

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

зав. кафедрой ЭиМ

Г.Б. Коныхина
Г.Б. Коныхина

подпись инициалы, фамилия

«03» 06 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

«Максимизация прибыли как главная цель финансово-хозяйственной
деятельности предприятия»

Руководитель

03.06.20 К

подпись, дата должность, ученая степень

Курноулова Н.И.

инициалы, фамилия

Выпускник

03.06.2000 Б

подпись, дата

Ташковский Д.Н.

инициалы, фамилия

Абакан 2020

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме «Максимизация прибыли как главная цель финансово-хозяйственной деятельности предприятия»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

030620 К
подпись, дата

Курмуев ИИ
инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

030620 К
подпись, дата

Курмуев ИИ
инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

030620 К
подпись, дата

Курмуев ИИ
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

30620 Сина
подпись, дата

Синаева ИИ
инициалы, фамилия

На русском языке

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы «Максимизация прибыли как главная цель финансово-хозяйственной деятельности предприятия».

ВКР выполнена на 57 страницах, с использованием 4 изображений, 8 таблиц, 2 приложений, 25 использованных источников, 10 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, анализ, выручка, чистая прибыль, факторный анализ.

Автор работы, гр. №76-1



Д.Н.Пашковский

подпись

инициалы, фамилия

Руководитель работы



М.А.Кузнецова

подпись

инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы - 2020

Целью этой выпускной квалификационной работы является анализ прибыли ООО «РемСтройРесурс» и разработка методов ее увеличения.

В соответствии с данной целью, были сформированы следующие задачи:

- Рассмотреть основы анализа прибыли предприятия;
- Провести характеристику объекта исследования;
- Провести анализ финансово-экономических показателей деятельности организации;
- Провести анализ прибыли организации;
- Предложить пути максимизации прибыли.

SUMMARY
GRADUATION THESIS

Bachelors thesis

The theme of graduation thesis: «Profit Promotion as the Main Goal of Financial and Economic Activity of the Enterprise».

The graduation thesis comprises 57 pages, 4 figures, 8 charts, 2 appendices, 25 reference items, 10 visual aids (slides).

Keywords: profit, profitability, analysis, revenue, net profit, sales revenue, factor analysis.

Author of research (76-1)



D.N. Pashkovsky

signature

full name

Academic supervisor



M.A. Kuznetsova

signature

full name

English language supervisor



N.V. Chezybaeva

signature

full name

Graduation paper presentation date – 2020

The purpose of the present graduation thesis is to analyze the profit of OOO «RemStroyResurs» and to develop measures to increase it.

In accordance with this purpose, the following objectives have been determined:

- to consider the basics of enterprise profit analysis;
- to characterize the object of study;
- to analyze the financial and economic indicators of the organization;
- to conduct an analysis of the organization's income;
- to suggest measures to maximize profit.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	6
1 Теоретические основы анализа прибыли и ее максимизации	10
1.1 Сущность прибыли коммерческой организации и ее функции	10
1.2 Механизм формирования, распределения и использования прибыли организации	13
1.3 Задачи и методы анализа прибыли.....	17
1.4 Факторы и резервы роста прибыли	21
2 Анализ финансового состояния предприятия	26
ООО «РемСтройРесурс».....	26
2.1 Организационно-правовая форма и основные виды деятельности ООО «РемСтройРесурс»	26
2.2 Структура управления организацией.....	32
2.3 Предварительный анализ финансовой отчетности.....	33
2.4 Анализ активов	34
2.5 Анализ оборотных активов	35
2.6 Анализ пассивов	37
3 Анализ прибыли предприятия ООО «РемСтройРесурс» и пути ее максимизации	41
3.1 Анализ рентабельности и прибыли	41
3.2 Пути максимизации прибыли	48
Заключение	54
Список использованных источников	55

ВВЕДЕНИЕ

В рыночной экономике прибыль является главной целью, которую преследует руководство предприятия. Ведь финансовый результат работы предприятия, определяет дальнейшую его судьбу. Чем больше чистая прибыль, тем больше у предприятия возможностей для дальнейшего развития и расширения производства.

Рост прибыли создает финансовую базу для осуществления расширенного производства. Также за счет прибыли предприятие покрывает свои обязательства перед кредиторами и бюджетом. За счет отчислений в бюджет формируется финансовая основа для улучшения качества жизни населения. Если прибыль предприятий растет, то увеличиваются и налоговые отчисления в бюджет, которые, в свою очередь, при правильном использовании, улучшают благосостояние граждан.

Поэтому государство также должно быть заинтересовано в максимизации прибыли предприятий. Показывая свою заинтересованность в виде различной помощи малым и средним предприятиям.

