

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт

Экономика и менеджмент

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

И. В. Панасенко

подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Повышение эффективности деятельности организации на примере ООО «Трейд»

тема

Руководитель

подпись, дата

должность, ученая степень

Т. Н. Плотникова

инициалы, фамилия

Выпускник

подпись, дата

К. К. Сизова

инициалы, фамилия

Абакан 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 Теоретическая часть Теоретические основы эффективности деятельности организаций оптовой торговли.....	5
1.1 Сущность и содержание эффективной деятельности торговых организаций	5
1.2 Критерии и показатели экономической эффективности.....	11
1.3 Пути повышения эффективности деятельности предприятий оптовой торговли продовольственными товарами.....	18
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Трэйд»	24
2.1 Краткая характеристика торговой организации	24
2.2 Анализ актива баланса.....	27
2.3 Анализ пассива баланса.....	30
2.4 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости предприятия	32
2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия	36
2.6 Управленческий анализ.....	39
2.7 Заключительная оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	47
2.8 Вопросы экологии.....	49
3 Проектная часть. Разработка программы повышения эффективности деятельности ООО «Трэйд».....	51
3.1 Обоснование мероприятий программы	51
3.2 Расчет основных показателей программы.....	57
3.3 Прогноз показателей по реализации программы.....	63
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	67
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	69
Приложение А Бухгалтерский баланс 2016 год (форма № 0710001)	72
Приложение Б Отчет о финансовых результатах за 2016 год (форма № 0710002)	

ВВЕДЕНИЕ

Повышение эффективности деятельности организаций торговли на потребительском рынке, характеризующемся нестабильностью внешней и внутренней среды и обострившейся конкуренцией, является актуальной проблемой. Развитие рыночных отношений усложнило выбор наиболее оптимального направления развития любого предприятия (в том числе торгового предприятия). В этих условиях предприятию все труднее ориентироваться в рыночной экономике. Это приводит не просто к возрастанию роли управления, а к качественным изменениям во всей структуре и методах управления и как следствие – повышению эффективности деятельности предприятия в целом.

Для достижения эффективности коммерческой деятельности торговой организации необходимо гибкое реагирование на меняющиеся условия внешней среды. Требования повышения эффективности деятельности в определенной степени ограничивают маневрирование, как ассортиментом товаров, так и ценами на них, при этом ориентация на спрос покупателей и его активное формирование должны определять оптимальное направление использования имеющихся ресурсов для успешной реализации товаров, которая обеспечивает эффективность работы организации.

В условиях динамичности потребительского рынка система управления должна находиться в состоянии непрерывного развития и адаптации к меняющимся условиям внутренней и внешней среды. Таким образом, формирование эффективной системы управления организацией влечет за собой повышение результативности деятельности организации в целом.

Актуальность темы работы обусловлена высокой степенью зависимости конечных финансовых результатов, в первую очередь, прибыли и рентабельности деятельности торгового предприятия от эффективности осуществления его коммерческой деятельности.

Целью работы является определение путей повышения эффективности

коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

Для реализации поставленной цели в настоящей работе необходимо решить следующие задачи:

- изучить экономическую сущность и содержание эффективной деятельности торговых организаций;
- определить критерии и показатели экономической эффективности;
- определить пути повышения эффективности деятельности предприятий оптовой торговли продовольственными товарами;
- проанализировать эффективность деятельности на примере торговой организации;
- определить направления и разработать рекомендации по совершенствованию управления эффективностью деятельности на примере действующей торговой организации.

Предметом исследования в настоящей работе являются экономические показатели оценки эффективности деятельности организации.

Объектом исследования в данной работе выступает предприятие оптовой торговли ООО «Трейд».

Информационной базой теоретической части являются научно-методические, аналитические работы отечественных и зарубежных ученых в области экономики организаций, экономического анализа и финансового менеджмента.

Проблеме изыскания эффективных методов и средств управления эффективностью деятельности организаций уделялось и уделяется повышенное внимание со стороны представителей самого широкого круга научных направлений. В качестве объекта экономического анализа эффективность деятельности изучалась Г.В. Савицкой, А.Д. Шереметом, М.И. Бакановым, Н.Д. Заварихиным, О.В. Грищенко и др. Этими авторами были разработаны, апробированы и представлены к применению методы экономического анализа эффективности деятельности организаций.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

1.1 Сущность и содержание эффективной деятельности торговых организаций

В современных условиях предприятия торговли ориентированы не только на структурное и организационное развитие, но и на повышение эффективности коммерческой деятельности. Вопросы эффективности деятельности в условиях рыночных отношений приобретают исключительно важное значение.

Эффективность деятельности предприятия является экономической категорией. Под этим понятием, подразумевают результативность компании, которая может выражаться в: росте темпов производства; снижении затрат, налоговой нагрузки; уменьшении количества выбросов в окружающую среду; повышении производительности труда и т. д. [31].

Показатели деятельности торгового предприятия, осуществляемой на коммерческой основе, подразделяются на две группы, оценивающие две категории: экономическую эффективность и экономический эффект.

Экономическая эффективность определяется как соотношение между затратами по вовлеченным производственным, материальным, финансовым, трудовым ресурсам и полученными результатами.

Экономический эффект — это результат от функционирования предприятия, выражаемый такими показателями, как товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход, прибыль.

В большинстве случаев, стремясь повысить эффективность организации, руководство рассчитывает получить определенный финансовый результат. Но это не всегда отражает стратегическое будущее производства. Поэтому считается, что правильнее добиваться темпов роста.

Эффективность деятельности торгового предприятия базируется на

современных технологиях управления предприятием, планировании, анализе рисков и оценке конкурентных стратегий. (Рисунок 1.1)

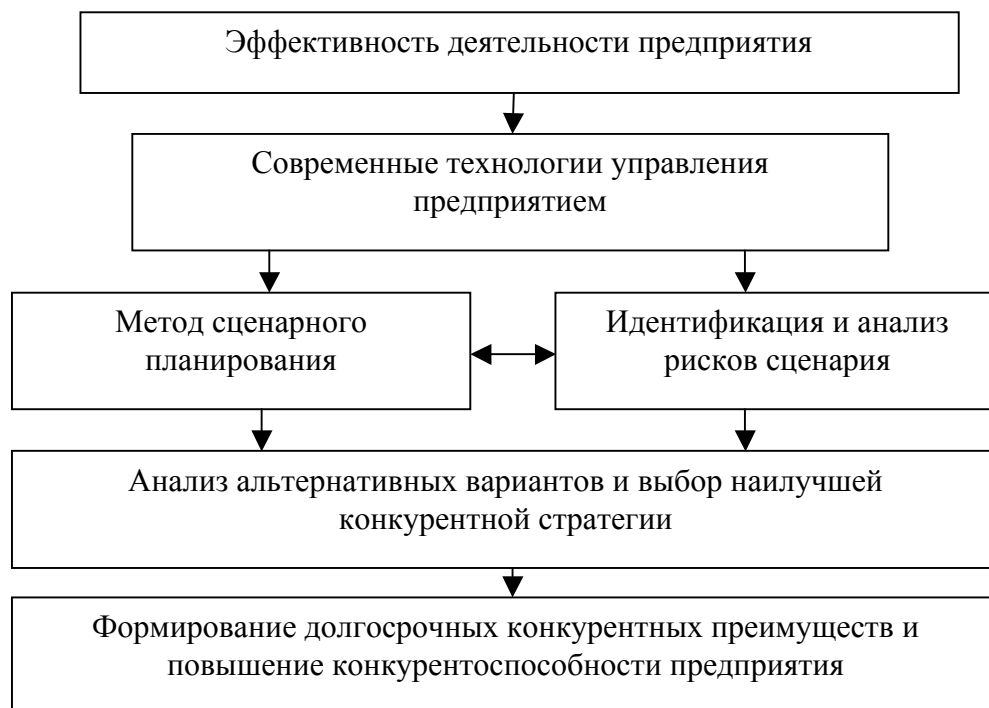


Рисунок 1.1 – Основные элементы эффективности деятельности предприятия торговли

Немаловажное место для роста эффективности функционирования организации занимают организационные и экономические причины. Также нужно развитие социальной инфраструктуры и способов управления. Нужно улучшать способы и формы управления, способы планирования, стимулирования, поощрения [28].

На эффективность коммерческой деятельности организации оказывают влияние следующие факторы, представленные на рисунке 1.2.

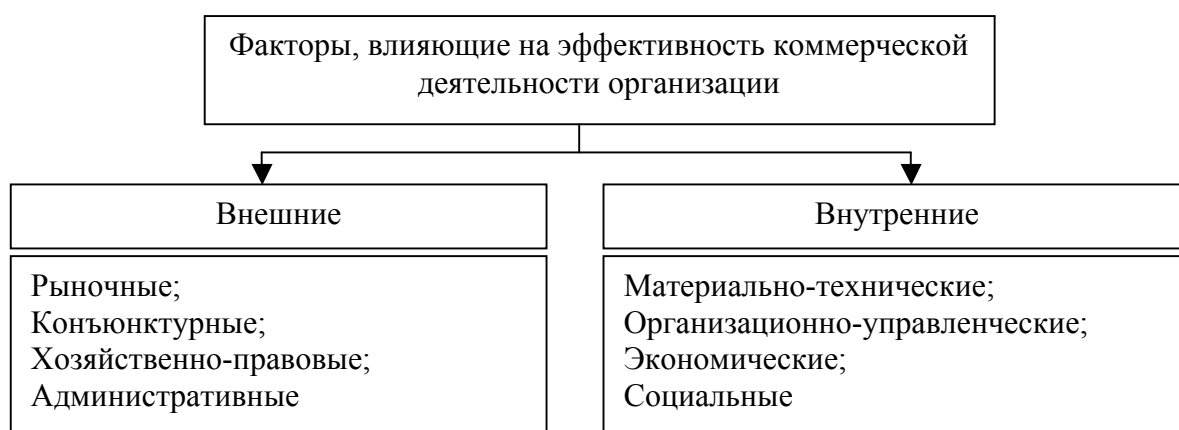


Рисунок 1.2 - Факторы, влияющие на эффективность коммерческой деятельности организации

Оптовая торговля — это торговля партиями товара. Чаще всего, товар, покупаемый у оптового продавца, предназначен для последующей перепродажи. Но также нередко покупателями выступают крупные потребители товара. Оптовая торговля является посредником между производителем и розничной торговлей. Участвует в ускорении товародвижения, синхронизации производства и потребления.

Другими словами: оптовая торговля — это торговля между организациями, организациями и предпринимателями, предпринимателями и предпринимателями. То есть, это торговля, когда товар продается не для конечного пользования, а для нужд бизнеса (для перепродажи или для использования в производстве).

Независимо от выбранной стратегии развития и методов ее реализации, главной целью каждой организации является получение прибыли. В конечном итоге, осуществление любых операций должно привести к получению организацией положительного финансового результата [28].

Таким образом, деятельность тесно связана с конечными результатами работы торговой организации — чем эффективнее коммерческая деятельность, тем лучше конечные результаты, и наоборот. Поэтому необходимо не только непрерывно вести работу по установлению хозяйственных связей, оптовым закупкам, формированию ассортимента, управлению товарными запасами, оптовой продаже товаров, стимулированию продаж, но и постоянно проводить оценку ее эффективности.

Эффективность оптовых закупок во многом зависит от правильного выбора поставщиков. Существует много специфических условий, определяющих выбор партнера при оптовых закупках, но можно выделить общие положения, которыми следует руководствоваться:

- степень надежности потенциального партнера, т.е. его добросовестность при исполнении договорных обязательств;

- финансовое положение партнера, т.е. его платежеспособность и способность выполнить договорные обязательства;

- ассортимент, объем и сроки поставки: насколько предлагаемый ассортимент удовлетворяет потребности в товарах в данный момент и в перспективе, может ли поставщик отгружать партии нужного размера и в нужные сроки;

- ценовой фактор и условия оплаты: средний уровень цен, насколько часто изменяются цены, предоставляются ли скидки, отсрочка платежа;

- месторасположение и удаленность: в первую очередь рассматриваются близко расположенные поставщики с целью сокращения транспортных расходов на излишне дальние, нерациональные перевозки [34].

В зависимости от вида и масштабов деятельности, финансового положения и других факторов каждая фирма выбирает для себя приоритетные критерии выбора партнеров.

Большую роль играет также количество звеньев в цепи товародвижения. С одной стороны более выгодно приобретать товар у производителя, что позволит установить торговую надбавку выше, при этом цена на товар будет ниже по сравнению с ценами организаций, приобретающих товар у посредников. Однако это не всегда целесообразно, так как приобретение товара у производителя может быть сопряжено со значительными затратами, в частности транспортные расходы могут значительно увеличить цену, вследствие чего товар станет неконкурентоспособным.

Во всех звеньях товародвижения – от производства до потребления, осуществляется формирование ассортимента. В каждом из них ассортимент товаров различен.

Оптовая торговая организация при формировании торгового ассортимента должна ориентироваться на спрос предприятий-производителей в случае реализации сырья, комплектующих, оборудования для производства, если организация поставляет товары в розничные магазины, то главным фактором при формировании ассортимента выступают потребности данных

торговых организаций, которые определяются спросом конечного потребителя.

Формирование ассортимента – это процесс определения набора товарных групп, видов и разновидностей, наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего экономическую эффективность деятельности организации [34].

Управление товарными запасами решает ряд коммерческих задач, связанных с формированием и поддержанием ассортимента товаров на требуемом уровне, с целью удовлетворения спроса покупателей. Необходимость коммерческой деятельности по управлению запасами связана с тем, что спрос на конкретные товары динамичен, подвержен влиянию многих факторов, что затрудняет принятие правильных решений относительно закупок. Поэтому имеют место просчеты в этой деятельности, которые ведут к образованию запасов в объемах выше потребности или ниже. И то и другое нежелательно и ведет к отрицательным последствиям.

Одной из главных задач управления товарными запасами является обеспечение ускорения оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы. Для оптовой организации товар представляет главную статью дохода только в том случае, если он будет продан, если он закупался для перепродажи с целью получения прибыли. Поэтому коммерческая служба оптовой организации должна проводить грамотную работу по закупке конкурентных товаров, удовлетворяющих потребительский спрос.

