4	Финансы как общее положение, в том числе:		+	
4.1	Финансы, как состояние текущего баланса		+	
4.2	Финансы как уровень бухучета		+	
4.3	Финансы как финансовая структура	+		
4.4	Финансы как доступность инвестиционных ресурсов (кредиты, размещение ценных бумаг)	+		
4.5	Финансы как уровень финансового менеджмента	+		
5	Продукт как конкурентоспособность (в целом)	+		
6	Структура затрат по бизнесу (в целом)		+	
7	Дистрибуция как система реализации продукта (в целом), в том числе:		+	
7.1	Как материальная структура	+		
7.2	Как умение торговать	+		
8	Информационная технология	+		
9	Инновация как способность к реализации на рынке новых продуктов		+	
10	Способность к лидерству в целом (как синтез субъективных и объективных факторов), в том числе:		+	
10.1	Способность к лидерству 1-го лица организации	+		

### Окончание таблицы 6.

10.2	Способность к лидерству всего персонала		+	
10.3	Способность к лидерству, как совокупность объективных факторов		+	
11	Уровень производства (в целом), в том числе:		+	
11.1	Качество материальной базы		+	
11.2	Как качество инженеров (ключевых производственных специалистов)		+	
11.3	Как качество рабочих (основное производство)		+	
12	Уровень маркетинга			+
13	Уровень менеджмента (т.е. качество и способность обеспечить рыночный успех всей системой менеджмента в целом)		+	
14	Качество торговой марки			+
15	Качество персонала (в целом)	+		
16	Репутация на рынке		+	
17	Репутация как работодателя	+		
18	Отношения с органами власти (в целом), в том числе:			+
18.1	С федеральным правительством			+
18.2	С правительством субъекта Федерации			+
18.3	С органами местного самоуправления		+	
18.4	С системой налогового контроля	+		

Стратегический SNW-анализ ООО «Сибирские большегрузные перевозки» показал, что сильную оценку позиций имеют такие показатели как: организационная структура, конкурентоспособность предлагаемой услуги, информационная технология, способность к лидерству 1-го лица организации, качество персонала, репутация на рынке, репутация как работодателя. То, что именно эти показатели имеют сильную позицию является для предприятия, несомненно, высоким достижением. Среднюю позицию занимают такие показатели, как финансы как общее положение, структура затрат по бизнесу и т.д. Уровень маркетинга, отношения с органами власти и качество материальной базы имеют слабую позицию.

Далее определим важнейшие факторы внешней среды, влияющие на деятельность организации. Сведём их в единую таблицу.



Таблица 7 – Важнейшие факторы внешней микросреды, влияющие на деятельность организации ООО «Сибирские большегрузные перевозки»

Факторы внутренней среды	Позитивное влияние	Степень важности	Негативное влияние	Степень важности
Конкуренты	1.Имидж, опыт	9	1.Обслуживаемая доля рынка 2.Виды и количество рекламы	-9
	2.Финансовое состояние	9		
	3.Наличие патентов и лицензий	9		
	4.Наличие высококвалифицированных кадров	9		
	5.Уровень сервисного обслуживания	9		
Поставщики	1. Оценка важности отдельных ресурсов для отрасли	9		
	2.Ценовая эластичность ресурсов	9		
	3.Количество и концентрация поставщиков	9		
	4.Возможности использования ресурсов-заменителей	9		
Покупатели	1. Частота покупок покупателя	9	1.Степень зависимости компании от числа покупателя 2. Чувствительность покупателя к стоимости услуги	-9 -6
	2. Отношение покупателя к качеству услуг	9		

Таким образом, можно сделать вывод о том, что факторы микросреды влияют на деятельность предприятия. Наибольшее влияние имеют такие факторы, как:

- количество потенциальных потребителей;
- размеры рынка и темпы его изменения;
- размеры и темпы роста сегментов рынка в соответствии с интересами компании;
- уровень сервисного обслуживания;
- ценовая эластичность ресурсов;
- количество и концентрация поставщиков;
- частота покупок покупателя;
- отношение покупателя к качеству транспортной услуги.

Начиная с 1991 г., т. е. с перехода народного хозяйства с командной формы экономики на рыночные рельсы, величина объема перевозок и грузооборота начала резко падать, и это падение продолжалось до 1998 г., что

связано с кризисными явлениями в экономике в целом и падением уровня производства. Затем, начиная с 1998 г. и до сегодняшних дней наметился рост основных социально-экономических показателей и, в свою очередь, объема перевозок и грузооборота на автомобильном транспорте. Хотя это увеличение грузового автотранспортного производства произошло лишь за счет АТП, тогда как на АТОП наметилась лишь стабилизация показателей. Тем не менее нельзя не заметить явно наметившейся положительной тенденции по увеличению спроса на рынке грузовых автотранспортных услуг. Рынок автотранспортных услуг, связанный с перевозками грузов, обладает еще некоторыми важными особенностями.

Во-первых, это наличие интенсивной конкуренции между автотранспортными предприятиями. Автомобильные перевозки грузов сравнительно легко доступны для предпринимателей. Покупка или аренда нескольких грузовых автомобилей не требует значительного начального капитала, а получение от государственных органов лицензии – разрешения на предпринимательскую деятельность – в области грузовых перевозок не сопровождается в России, как и в большинстве других стран, какими-либо серьезными ограничениями. Поэтому на рынке автомобильных перевозок грузов всегда действует множество независимых предприятий-перевозчиков и экспедиторов, а предложение услуг, как правило, превышает спрос. Это приводит к высокому уровню конкуренции на данном рынке. Кроме того, в секторах междугородных и международных перевозок они испытывают дополнительную конкуренцию со стороны предприятий других видов транспорта.

Во-вторых, свободное ценообразование. В большинстве стран государство, как правило, лишь в отдельных случаях ограничивает уровень тарифов на отдельные виды грузовых автомобильных перевозок. В Российской Федерации в настоящее время эти тарифы не ограничены. При системе свободных тарифов каждое предприятие, устанавливая по своему усмотрению цены на перевозки и другие услуги, должно учитывать собственные издержки,

уровень платежеспособности конкретного потребителя, уровень цен и качество услуг, предлагаемых в данный момент конкурентами, другие условия. Таким образом, автотранспортные предприятия, действуя в условиях рынка, постоянно решают задачу выбора оптимального уровня тарифов.

В-третьих, разнообразие и изменчивость условий, в которых заключаются и реализуются сделки между АТП и грузовладельцами. С течением времени рыночная конъюнктура изменяется, что заставляет постоянно вносить необходимые коррективы как в обслуживание отдельных потребителей, так и в коммерческую стратегию автотранспортного предприятия в целом.

И в-четвертых, тесная взаимосвязь рынка автотранспортных услуг с товарными рынками, на которых действуют грузоотправители и грузополучатели. В условиях рыночной экономики требования к качеству услуг автотранспортного предприятия диктуются фактически не столько правилами перевозок, сколько объективными рыночными потребностями грузовладельцев. Скорость и сроки доставки, партийность груза, вид упаковки, цена, которую готов уплатить за перевозку грузовладелец и другие условия договора перевозки зависят прежде всего от того, где и при каких условиях происходит реализация товара, предъявляемого к перевозке.