Прибыль это конечный результат функционирования предприятия, определяющий производственно-хозяйственную деятельность в целом компании, то есть является основой финансового формирования предприятия. Увеличение прибыли формирует экономическую основу для самофинансирования функционирования предприятия, осуществляя расширенное воспроизводство. За счет ее производится оплата обязательств перед бюджетом, кредиторами также иными организациями. Таким образом, прибыль становится главной для оценки производственной а также экономической деятельности предприятия. Она определяет сметы его деловой активности также финансовое благосостояние.

За счет отчислений с прибыли в госбюджет создается основная доля финансовых ресурсов страны, региональных а также местных органов власти, и от их повышения в существенной мере зависят темпы экономического развития государства, отдельных регионов, приумножения общественного богатства и в, конечном итоге, улучшение жизненного уровня населения.

Прибыль представляет собой разницу между суммой выручки и издержек, полученных с различных хозяйственных операций. Непосредственно по этой причине она определяет окончательный финансовый результат работы компаний.

Основными показателями прибыли, используемой для оценки производственно-хозяйственной деятельности, выступает: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения (балансовая прибыль), чистая прибыль отчетного периода, прибыль, остающаяся в распоряжении организации; прибыль после распределения (нераспределенная прибыль, относящаяся к собственному капиталу).

Так как основную часть прибыли предприятия получают от продажи выпускаемой продукции, сумма прибыли находится под воздействием многочисленных факторов: изменения объема, ассортимента, качества, структуры произведенной и реализованной продукции, себестоимости отдельных изделий, уровня цен, эффективности использования производственных ресурсов.

Основное назначение прибыли в нынешних условиях хозяйствования — отражение эффективности производственно-сбытовой работы компании. Это обуславливается тем, что в величине прибыли обязательно находят отражение соответствие личных расходов компании, сопряженных с производством а также реализацией собственной продукции и выступающих в форме себестоимости.

мости, общественно необходимых расходов, косвенным выражением которых должна предстать стоимость продукта. Увеличение прибыли в условиях устойчивости оптовых цен говорит об уменьшении расходов компании на изготовление а также реализацию продукта.

В современных обстоятельствах увеличивается значимость прибыли как предмета распределения, сформированного в отрасли материального производства чистого дохода между организациями и страной, разными секторами экономики народного хозяйства а также организациями одной сферы, между отраслью материального производства и непромышленной отраслью, между организациями и его сотрудниками.

Применение прибыли в качестве основного оценочного показателя содействует росту объема производства и реализации продукции, возрастанию его качества, совершенствованию применения имеющихся производственных источников. Усиление роли прибыли обусловлено также действующей системой ее разделения, в соответствии с которой возрастает интерес предприятий в увеличении не только всеобщей суммы выручки, но и исключительно той ее части, которая остается в распоряжении организации и применяется в качестве основного источника средств, направляемых на производственное и общественное развитие, а также на финансовое вознаграждение сотрудников в соответствии с качеством затраченного труда.

Таким образом, прибыль играет главную роль в стимулировании последующего увеличения отдачи производства, увеличения материального интереса сотрудников в достижении высоких результатов работы своей компании.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ прибыли организации и выявление путей ее повышения.

Объектом исследования является ООО «РемСтройРесурс».

В ходе выполнения работы рассмотрены следующие задачи:

- проведена характеристика объекта исследования;
- проведен анализ финансово-экономических показателей деятельности организации;
- проведен анализ прибыли организации и предложены пути ее максимизации.

В данной выпускной квалификационной работе рассматриваются основы анализа прибыли и ее максимизации, а так же анализируется прибыль ООО «РемСтройРесурс», и пути ее повышения.

Выпускная квалификационная работа выполнена на основе изучения материалов ООО «РемСтройРесурс» и данных литературных источников, приведенных в списке литературы.

1 Теоретические основы анализа прибыли и ее максимизации

1.1 Сущность прибыли коммерческой организации и ее функции

Прибыль (с англ. profit) является очень сложной экономической категорией, и потому существуют разнообразные ее определения, характеристики, представления, интерпретации. В течение длительного времени представители экономической науки изучали и выдвигали большое количество теоретических аспектов понимания и формирования прибыли.¹

Современная теория и практика финансового менеджмента предлагает следующие общепринятые подходы к пониманию прибыли.

О.В. Ефимова прибыль характеризует, в качестве финансового результата деятельности предприятия, и одновременно отмечает, что «конечным результатом является тот, правом распоряжения которым наделены собственники», а мировая практика под ним подразумевает «прирост чистых активов».²

А.Д. Шеремет и Р.С. Сайфулин убеждены в том, что «финансовым результатом деятельности предприятия признается изменение величины его собственного капитала за отчетный период».³ Это определение соответствует понятию «выручка» согласно международным стандартам финансовой отчетности (МСФО).