Эффективность сбытовой деятельности зависит также от реализуемой фирмой ценовой политики. При оценке эффективности ценовой политики предприятия изучают динамику и уровень цен реализации, а также определяют следующие показатели:

- валовой доход фирмы за период;
- средний уровень торговой надбавки, принятой в организации;
- уровень торговой надбавки в цене по товарным группам;
- сумма прибыли и ее удельный вес в торговой надбавке;
- сумма издержек на реализацию и их доля в сумме валового дохода [8].

Одним из направлений деятельности торговой организации является рекламная деятельность. При оценке эффективности реализации рекламных мероприятий определяется прирост товарооборота в результате проведения стимулирующих мероприятий; сумма прибыли, полученной вследствие применения рекламы; сумма затрат на рекламные мероприятия; рентабельность затрат на рекламу.

Однако эффективность рекламных мероприятий невозможно оценить в один момент, так как эффект может наступить не сразу, поэтому планируя рекламную кампанию, необходимо это учитывать при расчете окупаемости затрат. Кроме того, увеличение объема продаж в данный период может быть вызвано и другими факторами, которые также нужно учесть при оценке эффективности рекламной деятельности.

Основными составляющими деятельности по управлению запасами являются: определение оптимального размера товарных запасов и заказываемой партии товаров, а также частоты завоза товаров, которые зависят, в первую очередь, от объема спроса (оборота). В оптовой торговле при расчете оптимального размера товарных запасов и заказываемой партии целесообразно исходить из объема реализации за определенный период, например, за месяц. Необходимо также учитывать предполагаемый объем заказов от покупателей, площадь склада, расходы на транспортировку и хранение [8].

В качестве критерия оптимальности выбирают минимум суммы транспортно-заготовительных расходов и расходов на хранение. И те, и другие, зависят от размера заказа, однако характер зависимости каждой из этих статей расходов от объема заказа разный: транспортно-заготовительные расходы при увеличении размера заказа, очевидно, уменьшаются, так как закупки и перевозки осуществляются более крупными партиями и, следовательно, реже; расходы по хранению растут прямо пропорционально размеру заказа [8].

Для оценки эффективности коммерческой работы в данном направлении нужно определить, насколько затраты при осуществлении закупок обоснованы. Для этого необходимо соотнести прибыль, полученную в

результате реализации закупленных товаров, с затратами, т.е. определить рентабельность затрат.

Таким образом, эффективность коммерческой деятельности по управлению товарными запасами зависит не только от скорости оборачиваемости товарных запасов, но и от рентабельности затрат, связанных с осуществлением закупок. Полная экономическая эффективность отражает отношение полного эффекта хозяйственной деятельности ко всем затратам, вызвавшим эффект. Приростная экономическая эффективность характеризуется отношением прироста эффекта за расчетный период к приросту вызвавших его затрат. Сравнительная экономическая эффективность деятельности представляет собой частный случай приростной эффективности, когда базой для расчета эффекта и затрат являются не показатели прошлой деятельности, а один из сравниваемых вариантов [6].

В качестве эффекта здесь чаще всего выступает повышение прибыли за счет снижения себестоимости при реализации одного варианта по сравнению с другим, а в качестве затрат — капитальные дополнительные вложения, обеспечивающие снижение себестоимости по лучшему варианту. Проанализировав вышеизложенное можно сделать вывод, что сущность экономической эффективности деятельности предприятия оптовой торговли сводится к соизмерению экономических эффектов с затратами, их обусловившими.

1.2 Критерии и показатели экономической эффективности

В общем виде показатели экономической эффективности можно определить как отношение полученного экономического эффекта (результата) к объему использованных для его получения ресурсов (затрат).

В настоящее время не существует единого подхода к оценке эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий. Для ее оценки чаще всего используют систему показателей, содержание которых в каждом конкретном случае определяется жизненным циклом предприятия, его

размером, назначением анализа и другими параметрами [6].

Комплекс основных показателей экономической эффективности деятельности предприятия и их взаимосвязи представлены на рисунке 1.3.

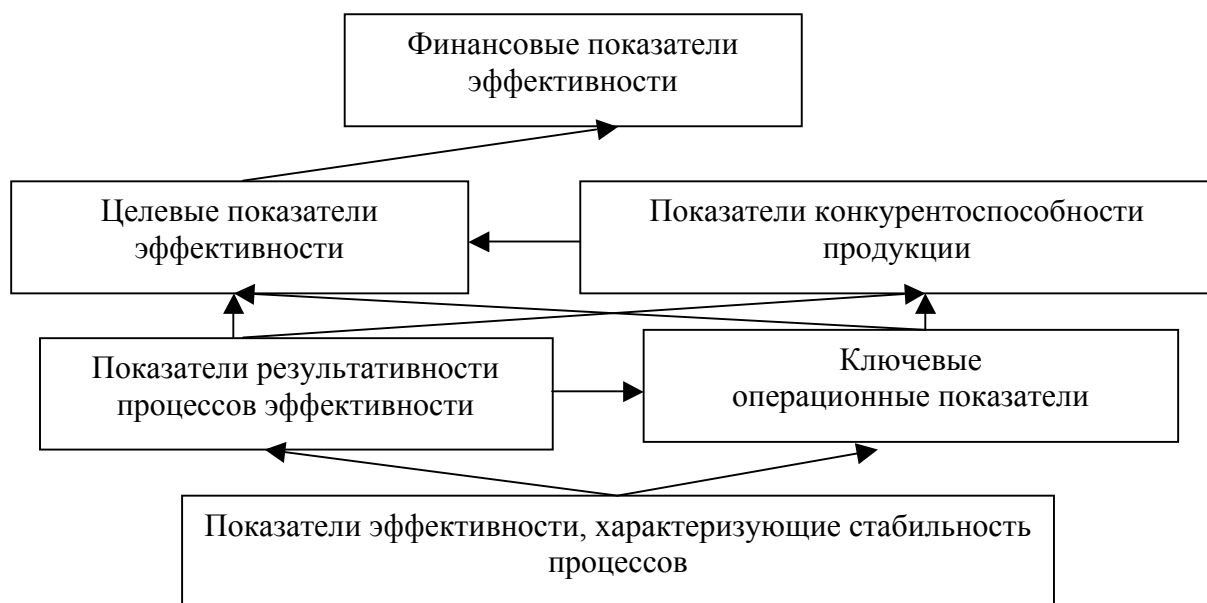


Рисунок 1.3 - Показатели эффективности деятельности

Одной из точек зрения является оценка эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия на основе расчета системы показателей: обобщающие показатели эффективности деятельности предприятия, показатели эффективности использования основных фондов и собственного капитала, материально-оборотных средств, рабочей силы, эффективности текущих затрат.

Схема обобщающих показателей эффективности деятельности предприятия торговли, представлена на рисунке 1.4.

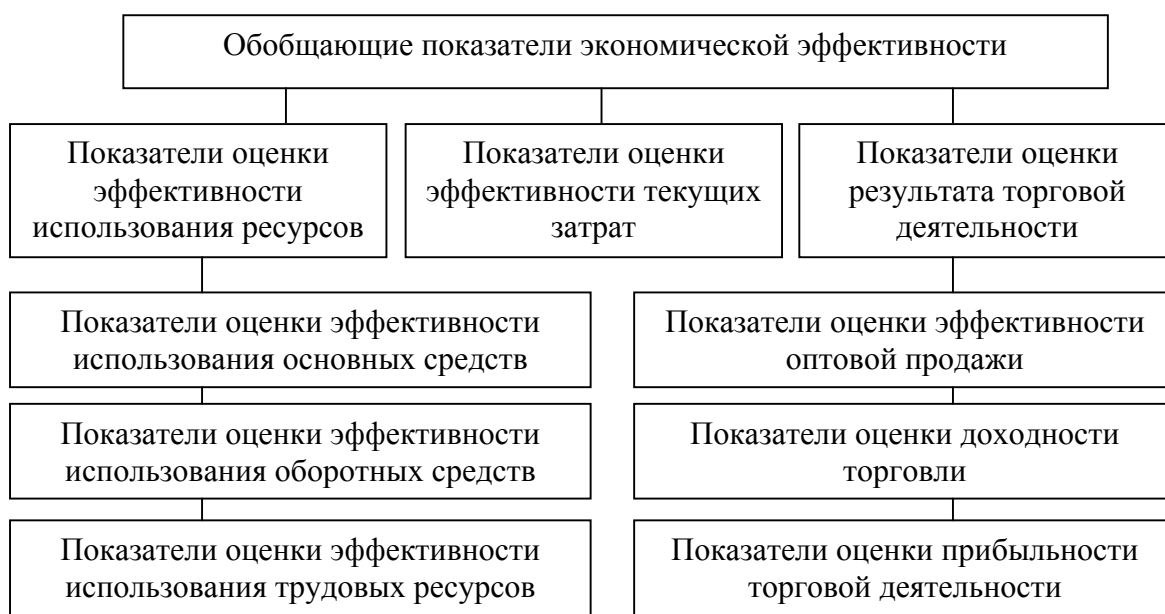


Рисунок 1.4 - Обобщающие показатели эффективности деятельности предприятия торговли

Очевидно, что любое предприятие должно стремиться к повышению эффективности использования своих основных производственных средств. Основные средства представляют собой один из видов производственных ресурсов. Оценка эффективности их использования основана на применении общей для всех видов ресурсов технологии оценки, которая предполагает расчет и анализ показателей отдачи и емкости [11].

Общие показатели характеризуют уровень использования всей совокупности основных средств в целом. Наиболее широко используется показатель фондоотдачи. Фондоотдача (ФО) показывает объем товарооборота на 1 руб. основных производственных средств (ОПФ) рассчитывается по формуле (1.1):

$$\Phi_o = \frac{T}{Cp_{oc}} \quad (1.1)$$

где T — объем товарооборота;

Cp_{oc} — средняя стоимость основных производственных средств.

При расчете показателя учитываются собственные и арендованные основные средства, не учитываются основные средства, находящиеся на консервации и сданные в аренду. Повышение фондоотдачи ведет к снижению суммы амортизационных отчислений, приходящихся на один рубль готовой продукции или амортизационной емкости, и, соответственно, способствует повышению доли прибыли в цене товара.

Фондоемкость продукции - величина, обратная фондоотдаче. Она показывает долю стоимости основных средств, приходящуюся на 1 руб. товарооборота. Если фондоотдача должна иметь тенденцию к увеличению, то

фондоемкость – к снижению. [11]

Фондоемкость ($\Phi_{\text{е}}$) показывает количество основных производственных средств, необходимых для продажи продукции на 1 руб. – формула (1.2):

$$\Phi_{\text{е}} = \frac{Cp_{\text{ос}}}{T} \quad (1.2)$$

где $Cp_{\text{ос}}$ — средняя стоимость основных производственных средств;
 T — объем товарооборота.

Фондорентабельность ($P_{\text{ф}}$) показывает долю прибыли от продаж на рубль стоимости основных производственных средств – формула (1.3):

$$P_{\text{ф}} = \frac{\Pi_{\text{п}}}{OC_{\text{ср}}} * 100 \quad (1.3)$$

где $\Pi_{\text{п}}$ – прибыль от продажи продукции;
 $OC_{\text{ср}}$ – среднегодовая стоимость основных средств.

Важным условием роста рентабельности при увеличении фондоотдачи является равенство объемов реализации продукции, так как фондоотдача рассчитывается по показателю выпуска продукции, а рентабельность отражает финансовый результат от реализации [11].

Главным критерием оценки эффективности управления товарными запасами является оборачиваемость товарных запасов. Коэффициент оборачиваемости товарных запасов отражает скорость их реализации. Чем он ниже – тем меньше средств, вложено в наименее ликвидную часть текущих активов.

$$K_{\text{отз}} = \frac{T_{\text{о}}}{OC_{\text{тз}}} \quad (1.4)$$

K показателям, характеризующим эффективность использования заработной платы, относятся:

зарплатоотдача (Z_o) – показатель стимулирования товарооборота:

$$Z_o = \frac{T}{\Phi ЗП}, \quad (1.5)$$

где T – объем товарооборота, тыс. руб.;

$\Phi ЗП$ – фонд заработной платы предприятия, тыс. руб.

Зарплатоотдача характеризует объем товарооборота на единицу фонда заработной платы;

зарплатоемкость (Z_e) – показатель, обратный зарплатоотдаче, он показывает, сколько копеек зарплаты содержится в каждом рубле выручки от реализации товаров и услуг и определяется по следующей формуле:

$$Z_e = \frac{\Phi ЗП}{T} \text{ или } \frac{1}{Z_o}. \quad (1.6)$$

С повышением зарплатоотдачи снижается зарплатоемкость, и наоборот, понижение зарплатоотдачи ведет к росту зарплатоемкости;

коэффициент эффективности использования заработной платы ($K_э$) – показатель стимулирования прибыли. Показывает размер прибыли на 1 руб. фонда заработной платы:

$$K_э = \frac{\Pi}{\Phi ЗП}, \quad (1.7)$$

где Π – прибыль торгового предприятия, тыс. руб.

Уровень фонда заработной платы в процентах к товарообороту ($Уфзп$):

$$Уфзп = \frac{\Phi ЗП}{T} \cdot 100. \quad (1.8)$$

Фонд заработной платы на одного среднесписочного работника (средняя заработная плата) (K_p):

$$K_p = \frac{\Phi ЗП}{\bar{Ч}}, \quad (1.9)$$

Где $\bar{Ч}$ – среднесписочная численность работников торгового предприятия;
коэффициент опережения темпов роста, производительности труда и средней заработной платы (K_o):

$$K_o = \frac{ТР_{пт}}{ТР_{\bar{п}}}, \quad (1.10)$$

где $ТР_{пт}$ – темп роста производительности труда, %;

$ТР_{\bar{п}}$ – темп роста средней заработной платы, %.

При расчете рентабельности как одной из основных характеристик эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия в числителе формулы используются следующие показатели прибыли: валовой, прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, чистой прибыли [11].

В знаменателе формулы берутся ресурсы (инвестиции), имущество (активы), себестоимость реализации товаров (продукции, работ, услуг), выручка от продажи товаров (продукции, работ, услуг) и др.

Общая формула расчета рентабельности:

$$R = \frac{П}{V} \cdot 100\%, \quad (1.11)$$

где $П$ – прибыль организации;

V – показатель, по отношению к которому определяется рентабельность.