Текущая ситуация на рынке грузовых автотранспортных услуг характеризуется все большим увеличением количества его участников. Время, когда основную массу автомобильных грузоперевозок осуществляли крупные специализированные перевозчики, прошло. Упрощение системы лицензирования автомобильных перевозок привело к тому, что теперь перевозчиком может быть любая зарегистрированная компания (при этом не имеет значения, сколько машин в ее автопарке), получившая лицензию. В связи с этим с каждым годом возрастает количество людей, занятых на мелких частных предприятиях, и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих автомобильные грузоперевозки. Одна из главных причин развития частного бизнеса в этой сфере услуг – сравнительно невысокие

требования к величине стартового капитала, позволяющего осуществлять этот вид деятельности.

Кроме того, все больше предприятий предпочитают обзаводиться собственным автопарком. Иногда корпоративная транспортная служба превращается в дополнительный бизнес. Сегодня предприятия готовы сами возить свои грузы не только в пределах города и области, но и осуществлять междугородные и даже международные перевозки. Это приводит к тому, что традиционные перевозчики уступают часть рынка грузоперевозок. Такая модель работы предприятий становится все более распространенной. По мнению участников рынка, сегодня к перевозчикам для транспортировки грузов по городу и краю обращаются больше частные предприниматели – 37,9 %, на втором месте по обращениям промышленные предприятия – почти 30 %, за ними – торговые и посреднические организации – 22,9 %.

Решение об обращении к услугам транспортной компании зависит от объема и регулярности перевозок.

Рынок автомобильных перевозок быстрее реагирует на повышение цен на ГСМ, чем его основной конкурент – железнодорожный транспорт, поэтому риск лишиться клиентов намного выше, чем у железнодорожников. Но при этом автогрузоперевозчики могут быть уверены, пока не везде проведена железная дорога, без работы они не останутся.

Что касается марок используемого подвижного состава, то политика в выборе обоснована тем, что зачастую автомобили эксплуатируются в непростых условиях, поэтому почти 70 % автогрузоперевозчиков предпочитают отечественный автотранспорт. На дальние расстояния и при перевозке больших объемов груза чаще используются западные модели и специальный автотранспорт типа рефрижераторов, предпочтение отдается американским моделям грузовых автомобилей. Как отмечают специалисты, компаний, переправляющих грузы с помощью экспедиторов, становится все меньше: они либо обзаводятся собственным автопарком, либо предпочитают работать с

перевозчиками напрямую, что значительно снижает стоимость грузоперевозок. Это ведет к сокращению экспедиторских компаний.

На основании проведенного интервьюирования главного бухгалтера Зайцева С.В., а так же анализа бухгалтерской документации, можно сделать вывод о том, что процесс ведения бухгалтерии имеет ряд недостатков:

- большие массивы информации обрабатываются вручную, что влечет за собой значительные трудовые и временные затраты, параллельно требуя от работников высокого профессионализма;
- в ведение бухгалтерии не используются компьютерные средства обработки информации (исключение составляет MS Excel), процесс осуществляется исключительно с использованием бумажного документооборота, создавая проблемы при обработке и анализе данных.

### **2.3 Анализ финансово-экономического состояния ООО «Сибирские большегрузные перевозки»**

Предварительная оценка финансового положения организации осуществляется на основании данных бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках.

Для начала необходимо провести анализ экономического потенциала предприятия методами вертикального и горизонтального анализа.

Вертикальный анализ баланса называется еще структурным, так как показывает структуру конечных данных бухгалтерского баланса в виде относительных величин. При вертикальном анализе статьи отчетности приводятся в процентах к его итогу. Данный вид анализа позволяет посмотреть изменения статей баланса.

Таблица 8 – Вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Сибирские большегрузные перевозки»

Показатели	на начало 2018, тыс. руб	на конец 2018, тыс. руб	Доля на начало 2018,%	Доля на конец 2018,%	Абсолютное изменение доли,%
Актив					
Внеоборотные материальные активы	5197	3295	56,8	43,4	-13,4
Запасы	453	478	4,95	6,3	1,35
Денежные средства и денежные эквиваленты	480	828	5,24	10,9	5,66
Финансовые и другие оборотные активы	3017	2984	32,9	39,3	6,4
Баланс	9147	7585	100	100	
Пассив					
Капитал и резервы	10	10	0,109	0,131	-0,978
Кредиторская задолженность	9137	7575	99,8	99,86	0,06
Баланс	9147	7585	100	100	

Из представленного вертикального анализа бухгалтерского баланса видно что, в активе баланса на начало года внеоборотные активы составляют 56%, а оборотные активы 33%. Однако в конце года показатели внеоборотных и оборотных активов стали примерно одинаковы: 43% и 40% соответственно.

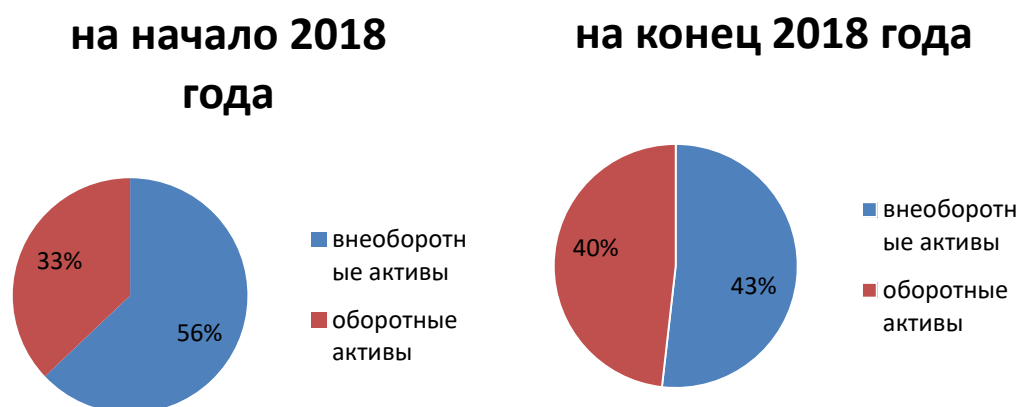


Рисунок 2 – Структура активов на начало и конец 2018 года.

По итогам года видно, что доля оборотных активов увеличилась. Увеличение оборотных активов вызвано увеличением денежных средств и денежных эквивалентов. Снижение доли внеоборотных активов связано с

уменьшением стоимости основных средств. Снижение оборотных активов, также может означать физический износ производственных мощностей.

Таблица 9 – Вертикальный анализ отчёта о финансовых результатах ООО «Сибирские большегрузные перевозки»

Показатели	За отчетный период, тыс. руб.	За аналогичный период предыдущего года, тыс. руб.	Доля на конец отчетного периода, %	Доля на начало отчетного периода, %	Абсолютное изменение доли, %
Выручка	41115	26473	100	100	
Расходы по обычной деятельности	38147	24466	92,78	92,41	0,37
Чистая прибыль (убытки)	2968	2007	7,22	7,59	- 0,37

В отчетном периоде выручка организации увеличилась на 14 642 тыс. руб. Однако также выросли и расходы по обычной деятельности на 13 681 тыс. руб. Это привело к росту чистой прибыли на 961 тыс.руб.