Бухгалтерский подход к определению прибыли содержится в действующем российском законодательстве – Налоговом кодексе РФ, который прибыль определяет, как разницу между полученными доходами и произведенными расходами, которые определяются в соответствии с установленным порядком для разных категорий налогоплательщиков. Отсюда очевидно образуется понятие «налогооблагаемая прибыль».

В МСФО прибылью признается результат вычитания расходов из

¹ Мануйленко В.В., Садовская Т.А. Экономическая сущность, виды и функции прибыли хозяйствующего субъекта: современный аспект // Дайджест-финансы. – 2012. – № 10 (214). – С. 25-34.

² Ефимова О. Б. Анализ финансовой отчетности. – М.: Омега-Л, 2006. – С. 38.

³ Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2008. – С. 61.

доходов, в т.ч. корректировок, которые обеспечивают поддержание капитала, в необходимых случаях. Если расходы больше доходов, то разность признается чистым убытком».⁴

Ученые-экономисты также предлагают похожие определения прибыли. Например, О.И. Волков трактует прибыль в качестве конечного финансового результата предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов – разница цены продукции и ее себестоимости.⁵

Детальнее определение прибыли дает А.Г. Грязнова, которая характеризует анализируемое понятие как разницу доходов, полученных от реализации продукции, основных средств и другого имущества, произведенных работ, оказанных услуг, внереализационной деятельности, и начисленной суммы затрат при производстве, реализации продукции и осуществлении иных видов деятельности.⁶

Таким образом, можно сформулировать вывод о том, что как российская, так и зарубежная теория и практика финансового менеджмента не выработали единого подхода к определению прибыли. По вопросу возможности их применения существуют различные точки зрения.

Некоторым экономистам более реалистичным и обоснованным представляется бухгалтерский подход к определению прибыли. Существует также противоположная позиция, по которой представленные определения не являются противоречащими, а часто дополняют друг друга.

Анализируя сущность прибыли, следует указать ее характеристики:

- является формой дохода предпринимателя, осуществляющего определенный вид деятельности;
- представляет собой форму дохода предпринимателя, вложившего свой капитал в целях получения коммерческого успеха;
- не всегда является гарантированным доходом предпринимателя, вложившего свой капитал в бизнес, поскольку является результатом только

⁴ Официальный сайт реформы бухгалтерского учета в России // URL: <http://www.accountingreform.ru>

⁵ Волков О.И., Скляренко В.К. Экономика предприятия: курс лекций. – М.: Инфра-М, 2010. – С. 46.

⁶ Финансово-кредитный энциклопедический словарь: под. ред. А. Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 2004. – С. 189.

при умелом и успешном осуществлении данного бизнеса;

- характеризует исключительно ту долю дохода, которую «очистили» от пенсионных затрат при осуществлении данной деятельности;
- представляет собой стоимостный показатель, поскольку выражена в денежной форме.⁷

Сущность прибыли как экономической категории характеризуют ее функции. В них раскрывается сущность в действиях, как специфический способ выражения тех свойств, которые присущи прибыли (т.н. внешнее проявление сущности понятия «прибыль»).

Большинством экономистов выделяются оценочная, фискальная и контрольная функции.

Оценочная функция прибыли состоит в том, что она является тем показателем, который максимально полно отражает эффективность производства и оценивает хозяйственную деятельность предприятия. Содержание функции заключается в том, что прибыль становится стимулом повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия, она способствует расширению производства, социальному развитию организации, материальному поощрению его работников.

Фискальная функция раскрывается в том, что прибыль выступает источником формирования как бюджетных ресурсов, так и внебюджетных фондов.

Контрольная функция прибыли состоит в том, что она представляет собой важный показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия; сам факт того, что у предприятия имеется прибыль, уже свидетельствует о эффективности его деятельности.

В.В. Мануйленко и Т.А. Садовская предлагают свой авторский подход к определению функций прибыли, который соответствует целям эффективного формирования и распределения прибыли, а также современному состоянию развития экономики (см. рисунок 1).

⁷ Роль прибыли в условиях рыночной экономики // URL: <http://studopedia.info/4-68096.html>



Рисунок 1 – Функции прибыли хозяйствующего субъекта

Современные условия экономического развития непрерывно повышают роль прибыли в хозяйственной деятельности. Прибыль становится не только базовым источником развития любого хозяйствующего субъекта, но также и стимулом всей его производственной деятельности. Она позволяет обеспечивать интересы собственников предприятия, его персонала и государства, является главной движущей силой экономики в целом.

1.2 Механизм формирования, распределения и использования прибыли организации

Эффективное управление прибылью требует учета значения всех видов прибыли, а также факторов, оказывающих влияние на каждый из них. Виды прибыли характеризуют различные уровни регулирования процессов при ее формировании, распределении и использовании, а также интересы всех

субъектов данных распределительных отношений. В литературе представлено множество классификаций видов прибыли. Проанализируем подробно те, которые применяются в налоговом учете (см. рисунок 2).