Показатели рентабельности можно объединить в три основные группы:

1) Показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек

производства и инвестиционных проектов. Исчисляются отношением прибыли до налогообложения (П) или чистой прибыли (ЧП) к сумме затрат по реализованной или произведенной продукции (З):

$$R_z = \frac{П}{З} \times 100\%, \text{ или } R_z = \frac{ЧП}{З} \times 100\% \quad (1.12)$$

2) Показатели, характеризующие рентабельность продаж. Рассчитываются делением прибыли до налогообложения или чистой прибыли на сумму полученной выручки (ВР):

$$R_{pp} = \frac{П_{pp}}{Т} \times 100\% \text{ или } R_{pp} = \frac{ЧП}{Т} \times 100\% \quad (1.13)$$

3) Показатели, характеризующие доходность капитала и его частей, исчисляются как отношение прибыли до налогообложения (чистой прибыли) к среднегодовой стоимости всего инвестированного капитала ($\Sigma ИК$) или его отдельных слагаемых: собственного, заемного, основного, оборотного, производственного и т. д.:

$$R_k = \frac{БП}{К} \quad (1.14)$$

где, $R_{кл}$ - рентабельность совокупного капитала;

БП – брутто прибыль до выплаты процентов и налогов;

К - среднегодовая стоимость всего совокупного капитала.

На дальнейшей стадии анализа определяются резервы увеличения прибыли, основными источниками которых являются увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества производимой продукции и реализация ее на более выгодных рынках сбыта.

Анализ результативных показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия позволяет установить причины изменения

рентабельности в зависимости от изменения прибыли на единицу реализуемой продукции, объема реализации, среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств и т.д. и принять решение по улучшению показателей деятельности предприятия [8].

Современный подход к проведению комплексного экономического анализа предполагает широкое использование матричного метода анализа с выводом обобщающего синтетического показателя, который оценивает эффективность хозяйственной деятельности предприятия. Такой метод наиболее нагляден, прост. В матричную модель для проведения комплексного экономического анализа целесообразно включить следующие показатели:

а) ресурсы — торговая площадь, среднесписочная численность работников;

б) затраты - общая сумма издержек обращения;

в) результаты - прибыль, розничный товароборот [11].

Экономический потенциал определяется реальными возможностями торговой организации, как реализованными, так и нереализованными. Нереализованные по каким-либо причинам возможности выявляются в результате проведения всестороннего анализа: объема ресурсов и резервов, как вовлеченных, так и не вовлеченных в основную деятельность; способности управленческого персонала использовать возможности и ресурсы для достижения как текущих, так и перспективных целей предприятия.

1.3 Пути повышения эффективности деятельности предприятий оптовой торговли продовольственными товарами

Оптовая торговля влияет на развитие товарных рынков в отраслевой и региональной среде и является промежуточным звеном в коммерческой деятельности. Как правило, при оптовой торговле товар закупается крупными партиями для перепродажи [11].

Принципами существования оптовой торговли являются:

1. Создание ресурсной основы для функционирования оптовой торговли,

т.е. достижение сбалансированности товарной массы и денежных средств, выражающих платежеспособный спрос покупателей.

2. Обеспечение необходимых элементов инфраструктуры рынка, позволяющих свободно выбирать партнеров и формировать коммерческие связи для успешной реализации торговых сделок.

3. Формирование системы финансово-ценовых регуляторов на всех этапах оптовой торговли, включающих элементы материального стимулирования и ответственности, направленных на удовлетворение потребностей покупателей и получение максимального дохода.

Направления, способствующие эффективности деятельности предприятия оптовой торговли весьма разнообразны. Основные способы, позволяющие увеличить прибыль организации, сводятся к следующему:

- снижение затрат, добиться которого можно путем сокращения ценовых условий по закупкам, оптимизации производства, сокращения персонала или уровня оплаты труда;

- модернизация процессов или всего производства, которая позволяет добиться повышения производительности труда, снижения объёмов перерабатываемого сырья, отходов, автоматизации большинства операций;

- изменения в организационной системе, способные затрагивать структуру управления, принципы обслуживания клиентов, коммуникации и т.д.;

- усиление маркетинговых коммуникаций, когда задачей является максимальный рост объёмов сбыта товара, изменение отношения к организации, нахождение новых возможностей для производства [34].

Каждое из этих направлений может быть детализировано и имеет свои методы работы. Вся система управления в компании должна быть настроена так, чтобы на любом уровне сотрудники выступали с инициативой, приводящей к повышению экономической эффективности.

Механизм повышения эффективности экономической деятельности предприятия представлен на рисунке 1.5.

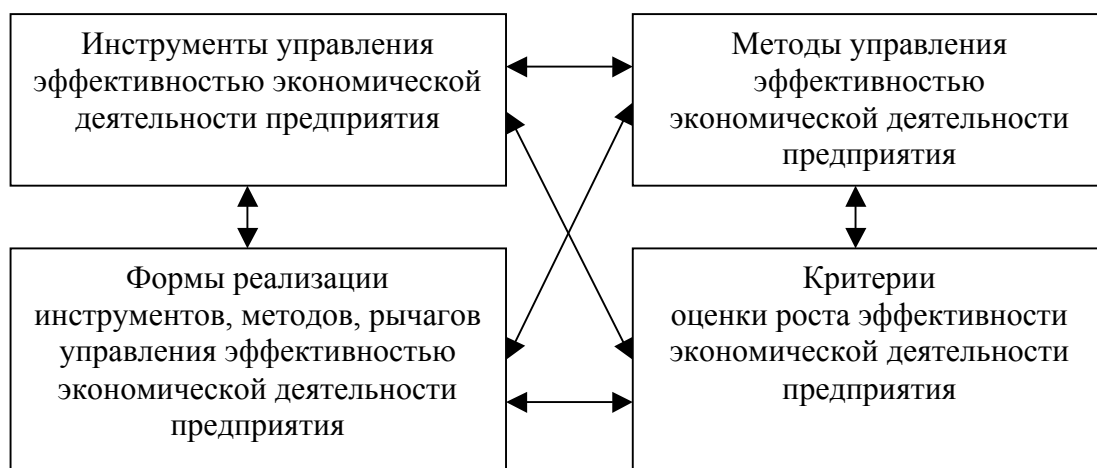


Рисунок 1.5 – Механизм повышения эффективности экономической деятельности предприятия

Зачастую комплекс мероприятий, которые должны повысить эффективность работы, затрагивает сразу все блоки деятельности.

Повышению эффективности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия по закупкам товара будет способствовать эффективный выбор поставщиков, сотрудничество с которыми обеспечивает максимальную выгоду и минимальный риск. С этой целью коммерческая служба торговой организации должна проводить сравнительную характеристику поставщиков по наиболее важным критериям (для каждой организации они могут быть разные).

Повышение эффективности коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров обеспечивается совершенствованием ценовой политики фирмы, а также применением средств рекламы и стимулирования продаж.

Ценовая политика будет более эффективной при использовании дифференцированных цен. Это предполагает предоставление различных видов скидок для покупателей: скидки за покупку определенного количества единиц товара или на определенную сумму, скидки за предоплату, скидки розничным организациям за продвижение товара и др. [11].

Применение скидок оказывает стимулирующее воздействие на покупателей. Такое же действие оказывает и предоставление отсрочки платежа, однако это невыгодно для продавца, и целесообразно лишь в том случае, когда покупатель приобретает достаточно большую партию, а также для привлечения

новых и поощрения постоянных клиентов. В любом случае решение о применении такого способа оплаты может быть принято только после изучения достоверной информации о платежеспособности и финансовом состоянии покупателя.

Существуют также неценовые средства привлечения покупателей и стимулирования продаж. В оптовой торговле к таким средствам относятся: организация стендов торговой организации на специализированных выставках, реклама в специализированных печатных изданиях в виде небольших статей с информацией о предлагаемом товаре, товаре-новинке, оказание дополнительных услуг и т.д. [32].

Эффективность деятельности по продаже товаров зависит не только от размера валового дохода организации, но и от его структуры: рост суммы валового дохода должен быть вызван более высоким темпом роста прибыли по сравнению с темпом роста издержек обращения. Поэтому торговая организация должна постоянно вести работу по оптимизации и снижению доли затрат, связанных с реализацией товаров.

Для обеспечения эффективности деятельности по управлению товарными запасами целесообразно применение логистических принципов при определении потребности в закупаемых товарах, использование различных систем контроля состояния запасов (системы оперативного управления, равномерной поставки, пополнения запаса до максимального уровня, с фиксированным размером заказа при периодической или непрерывной проверке фактического уровня запаса и др.) [28].

Эффективное управление товарными запасами в оптовой торговле предполагает минимизацию расходов на транспортировку и хранение товаров. В случае, когда по договору организация-покупатель является заказчиком транспорта, ей необходимо определить, что выгоднее: привлечь для перевозки груза стороннюю организацию либо использовать собственный транспорт. При принятии решения по данному вопросу, фирма должна учитывать размер партии, периодичность заказов, а также сравнительный анализ затрат при

использовании обоих вариантов. Если фирма все же осуществляет доставку товаров собственным транспортом, она должна вести работу по оптимизации маршрутов с целью экономии топлива и времени пребывания автомобиля в пути.

Важное место в коммерческой деятельности оптового звена занимают операции по оказанию услуг. Оптовые торговые предприятия предлагают своим партнерам услуги, выполнение которых в розничной торговле невозможно или затруднено. Например, ими могут оказываться посреднические (поиск поставщиков товаров), рекламные (проведение сети рекламных кампаний, выставок-продаж с участием товаропроизводителей и др.), информационные (сбор и анализ информации о конъюнктуре рынка, проведение маркетинговых исследований и т. д.), консультативные (знакомство работников предприятий с новыми товарами, правилами их эксплуатации и т. д.) и другие услуги [32].

Роль торговых услуг особенно велика при наличии конкуренции: оптовые покупатели заинтересованы в обращении к тому продавцу, который наряду с качественными товарами способен предложить и набор услуг, в наибольшей степени отвечающих их требованиям.

Таким образом, разработка и применение тех или иных мер по повышению эффективности деятельности предприятия торговли определяется конкретными условиями (внутренними и внешними), в которых действует торговая организация. Как в мире не существует двух одинаковых людей, так и нет двух организаций, которые могли бы пойти по одному пути, повышая эффективность своей деятельности. Изучение теоретических аспектов коммерческой деятельности торговой организации и оценки ее эффективности лишь дает специалистам в этой области определенную базу понятий, приемов и методов для осуществления ими практической деятельности.

Эффективность деятельности торговых организаций и предприятий во многом будет зависеть от уровня квалификации коммерческих работников, состояния материально-технической базы торговых предприятий, ассортимента

реализуемых товаров, перечня оказываемых услуг, уровня конкуренции на рынке и других факторов.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТРЕЙД»

2.1 Краткая характеристика торговой организации

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Трейд», которое создано для осуществления предпринимательской деятельности с целью насыщения потребительского рынка товарами, услугами, получения прибыли, повышения материального благосостояния учредителей общества и его персонала. Юридический адрес ООО «Трейд»: город Абакан, ул. Промышленная 115.

Компания ООО «Трейд» была образована в 1992 году. На данный момент это крупная компания оптово-розничного рынка.

Основной вид деятельности ООО «Трейд» - оптовая торговля пищевыми продуктами (включая напитки) и табачными изделиями.

ООО «Трейд» имеет один большой офис, в котором скооперированы все службы для облегчения работы сотрудников компании и удобства клиентов, обращающихся по разным вопросам.

Общество руководствуется в своей деятельности Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 08.02.98 г. N 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью», а также Учредительным договором о создании Общества и настоящим Уставом.

Управление обществом осуществляется его учредителями непосредственно либо через представителей путем проведения общего собрания выборов исполнительных органов и назначения должностных лиц. Высшим органом управления обществом является общее собрание его участников, исключительной компетенцией которого является:

- изменение устава общества, изменение размера уставного капитала;
- образование исполнительных органов и досрочное их прекращение;
- утверждение годовых отчетов и бухгалтерских балансов общества,

распределение его прибылей и убытков.

Организационная структура ООО «Трейд» линейно-функциональная, возглавляемая генеральным директором (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 - Организационная структура ООО «Трейд»

Для осуществления текущего руководства деятельностью общества общим собранием избран Генеральный директор из числа учредителей. Генеральный директор действует от имени общества, представляет его интересы, распоряжается имуществом общества, заключает хозяйственные, трудовые договора, выполняет финансовые и другие обязательства.

Свою производственно – хозяйственную деятельность общество осуществляет самостоятельно, с учетом складывающейся конъюнктуры потребительского спроса на работы, продукцию и услуги общества. Для этого, ООО «Трейд» приобретает необходимые основные и оборотные средства,

оборудование, материалы, продукцию.

Планирование деятельности ООО «Трейд» осуществляется на основе договоров, заключенных с покупателями и поставщиками товаров.

Финансовые ресурсы общества формируются из прибыли, амортизационных отчислений, а так же из кредитов и других поступлений, не противоречащих законодательству.

Рассмотрим основные показатели торгово-хозяйственной деятельности ООО «Трейд» за 2015-2016 гг. (таблица 2.1).

Таблица 2.1 - Показатели торгово-хозяйственной деятельности

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклоне ние (+;-)	Темп роста, %
Товарооборот без НДС тыс.руб.	25674	29372	3698	14,4
Складская площадь, м/кв	350	350	0	0,0
Товарооборот на 1 м/кв, тыс. руб.	73,4	83,9	10,5	14,3
Среднесписочная численность работников, чел.	57	58	1	1,8
Производительность труда, тыс. руб./чел.	333,4	376,6	43,2	13,0
ФЗП, тыс. руб.	10705	11261	557	5,2
Уровень ФЗП к товарообороту, %	41,7	38,3	-3,4	-8,0
Среднемесячная з/п 1 го работника, руб.	15650	16180	530	3,4

Оптовый товарооборот в 2015 году составлял 25674 тыс. руб., в 2016 году 29372 тыс. руб. абсолютный прирост оптового товарооборота составил 3698 тыс. руб., что составило 14,4%.

Результаты хозяйственной деятельности предприятия свидетельствуют о повышении оборота оптовой торговли на 1 м/кв. 2015 году с 73,4 тыс. руб. в 2015, до 83,9 тыс. руб. в 2016 году.

Среднесписочная численность работающих увеличилась на 1 человека. Производительность труда повысилась на 43,2 тыс./руб. чел. Отмечается рост расходов по оплате труда на 5,2%. Уровень фонда заработной платы к товарообороту составил в 2015 году 41,7%, в 2016 году 38,3%. Темп роста средней заработной платы по сравнению с началом периода составил 3,4 %.