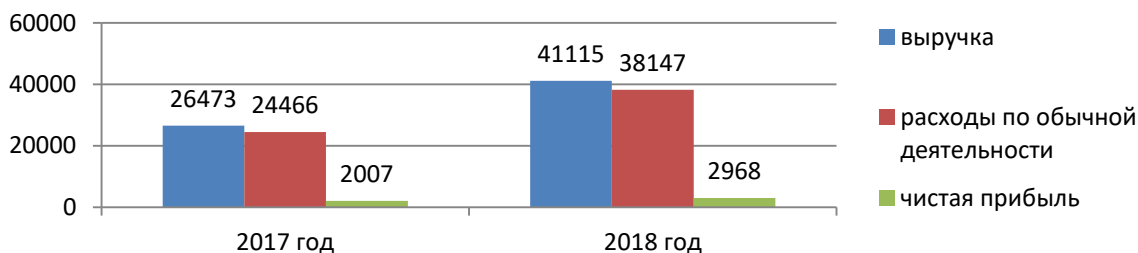


Рисунок 3 – Динамика показателей выручки, расходов по обычной деятельности и чистой прибыли за 2017-2018 года

Далее был проведен горизонтальный анализ бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

Горизонтальный анализ помогает изучить изменение итоговых показателей бухгалтерского баланса во времени. Можно проследить изменения, произошедшие за предыдущий и предшествующий предыдущему годы, можно понять сложился положительный или отрицательный результат.

Таблица 10 – Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Сибирские большегрузные перевозки»

Показатели	на начало 2018, тыс. руб	на конец 2018, тыс. руб	Абсолютное изменение	Темпы прироста, %
<b>Активы</b>				
Внеоборотные материальные активы	5197	3295	-1902	-36,5
Запасы	453	478	25	5,51
Денежные средства и денежные эквиваленты	480	828	348	72,5
Финансовые и другие оборотные активы	3017	2984	-33	-1,093
Итого	9147	7585	-1562	-17,07
<b>Пассивы</b>				
Капитал и резервы	10	10	0	0
Кредиторская задолженность	9137	7575	-1562	-17,095
Итого	9147	7585	-1562	-17,076

Из представленного горизонтального анализа бухгалтерского баланса видно, что в активе баланса темпы прироста внеоборотных активов уменьшились на 36,5%. В то же время денежные средства увеличились на 72,5%. Снижение внеоборотных активов может означать продажу основных средств.

Таблица 11 – Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «Сибирские большегрузные перевозки»

Показатели	За отчетный период, тыс. руб.	За аналогичный период предыдущего года, тыс. руб	Абсолютное изменение	Темп прироста, %
Выручка	41115	26473	14642	55,3
Расходы по обычной деятельности	38147	24466	13681	55,91
Чистая прибыль (убытки)	2968	2007	961	47,8



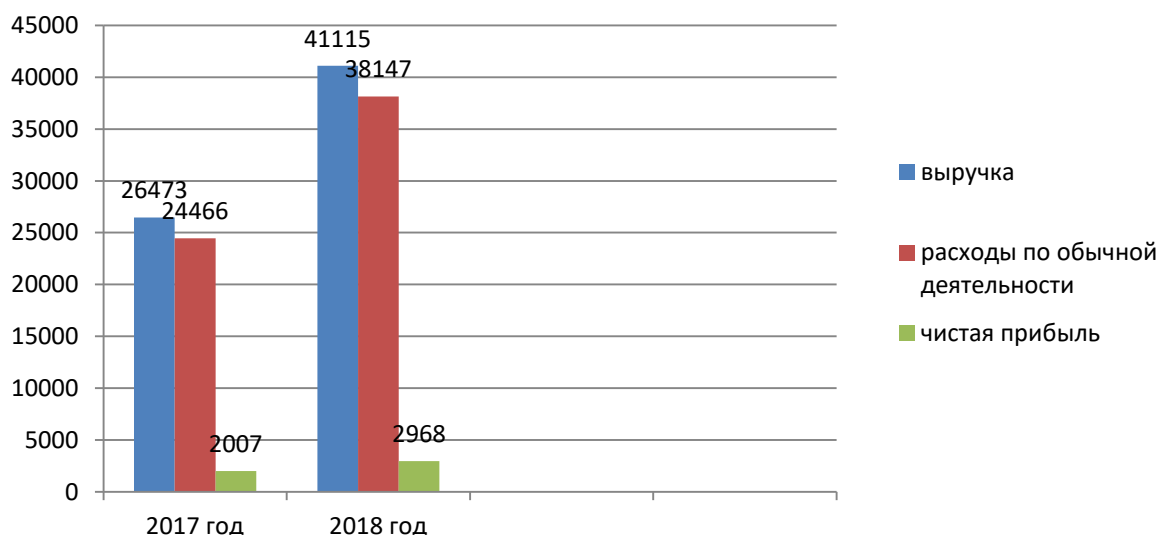


Рисунок 4 – Динамика показателей выручки, расходов по обычной деятельности и чистой прибыли за 2017-2018 года.

На отчетный период 2018 года выручка увеличилась на 14642 тыс. руб. или на 55, 3%. А чистая прибыль увеличилась на 961 тыс.руб. или на 47,8%. Это связано с увеличением количества заказов.

Анализ показателей финансовой устойчивости организации.

1. Коэффициент автономии:

$$Ka(\text{на начало отчетного периода}) = 10/9147 = 0,001$$

$$Ka(\text{на конец отчетного периода}) = 10/7585 = 0,0013$$

Коэффициент показывает долю активов предприятия, которые обеспечиваются собственными средствами. Нормативное значение этого показателя 0,5. Как на начало, так и на конец отчетного периода показатели меньше нормативного значения. Это говорит нам, о том, что большая доля активов предприятия не может обеспечиваться собственными средствами. Считается что чем выше доля собственных средств (капитала), тем больше шансов у предприятия справиться с непредвиденными обстоятельствами, возникающими в рыночной экономике.

2 Коэффициент соотношения собственного и заемного капитала или Финансовый левередж, показывает долю заёмного капитала на 1 рубль собственного капитала.

$$K_{\text{соотн.}}(\text{на начало отчетного периода}) = 9137/10 = 913,7$$

$$K_{\text{соотн.}}(\text{на конец отчетного периода}) = 7575/10 = 757,5$$

Рекомендуемое значение коэффициента меньше 1. Уровень данного коэффициента выше 1 свидетельствует о потенциальной опасности возникновения недостатка собственных денежных средств, что может служить причиной затруднений в получении новых кредитов.

3 Коэффициент манёвренности собственных оборотных средств, показывает долю собственных оборотных источников в общей сумме собственного капитала.

$$K_{\text{мсоб.ср.}}(\text{на начало отчетного периода}) = (10-5197)/10 = -518,7$$

$$K_{\text{мсоб.ср.}}(\text{на конец отчетного периода}) = (10-3295)/10 = -328,5$$

Показатели ниже нормативного (0,3), это свидетельствует о том, что организация финансово зависима и существует высокий риск неплатежеспособности.