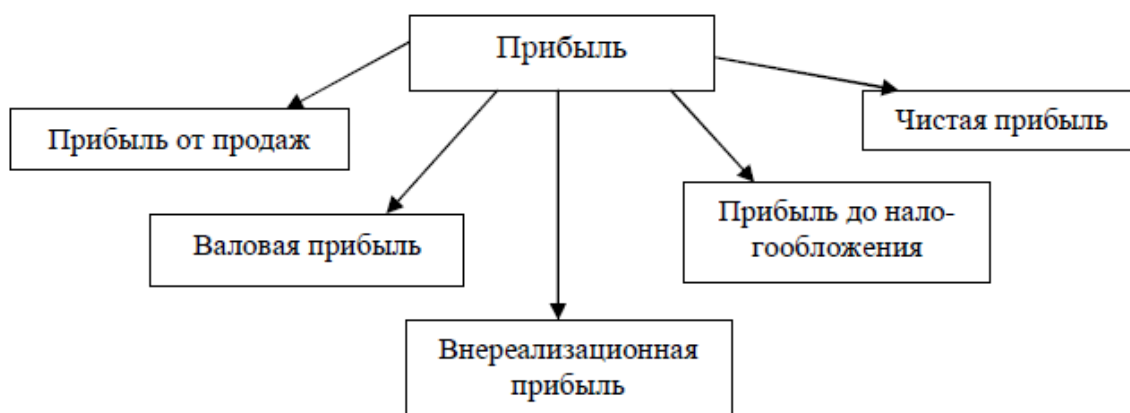


Рисунок 2 – Виды прибыли

Валовая прибыль является суммой чистого дохода от осуществления операционной деятельности за исключением всех операционных расходов, не только постоянных, но и переменных. Этот вид прибыли является первым показателем отчета о финансовых результатах, а также показателем эффективности производства. Рассчитанная согласно установленного порядка валовая (общая) прибыль становится базой при определении налогооблагаемой (расчетной) прибыли. Валовую прибыль следует уменьшить на ряд видов доходов (прибыли) (см. рисунок 3).

Виды доходов (прибыли) из первой группы представляют собой объекты самостоятельного обложения налогами. Расчет налогов по второй группе производится в другом порядке, а третья группа не подлежит вообще налогообложению.

Далее охарактеризуем прибыль от продаж, рассчитываемую как разность валовой прибыли и суммы коммерческих и управленческих расходов. Следовательно, прибыль от продаж выступает показателем эффективности основной деятельности организации.

При этом прибыль от продаж, увеличиваемая на сумму прочих доходов за исключением соответствующих расходов, признается прибылью до

налогообложения, и, соответственно, финансовым результатом от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