2.2 Анализ актива баланса

Финансовый анализ дает возможность на основе простого сопоставления показателей финансовой отчетности делать выводы о результатах работы организации и давать оценку работе организации.

К числу такого рода абсолютных показателей финансовой отчетности относят сопоставление динамики абсолютной величины валюты баланса, суммы денежных средств организации, незаконченных расчетов с дебиторами и кредиторами, а также других абсолютных характеристик финансового состояния.

Информационной основой для проведения анализа финансового состояния предприятия является бухгалтерский баланс (Приложение А) и отчет о финансовых результатах за 2016 год (Приложение Б).

Структура активов баланса ООО «Трейд» за 2016 г. представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2- Общий анализ структуры баланса

Актив	Сумма, тыс.руб.	%	Пассив	Сумма, тыс.руб.	%
Внеоборотные активы	3767,0	14,2	Собственный капитал	14328,0	54,0
Оборотные активы	22745,0	85,8	Заемный капитал	12184,0	46,0
Баланс	26512,0	100,0	Баланс	26512,0	100,0

Внеоборотные активы занимают 14,2% в структуре, собственный капитал составляет 54,0%, т.е. внеоборотные и оборотные активы покрываются большей частью за счет собственного капитала. Это дает основания считать предприятие финансово устойчивым. Для предприятия торговли характерно превышение оборотных активов над внеоборотными.

Рассмотрим структуру и динамику имущества ООО «Трейд» за 2015 - 2016 г. в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Анализ структуры и динамики активов ООО «Трейд»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
Внеоборотные активы	3589,0	14,3	3767,0	14,2	178,0	-0,1
Основные средства	3589,0	14,3	3767,0	14,2	178,0	-0,1
Оборотные активы	21508,0	85,7	22745,0	85,8	1237,0	0,1
Запасы, в т. числе	14060,0	56,0	15840,0	59,7	1780,0	3,7
- товары	11478,0	45,7	12725,0	48,0	1247,0	2,3
- товары отгруженные	253,0	1,0	412,0	1,6	159,0	0,5
НДС	126,0	0,5	128,0	0,5	2,0	0,0
Дебиторская задолженность	6187,0	24,7	5617,0	21,2	-570,0	-3,5
Денежные средства	1135,0	4,5	1160,0	4,4	25,0	-0,1
Баланс	25097,0	100,0	26512,0	100,0	1415,0	0,0

Как видно из таблицы 2.3, основной удельный вес в структуре активов занимают оборотные средства 85,7% в 2015 году и 85,8% в 2016 году, что соответствует профилю деятельности предприятия. Анализ структуры и динамики активов ООО «Трейд» за 2015-2016 гг. позволяет сделать вывод о том, что предприятие за исследуемый период увеличило объем активов в абсолютном выражении на 1415,0 тыс. руб. В их составе основной объем приходится на товарные запасы в 2015 году 56% в 2016 году 59,7%. Удельный вес дебиторской задолженности в 2015 году составил 24,7%. В 2016 году абсолютное изменение объема дебиторской задолженности составило 570,0 тыс. руб., удельный вес снизился до 21,2% в общем объеме активов предприятия.

Число оборотов оборотных средств в выручке от реализации товаров в 2015 году составляло 1,19 об., в 2016 году составило 1,29 об. Продолжительность оборота оборотных средств предприятия уменьшилась с 306 дней до 283 дней. (Таблица 2.4)

Таблица 2.4 - Анализ оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			тыс.руб.	%
Выручка от реализации продукции	25674,0	29373,0	3699,0	14,41
Краткосрочные текущие активы	21508,0	22745,0	1237,0	5,75
Оборачиваемость оборотных средств	1,19	1,29	0,1	8,40
Продолжительность оборота	306	283	-23	-7,52

Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности представлен в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности

Показатель	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	6187,0	5617,0	-570,0	-9,21
в том числе:			0	
покупатели и заказчики	4342,0	4410,0	68,0	1,57
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	25674,0	29373,0	3699,0	14,41
Доля ДЗ в выручке от реализации	24,1	19,1	-5	-20,75
Оборачиваемость ДЗ в оборотах	4,15	5,23	1,08	26,02
Период погашения ДЗ в днях	88	70	-18	-20,45

Дебиторская задолженность ООО «Трейд» за исследуемый период уменьшилась на 570,0 тыс. руб. Данный факт при увеличении объема выручки на конец периода на 3699,0 тыс. руб. повлиял на снижение доли дебиторской задолженности в выручке от реализации с 24,1% до 19,1%. Соответственно, увеличилась оборачиваемость дебиторской задолженности, и уменьшился период погашения с 88 до 69,8 дней. Доля дебиторской задолженности в выручке предприятия составляет 19,1%.

Рассмотрим состояние и использование оборотных средств ООО «Трейд» за 2015-2016 гг. в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Состояние и использование оборотных средств

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Средняя величина оборотных средств, тыс. руб.	23493,0	21127,0	-2366,0
в том числе:			0
- материальных оборотных средств	13820,0	14950,0	1130,0
- средств в расчетах	8531,0	5029,5	-3501,5
- денежных средств и краткосрочных финансовых вложений	1142,0	1147,5	5,5
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,09	1,39	0,3
Длительность оборота, дн.	334,0	262,5	-71,5
Коэффициент закрепления	0,7	0,7	0,0
Доля оборотных средств в валюте баланса, %	93,6	79,7	-13,9
Материалоотдача, руб.	1,86	1,96	0,1
Материалоемкость, руб.	0,5	0,5	0,0

Анализ состояния и использование оборотных средств ООО «Трейд» за 2015-2016 гг. показывает, что средняя величина оборотных средств за исследуемый период снизилась на 2366,0 тыс. руб. Снижение объема оборотных средств связано с уменьшением среднего объема средств в расчетах на 3501,5 тыс. руб. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств за исследуемый период повысился с 1,09 об. до 1,39 об., что позволило снизить длительность оборота на 71,5 дней.

Показатель материалоотдачи показывает, что на каждый рубль, вложенный в материальные запасы, предприятие получает 1,86 руб. прибыли в 2015 году и 1,96 руб. в 2016 году, что свидетельствует об эффективности использования материальных запасов предприятия. На 1 руб. товарной продукции приходится 50 копеек материальных затрат.

Таким образом, структуру имущественных ресурсов ООО «Трейд» можно оценить как эффективную. Далее необходимо рассмотреть состав источников имущественных ресурсов предприятия.

2.3 Анализ пассива баланса

Анализ состава и структуры источников финансовых ресурсов предприятия ООО «Трейд» представлен в таблице 2.7.

Таблица 2.7 - Структура источников финансовых ресурсов ООО «Трейд»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
Всего источников:	25097,0	100	26512,0	100	1415,0	
в том числе:						
-собственных	11958,0	47,6	14651,0	55,3	2693,0	7,6
- заемных	13139,0	52,4	11861,0	44,7	-1278,0	-7,6
из них:						
- долгосрочных	0		0			
- краткосрочных	13139,0	100	11861,0	100	-1278,0	

Как видно из таблицы 2.7, на начало периода соотношение собственных и заемных средств распределялось в пользу заемных ресурсов, удельный вес которых составлял 52,4% в общем объеме источников финансирования предприятия.

Удельный вес собственных источников составлял 47,6%. За исследуемый период изменилось соотношение источников в пользу собственных, удельный вес которых составил 55,3% против 44,7% заемных ресурсов. Все заемные ресурсы являются краткосрочными. Рассмотрим более детально структуру и динамику заемного капитала ООО «Трейд» в таблице 2.8.

Таблица 2.8 - Структура и динамика заемного капитала по категориям кредиторов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
Всего заемного капитала	13139,0	100,0	11861,0	100,0	-1278,0	0,0
Кредиты и займы	854,0	6,5	746,0	6,3	-108,0	-0,2
Кредиторская задолженность	12285,0	93,5	11115,0	93,7	-1170,0	0,2
-поставщики	9823,0	74,8	8631,0	72,8	-1192,0	-2,0
-работники предприятия	1764,0	13,4	1482,0	12,5	-282,0	-0,9
-соцстрах	188,0	1,4	338,0	2,8	150,0	1,4
-бюджет	473,0	3,6	588,0	5,0	115,0	1,4
-прочие кредиторы	37,0	0,3	76,0	0,6	39,0	0,4
Баланс	25097,0	100,0	26512,0	100,0	1415,0	0,0

По данным таблицы 2.8, можно судить о том, что заемный капитал ООО «Трейд» представлен главным образом кредиторской задолженностью, удельный вес которой в структуре заемного капитала предприятия составляет 93,5 % на начало периода и 93,7 % на конец исследуемого периода.

Основную долю в структуре кредиторской задолженности занимает задолженность перед поставщиками и подрядчиками. Ее объем в структуре кредиторской задолженности за 2015 год составлял 74,8 % в 2016 году 72,8 %. Доля задолженности перед персоналом организации в 2015 году составляла 13,4 % в 2016 году – 12,5%. Задолженность по налогам и сборам занимает 3,6 % в 2015 году и 5 % в 2016 году.

За исследуемый период кредиторская задолженность предприятия уменьшилась на 1170,0 тыс. руб. Уменьшение произошло главным образом в части задолженности перед поставщиками и подрядчиками на 1192,0 тыс. руб.

Задолженность по налогам и сборам увеличилась на 115,0 тыс. руб., перед персоналом уменьшилась на конец периода на 282,0 тыс. руб. По кредитам и займам произошло уменьшение суммы задолженности на 108,0 тыс. руб.

Так же, кредиты и займы составляют 6,5% в структуре заемного капитала на начало периода и 6,3% на конец периода. Кредиты и займы являются краткосрочными. Таким образом, на основании проведенного анализа можно сказать, что капитал организации сформирован за счет заемных источников и собственного капитала в примерно одинаковом соотношении.

2.4 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости предприятия

Финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы оценивается показателями ликвидности и платежеспособности. С позиции долгосрочной перспективы оценивается финансовая устойчивость предприятия. Анализ платежеспособности необходим для предприятия с целью

оценки и прогнозирования его финансовой деятельности.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени убывающей ликвидности, с обязательствами по пассиву, которые сгруппированы по степени срочности их погашения. В зависимости от степени ликвидности активы предприятия делятся на 4 группы, пассивы группируются по степени срочности их оплаты. Предприятие считается ликвидным, если оно в состоянии выполнить свои краткосрочные обязательства, реализуя текущие активы.

Показатели агрегированного аналитического баланса ООО «Трейд» за 2015 -2016 гг. сгруппированы в таблице 2.19.

Таблица 2.19 - Оценка ликвидности баланса ООО «Трейд» (тыс. руб.)

Актив	2015 г.	2016 г.	Пассив	2015 г.	2016 г.
Наиболее ликвидные активы, тыс. руб. А1	11350,0	1160,0	Наиболее срочные обязательства, П1	12285,0	11115,0
Быстро реализуемые активы, тыс. руб. А2	6440,0	6029,0	Краткосрочные обязательства, П2	854,0	746,0
Медленно реализуемые активы, тыс. руб. А3	13933,0	15556,0	Долгосрочные обязательства, П3	0	0
Трудно реализуемые активы, тыс. руб. А4	3589,0	3767,0	Постоянные пассивы, П4	11958,0	14651,0

Из таблицы (см. таблицу 2.19) видно, что у предприятия имеется платежный недостаток наиболее ликвидных активов на покрытие наиболее срочных обязательств, который составляет 11150,0 тыс. руб. в 2015 году и 9955,0 тыс. руб. в 2016 году. Быстрореализуемых активов в исследуемом периоде достаточно для покрытия краткосрочных обязательств.

Объем медленно реализуемых активов в исследуемом периоде имеет тенденцию увеличения, при этом у предприятия нет долгосрочных обязательств. Постоянные пассивы по условиям выполнения неравенства платежеспособности должны превышать труднореализуемые активы. В данном случае это условие выполняется, платежный излишек составляет 8369,0 тыс.

руб. в 2015 году и 10884,0 тыс. руб. в 2016 году.

Из этого делаем вывод: предприятие не является абсолютно ликвидным, так как объем наиболее срочных обязательств превышает наиболее ликвидные активы, имеющиеся в распоряжении предприятия.

Для качественной оценки платежеспособности и ликвидности предприятия, кроме анализа ликвидности баланса, необходим расчет коэффициентов ликвидности. Показатели ликвидности применяют для оценки способности предприятия выполнять свои краткосрочные обязательства. Они дают представление о платежеспособности предприятия не только на данный момент, но и в случае чрезвычайных происшествий.

Рассчитаем эти коэффициенты ликвидности и платежеспособности ООО «Трейд» за 2015 -2016 гг., и результаты анализа сведем в таблицу 2.20.

Таблица 2.20 - Анализ относительных показателей ликвидности и платежеспособности

Наименование коэффициента	Формула расчета	2015 г.	2016 г.	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\frac{A1}{\Pi1 + \Pi2}$	0,09	0,10	>0,05
Коэффициент критической ликвидности	$\frac{A1 + A2}{\Pi1 + \Pi2}$	0,58	0,61	$\geq 1,0$
Коэффициент текущей ликвидности	$\frac{A1 + A2 + A3}{\Pi1 + \Pi2}$	1,64	1,92	$\geq 1,5$

Исходя из коэффициентного анализа ликвидности (см. таблицу 2.20), возможности ООО «Трейд» на конец отчетного периода следующие:

Объем наиболее ликвидных активов для погашения краткосрочной задолженности должен составлять не менее 5% объема наиболее срочных и краткосрочных обязательств. Коэффициент абсолютной ликвидности ООО «Трейд» имеет значение, превышающее нормативное – 9% на начало периода и 10% на конец периода.

Коэффициент критической ликвидности указывает на то, что у предприятия не достаточно средств для покрытия краткосрочной кредиторской

задолженности, однако отмечается тенденция улучшения к концу исследуемого периода.

Коэффициент текущей ликвидности указывает на увеличение ликвидных средств, для покрытия наиболее срочных обязательств к концу исследуемого периода и указывает на то, что мобилизация всех активов предприятия позволяет с избытком перекрыть краткосрочную задолженность предприятия.

Динамика коэффициентов финансовой устойчивости ООО «Трейд» за 2015-2016 гг. приведена на рисунке 2.3.