Таблица 12 – Анализ показателей финансовой устойчивости организации

Показатель	Начало отчетного периода	Конец отчетного периода	Динамика
Ка	0,001	0,0013	0,0003
Ксоотн	913,7	757,5	-156,2
КмсобС	-518,7	-328,5	190,2

Анализ показателей финансовой устойчивости предприятия показывает, что доля активов предприятия, которые обеспечиваются собственными средствами, очень мала, т.е. собственные средства почти не влияют при формировании активов. Эта тенденция является отрицательной, т.к. зависимость предприятия от заемных средств велика.

Далее произведем анализ рентабельности. Показатели рентабельности характеризуют эффективность бизнеса и его привлекательность для финансовых вложений.

Рентабельность активов:

$$- \quad Pa0 = 2968 / 9147 = 0,32 \quad Pa0 = 2007 / 7890 = 0,25$$

Рентабельность собственного капитала:

$$- \quad P_{ск0} = 2007/10 = 207,7 \quad P_{ск1} = 2968/10 = 296,8$$

Рентабельность оборотных активов:

$$- \quad P_{обА0} = 2968/2984 = 0,99 \quad P_{обА1} = 2007/3017 = 0,66$$

Таблица 13 – Анализ показателей рентабельности

Показатель	Начало отчетного периода	Конец отчетного периода	Динамика
Ра	0,32	0,25	-0,07
Рск	207,7	296,8	89,1
Роб	0,99	0,66	0,33

Анализ финансового состояния организации ООО «Сибирские большегрузные перевозки» показал, что деятельность компании финансируется за счет заемных средств. Значения коэффициентов ликвидности меньше нормативных, что может свидетельствовать о нерациональной структуре капитала, быть следствием нерационального использования капитала.

Далее необходимо провести дополнительный анализ таких показателей рентабельности: рентабельность продаж и рентабельность продукта.

Рентабельность продаж показывает, какую сумму прибыли получает предприятие с каждого рубля проданной продукции, и рассчитывается по следующей формуле:  $\text{Рен.продж.} = (\text{Прибыль от продаж} / \text{Выручка от продаж}) * 100\%$ .

Рентабельность продукции - коэффициент равный отношению балансовой прибыли от реализации к сумме затрат на производство и реализацию продукции.  $\text{Рент.продук.} = (\text{Прибыль до налогообложения} / \text{Полная себестоимость проданных товаров}) * 100\%$ .

Таблица 14 – Анализ рентабельности продаж за 2018 г.

Показатели	За отчетный период, тыс. руб.	Рентабельность продаж
Выручка	41115	7,2
Расходы по обычной деятельности	38147	
Чистая прибыль (убытки)	2968	

Таблица 15 – Анализ рентабельности продаж за 2017г.

Показатели	За аналогичный период предыдущего года, тыс. руб.	Рентабельность продаж
Выручка	26473	7,6
Расходы по обычной деятельности	24466	
Чистая прибыль (убытки)	2007	

Темпы роста затрат опережают темпы роста выручки. Произошло увеличение цены на используемое топливо «ДТ», однако цены на предоставляемую услугу повышены не были.

Также, слабыми сторонами организации в параграфе 2.2 было выявлено:

- отсутствие маркетинговой деятельности – отсутствие сайта, низкое качество торговой марки;
- проблемы, связанные с эффективностью деятельности подразделения бухгалтерии.

Наиболее важным фактором при выборе мероприятий по увеличению рентабельности организации необходимо принять во внимание несколько аспектов:

- увеличение спроса на рынке грузовых автотранспортных услуг;
- наличие интенсивной конкуренции между автотранспортными предприятиями, так как отрасль автомобильной перевозки грузов сравнительно доступна;
- свободное ценообразование, автотранспортные предприятия, действуя в условиях рынка, постоянно решают задачу выбора оптимального уровня тарифов;
- тесная взаимосвязь рынка автотранспортных услуг с товарными рынками, на которых действуют грузоотправители и грузополучатели.

### **3 Разработка мероприятий по повышению рентабельности деятельности ООО «Сибирские большегрузные перевозки» перевозки»**

#### **3.1 Разработка концепции повышения рентабельности ООО «Сибирские большегрузные перевозки» перевозки»**

Рентабельность характеризует экономическую эффективность использования основных производственных фондов предприятия и оборотных средств в плане автотранспортного предприятия. Определяют и утверждают общую и расчетную рентабельность. Повышение уровня рентабельности транспортной компании может быть достигнуто в результате увеличения прибыльности и более эффективного использования основных производственных фондов и оборотных средств. На размер прибыли предприятия большое влияние оказывает себестоимость продукции, в снижении которой заинтересовано само предприятие. Величина себестоимости перевозок отражает деятельность транспортных предприятий во всех его службах и подразделениях. Наиболее главные мероприятия по снижению себестоимости могут быть определены из следующих положений.

Эксплуатационные расходы подразделяют на зависящие от пробега (т.е. от объема перевозок и ему пропорциональные) и не зависящие от пробега и по величине примерно постоянные при определенной величине хозяйства. Структура себестоимости перевозок ООО «Сибирские большегрузные перевозки» представлена на рисунке ниже.

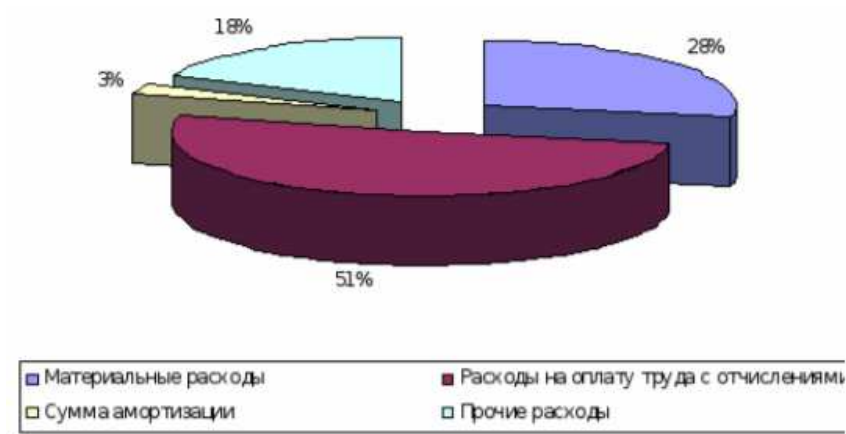


Рисунок 5 – Структура затрат ООО «Сибирские большегрузные перевозки»

Из рисунка видно, что основная часть затрат приходится на материальные затраты и затраты на оплату труда. Повышение эффективности использования фондов предприятия (получение наибольшей прибыли на 1 рубль основных фондов и оборотных средств) достигается в результате повышения производительности подвижного состава. Предприятие должно использовать подвижной состав и другие основные фонды, которые в конкретных условиях эксплуатации могут обеспечить наиболее высокую производительность и меньшую себестоимость продукции. Наряду с этим предприятие должно своевременно реализовать ненужное оборудование и принять меры к сокращению потребных оборотных средств.