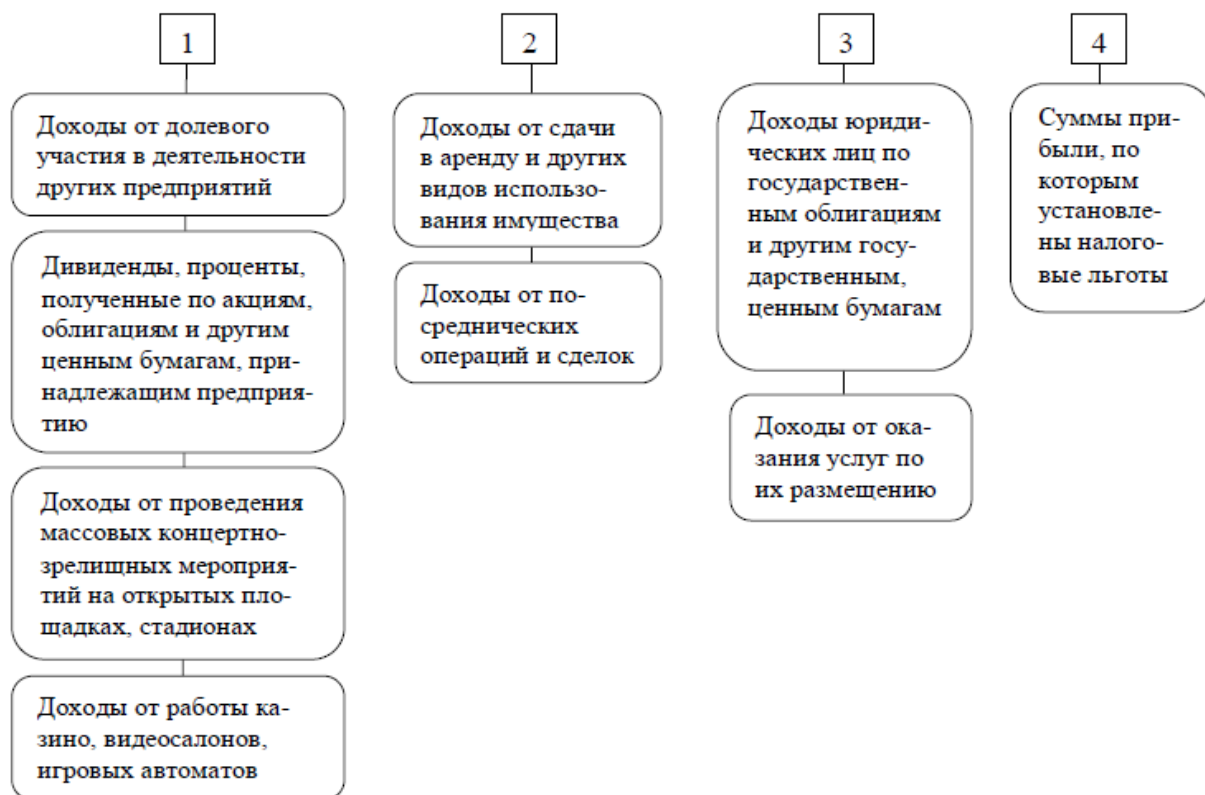


Рисунок 3 – Группы уменьшений валовой прибыли

По законодательству валовая прибыль за исключением всех налогов на прибыль, полученная от разных форм хозяйственной деятельности, является чистой прибылью. Она остается в распоряжении организации, которая использует ее самостоятельно и направляет на дальнейшее развитие бизнеса. Чистую прибыль хозяйствующие субъекты распределяют по следующим возможным направлениям (см. рисунок 4).



Рисунок 4 – Направления использования чистой прибыли

Вместе с тем не вся сумма чистой прибыли используется организацией по собственному усмотрению. Из чистой прибыли осуществляются платежи некоторых видов налогов и сборов (к примеру, налог на имущество предприятия, сбор за право торговли и пр.), штраф при несоблюдении требований охраны окружающей среды, санитарных правил и норм, а также если имел место случай скрывания прибыли от обложения налогом, иные платежи.

Отчет о финансовых результатах содержит следующие виды прибыли: валовая, от продаж, до налогообложения и чистая. Однако для налогового учета исчисляется также внереализационная прибыль – это та прибыль, которая образуется при операциях с ценными бумагами, валютой и иными видами деятельности, непосредственно не связанными с производством или продажей продукции и услуг. Этот вид прибыли рассчитывают, как разность доходов и расходов от внереализационных операций.⁸

В целом, механизм формирования и распределения прибыли необходимо выстраивать таким образом, чтобы он способствовал росту эффективности производства, стимулировал формирование и развитие новых форм и методов хозяйствования, а также обеспечивал производственное, научно-техническое и социальное развитие организаций и отрасли в целом.

Проблемы механизма по формированию прибыли связаны, в первую очередь, с определением суммы налогооблагаемой прибыли, т.е. выявления соотношения выручки и затрат организации.

Механизм распределения прибыли затрагивает проблем взаимоотношения организации с фискальными органами и ее акционерами. Следовательно, финансовая политика первоначально должна решать задачу определения принципов формирования прибыли от производства и реализации продукции, а также внереализационной прибыли.

Безусловно, в современных условиях хозяйствования требуется,

⁸ Шеина Е. Г., Кошелева В. И. Политика формирования и распределения прибыли на предприятии // Вестник Прикамского социального института. – 2017. – № 3 (78) – С. 89-98.

чтобы руководители предприятий и организаций были ориентированы не столько на получение максимальной прибыли, сколько на получение максимального дохода. При грамотном, результативном управлении формированием прибыли на предприятии создаются определенные организационно-методические концепции управления, внедряются ключевые элементы развития прибыли, используются современные способы ее планирования.

Одновременно с формированием прибыли в любой организации должно быть сформирован механизм результативного управления ее распределением. Необходимо при этом учитывать то, что любое распределение прибыли отчетного периода, является формированием результативных обстоятельств для развития организации в будущем, реализацией целей стратегического функционирования.

1.3 Задачи и методы анализа прибыли

Целью анализа прибыли предприятия является выяснение тех причин, которые обусловили изменение прибыли, определение резервов ее роста и подготовка управленческих решений для мобилизации найденных резервов.⁹

В процессе достижения этой цели при проведении анализа необходимо решить ряд важных задач:

- оценить выполнение плана (прогноза) и динамику финансовых результатов;
- изучить состав и структуру прибыли;
- выявить количественные изменения при влиянии факторов формирования прибыли;
- проанализировать и оценить качество прибыли;

⁹ Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2018. – С. 97.

- изучить направления, пропорции и тенденции распределения прибыли;
- выявить резервы роста прибыли;
- разработать рекомендации для наиболее эффективного использования прибыли, учитывая перспективы развития предприятия.