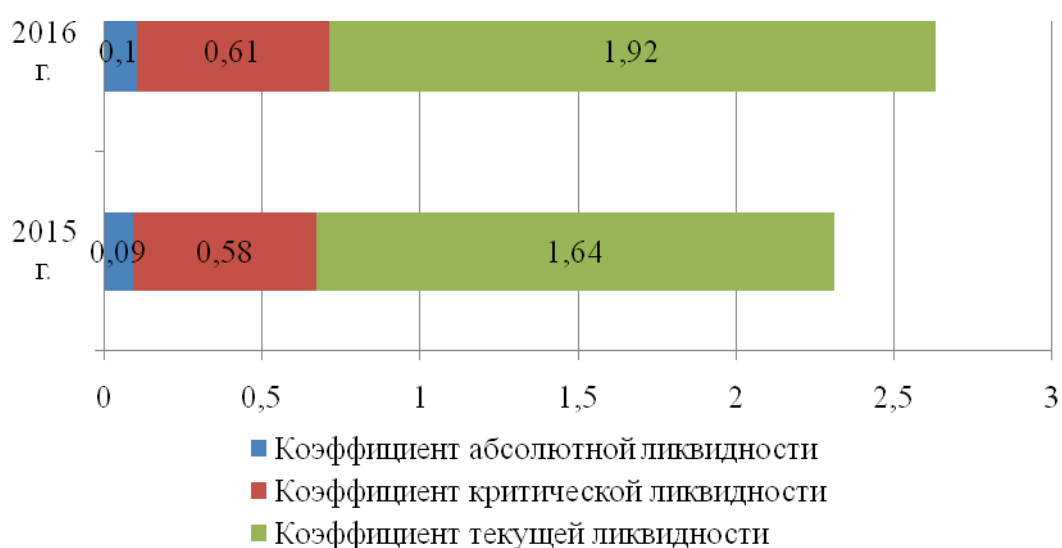


Рисунок 2.3 – Анализ коэффициентов финансовой устойчивости ООО «Трейд» за 2015-2016 гг.

Проведем коэффициентный анализ финансовой устойчивости для оценки независимости предприятия от внешних кредиторов, определения уровня обеспеченности материальных активов собственным капиталом (таблица 2.21).

Таблица 2.21 - Расчет коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	Норматив значение	2015 г.	2016 г.	отклонения
Коэффициент автономии	>0,5	0,46	0,54	0,08
Коэффициент концентрации заемного капитала		1,1	0,8	-0,3
Коэффициент обеспеченности запасов	>0,6	0,56	0,67	0,11

Коэффициент обеспеченности оборотных средств	>0,1	0,37	0,46	0,09
Коэффициент маневренности	>0,5	0,69	0,74	0,05

Коэффициент автономии показывает долю собственных средств в общей сумме всех средств, вложенных в имущество предприятия. Финансовое положение предприятия можно считать устойчивым, так как значение коэффициента не менее 0,5.

Доля заемного капитала ООО «Трейд» в общей сумме вовлеченного капитала на начало исследуемого периода составляет 1,1, на конец периода 0,8, то есть свидетельствует об увеличении собственных средств.

Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками показывает уровень обеспеченности материальных активов собственным капиталом более чем на 50%. Данный показатель составил 0,56 на начало периода и 0,67 на конец периода, что указывает на то, что предприятие обеспечивает запасы и затраты собственными и приравненными к ним источникам финансирования.

Оборотные средства также обеспечены за счет использования приравненных к собственным источникам финансирования.

Важной характеристикой устойчивости финансового состояния является коэффициент маневренности. Значение этого показателя превышает нормативное значение и имеет тенденцию роста. Это означает, что значительная часть собственного капитала предприятия покрывается собственными оборотными средствами.

2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия

Цель итогового анализа финансовых результатов – дать количественную оценку причин изменения прибыли, налоговых платежей из прибыли в бюджет, выявить влияние расходов на производство изделий, на изменение прибыли или влияние на прибыль изменения цен, вызванных рыночной конъюнктурой.

Источником анализа показателей эффективности деятельности является

отчет о финансовых результатах за 2016 год. (Приложение Б)

Рассмотрим показатели финансовых результатов деятельности ООО «Трейд» за 2015-2016 гг. в таблице 2.22.

Таблица 2.22 - Анализ финансовых результатов ООО «Трейд» (тыс. руб.)

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонение (+;-)	
			сумма	%
Выручка от продаж	25674,0	29373,0	3699,0	114,4
Себестоимость проданных товаров	21239,0	22397,0	1158,0	105,5
Валовая прибыль	4435,0	6975,0	2540,0	157,3
Издержки обращения	2746,0	3897,0	1152,0	142,0
Прибыль (убыток) от продаж	1689,0	3078,0	1389,0	182,2
Прочие расходы	245,0	217,0	-28,0	88,4
Прочие доходы	109,0	122,0	13,0	111,7
Прибыль (убыток) до налогообложения	1553,0	2983,0	1430,0	192,0
Налог на прибыль	430,0	717,0	287,0	166,6
Чистая нераспределенная прибыль (убыток)	1123,0	2266,0	1143,0	201,8

Данные таблицы 2.22, свидетельствуют о том, что прирост объема выручки от продажи в 2016 году сопровождался более интенсивным ростом суммы конечного финансового результата. Значит, возросшие масштабы хозяйственной деятельности привели к соответствующей финансовой отдаче.

Финансовый результат организации, за весь исследуемый период был в основном сформирован из прибыли от основного вида деятельности. То есть из прибыли от продажи товаров, сумма которой за год возросла на 3699,0 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом, темп роста составил 14,41%. В качестве причин, способствовавших росту финансового результата от основного вида деятельности, следует отметить увеличение доли реализованной торговой наценки в обороте организации. Уровень валовой прибыли возрос на 57,27 %, в результате этого был достигнут прирост прибыли от продажи на сумму 1389,0 тыс. руб., что составило 82,84% от показателя 2015 года.

Таким образом, результаты хозяйственной деятельности предприятия

свидетельствуют о повышении оборота торговли в отчетном году.

Для характеристики результатов хозяйственной деятельности ООО «Трейд» произведем расчет показателей рентабельности в таблице 2.23.

Таблица 2.23-Анализ рентабельности ООО «Трейд» (%)

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Рентабельность продаж	7,95	13,7	5,79
Рентабельность конечных результатов	5,3	10,1	4,83
Рентабельность активов	5,2	10,0	4,74
Рентабельность основных средств	31,3	60,2	28,87
Рентабельность оборотных средств	8,1	15,2	7,03
Рентабельность собственного капитала	9,4	15,5	6,08
Рентабельность заемного капитала	8,5	19,1	10,56

Как видно из таблицы 2.23, показатели рентабельности за исследуемый период имеют положительную динамику, свидетельствующую о повышении эффективности использования всех ресурсов предприятия.

Увеличение показателя наблюдается по эффективности использования основных средств, если в 2015 году на 1,0 рубль основных средств приходилось 0,31 рубля прибыли, то в 2016 году данный показатель составляет соотношение 1,0 рубль основных средств к 0,62 рубля чистой прибыли. По оборотным средствам рентабельность увеличилась на 7,03%. На 1 рубль оборотных средств в 2015 г. приходилось 0,81 рубля прибыли, а в 2016 г. 0,152 руб.

Анализ показателей деловой активности включает расчет критериев экономической эффективности деятельности предприятия, исчисленные по выручке от реализации. Анализ показателей ликвидности ООО «Трейд» приведены в таблице 2.24.

Таблица 2.24 - Показатели деловой активности ООО «Трейд»

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Коэффициент деловой активности	1,0	1,11	0,1
Фондоотдача основных средств	0,1	0,13	-0,01
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	0,92	0,72	-0,2
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	0,47	0,50	0,03
Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	0,5	0,1	-0,4

Как показал анализ деловой активности ООО «Трейд» за 2015-2016 гг. эффективность деятельности предприятия возросла. Коэффициент деловой активности в 2015 году составлял 1, в 2016 году составил 1,11, то есть на 1 размещенный в активах рубль, приходится 1 рубль прибыли в 2015 году и 1,11 рубля в 2016 году.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств снизился с 0,92 до 0,72 что свидетельствует о снижении интенсивности расширения торговой деятельности. Отдача в выручке от продаж полученная от собственного капитала составила 0,5 копеек с 1 рубля, оборачиваемость которого увеличилась с 0,47 до 0,50. Сопоставив валюту баланса и выручку, можно сделать вывод об эффективности привлеченного капитала.

Таким образом, подводя итог проведенному анализу можно сделать вывод об уменьшении общей суммы прибыли ООО «Трейд». При этом уменьшается как сумма валовой прибыли и прибыли от реализации продукции, так и сумма чистой прибыли предприятия.

При этом на предприятии наблюдается снижение эффективности формирования и расходования прибыли как финансового результата ООО «Трейд» о чем свидетельствует снижение уровня чистой прибыли в общем объеме выручки от реализации продукции.

На основе проведенного исследования деятельности ООО «Трейд», можно сформулировать заключение, характеризующее основные экономические показатели деятельности предприятия.

2.6 Управленческий анализ

Обеспечение эффективного функционирования предприятия торговли требует экономически грамотного управления деятельностью, которое во многом определяется умением ее анализировать. Результаты анализа помогают определить тенденцию развития, факторы изменения результатов деятельности,

которые необходимы для обоснования планов и управленческих решений, для того чтобы в конечном итоге выработать экономическую стратегию его развития. Рассмотрим динамику и структуру товарооборота ООО «Трейд» за 2015-2016 гг. в таблице 2.9.

Таблица 2.9 - Динамика и структура товарооборота по основным товарным группам

Товарные группы	2015 г.		2016 г.		Отклонение, тыс. руб.	Темп изменения, %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %		
Мука	5200,0	20,25	6845,0	23,30	1645,0	31,6
Сахар	4654,0	18,13	4992,0	17,00	338,0	7,3
Крупа и крупяные изделия	3569,0	13,90	3925,0	13,36	356,0	10,0
Пиво «Аян»	4996,0	19,46	5250,0	17,87	254,0	5,1
Пиво «Бочкарев»	897,0	3,49	956,0	3,25	59,0	6,6
Водка «Обь»	745,0	2,90	941,0	3,20	196,0	26,3
Водка «Белая Русь»	1899,0	7,40	2525,0	8,60	626,0	33,0
Водка «Онежская»	820,0	3,19	820,0	2,79	0	0,0
Табачные изделия	2894,1	11,27	3118,6	10,62	224,5	7,8
Итого	25674,1	100	29372,6	100	3698,5	14,4

Анализ оборота оптовой торговли ООО «Трейд» по товарным группам показал, что общее увеличение товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым в действующих ценах на 3698,5 тыс. руб., что связано с приростом объема продаж по всем товарным позициям.

Использование трудовых ресурсов характеризуется таким показателем, как среднесписочная численность линейных и функциональных работников.

Таблица 2.10 - Состав и структура кадров по категориям работающих

Категории работников	Количество, чел.		Отклонение
	2015 г.	2016 г.	
Руководители	7	7	-
Специалисты	32	33	+1
Служащие	18	18	-
Всего работников	57	58	+1

Из вышеприведенной таблицы следует заметить относительную неизменность состава и структуры кадров, а так же отсутствие персонала рабочих профессий. Это обстоятельство обусловлено принадлежностью организации к предприятиям малого бизнеса.

Таблица 2.11 - Анализ движения рабочей силы ООО «Трейд»

Показатели	Ед. изм.	2015 г.	2016 г.	Отклонения от 2015 г.	
				абс.	отн.
Среднесписочная численность работников	чел.	57	58	1	1,3
Принято работников	чел.	4	5	1	25,0
Выбыло работников	чел.	3	4	1	33,3
в том числе:	чел.			0	
-по собственному желанию	чел.	3	3	0	0,0
-за нарушение трудовой дисциплины		0	1	1	
Коэффициент оборота по приему		5,2	6,4	1,2	23,4
Коэффициент оборота по выбытию		3,9	5,1	1,2	31,6
Коэффициент текучести кадров		0,75	0,8	0,05	6,7

Как видно из таблицы 2.11, среднесписочная численность персонала ООО «Трейд» изменилась на 1 чел. в абсолютном отношении и на 1,3 % в относительном. Изменение прибывших и выбывших работников составляет также 1 чел., соответственно коэффициент оборота по приему и коэффициент оборота по выбытию равны, и составляют 1,2%. Коэффициент текучести кадров составил 0,75% в 2015 году и 0,8% в 2016 году, что указывает на то, что текучесть кадров незначительная. Произведем анализ структуры и состава оплаты труда ООО «Трейд». (Таблица 2.12)

Таблица 2.12 - Анализ состава и структуры заработной платы работников

Наименование	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Фонд заработной платы, всего	14461,0	100	15144,0	100	683,0	0
В том числе:					0,0	0
выплаты по окладам и сдельным расценкам	4420,2	40,2	4974,7	41,2	554,4	1
премии и вознаграждения	1374,5	12,5	1316,1	10,9	-58,3	-1,6

выплаты компенсирующего характера	318,9	2,9	422,6	3,5	103,7	0,6
выплаты по районным коэффициентам и % надбавкам	3353,7	30,5	3670,6	30,4	317,0	-0,1
выплаты за неотр. время	1528,4	13,9	1690,4	14	162,0	0,1

Как видно из таблицы 2.12, фонд заработной платы за исследуемый период увеличился, что в абсолютном значении составило 683,0 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре заработной платы работников ООО «Трейд» 2015-2016 гг. занимают выплаты по окладам и сдельным расценкам – 40,2% в 2015 г, 41,2% в 2016 г.; далее – выплаты по районным коэффициентам – 30,5% в 2015 г., 30,4 % в 2016 г. Выплаты за неотработанное время составляют 14% в общей структуре заработной платы.

На рисунке 2.2, представлена структура фонда оплаты труда ООО «Трейд» за 2016 год.