Таким образом, общие расходы на эксплуатацию могут быть снижены за счет следующих мероприятий: повышения общей производительности труда путем внедрения новой техники и технологии по содержанию подвижного состава, стимулирования и правильной организации труда всего обслуживающего персонала, сокращения удельного расхода электроэнергии и горючего. А также в связи с проблемами из-за отсутствия маркетинговой деятельности, необходимо нанять маркетолога и разработать сайт, что поможет повысить качество торговой марки и принести дополнительный доход.

На себестоимость перевозок оказывает влияние ряд техникоэксплуатационных показателей работы ООО «Сибирские большегрузные перевозки», которые можно разбить на группы.

Таблица 16 – Техничко-эксплуатационные показатели, влияющие на снижение себестоимости

Показатели производственной мощности автомобильного парка	Показатели использования производственной мощности автомобильного парка, изменение которых не влияет на производительность подвижного состава (на 1 км)	Показатели использования производственной мощности автомобильного парка, изменение которых влияет на производительность подвижного состава (на 1 км)
Оптимизация списочного состава автомобилей и водителей	Повышение коэффициента выпуска на линию	Увеличение коэффициента использования автомобиля
Сокращение удельного расхода электроэнергии и горючего	Увеличение времени работы автомобилей на линии	Увеличение коэффициента использования пробега
Приобретение легкового транспорта	Снижение времени простоя	
	Оптимизация расстояния перевозки пассажиров	

Повышение коэффициента выпуска автомобилей на линию и увеличение времени их пребывания на линии позволяет выполнить требуемый объем перевозок меньшим количеством подвижного состава. Основными путями повышения коэффициента выпуска автомобилей на линию являются: создание необходимой производственно-технической базы для технического обслуживания и текущего ремонта транспортных средств, оснащение ее необходимыми средствами механизации и автоматизации; укомплектование транспортной компании квалифицированными специалистами и ремонтными рабочими; внедрение прогрессивных режимов технического обслуживания и текущего ремонта; совершенствование организации и управления технической службой автотранспортного предприятия; улучшение обеспечения материалами, запасными частями, узлами и агрегатами; подготовка водительского состава с учетом работы автомобиля во все дни недели.

Коэффициент выпуска автомобилей на линию не отражает степени использования их в течение дня. Поэтому он дополняется показателем среднего времени пребывания автомобиля в наряде.

Соблюдение режимов технического обслуживания и регулировки автомобильных двигателей является одним из путей снижения себестоимости перевозок. Создание специализированных отделений по обслуживанию и ремонту аппаратуры, электрооборудования двигателей, аккумуляторных батарей, выбор рациональных путей движения на различных передачах, соблюдение норм давления в шинах.

Техническое состояние транспортных средств, их надежность в эксплуатации во многом зависят от квалификации ремонтных рабочих, занятых техническим обслуживанием и текущим ремонтом подвижного состава.

Правильная эксплуатация автомобилей требует от работников глубоких знаний и производственного опыта. Приобретение навыков правильного выбора передач позволяет создать оптимальный режим работы двигателя, повысить срок службы трансмиссии и тормозов. Выбор наиболее оптимального маршрута. Необходимость маршрутизации перевозок обосновывается еще и тем, что маршруты дают возможность составления проектов текущих планов и оперативных заявок на транспорт, исходящих из действительных объемов перевозок.

Таким образом, разработка обоснованных маршрутов и проектов планов перевозок будут способствовать своевременному и бесперебойному выполнению заявок, а, значит, повысят уровень рентабельности ООО «Сибирские большегрузные перевозки» и конкурентоспособности. Снижение себестоимости перевозок возможно также в результате изменения технико-экономических факторов.

Экономия от снижения затрат на перевозки рассчитывают с учетом

- следующих технико-экономических факторов
- повышение технического уровня;
- совершенствование организации труда и эксплуатации
- транспортных средств;
- совершенствование управления;
- улучшение использования основных фондов;



- прочие факторы.

Также, одной из важных проблем ООО «Сибирские большегрузные перевозки» можно назвать отсутствие маркетолога, который продвигал бы работу организации через запуск сайта, что повлияло бы на известность и качество торговой марки.

ООО «Сибирские большегрузные перевозки» не сможет эффективно воспользоваться возможностями, которые ей предоставит внешняя среда. Если не заняться решением проблемы, компания и в дальнейшем будет терять позицию на рынке, так как количество конкурентов, как и спрос на занимаемом рынке растут.

В обязанности маркетолога будет входить:

- комплексное изучение рынка;
- выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей;
- планирование цен;
- разработка мер по совершенствованию управления и организации производства;
- ведение сайта организации.

Следующим мероприятием по повышению рентабельности является автоматизация ведения бухгалтерской отчетности организации.

Решение данной проблемы предлагается осуществить путем внедрения программного продукта, обеспечивающего снижение трудоемкости обработки информации – система «1С: Бухгалтерия».

Выбор обусловлен следующими причинами:

- 1С является известным российским брендом, имеет многолетний опыт работы;
- 1С является наиболее распространенной системой в Российской Федерации;
- внедрение «1С:Бухгалтерия» подходит компании в ценовом аспекте.

Приложение «1С: Бухгалтерия» является собой технологическую платформу из линейки программ 1С. Такое программное обеспечение поддерживает высокую гибкость, совместимость и адаптивность продукта, исходя из задач пользователя. Высокая производительность программы позволяет осуществлять автоматизированную обработку документации в любых объемах. Применяется он для автоматизации бухучета на предприятии и для подготовки форм отчетности.

### **3.2 Оценка экономической эффективности мероприятий по повышению рентабельности деятельности ООО «Сибирские большегрузные перевозки»**

Экономия от повышения технического уровня (от внедрения новой техники, прогрессивной технологии, механизации, автоматизации процессов на транспорте) принимается в сумме, определяемой в плане развития. По фактору «Совершенствование организации труда и эксплуатации транспортных средств» отражают экономию по заработной плате за счет улучшения организации транспортной работы, а также экономию от сокращения норм расхода топлива, электроэнергии и материалов. Исходной информацией для расчета экономии по заработной плате являются расчеты повышения производительности труда за счет улучшения организации транспортной работы. Сумму экономии можно рассчитать умножением численности высвобождающихся рабочих на их среднюю заработную плату за год (с учетом отчислений на социальное страхование и расходов на спецодежду и т.п.).

Экономия от снижения норм топлива рассчитывается по формуле:

$$Э_T = (Н_f - Н_n) \times P_n \times Ц_1 \quad (10)$$

Где,  $N_f$  и  $N_n$  – нормы расхода топлива по факту и при изменении соответственно;

$P_n$  – объем работ в планируемом периоде, т/км;

Ц1 – цена за топливо, руб./л.