Все методики анализа прибыли реализуются с использованием учетных данных организации за необходимый период (периоды). Как правило, вначале выполняют оценку общих показателей по организации в целом, а далее анализируют динамику прибыли по отдельным статьям, видам деятельности и подразделениям.¹⁰

Наиболее часто применяют следующие методы:

1. Факторный – данный метод дает возможность проанализировать не только чистую прибыль, но и валовую, от продаж, до налогообложения. Он бывает одно- и многофакторным. Например, анализ прибыли от продаж производят путем исчисления абсолютных и относительных изменений в показателях выручки, себестоимости, издержек и уровня цен.

2. Структурно-динамический – данный метод предполагает анализ показателей изменения прибыли в динамике, то есть за необходимые периоды. Надлежит значения прибыли сравнивать по ее виду с полученным анализом выявленных отклонений. Например, при анализе чистой прибыли следует не только сравнивать полученные результаты, но и определять динамику изменений в структуре итоговой чистой прибыли, т.е. степень влияния отдельных направлений деятельности на конечные результаты.

3. Индексный – данный метод дает возможность наглядного сопоставления сложных показателей для целей аналитики через вычисление относительных величин – индексов. Такие расчеты

¹⁰ Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2018. – С. 98-99.

выполняют, основываясь на сравнении всех показателей с базисным (базисный индексный метод) или же друг с другом последовательно (цепной индексный метод).

4. Сравнительный – данный метод состоит в сравнении показателей прибыли различных отраслей, предприятий, сфер деятельности. Он предусматривает применение официальных статистических данных.

Необходимо указать несколько общих методических моментов, которые позволят экономисту выстроить схему для анализа финансовых результатов хозяйственной деятельности организации.

1. В первую очередь, необходимо, на основе данных отчета о финансовых результатах за отчетный и предшествующие годы, а также на основе показателей бизнес-плана текущего года, выявить изменение величины общей бухгалтерской прибыли (совокупной прибыли).

Анализировать финансовые результаты предприятия следует с изучения объема, динамики структуры и состава прибыли (убытка) до налогообложения в аспекте ее основных источников формирования, которыми выступают прибыль (убыток) от продаж и прибыль (убыток) от прочей деятельности, т.н. сальдо прочих доходов и расходов.

На основе расчетов следует сформулировать вывод о влиянии на изменение суммы прибыли (убытка) до налогообложения отклонений всех значений источников ее формирования: прибыли (убытка) от продаж и прибыли (убытка) от прочей деятельности.

Одновременно с этим в процессе выполнения анализа следует дать обобщающую оценку рентабельности активов и продаж. В качестве информационной базы анализа финансовых результатов используют баланс (форма №1) и отчет о финансовых результатах (форма №2), учетную политику предприятия за исследуемый период, бизнес-план, информация о финансовых результатах иных предприятий этой отрасли (по возможности).

2. Не нужно забывать, что прибыль может быть получена организацией в разных видах. Значит, следующим шагом должен стать анализ структуры прибыли, для выявления того, в какой степени оказали влияние на совокупную прибыль организации прибыль от реализации товаров, продукции, услуг, иного имущества, а также имущественных прав.

Далее следует анализ основных источников формирования прибыли (убытка) до налогообложения: прибыли (убыток) от продаж и прибыли (убытка) от прочей деятельности – в отдельности.

Анализировать прибыль (убыток) от продаж начинают с исследования ее объема, динамики, состава и структуры в аспекте основных элементов, формирующих ее состав: выручки (нетто) от продаж, себестоимости продаж, коммерческих и управленческих расходов. При этом при проведении анализа структуры прибыли за 100% берут выручку (нетто) от продаж в качестве наибольшего положительного показателя.

На основании аналитических расчетов формулируется вывод о наличии влияния на изменение прибыли (убытка) от продаж отклонений величин каждого элемента, определяющих ее формирование.

3. Затем, следует произвести расчет показателей рентабельности продаж, активов, капитала как по прибыли от продаж, так и по чистой прибыли.

4. Последующим этапом является выявление факторов, повлиявших на отклонение прибыли. К примеру, на величину прибыли от продаж влияют объем реализации, система налогообложения, цена готовой продукции и элементов расходов, формирующих себестоимость, изменение в целом себестоимости реализованной продукции, изменения величин коммерческих и управленческих расходов.

5. На заключительном этапе выявляют имеющиеся резервы роста

но рмы и массы прибыли анализируемого хозяйствующего субъекта.¹¹

1.4 Факторы и резервы роста прибыли

В процессе формирования на прибыль оказывают влияние различные факторы. Поскольку современная экономика характеризуется динамизмом, неопределенностью, риском и многофакторностью, то растут требования к системе управления предприятием и прибылью.¹²

Для эффективного управления факторы следует классифицировать.

Сторонники традиционного подхода к классификации факторов повышения прибыли предлагают их деление на внутренние и внешние.