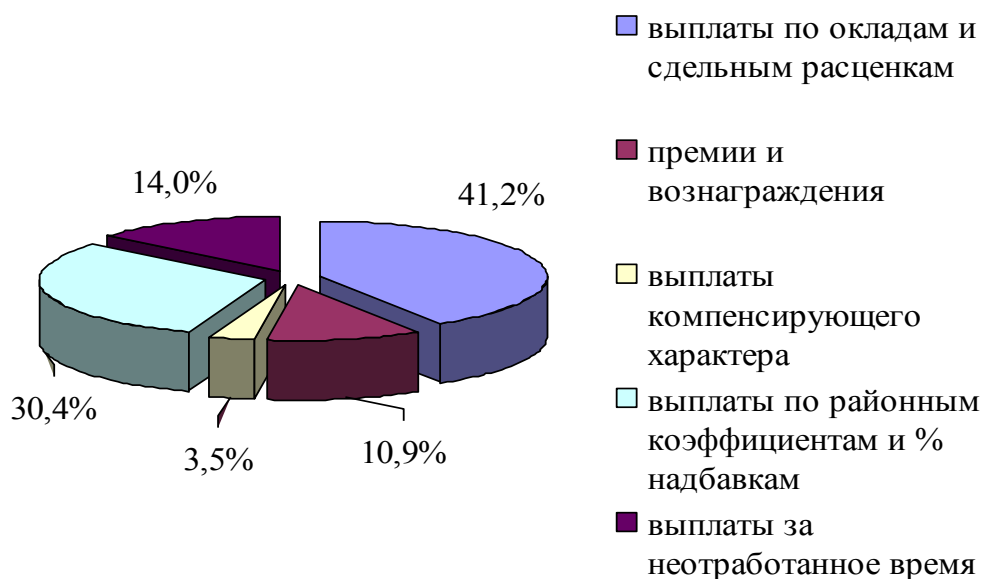


Рисунок 2.2 - Структура фонда оплаты труда ООО «Трейд» за 2016 год.

Как видно на рисунке 2.2, выплаты по окладам и сдельным расценкам составляют 41,2% в общем объеме фонда оплаты труда. Выплаты по районным коэффициентам составляют 30,4 %. Удельный вес премий и вознаграждений составляет 10,9 %. Наименьший удельный вес приходится на выплаты

компенсирующего характера 3,5%. Рассмотрим состав и структуру выплат компенсирующего характера ООО «Трейд» 2015-2016 гг. (Таблица 2.13)

Таблица 2.13 - Анализ состава и структуры выплат компенсирующего характера ООО «Трейд» 2015-2016 гг. (тыс. руб.)

Состав выплат	2015 г.		2016 г.		Отклонения по	
	тыс. руб	%	тыс. руб	%	тыс. руб	%
Выплаты компенсирующего характера, всего:	318,9	100	422,6	100	103,7	0
в т.ч. за работу в ночное время	12,50	39,6	17,11	40,9	4,6	1,3
за выходные и праздничные дни	13,13	41,6	16,99	40,6	3,9	-1
за совмещение профессий (должностей)	4,77	15,1	6,03	14,4	1,3	-0,7
за выполнение обязанностей отсутствующего работника	1,17	3,7	1,72	4,1	0,5	0,4

Сумма выплат компенсирующего характера за исследуемый период возросла на 103,7 тыс. руб. Основную долю в структуре доплат компенсационного характера занимают выплаты за работу в ночное время и выходные и праздничные дни, что связано с характером торговой деятельности.

Таблица 2.14 - Анализ выплат за неотработанное время 2015-2016 гг.

Состав выплат	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	тыс.руб.	%	тыс.руб.	%	тыс.руб.	%
Выплаты за неотработанное время, всего	1528,4	100	1690,4	100	162	0
В т. ч.: оплата ежегодных и дополнительных отпусков	1507,0	98,6	1666,7	98,6	159,7	0
оплата учебных отпусков	21,4	1,4	23,7	1,4	2,3	0

К дополнительной заработной плате, относятся все установленные законодательством выплаты за не проработанное в организации время. Как видно из таблицы 2.14, в составе выплат за неотработанное время основную долю занимает оплата основных и дополнительных отпусков работников – 98,6%, оставшаяся часть приходится на оплату учебных отпусков.

Анализ показателей эффективности использования труда и заработной

платы ООО «Трейд» представлены в таблице 2.15.

Таблица 2.15 - Исходные данные для расчета показателей эффективности использования труда и заработной платы ООО «Трейд»

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отк. (+,-)	%
Выручка от продаж, тыс. руб.	25674,0	29373,0	3699,0	14,41
Численность всего, чел., в т.ч.	77	78	1	1,30
Административно-управленческий персонал	7	7	0	0,00
Основной производственный персонал	62	61	-1	-1,61
Вспомогательный персонал	8	10	2	25,00
Фонд заработной платы, тыс. руб.	14461,0	15144,0	683,88	4,73
Чистая прибыль, тыс. руб.	1123,0	2266,0	1143,0	101,78

На основании данных таблицы 2.15, проанализируем показатели эффективности использования труда и заработной платы на предприятии в аналитической таблице 2.16.

Таблица 2.16 - Анализ показателей эффективности использования труда и заработной платы ООО «Трейд»

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонение	
			абс.	отн.
Коэффициент эффективности использования рабочей силы, тыс. руб./чел	14,6	29,1	14,5	99,2
Уровень расходов на оплату труда, %	42,8	41,1	-1,7	-4,0
Объем ОРТ на 1 работника (производительность труда), тыс.руб./чел.,	333,43	376,58	43,1	12,9
в том числе: административно-управленческого персонала	3667,7	4196,1	528,4	14,4
- основного производственного персонала	414,10	481,52	67,4	16,3
- вспомогательного персонала	3209,3	2937,3	-272,0	-8,5
Отдача ОРТ и прибыли на 1 руб. фонда заработной платы (зарплатоотдача)	2,33	2,43	0,1	4,2
Коэффициент эффективности использования заработной платы	10,21	18,8	8,6	83,8
Показатель зарплатоемкости	0,43	0,41	0,0	-4,0
Фонд заработной платы на 1 среднесписочного работника, тыс.руб./чел.	142,8	154,8	9,05	119,9

Как показывает проведенный анализ показателей эффективности использования труда и заработной платы ООО «Трейд», в 2016 г. по сравнению

с 2015 г. наблюдается увеличение всех показателей. Это свидетельствует об эффективности труда и заработной платы ООО «Трейд». Темп роста заработной платы основного персонала опережает темп роста оплаты труда административно-управленческого персонала. Коэффициент эффективности использования рабочей силы увеличился с 14,6 тыс. руб./чел. до 29,1 тыс. руб./чел. Коэффициент эффективности использования заработной платы увеличился с 10,21 до 18,8 руб.

Производительность труда возросла на 12,9%, при этом уровень расходов на оплату труда в выручке от продажи товаров снизился с 42,8 % до 41,1%, что свидетельствует об улучшении использования труда и заработной платы. Показатель зарплатоемкости показывает, что фонд заработной платы составляет в выручке предприятия 43% в 2015 году и 41% в 2016 году.

Проанализируем показатели использования основных средств ООО «Трейд» (таблица 2.17).

Таблица 2.17 - Анализ состояния и оценки эффективности использования основных средств ООО «Трейд»

Показатели	Наличие и движение основных средств				Средне годовая стоимость в 2016 г.	Средне годовая стоимость за 2015 г.	Отклонение, тыс. руб.	Отклонение, %
Основные производственные фонды, тыс. руб.	3589,0	460,0	282,0	3767,0	3678,0	3538,0	140,0	3,96
Амортизация основных средств производственного назначения, тыс. руб.	2034,0		254,0	2097,0			63,0	3,10
Фондовооруженность	47,7			45,36			-2,4	-5,0
Фондоотдача основных средств	7,0			8,30			1,3	18,9
Коэффициент износа, %	56,7			0,58			-56,1	-99,0
Коэффициент обновления, %	9,06			12,2			3,2	34,9
Коэффициент выбытия, %	12,6			7,86			-4,8	-37,8

Доля основных средств в валюте баланса, %	14,7			13,3			-1,3	-8,9
---	------	--	--	------	--	--	------	------

Как показывают данные (см. таблицу 2.17), среднегодовая стоимость основных фондов ООО «Трейд» составляла в 2015 году 3538,0 тыс. руб. к 2016 году среднегодовая стоимость увеличилась до 3678,0 тыс. руб. относительные изменения составили 3,96 %. При этом, возрос показатель фондоотдачи а показатель фондовооруженности снизился, что говорит об эффективном использовании основных фондов предприятия.

Коэффициент обновления выше, чем коэффициент выбытия, что указывает на интенсивность обновления в 2016 году.

Коэффициент износа указывает на то, что оборудование пригодное к эксплуатации составляет чуть меньше 50% от объема основных фондов.

Формирование информации о затратах производится ООО «Трейд» путем определения первичных затрат, группировка которых осуществляется по структурным подразделениям, видам изделий, работ и услуг, статьям затрат. Проанализируем состав и динамику затрат ООО «Трейд» в таблице 2.18.

Таблица 2.18 - Структура и динамика затрат ООО «Трейд»

Виды затрат	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Материальные затраты	5599,0	25,0	5352,0	23,5	-247,0	-4,41
Затраты на оплату труда	14461,0	64,6	15144,0	66,6	683,0	4,72
Отчисление в фонд на соц. страхование	208,0	0,9	114,0	0,5	-94,0	-45,19
Амортизация основных средств	2007,0	9,0	2025,0	8,9	18,0	0,90
Прочие затраты	122,0	0,5	110,0	0,5	-12,0	-9,84
Полная себестоимость	22397,0	100	22745,0	100	348,0	1,55

Как видно из таблицы 2.18, за исследуемый период произошло увеличение затрат на 348,0 тыс. руб. Наибольший рост отмечается по затратам

на оплату труда, что связано с повышением уровня заработной платы на предприятии. Увеличение данной статьи затрат произошло на 4,72 %. Уровень материальных затрат снизился на 4,41 %. Соответственно в структуре затрат произошло перераспределение удельного веса в сторону увеличения затрат на оплату труда и снижении удельного веса затрат на материалы.

2.7 Заключительная оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия является необходимым условием грамотного принятия управленческих и предпринимательских решений.

В ходе проведенного анализа хозяйственной деятельности ООО «Трейд» за период с 2015 по 2016 гг. проанализированы основные показатели экономической эффективности коммерческой деятельности:

Прирост валового дохода от коммерческих операций составил 3699 тыс. руб., темп прироста 14,41%.

Прирост прибыли от коммерческой деятельности составил 57,27 %, в результате чего был достигнут прирост прибыли от продажи на сумму 1389,0 тыс. руб., что составило 82,84% от показателя 2015 года.

Эффективность использования оборотных средств характеризуется системой экономических показателей, прежде всего оборачиваемостью оборотных средств. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств снизился с 0,92% до 0,72%, что свидетельствует о снижении интенсивности расширения торговой деятельности.

Коэффициент деловой активности в 2015 году составлял 1, в 2016 году составил 1,11, то есть на 1 размещенный в активах рубль, приходится 1 рубль прибыли в 2015 году и 1,11 рубля в 2016 году.

Отдача в выручке от продаж полученная от собственного капитала

составила 0,5 копеек с 1 рубля, оборачиваемость которого увеличилась с 0,47 до 0,50. Сопоставив валюту баланса и выручку, можно сделать вывод об эффективности привлеченного капитала.

Финансовое состояние организации является устойчивым, так как значение коэффициента автономии не менее 0,5. Доля заемного капитала ООО «Трейд» в общей сумме вовлеченного капитала на начало исследуемого периода составляет 1,1, на конец периода 0,8, то есть свидетельствует об увеличении собственных средств.

Предприятие имеет достаточный уровень обеспеченности собственными оборотными средствами, о чем свидетельствует значение доли оборотных активов формируемых за счет собственного капитала, которое на конец года составило 0,46 единиц.

Торговое предприятие является рентабельным, так как результаты от реализации товаров покрывают издержки обращения и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия. Показатели эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия, имеют динамику роста в 2016 году по сравнению с 2015 годом. Рентабельность продаж составляет 13,7%, что является нормальным показателем для предприятия оптовой торговли. Рентабельность оборотного капитала составляет 15,2%, что почти в 2 раза выше показателя 2015 года который составлял 8,1%. Рентабельность собственного капитала составила 15,5%.

По результатам анализа можно сделать вывод о том, что исследуемая организация имеет резервы увеличения прибыли и рентабельности. К ним относятся: увеличение объема производства и реализации продукции.

В целом, результаты анализа основных экономических показателей ООО «Трейд» позволяют говорить о наличии значительного потенциала для дальнейшего развития и эффективного функционирования в условиях рыночной экономики. Используя наиболее полно и рационально имеющиеся в наличии резервы и мощности, ООО «Трейд» в ближайшем будущем сможет

достичь еще более высоких результатов, что даст возможность выйти на рынки более высоких уровней и расширить круг потребителей. Для усиления положительного эффекта от своей деятельности в долгосрочном периоде предприятие может использовать инвестиции.

Основными направлениями по улучшению финансового состояния ООО «Трейд» с учетом результатов анализа должны быть следующие:

– увеличение объемов продаж с целью повышения показателя выручки от продажи продукции, путём проведения мероприятий по стимулированию сбыта, а так же использованию новых каналов сбыта.

2.8 Вопросы экологии

В современных условиях значительно возросло действие деятельности человека на природную среду. Поэтому проблема окружающей среды на сегодняшний день очень актуальна.

Охрана природы – общее обозначение системы мероприятий: технологических, экономических, административно – правовых, международных, биотехнических, просветительных и т.д.; обеспечивающих возможность сохранения природой ресурса – и средовоспроизводящих функций, генофонда, а также сохранение невозобновимых природных ресурсов.

Наиболее важными проблемами охраны природы являются: охрана атмосферы и вод от загрязнения вредными веществами, охрана недр и рациональное использование естественных ресурсов, обеспечение радиационной безопасности, охрана генофонда растений и животных, глобальный мониторинг различных антропогенных загрязнителей и т.д.

Федеральный закон № 7-ФЗ от 10.01.2002 определяет правовые основы государственной политики в области охраны окружающей среды, обеспечивающие сбалансированное решение социально - экономических задач, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и

природных ресурсов в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений, укрепления правопорядка в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности.

Повышение уровня загрязнения атмосферы отмечается не только в городах и прилегающих территориях, но и в фоновых районах, выбросы большого количества диоксидов серы (более 9 млн. тонн в год) вызывают закисление атмосферных осадков. Области повышенной кислотности зафиксированы на европейской территории России, а также в ряде промышленных районов с развитой цветной металлургией. Выпадение загрязняющих веществ на территории Российской Федерации обусловлено не только выбросами собственных источников, но и трансграничным переносом.