Для того, чтобы определить снижение себестоимости перевозок, прежде всего, необходимо рассчитать размер экономии от повышения производительности автомобилей. Для этого устанавливают производительность подвижного состава в тонно-километрах по сдельным автомобилям на 1 км пробега и 1 час работы, по почасовым автомобилям – на 1 авточас работы автомобиля. Определяют планируемый уровень затрат по группе переменных расходов на 1 км пробега, а по заработной плате на 1 авточас работы. Планируемый уровень затрат на 1 км пробега по переменным расходам делят на производительность автомобилей в тонно-километрах на 1 км пробега. Планируемый уровень затрат по заработной плате водителей на 1 авточас также делят на производительность автомобиля в тонно-километрах на 1 час работы. Разница в себестоимости 1 т/км по указанным группам затрат является экономией на 1 т/км. Умножением этой величины на общее количество тонно-километров определяют всю сумму экономии от повышения производительности автомобилей. Снижение себестоимости определяют также по отдельным статьям. Сумму экономии от снижения расхода эксплуатационных материалов на 1 км пробега рассчитывают как произведение разницы в затратах, приходящихся на 1 км пробега, по статьям «Топливо», «Смазочные и другие эксплуатационные материалы» на общее количество запланированного пробега. Значительное уменьшение транспортных расходов может произойти в результате установки автомобильному парку ООО «Сибирские большегрузные перевозки», работающему на бензиновом двигателе, газобаллонного оборудования. В частности данный вариант приемлем в отношении ГАЗ – А64R42 - 2018 года выпуска. Автомобильное газобаллонное оборудование – это газодазирующая система, 53 установка которой позволяет использовать в качестве автомобильного топлива сжиженный газ вместо бензина. При этом газобаллонное оборудование встраивается в автомобиль дополнительно «поверх» бензинового и может использоваться опционально. Переключение между режимами газ/бензин осуществляется с помощью

переключателя видов топлива, который помещается на приборную панель авто. Основная причина использования газобаллонного оборудования для автомобилей – более низкая стоимость газового топлива по сравнению с бензином. Литр бензина ДТ стоит в 2 раза больше, чем литр сжиженного газа, а это значит, что будет расходоваться меньше средств на топливо для авто. В среднем цена на авто газ составляет сегодня 22 рубля за 1 литр.

Таблица 17 – Розничные цены на дизельное топливо и газ в респ. Хакасии без учета скидки для клиентов

Топливная компания	Валюта	ДТ	Газ
Роснефть	RUB	47,10	22,45
Газпром	RUB	47,30	22,10

Далее сравним расходы на топливо за год среднего автомобиля «Volvo FH» (годовой пробег 25 000 км, расход ДТ 23,3л на 100 км) и предположим, что хорошая система ГБО (например, Lovato) расходует на 10% меньше газа, чем неплохая система, собранная из качественных компонентов разных производителей, но, следовательно, не оптимально сбалансированная.

Рассмотрим наглядный расчет (со средними исходными данными).

Расход литров ДТ в год –  $25\,000 / 100 * 23,3 = 5\,825$  л/год

Цена ДТ – 47,30 руб./л

Итого расходы на ДТ в год – 275 522,5 рублей

Теперь тоже на газе с использованием системы Lovato:

Расход литров газа в год –  $25\,000 / 100 * 25,63 (23,3+10\%) = 6\,407,5$  л/год (газа расходуется на 10% больше)

Цена газа – 22,45 руб./л

Итого расходы на газ в год – 143 848,4 рублей.

Только подкапотное оборудование обойдется в 70-80 тысяч рублей, цена на баллоны объемом 50 л колеблется в диапазоне от 20 до 30 тыс. руб./шт. Поэтому установка газобаллонного оборудования на дизель является рациональным шагом для предприятий, которые обладают автопарками из грузовиков, автобусов, тяжелой техники.

С расчетом, что драфт-проект будет реализован на две машины, где на каждой из машин объем двух бензобаков (один 450, второй 650), в совокупности составляет 1100 л., которые заполняются полностью.

В драфт-проекте мы предлагаем заполнять один бензобак (650) ДТ, а вместо использования второго бензобака использовать систему газовых баллонов.

Итого, выгода за год с двух машин составит:

$275\,522,5 \text{ рублей} * 2 = 551\,045 \text{ рублей}$  – если не будут использовать драфт-проект на две машины.

$275\,522,5 \text{ рублей} + 143\,848,4 \text{ рублей} = 419\,370,9 \text{ рублей}$  – если один бак каждой машины будет заполнен ДТ, а также будет использоваться система газовых баллонов.

Экономия с использования газовых баллонов вместо второго бака составит  $551\,045 - 419\,370,9 = 131\,674,1 \text{ рублей}$ .

Кроме финансовой стороны вопроса газобаллонные автомобили имеют и множество других преимуществ:

- возможность покрывать большие расстояния на одной заправке автомобиля газом и бензином. В сумме пробег на газе и бензине возрастает вдвое, так как на автомобилях редко ставятся газобаллонные установки с баллоном емкостью меньше, чем бензиновый бак;

- снижение риска детонации, сводя его практически к нулю, и уменьшение нагрузки на поршнево-шатунную систему двигателя.

- газ на автомобиле – это более чистое топливо с экологической точки зрения. Поэтому массовая эксплуатация автомобиля на газу позволит существенно улучшить экологическую обстановку в городах;

- автомобили на сжиженном природном газе дольше сохраняют ресурсы двигателя, а сама система меньше подвержена амортизации. Благодаря этому ремонт подвижных резиновых частей можно осуществлять значительно реже, приблизительно раз в пять лет. — Автомобильное газобаллонное оборудование может быть также использовано в качестве противоугонной

системы автомобиле – отсоединяется коммутатор, и подача обоих видов топлива прекращается. Попытка несанкционированного запуска мотора, таким образом, обернется неудачей.

Маркетинговые коммуникации как каналы распространения коммерческой информации о фирме и ее товаре, как средство формирования в сознании потребителей стремления купить определенный продукт приобретают в настоящее время все большее значение в связи с развитием рыночных отношений.

Для увеличения % сбыта продукции организации необходимо нанять на полный рабочий день одного маркетолога сроком на 6 месяц.

В обязанности маркетолога будут входить:

- полная разработка сайта, с последующим обеспечением деятельности;
- настройка контекстной рекламы;
- разработка нового прайс-листа;
- разработка программы лояльности клиентов;
- мониторинг конкурентной среды отрасли.

Для создания рабочего места маркетолога на первичный договор сроком 6 месяцев необходимы следующие затраты:

1. Затраты на персонал (с учетом отчислений в социальные внебюджетные фонды в размере 34 %):  $30 \text{ тыс.руб.} * 1,34 * 6 \text{ мес.} = 241,2 \text{ тыс.руб.};$

2. Канцтовары и офисная бумага:  $0,5 \text{ тыс.руб.} * 6 \text{ мес.} = 3 \text{ тыс.руб.};$

3. Услуги связи:  $0,5 \text{ тыс.руб.} * 6 \text{ мес.} = 3 \text{ тыс.руб.};$

4. Интернет:  $0,5 \text{ тыс.руб.} * 6 \text{ мес.} = 3 \text{ тыс.руб.};$

5. Обслуживание и ремонт основных средств:  $0,25 \text{ тыс.руб.} * 6 \text{ мес.} = 1,5 \text{ тыс.руб.};$

6. Эксплуатационные и коммуникационные услуги:  $0,5 \text{ тыс.руб.} * 6 \text{ мес.} = 3 \text{ тыс.руб.};$

7. Предпринимательские расходы:  $1,5 \text{ тыс.руб.} * 6 \text{ мес.} = 9 \text{ тыс.руб.}$

Итого 263,7 тыс.руб.