С позиции управляемости внутренние факторы, как отражающие результаты деятельности организации, подвержены управленческому воздействию, что позволяет моделировать хозяйственные процессы в целях повышения прибыльности. При этом часть внутренних факторов выделяют в подгруппу основных, и в нее относятся:

- рост объемов продаж, зависящий, в свою очередь, от конкурентоспособности продукции, от скорости ее обновления, широты ассортимента, наличия (отсутствия) послепродажного или сервисного обслуживания, способности удовлетворять потребителя качеством продукции и уровнем цен и др.;¹³

- себестоимость продукции, оказывающая непосредственное влияние на величину прибыли потому, что прибыль формируется в процессе производства. Безусловно, в себестоимости надлежит искать резервы увеличения прибыли. Эффективным инструментом управления

¹¹ Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2018. – С. 99-101.

¹² Кириллова Л.Н. Мониторинг издержек как инструмент антикризисного управления // «Экономический журнал». – 2012. – №1 (25). – С. 80-88.

¹³ Мироседи С.А., Мироседи Т.Г. Пути повышения конкурентоспособности продукции // Современные аспекты экономики. – 2010. – № 8 (156). – С. 46-49.

затратами и прибылью должен стать управленческий учет, который российскими предприятиями пока еще используется не в достаточной мере;

- влияние фактора цены на прибыль, при неизменных условиях, зависит от удельного веса валовых расходов в структуре цены продукции или услуги. Чем он меньше, тем выше прибыль и наоборот – рост удельного веса валовых расходов вызывает снижение прибыли;

- воздействие структуры продукции зависит от соотношения доли высокорентабельной, низкорентабельной и убыточной продукции. Чем больше доля высокорентабельной продукции, тем, соответственно, выше прибыль, потому крайне важно оптимизировать портфель заказов, увеличивать в нем долю, в первую очередь, высокорентабельной продукции;

- темпы влияния цены и объема продаж на прибыль, которые также надлежит учитывать. Самое быстрое и эффективное воздействие оказывает цена, она может внести изменения, которые немедленно отразятся на объеме продаж, доходах, потоке денежных средств и прибыли.¹⁴

Подгруппа второстепенных факторов оказывает менее существенное влияние, которое не сразу может быть заметно, но учитывать его необходимо, поскольку роль основных факторов, рассматриваемых как резервы, может быть в полной мере исчерпана, и тогда второстепенные приобретают другой уровень значимости. Необходимо устранить такие нарушения как: ценовые; в организации производства и условиях труда; в качестве продукции; в поставках ресурсов и пр. В сегодняшней ситуации значимым фактором становится корпоративная социальная ответственность, т.к. чем выше ее уровень, тем выше имидж и уровень конкурентоспособности предприятия, что способствует повышению его

¹⁴ Херман С. Продажи в кризис. Как повысить объем продаж, снизить издержки и увеличить прибыль // URL: <http://delovoyimir.biz/ru/>

прибыльности.¹⁵

Внешние факторы находятся вне зоны управляемости предприятия, но контролировать их необходимо с целью выработки адекватных и своевременных шагов в ответ на изменение этих факторов, что позволит избежать ситуаций, приводящих к убыточности деятельности и даже к банкротству.

Анализ внутренних факторов, вызывающих изменения величины прибыли, позволяет выявить резервы, т.е. неиспользованные возможности, реализация которых приведет к увеличению прибыли. К ним относят:

- рост объема производства продукции за счет совершенствования технологического процесса и технического перевооружения;

- увеличение объема продаж продукции, за счет создания благоприятных условий продажи и мотивации клиентов, выхода на новые рынки, совершенствования расчетно-платежных отношений и различных маркетинговых приемов;

- адаптацию цен к чувствительности рынка, на основе использования гибких цен;

- оптимизацию структуры производимой и продаваемой продукции за счет диверсификации производства и увеличения доли рентабельных продаж;

- снижение себестоимости производства и реализации продукции за счет повышения эффективности использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов;

- повышение качества и конкурентоспособности продукции;

- увеличение доходов от прочей деятельности предприятия (продажи основных фондов и прочего имущества, ценных бумаг и т.д.).

Резервы повышения прибыли можно подразделить на две группы –

¹⁵ Мироседи С.А., Репринцев В.А. Корпоративная социальная ответственность как фактор повышения прибыльности компании // Вопросы экономических наук 2013. – № 3 (61). – С. 72-73.

тактические (поэлементные) и стратегические (комплексные).

Тактические резервы в основном являются поэлементными. К ним относятся такие резервы как увеличение объема производства и реализации продукции, сокращение затрат на производство продукции и структурные сдвиги в производимой и реализуемой продукции. Контроль над этими резервами осуществляют менеджеры высшего и среднего звена конкретного предприятия и несут ответственность за реализацию мер по их реализации.