Основные проблемы загрязнения связаны с деятельностью человека и обусловлены искусственно созданными источниками, которые делятся на стационарные (предприятия промышленности и сельского хозяйства) и передвижные (транспорт). Выбросы этих источников поступают в природную среду в виде газообразных, жидких или твердых веществ. В процессе выброса эти вещества взаимодействуют между собой, а также с элементами природы и зачастую образуют новые вещества – загрязнители.

Основными объектами загрязнения являются атмосфера, вода и почва. Загрязнение вод открытых водоемов происходит в результате сброса в них химических соединений, образующихся в процессе производства товаров и их потребления, а другая часть поступает из атмосферы.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТРЕЙД»

3.1 Обоснование мероприятий программы

По результатам проведенного исследования можно дать общую положительную оценку деятельности предприятия с точки зрения ее эффективности. По всем показателям эффективности хозяйственной деятельности ООО «Трейд» выявлены положительные тенденции и динамика на рост.

Одним из направлений повышения эффективности деятельности ООО «Трейд» могут рассматриваться инвестиции в расширение предприятия. Обоснование целесообразности инвестиций осуществляется на основе разработки бизнес-плана инвестиционного проекта и расчета показателей эффективности инвестиций.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Трейд» показал, что у предприятия есть все основания расширить сферу своего влияния и выйти на новый сегмент рынка. Рассмотрим характеристику организации с помощью SWOT-анализа и представим данные в таблице 3.23.

Таблица 3.23- Матрица SWOT – анализа ООО «Трейд»

Сильные стороны	Слабые стороны
-некрупная, гибкая компания с хорошим чутьем на требования рынка и большой гибкостью; -возможность быстрого реагирования на спрос; -желание развивать бизнес и охватывать новые сегменты рынка; -широкий ассортимент.	-отсутствие розничного звена; -отсутствие четкости в операциях по поставке товара; -отсутствие стратегии в продвижении нового товара; -мало рекламируется
Возможности	Угрозы
-создать условия, способствующие воодушевлению покупателей на приобретение; -стремиться предоставить максимальный уровень информации, сервиса и уровня обслуживания.	-с развитием рынка усиливается конкуренция; -развитие крупных и известных конкурентов в данном сегменте, пользующихся известностью;

ООО «Трейд» является крупным оптовым предприятием продуктов питания, имеет широкий круг поставщиков и хорошие скидки на приобретаемый ассортимент крупяных, макаронных изделий, муки, сахара и других продуктов, направлением расширения бизнеса может являться подключение к оптовым продажам розничного звена – открытие магазина фиксированной цены по реализации продуктов питания.

В розницу будут отправляться товары, у которых остается около полугода до окончания срока годности, остатки крупных партий товаров, пересортица. Товар будет подобран в одной ценовой категории, по объему или наименованию. Розничная продажа через магазин фиксированной цены будет способствовать увеличению товарооборота предприятия.

Для реализации проекта и минимизации затрат на организационные мероприятия предлагается покупка франшизы на открытие дилерского предприятия магазина фиксированных цен торговой марки «BENEFIT».

В стартовый пакет по приобретению франшизы входят подбор и обучение персонала, комплект документации, макеты рекламных материалов, методы продвижения в соцсетях и др. Кроме стоимости стартового пакета, нужно вложить около 1 570 000 руб. в оборудование, технику, товар для продажи, рекламу. Ожидаемая чистая прибыль около 200 000 руб. в месяц.

Для начала сотрудничества необходимо заключить договор. Сразу после оплаты стартового пакета предприятие получает всю документацию. Управляющая компания нанимает и обучает персонал.

Проанализируем позиции ООО «Трейд» на рынке конкурентов города Абакана по дисконтным продажам продуктов питания. Оценим уровень оказываемых услуг, ценовой диапазон, развитие сервиса, инфраструктуру. Результатом таких исследований должен стать выбор путей и возможностей достижения наиболее выгодного положения на рынке относительно конкурентов (лидерство, следование за лидером, избежание конкуренции),

определение активных и пассивных стратегий обеспечения ими ценового преимущества или преимущества за счет качества услуг.

Потенциальные конкуренты магазина «BENEFIT» на рынке продуктов питания в низкой ценовой категории приведены в таблице 3.24.

Таблица 3.24 - Потенциальные конкуренты

Наименование предприятия- конкурента	Сильные стороны	Слабые стороны
Магазин «Светофор»	Ценовая политика Широкий ассортимент Быстрота обслуживания	Подача товара Месторасположения
Магазин «Батон»	Доступные цены Расположение	Качество обслуживания Ассортимент
Магазин «Компот»	Доступные цены; Расположение	Качество обслуживания Ассортимент
База-магазин «Ролби»	Широкий ассортимент Удобство в обслуживании	Месторасположения
Магазин «Биг-си»	Расположение, доступность Яркая наружная реклама	Ассортимент Качество товара

На сегодняшний день в Абакане действуют магазины - дискаунтеры расположенные как в центре города, так и промышленной зоне. Отличие этих магазинов, в уровне цен на товары. Слабыми сторонами является: качество продукции; присутствие товаров - заменителей натуральных продуктов; подача товара; низкое качество обслуживания; отсутствие продавцов-консультантов.

Таблица 3.25 - Матрица SWOT – анализа магазина «BENEFIT»

Сильные стороны	Слабые стороны
- компания уже знакома с рынком и тенденциями, сложившимися на рынке; - распознавание возможностей данного рынка и освоение нового сектора; - желание развивать новую часть бизнеса; - наличие товарных запасов на складе	- непостоянство клиентуры, на которую ориентирован магазин
Возможности	Угрозы
- быть ведущим специализированным магазином фиксированных цен на продукты питания	- развитие крупных сетей продажи; - непредсказуемость рынка; - серьезные неприятности в случае срыва поставок, формирование отрицательной репутации.

Преимуществом открываемого ООО «Трейд» магазина «BENEFIT» является предоставление товаров по единой цене, высокое качество товара, привлекательная подача товара в торговом зале.

На основании выявленных основных сильных и слабых сторон разработаны основные направления деятельности магазина в области ценовой политики, политике продвижения. (Таблица 3.26)

Таблица 3.26 - План маркетинга магазина «BENEFIT»

Направление коммерческой деятельности	Показатели эффективности коммерческой работы
Ассортимент товаров и его формирование	Широта ассортимента
	Глубина ассортимента
	Регулярное обновления ассортимента
	Устойчивость ассортимента
Планирование товарного предложения и обеспечение товарами	Сокращение времени обращения товаров
	Выполнение договорных обязательств поставщиками
	Ритмичность поступления товаров по ассортименту
	Контроль качества товаров
Формирование и стимулирование спроса	Соответствие объема и структуры товарного предложения объему и структуре покупательского спроса
	Обновление ассортимента
	Рекламные мероприятия
Экономическая эффективность коммерческой деятельности	Прирост валового дохода от коммерческих операций
	Прирост прибыли от коммерческой деятельности

Реализация этого проекта способствует увеличению прибыли и укреплению позиций ООО «Трейд» на рынке, позволит увеличить объем наиболее ликвидных активов, что будет способствовать повышению эффективности его деятельности.

3.2 Расчет основных показателей программы

Расчет целевых показателей осуществляется для оценки эффективности мероприятий по открытию магазина «BENEFIT».

Магазин «BENEFIT» будет располагаться в отдельном помещении по

улице Промышленная 115, принадлежащем на праве собственности ООО «Трейд», с отдельным входом и общей площадью 200 кв.м. причем 120 кв.м. будет отведено на торговую площадь, а 80 м для вспомогательных помещений.

Организационный план по открытию магазина «BENEFIT» приведен в таблице 3.27.

Таблица 3.27 - Организационный план

Статус	Предприятие торговли
Уставный капитал	15 000 руб.
Финансовое обеспечение	1 770 000 руб. (заемные средства)
Форма собственности	Частная
Обладатель права подписи финансовых документов Распределение обязанностей между членами руководящего состава	Директор, главный бухгалтер Директор занимается общим управлением деятельности предприятия; координирует работу персонала, при желании может присутствовать на примерках и окончании сдачи изделия. Бухгалтер предприятия ведет бухгалтерский учет: начисление и уплата налогов, расчет и выдача заработной платы, оформление сводной бухгалтерской отчетности.

Организационная структура магазина «BENEFIT» построена по линейно-функциональному признаку. С учетом того, что рассматриваемое нами предприятие является предприятием розничной торговли, распределение обязанностей по функциональному признаку и линейная подчиненность являются оптимальными.

Структура кадрового состава магазина «BENEFIT» формируется в соответствии со штатным расписанием (табл. 3.28)

Таблица 3.28 - Штатное расписание магазина «Бенефит»

Должность	Кол-во чел.	Оклад	ФОТ в год, руб.
1. руководители			
1.1. Директор	1	32000	384000
1.2. Администратор	1	26000	312000

2. Специалисты			0
2.1. Бухгалтер	1	27000	324000
3. Торгово-оперативный персонал			0
3.1. Продавец	2	17000	408000
3.2. Кассир	4	17000	816000
4. Вспомогательный персонал			0
4.1. Грузчик	2	12000	288000
4.2. Уборщица	2	12000	288000
Итого	13		2820000
Начисления на оплату труда			853896
Всего с начислениями			3673896

Из таблицы 3.28 видно, что весь персонал «BENEFIT» разбит на 4 категории: руководители, специалисты, торгово-оперативный персонал и вспомогательный персонал. В состав руководителей входят: директор, администратор и заведующие отделами. К специалистам относится бухгалтер. В составе торгово-оперативного персонала выделяют должности (профессии) продавцов и кассиров. В составе вспомогательного персонала профессии, грузчиков и уборщиков.

В перечень основного оборудования магазина «BENEFIT» входит комплект торгового оборудования (витрины и стеллажи). Расчет стоимости производственных фондов приведен в таблице 3.29.

Таблица 3.29 - Стоимость производственных фондов

	2016 год	2017 год	
	Действующие основные фонды, тыс. руб.	Общая потребность	Прирост основных фондов, тыс. руб.
1. Здания, сооружения производственного назначения	14110		
2. Рабочие машины и оборудование	7452	1570	1570
3. Транспортные средства	2412		
4. Прочие	456		
Итого:	24430	1570	1570

По данным таблицы 3.29, объем инвестиций на приобретение торгового

оборудования составит 1 570 000 руб.

Прогноз объемов продаж магазина фиксированных цен «BENEFIT» проведен на основе сопоставления результатов маркетинговых исследований с возможностями предприятия в таблице 3.30.

Таблица 3.30 - Программа реализации продукции

Наименование показателя	Ед. изм.	1-ый год				
		всего	по кварталам			
			I	II	III	IV
Вид продукции: Продукты питания						
Объем реализации	ед.	48000	12000	12000	12000	12000
Цена реализации (фиксированная)	руб.	155	155	155	155	155
Выручка от продаж (в рублях)	руб.	7440000	1860000	1860000	1860000	1860000
Вид продукции: Алкоголь						
Объем реализации	ед.	16000	4000	4000	4000	4000
Цена реализации (фиксированная)	руб.	100	100	100	100	100
Выручка от продаж (в рублях)	руб.	1600000	400000	400000	400000	400000
Итого		9040000	2260000	2260000	2260000	2260000

По данным таблицы 3.30, можно сказать, что выручка от продаж будет производиться по фиксированным ценам – 155 руб. по товарам продуктовой линейки и 100 руб. по алкогольным товарам .

Планируемый объем выручки в квартал составит 2260 000 руб., что в год составит 9 040 000 руб.

Общая сумма затрат на приобретение основных фондов, оборотных средств и текущих расходов по бизнес-плану приведена в таблице 3.31.

Таблица 3.31 - Общая стоимость по бизнес-плану

Статья затрат единицы продукции	Ед. изм.	1-ый год				
		Всего	по кварталам			
			I	II	III	IV
1. Капитальные вложения по бизнес-плану	руб.	1570000	1570000			
2. капитальные вложения в объекты сбыта		0				
3. Приобретение оборотных	руб.	5680000	1420000	1420000	1420000	1420000

средств						
4. Другие расходы в период освоения и эксплуатации производственных мощностей	руб.	216000	150000	22000	22000	22000
5. Итого – объем инвестиций (сумма показателей пунктов 1-4)	руб.	7466000	3140000	1442000	1442000	1442000

В соответствии с расчетом затрат на осуществление бизнес-плана в первом квартале будет наибольший объем затрат за счет приобретения нового оборудования на сумму 1 570 000 руб.

Ежемесячный планируемый объем затрат на пополнение оборотных средств составит 1 420 000 руб. Сумма организационных расходов и рекламных мероприятий составит 216 000 руб. Всего объем затрат ООО «Трейд» на реализацию проекта в год составит 7 466 000 руб.

3.3 Прогноз показателей по реализации программы

Экономическая эффективность инвестиционных вложений - соотношение между затратами на расширение бизнеса и получаемыми результатами.

Поток реальных денег от операционной деятельности магазина «BENEFIT» приведен в таблице 3.32.

Таблица 3.32 - Поток реальных денег от операционной деятельности

Показатели	Года				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Выручка	9040	9050	9050	9050	9050
Себестоимость	6590	6590	6590	6590	6590
Амортизация	15,7	15,7	15,7	15,7	15,7
Налог на имущества 3%	47,1	46,6	46,2	45,7	45,2
Балансовая прибыль	2388	2398	2398	2399	2399
Налог на прибыль 20%	478	480	480	480	480
ЧП от операционной деятельности	1910	1918	1919	1919	1920
Сальдо операционной деятельности (ЧП+А)	1926	1934	1934	1935	1935

Сумма, выручки за первый год работы составит 9040 тыс. руб. Чистая прибыль по итогам первого года работы магазина «Бенефит» составит 1910 тыс. руб.

Произведем расчет эффективности бизнес-плана.

Рассчитаем период окупаемости по формуле (1):

$$\text{Ток} = \text{И} / \text{ДП} \quad (3.15)$$

где Ток – период окупаемости проекта;

И – сумма инвестиций, направленных на реализацию проекта;

ДП – сумма денежного потока.

Расчетный период окупаемости инвестиционного проекта представлен в таблице 3.33.