Далее будет проведен анализ деятельности маркетолога, после чего будет посчитана эффективность данного мероприятия и при успешном выполнении обязанностей маркетологу будет предложен повторный договор также сроком на 6 месяцев, но уже на пол ставки.

При оценке эффективности организационного проекта по совершенствованию системы управления маркетингом можно воспользоваться формулой:

$$\text{ЭОП} = \text{Эр} - \text{Зм} \quad (11)$$

где Эр – экономические результаты осуществления мероприятий за расчетный период, тыс. руб.;

Зм – затраты на осуществление мероприятий, тыс. руб.

Чистая прибыль предприятия по итогам работы за 2018 г. составила 2968 тыс. руб. Экспертным путем исходя, из опыта внедрения подобных мероприятий по внедрению маркетинговой службы можно предположить, что рост чистой прибыли составит примерно 30 % или 890,4 тыс. руб.

Таким образом, экономическая эффективность мероприятий по внедрению службы маркетинга и совершенствованию системы управления маркетингом составит:

$$\text{ЭОП} = 890,4 - 263,7 = 626,7 \text{ тыс. руб.}$$

Окупаемость вложений составит:  $T_o = 263,7 / 890,4 \times 12 \text{ месяцев} = 3,6$  месяца.

Эффективность характеризует не только результативность деятельности. Но и ее экономичность, т.е. достижение определенного результата с минимальными затратами. Отсюда следует, что при оценке системы управления как таковой могут быть использованы показатели не только производительности труда, но и экономичности самой системы маркетинга на предприятии.

Источником эффекта во всех этих случаях является экономия средств на достижение поставленных целей. Управление маркетингом на предприятии, работающем в условиях самофинансирования, ставит задачу конкретизации затрат на маркетинговые исследования, учета и анализа всех издержек, связанных со сбытом продукции.

Для оценки эффективности внедрение автоматизированной системы ведения бухгалтерского учета необходимо оценить трудоемкость ведения бумажной отчетности и обработки данных в MS Excel.

Затраты времени 4 рабочих дня в месяц по 8 часов = 32 часа в месяц.

Ставка, главный бухгалтер = з/п за месяц / кол-во рабочих дней / кол-во трудочасов = 34580 / 24 / 8 = 180,1 руб./час

Ставка, бухгалтер = 15838 / 24 / 8 = 82,4 руб./ час

Затраты на составление отчетности = 180,1 \* 32 = 5763,2 руб.

Таблица 18 – Затраты на составление отчетности

Сотрудник	Затраченное время, час.	Ставка, руб./ч	Затраты на составление отчетности, руб.
Главный бухгалтер	32	180,1	5763,2
Бухгалтер	32	82,4	2636,8
Итого	64	262,5	8400

Годовые затраты составят = 8400 \* 12 = 100 800 руб.

Также стоит отметить затраты на расходные материалы (бумага, картриджи):

Цена заправки картриджа = 425 руб.

Цена пачки бумаги = 248 руб.

Затраты на расходные материалы в год = (425 + 248) \* 12 = 8076 руб.

Следовательно, общие затраты ведения бумажной отчетности и обработки данных в MS Excel составят = 100800 + 8076 = 108 876 руб.

Приобретение автоматизированной информационной системы (программного продукта), в которой будет храниться вся информация, позволит снизить издержки и трудоемкость, повысит управляемость.



Внедрение программы «1С: Бухгалтерия» вызовет определенные затраты и сложности. Поэтому необходимо доказать, что их использование позволит существенно сэкономить по ряду позиции.

Инвестиции, необходимые на приобретение программного пакета «1С: Бухгалтерия», его установку и внедрение представлены в таблице 7. Все затраты будут осуществляться за счет собственных средств организации.

Таблица 17 – Планируемые затраты на закупку и внедрение программного пакета, руб.

Наименование затрат	Размер затрат, руб.
1. Установка программного обеспечения	4800
2. Покупка модулей	7000
3. Настройка программного обеспечения	10 000
4. Обучение персонала	5 000
Итого затрат:	21 800

Таким образом, для организации внедрения программного пакета «1С: Бухгалтерия» требуется 21 800 руб.

Экономический эффект от внедрения в существующую систему электронного документооборота организации типового решения «1С: Бухгалтерия» может быть лишь косвенным, так как внедренные программные средства не являются прямым источником дохода, а являются вспомогательным средством минимизирования затрат.

Оценить экономический эффект от использования программы можно двумя способами: простым и сложным (более трудоемкий способ, но более точный). Простой способ это некоторое упрощение сложного способа с учетом различных «оговорок». Например, если материальные затраты не меняются после внедрения программы, то их можно исключить из расчета, тем самым его упростив. Полная оценка по сложному алгоритму, как правило, проводится квалифицированными специалистами по итогам обследования бизнес-процессов. Но если необходимо быстро и приблизительно оценить эффективность внедрения программных средств, то можно в представленные формулы подставлять оценочные значения затрат. Конечно, при использовании

оценок затрат, а не их фактических значений, экономический эффект будет посчитан не точно, но тем не менее позволит оценить выгоду и необходимость внедрения программных средств.

Основной экономический эффект от внедрения программных средств заключается в улучшении экономических и хозяйственных показателей работы организации, в первую очередь за счет повышения оперативности управления и снижения трудозатрат. Для организации ООО «Сибирские большегрузные перевозки» экономический эффект выступает в виде экономии трудовых и финансовых ресурсов, получаемый от:

- снижения трудоемкости расчетов;
- снижение трудозатрат на поиск и подготовку документов;
- экономии на расходных материалах (бумага, картриджи).

Общие затраты ведения бумажной отчетности и обработки данных в MS Excel уже были рассчитаны во 2 главе и составляют 108 876 руб.

Зная затраты на внедрение программы, а также затраты, которые исчезнут после внедрения можно рассчитать экономический эффект. Он определяется по формуле:

$$\mathcal{E} = \mathcal{E}_p - E_n * K \quad (12)$$

Где  $\mathcal{E}_p$  – годовая экономия;

$E_n$  – нормативный коэффициент, он показывает, какая часть капитальных вложений в новую технику должна окупаться в течение года и составляет 0,15;

$K$  – затраты на внедрение программы.

Экономический эффект составит:

$$\mathcal{E} = 108\,876 - 21\,800 * 0,15 = 105\,606 \text{ руб.}$$

Далее следует рассчитать коэффициент экономической эффективности капиталовложений ( $E_p$ ), который показывает величину годового прироста прибыли или снижения себестоимости в результате использования новой программы на один рубль единовременных затрат по формуле:

$$E_p = \mathcal{E} / K \quad (13)$$

$$E_p = 105\ 606 / 21\ 800 = 4,8$$

Внедрение данной программы можно считать экономически эффективным, так как выполняется неравенство:  $E_p > E_n$   $4,8 > 0,15$

Рассчитаем срок окупаемости капиталовложений ( $T_p$ ) – период времени, в течение которого окупаются затраты на внедрение нового программного продукта.

$$T_p = 1 / E_p \tag{14}$$

$$T_p = 1 / 4,8 = 0,2 \text{ года}$$

Следовательно, программа окупится через 2 месяца

По результатам расчета экономической эффективности внедрения программы «1С Бухгалтерия» в ООО «Сибирские большегрузные перевозки» можно сказать, что это выгодно. Приблизительный расчет показал, что потратив на внедрение программы 21800 рублей, организация получит годовую экономию равную 105 606 рублей. Все затраты по внедрению программы окупятся уже через 2 месяца.