Таблица 3.33 - Расчетный период окупаемости инвестиционного проекта

Наименование	Значение
Сумма инвестиций, направленных на реализацию проекта, руб.	1785 000
Сумма денежного потока, руб.	1910 000
Период окупаемости проекта, лет/мес.	0,9/11

Как видно из таблицы 3.33, срок окупаемости проекта составит 0,9 года или 11 месяца. Рассчитаем рентабельность инвестиционного проекта и рентабельность основной деятельности по формуле (2):

$$\text{Росн.д.} = (\text{ВР} - \text{С}) / \text{С} * 100\%, \quad (3.16)$$

где ВР – выручка от реализации услуг;

С – себестоимость услуг.

Прогнозная рентабельность основной деятельности проектируемого магазина представлена в таблице 3.34.

Таблица 3.34 - Прогноз рентабельности основной деятельности

Наименование	Значение
Выручка от реализации товаров, руб.	9 040 000
Себестоимость товаров, руб.	6 590 000
Рентабельность основной деятельности, %	37

$$\text{Росн.д.} = (9040\ 000 - 6590\ 000) / 6590\ 000 * 100\% = 37\ \%$$

Рентабельность инвестиционного проекта рассчитаем по формуле (3.17):

$$R_{\text{ип}} = \text{ЧП} / \text{И} * 100\% \quad (3.17)$$

где ЧП – чистая прибыль, полученная при реализации проекта;

И – сумма инвестиций, направленных на реализацию проекта.

Прогноз рентабельности инвестиционного проекта представлен в таблице 3.35.

Таблица 3.35 - Прогноз рентабельности инвестиционного проекта

Наименование	Значение
Чистая прибыль, руб.	1 910 000
Сумма инвестиций, направленных на реализацию проекта, руб.	7 466 000
Рентабельность инвестиционного проекта, %	25,5

Таким образом, данный проект предполагает объем инвестирования в сумме 7 466 000 руб., получение годового чистого дохода в размере 1 910 000 руб. Срок окупаемости представляет собой минимальный временной интервал от начала осуществления проекта - это период (измеряемый в месяцах, кварталах, годах), начиная с которого первоначальные вложения и другие затраты, связанные с инвестиционным проектом, покрываются суммарными результатами его осуществления. В данном случае период окупаемости составит 0,9 года, то есть ожидается, что сумма первоначальных инвестиций будет возвращена за 11 месяца.

Рентабельность основной деятельности составит 37 % в первый же год работы. Рентабельность инвестиционного проекта составит 25,5 %, что позволяет сделать вывод о том, что проект можно считать эффективным относительно его принятия в разработку.

Финансовый план проектируемого магазина, основанный на оценке соотношения планируемых доходов и расходов, представлен в таблице 3.36.

Таблица 3.36 - Эффективность реализации бизнес-плана

Срок окупаемости	Период времени с начала реализации проекта по данному бизнес-плану до момента, когда разность между суммой накопленной чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемов инвестиционных затрат = 0 (ЧП + Ам – ИЗ = 0)	1 785 000 / 1 926 000 = 0,9
Точка безубыточности	Объем реализации, начиная с которого выпуск продукции должен приносить прибыль	1263804
Эффективность инвестиционного проекта		1 910 000 / 7 466 000 * 100% = 25,5%

По оценке эффективности инвестиций и окупаемости проекта выяснено, что срок окупаемости проекта составит 0,9 года или 11 месяцев, эффективность основной деятельности составит 25,5 %. Следовательно, открытие магазина является целесообразным и экономически обоснованным.

Результаты проведенного финансового и инвестиционного анализа жизнеспособности проекта говорят об экономической эффективности проекта, его рентабельности и инвестиционной привлекательности как одной из способов вложения инвестиционных ресурсов, с целью их последующего увеличения.

В качестве предложения по стимулированию сбыта при открытии магазина может быть реализован план промо - акции («подарок за покупку»). В акции примут участие чеки, с суммой покупки более 500 руб., покупателям будут выдаваться купоны для участия в лотерее, розыгрыш призов будет произведен в установленную дату. Победители получают приз – продуктовую корзину с набором товаров (кофе, чай конфеты) стоимостью 1000 руб. В лотерее будет разыграно 2 приза.

План промо - акции по стимулированию сбыта продукции ООО «Трейд» представлен в таблице 3.37.

Таблица 3.37 - План промо - акции по стимулированию сбыта

Наименование	Условия проведения
Место проведения акции	Магазин «BENEFIT»
Концепция акции	«подарок за покупку» - продуктовый набор в подарок
Срок проведения акции	Месяц со дня открытия магазина

К началу акции необходимо оповещение о проведении акции покупателям с помощью буклетов, и прорекламирровать акцию по радио и ТВ.

Смета акции будет состоять из двух пунктов:

- 1) подготовка (разработка идеи);
- 2) привлечение к промо - акции (рекламная поддержка);

В рамках акции предполагается привлечение в магазин покупателей, знакомство с ассортиментом товаров. Смета затрат на проведение промо-акции приведена в таблице 3.38.

Таблица 3.38 - Смета затрат на проведение промо-акции

Наименование	Ед. Измерения/Стоимость	Количество	Общая стоимость, руб.
Рекламные листовки	Шт./2 руб.	1000	2000
Реклама по радио	Мин./500 Продолжительность 1 мин.	3 раза в день /14 дней	21000
Реклама по ТВ	1 сек./350 р Продолжительность 4 сек.	2 раза в день/14 дней	39200
Приз-продуктовая корзина	Шт/1000 руб.	2	2000
Итого			64200

Для того, что бы определить эффективность промо-акции, необходимо проанализировать ситуацию с продажами до её начала.

Для примера возьмем количество продаж в магазине за день. (таблица 3.40)

Таблица 3.40 - Средние показатели продаж и прибыли

Показатель	руб.
Объем продаж в обычные дни (день)	25977
Прибыль (день)	7196

Далее необходимо рассчитать объем продаж и прибыль в момент проведения промо-акции. Общий объем продаж - это сумма объема продаж в период промо-акции, объема продаж в обычные дни и объема продаж от так называемых конвертированных покупателей. Данные для сравнения объема продаж в месяц без промо-акции и с учетом промо-акции приведены в таблице 3.41.

Таблица 3.41 – Сравнение объема продаж до и после промо-акции

Показатель	Расчет, руб.
Объем продаж с учетом продаж в дни промо продаж	31172
Прибыль общая с учетом продаж в дни промо	8635
Стоимость промо-акции в данной точке	64200
Чистая прибыль	6135
Дополнительная прибыль	2500

Рассчитаем чистую прибыль за вычетом затрат на промо - акцию в данной точке и сравним ее с прибылью в обычное время и оценим прирост.

Что составляет 28,9% ($2500 * 100 / 8635$). Это и есть дополнительный объем обозначающий, что прирост продаж/прибыли в результате проведенной промо-акции составит 28,9%. Это хороший показатель, свидетельствующий о том, что акция эффективна.

Подводя итог выпускной квалификационной работы можно сделать вывод о том, что реализация данного проекта при правильной политике управления, откроет перед предприятием ООО «Трейд» перспективы выгодного вложения и преумножения собственного капитала. А в последующем и контроль сектора розничной реализации. Произведенная оценка инвестиционной и финансовой эффективности говорит о высоком инвестиционном потенциале проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Определение общей эффективности деятельности оптовой торговой организации является сложной задачей. Каждое предприятие представляет собой экономическую систему, состоящую из множества элементов, между которыми существуют многообразные связи. Поэтому практически невозможно измерить и выразить эффективность работы предприятия в целом единым показателем, каким бы обобщающим он ни был.

Анализ структуры имущества и его источников ООО «Трейд» показал, что в 2015 году соотношение собственных и заемных средств распределялось в пользу заемных ресурсов, удельный вес которых составлял 52,4% в общем объеме источников финансирования предприятия. Удельный вес собственных источников составлял 47,6%. В 2016 году изменилось соотношение источников в пользу собственных, удельный вес которых составил 55,3% против 44,7% заемных ресурсов. Все заемные ресурсы являются краткосрочными.

Прирост объема выручки от продажи в 2016 году сопровождался более интенсивным ростом суммы конечного финансового результата. Значит, возросшие масштабы хозяйственной деятельности привели к соответствующей финансовой отдаче, о чем свидетельствует рост уровня рентабельности конечной деятельности, который составил в 2016 году 10,1 %, что выше показателя 2015 года на 91,3%.

Общий финансовый результат организации, за весь исследуемый период был в основном сформирован из прибыли от основного вида деятельности, то есть прибыли от продажи товаров, сумма которой за год возросла на 3699 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом. В качестве причин, способствовавших росту финансового результата от основного вида деятельности, следует отметить увеличение доли реализованной торговой наценки в обороте организации, то есть средний уровень валовой прибыли возрос на 57,3 %, в результате чего был достигнут прирост прибыли от продажи на сумму 1389 тыс. руб.

При обосновании и анализе всех показателей экономической

эффективности учитываются факторы повышения эффективности производства по основным направлениям развития и совершенствования производства. Эти направления охватывают комплексы технических, организационных и социально-экономических мер, на основе которых достигается экономия живого труда, затрат и ресурсов, повышение качества и конкурентоспособности продукции.

Для сохранения положительной тенденции эффективного использования ресурсов предприятия необходимо развивать положительные факторы и устранять отрицательные.

Одним из направлений повышения эффективности деятельности ООО «Трейд» могут рассматриваться инвестиции в расширение деятельности. Обоснование целесообразности инвестиций осуществляется на основе разработки инвестиционного проекта и расчета показателей эффективности инвестиций.

По результатам анализа ООО «Трейд» предложено открытие дилерского предприятия на основе франшизы - магазина продовольственных товаров по фиксированной цене «BENEFIT».

Финансовый план проектируемого магазина, основанный на оценке соотношения планируемых доходов и расходов свидетельствует о прибыльности бизнеса. По оценке эффективности инвестиций и окупаемости проекта выяснено, что окупаемость проекта составит 0,9 года или 11 месяцев, эффективность основной деятельности составит 22,9 %.

Таким образом, проект является эффективным и может быть реализован на практике в соответствии с расчетным объемом затрат и выручки от продаж и позволит ООО «Трейд» использовать свои возможности и способности через эффективное вложение капитала.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 23.05.2016)
2. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 13.07.2015).
3. Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (ред. от 29.12.2015).
4. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» (ред. от 29.12.2015).
5. Абрютин, М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учебное пособие / М. С. Абрютин. – Москва: Дело и сервис, 2014. – 462 с.
6. Брагин, Л.А. Экономика торгового предприятия: торговое дело: учебник для высших учебных заведений по экономическим специальностям / Л.А. Брагин. – Москва: Инфра-М, 2016. – 313 с.
7. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: Учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. - М.: Дашков и К, 2016. - 448 с.
8. Диянова С.Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью : учеб.пособие. - М.Магистр, 2014. – 356 с.
9. Елизаров, Ю. Ф. Экономика организаций (предприятий): учебник / Ю. Ф. Елизаров. – М.: Экзамен, 2016. – 495 с.
10. Зайцев, Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием: учебное пособие / Н. Л. Зайцев. – М.: Инфра–М, 2016. – 453 с.
11. Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник / Л. И. Кравченко. – Минск: Новое знание, 2015. – 511 с.
12. Миронов, М.Г. Ваша конкурентоспособность/М.Г. Миронов. - М.: Издательство «Альфа-Пресс». -2015. - 160с.
13. Маркова В.Д. Маркетинг менеджмент: учебное пособие/В.Д. Маркова.-

Москва: Омега-Л, 2015. - 204 с.

14. Медведева, О.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник/О.В. Медведева, Е.В. Шпилева, А.В. Немова – Ростов н/д: Феникс, 2015. – 325 с.

15. Панова, А.К. Планирование и эффективная организация продаж: Практическое пособие / А.К. Панова. - М.: Дашков и К, 2016. - 192 с.

16. Портер, М. Конкуренция.: учебник / М. Портер.- М.: Издательский дом «Вильямс», 2016.- 608 с.

17. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учебное пособие. 3-2 изд. перераб. и доп./ Под ред. Хруцкого В.Е.– М.: Финансы и статистика, 2015. – 560 с.

18. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. – Москва: Юрайт, 2015. – 347 с.

19. Чкалова О.В. Торговое дело: Учеб. пособ. – М.: Эксмо, 2014. – 255 с.

20. Шепеленко, Г. И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии: учебное пособие / Г. И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2016. – 600 с.

21. Экономика, организация и управление на предприятии: учебное пособие / [А. В. Тычинский и др.]. – Ростов–на–Дону: Феникс, 2016. – 475 с.

22. Экономика отрасли: учебное пособие / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 307 с.

23. Экономика предприятия: учебник / И. Н. Чуев, Л. Н. Чуева. – М.: Дашков и К, 2015. – 414 с.

24. Экономика предприятия: учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. – Москва: Финансы и статистика, 2015. – 334 с.

25. Экономика предприятий (организаций): учебник / А. И. Нечитайло, А. Е. Карлик. – М.: Проспект: Кнорус, 2016. – 304 с.

26. Экономика предприятия: учебник / [В. М. Семенов и др.]. – Санкт-Петербург: Питер, 2016. – 416 с.

27. Экономика предприятия: учебник / [А. П. Аксенов и др.]. – М.: КноРус,

2015. – 346 с.

28. Экономика торговли: учебное пособие / Н.И. Саталкина, Б.И. Герасимов, Г. И. Терехова. – Москва: Форум, 2016. – 229 с.

29. Экономика фирмы: учебник для вузов / [В. Я. Горфинкель и др.]. – М.: ИД Юрайт, 2015. – 678 с

30. Габибова, М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия /М.Ш. Гарибова// Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 85-87.

31. Жилкина, А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия/А.Н. Жилкина. - М.: Инфра - М, 2016. - 332 с.

32. Родичева, В.П. Увеличение оборота оптовой и розничной торговли как фактор улучшения результатов деятельности организации /В.П.Родичева// Экономический анализ: теория и практика. -2016.- № 17. – с. 22-26.

33. Захаров, А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения/А.Н. Захаров, А.А. // Бизнес и банки. -2015. - №3 – С. 15-21.

34. Махмутова, Г.С. Анализ и классификация методов сегментации рынка/Г.С. Махмутова // Маркетинг в России и за рубежом. -2015. -№ 1. -С. 35-46.

35. Салитов, Л.Р. Устойчивое развитие и качество экономического роста/ Л.Р. Салитов// Экономические науки. – 2016. –№11 (48). – С. 140-146.