Однако необходимо учесть, что объем работы сократиться в связи с внедрением автоматизированной системы расчетов, что приведет к тому, что 2 штатных сотрудника, занимающих должности бухгалтеров будут заняты другими функциональными обязанностями. В соответствии с этим, было принято решение одного из сотрудников уволить и выплатить ему двухмесячную заработную плату в размере  $15838 * 2 = 31676$  рублей. А главного бухгалтера перевести на ставку обычного бухгалтера и провести обучение по работе с программным обеспечением.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе реализации данной выпускной квалификационной работы был изучен и проанализирован теоретический материал, ориентированный на сущность понятия рентабельность, а также на факторы влияния на данный показатель.

Также, в данной работе были выполнены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты, сущность, понятие рентабельности и прибыли предприятия;
- провести анализ финансового состояния компании ООО «Сибирские большегрузные перевозки»;
- определить пути повышения рентабельности компании ООО «Сибирские большегрузные перевозки»;
- разработка мероприятий по повышению прибыли на предприятии ООО «Сибирские большегрузные перевозки».

В первой главе выпускной квалификационной работы было выявлено, что показатели рентабельности дают возможность проследить и проанализировать зависимость издержек и дохода. Более того, данный показатель помогает осуществлять контроль показателей организации, с помощью которых видно, какие коэффициенты необходимо повысить для того, чтобы получить высшую степень эффективности производства фирмы.

Анализ финансового состояния организации ООО «Сибирские большегрузные перевозки» показал, что деятельность компании финансируется за счет заемных средств. Значения коэффициентов ликвидности меньше нормативных, что может свидетельствовать о нерациональной структуре капитала, быть следствием нерационального использования капитала.

Были выявлены слабые стороны организации:

- отсутствие маркетинговой деятельности – отсутствие сайта, низкое качество торговой марки;
- деятельность компании финансируется за счет заемных средств;

- значения коэффициентов ликвидности меньше нормативных;
- проблемы, связанные с эффективностью деятельности подразделения бухгалтерии.

После чего был предложен ряд мероприятий, которые усовершенствуют деятельность ООО «Сибирские большегрузные перевозки» и тем самым повысят ее рентабельность:

- повышения общей производительности труда путем внедрения новой техники и технологии по содержанию подвижного состава;
- внедрение отдела маркетинга;
- внедрение программы «1С Бухгалтерия».

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М.С. Абрютин. - М.: Дело и Сервис, 2015 - 580 с.
2. Артеменко В.Г., Белендир М.В. Финансовый анализ: учебное пособие / В.Г. Артеменко. - М.: ДИС НГАЭиУ, 2013. - 328 с.
3. Базылев Н.И. Экономическая теория: учебное пособие / Н.И. Базылев. - М.: ИНФРА - М, 2014. - 662 с.
4. Бычков В.П. Экономика автотранспортного предприятия: учебное пособие / В.П. Бычков. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 384 с.
5. Вахрушина М.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / М.А. Вахрушина. - М.: Вузовский учебник, 2014. - 461 с.
6. Вельможин А.В., Гудков В.А., Миротин Л.Б. Теория организации и управления автомобильными перевозками: логистический аспект формирования транспортных процессов / А.В. Вельможин. - М.: Мысль, 2014. – 519 с.
7. Врублевская О.В., Романовский М.В. Финансы, денежное обращение и кредит / О.В. Врублевская. - М.: Юрайт, 2010 г. — 714 с.
8. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ / Л.Т. Гиляровская. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.- 527 с.
9. Ефименко А.Г. Формирование рыночной системы автотранспортного обслуживания АПК / А.Г. Ефименко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.
10. Карпова В.В. Учет работы автотранспорта на предприятиях различных форм собственности / В.В. Карпова. - М.:Мысль,2013. – 912 с.
11. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2014 - 514 с.
12. Когденко, В. Г. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика : учебное пособие / В. Г. Когденко, М. В. Мельник, И. Л. Быковников. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 471 с.

13. Кодраков Н.П. Финансовый анализ / Н.П. Кодраков. - М.: Главбух, 2013. - 114 с.
14. Корпоративный финансовый менеджмент. Финансовый менеджмент как сфера прикладного использования корпоративных финансов: учебное пособие / М. А. Лимитовский, Е. Н. Лобанова, В. Б. Минасян, В. П. Паламарчук. – М. : райт, 2012. – 990 с.
15. Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / Н.П. Любушин, В.Б.Лещева, В.Г. Дькова. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2016. - 471 с.
16. Орлова Е.В. Распределение чистой прибыли: правовые и бухгалтерские аспекты / Е.В. Орлова. - М.: Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. - 2014. - № 8. - С.56.
17. Полисюк Г.Б. Анализ финансовых результатов предприятий транспортных услуг / Г.Б. Полисюк - М.: Экономический анализ: теория и практика. - 2013. - № 21. - С. 86.
18. Пласкова Н.С. Экономический анализ: стратегический и текущий аспекты, российская и зарубежная практика / Н.С. Пласкова. - М.: Эксмо, 2015. - 702 с.
19. Ронова Г.Н., Ронова Л.А., Финансовый менеджмент / Г.Н. Ронова. - М.: ЕАОИ, 2015. - 270 с.
20. Романов Н.П., Соловьев А.П. Организация и управление пассажирскими перевозками / Н.П. Романов. - М.: «Академия», 2013. – 627 с.
21. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 316 с.
22. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник - 12-е издание / Г.В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2016.- 607 с.
23. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 316 с.
24. Туревский И.С. Экономика отрасли (автомобильный транспорт): учебник. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2017. – 287 с.

25. Туревский И.С. Автомобильные перевозки: учебник / И.С. Туревский.  
- М: Форум: ИНФРА-М, 2016. – 222 с.
26. Финансовое право : учебник для бакалавров / Е. М. Ашмарина. - М.: Юрайт, 2013. – 429 с.
27. Финансы организаций (предприятий) / Н. В. Колчиной. – 5-е издание.  
- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 407 с.
28. Шеремет А.Д. Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности / А.Д. Шеремет. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 416 с.
29. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. - М.: Инфра- М, 2015. - 256 с.
30. Экономика транспорта: учеб. для академического бакалавриата / Е.В.Будрина. - М.: Юрайт, 2016. – 365 с.



Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт экономики, управления и природопользования  
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ С.Л. Улина  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.02. Менеджмент

38.03.02.02.12 Финансовый менеджмент

Разработка мероприятий по повышению рентабельности организации  
(на примере ООО «Сибирские большегрузные перевозки»)

Руководитель


  
\_\_\_\_\_  
дата, подпись

доцент, канд.экон.наук

должность, ученая степень

О.С. Суртаева

Выпускник

  
\_\_\_\_\_  
дата, подпись

А.В. Девяшина

Красноярск 2019