Комплексные резервы являются стратегическими. Их реализация связана с перспективой существования предприятия. Каждый комплексный резерв включает в себя несколько элементов, изменение которых имеет разнонаправленный характер: одна их часть при реализации улучшает конечный результат, а другая – ухудшает.

К комплексным относятся резервы: во-первых, резерв увеличения разницы между ценой товара и затратами на его производство, который заключается в том, что рост цены товара опережает рост затрат на его производство, и реализация этого резерва связана с повышением качества продукции; во-вторых, резерв увеличения произведения объема производства продукции и единичной прибыли, заключающийся в том, что, как правило, рост одного сомножителя произведения опережает снижение другого сомножителя, но так, что конечный результат возрастает.

В целом, рассмотрев в рамках первой главы теоретические основы анализа прибыли и ее максимизации, считаем необходимым сформулировать ряд выводов:

1. Ни российская, ни зарубежная теория и практика финансового менеджмента не выработали единого подхода к определению прибыли. Большинству экономистов наиболее реалистичным и обоснованным представляется бухгалтерский подход к определению прибыли. Согласно Налогового кодекса РФ, прибылью является разница между полученными

доходами и произведенными расходами, которые определяются в соответствии с установленным порядком для разных категорий налогоплательщиков.

2. Сущность прибыли как экономической категории характеризуют ее функции. Чаще всего специалистами выделяются оценочная, фискальная и контрольная функции.

3. Механизм формирования, распределения и использования прибыли организации требует учета значения всех видов прибыли, а также факторов, оказывающих влияние на каждый из них. Отчет о финансовых результатах содержит следующие виды прибыли: валовая, от продаж, до налогообложения и чистая. Однако для налогового учета исчисляется также внереализационная прибыль. Этот вид прибыли рассчитывают, как разность доходов и расходов от внереализационных операций.

4. Целью анализа прибыли предприятия является выяснение тех причин, которые обусловили изменение прибыли, определение резервов ее роста и подготовка управленческих решений для мобилизации найденных резервов. Наиболее часто применяют следующие методы: факторный, структурно-динамический, индексный и сравнительный.

5. Схема анализа финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия включает следующие этапы: выявление изменения величины общей бухгалтерской прибыли (совокупной прибыли); анализ структуры прибыли; расчет показателей рентабельности продаж, активов, капитала; определение факторов, повлиявших на отклонение прибыли; выявление имеющихся резервов роста нормы и массы прибыли.

6. В процессе формирования на прибыль оказывают влияние различные факторы. Сторонники традиционного подхода к классификации факторов повышения прибыли предлагают их деление на внутренние и внешние. Внутренние факторы, как отражающие результаты деятельности

организации, подвержены управленческому воздействию, что позволяет моделировать хозяйственные процессы в целях повышения прибыльности. Внешние факторы находятся вне зоны управляемости предприятия, но контролировать их необходимо чтобы избежать ситуаций, приводящих к убыточности деятельности и даже к банкротству.

7. Резервы повышения прибыли принято делить на две группы – тактические (поэлементные) и стратегические (комплексные).

2 Анализ финансового состояния предприятия

ООО « РемСтройРесурс»

2.1 Организационно-правовая форма и основные виды деятельности и ООО « РемСтройРесурс»

Общество с ограниченной ответственностью « РемСтройРесурс» (в дальнейшем ООО « РемСтройРесурс») создано в соответствии с Гражданским Кодексом РФ, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью», другими законодательными актами Российской Федерации.

ООО « РемСтройРесурс» является юридическим лицом с момента государственной регистрации и действует на основании Устава и действующего законодательства Российской Федерации и Республики Хакасия.

ООО « РемСтройРесурс» осуществляет свою деятельность с 4 июня 2010 г. и действует на основе полного хозяйственного расчета,

самофинансирования и самоокупаемости, обладает обособленным имуществом, имеет самостоятельный баланс, расчетные счета в банке г. Абакан, круглую печать со своим наименованием и эмблемой, угловой штамп и другие реквизиты.

ООО «РемСтройРесурс» осуществляет свою деятельность на территории России, и руководствуется в своей деятельности законами и нормативными актами России.

Учредителями предприятия являются физические лица, а его уставный капитал в настоящее время в соответствии с действующим законодательством составляет 20 000 руб.

Целью деятельности ООО «РемСтройРесурс» является выполнение работ и услуг для удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли в порядке и на условиях, определяемых действующим законодательством РФ.

Предметом деятельности ООО «РемСтройРесурс» является осуществление в установленном законом порядке производственно – хозяйственной, финансовой, коммерческой и иной, предусмотренной Уставом.

Основными видами деятельности ООО «РемСтройРесурс» являются:

- Строительство жилых и нежилых зданий,
- Строительство инженерных коммуникаций для водоснабжения и водоотведения, газоснабжения ,
- Разборка и снос зданий,
- Расчистка территории строительной площадки
- Производство земляных работ
- Производство электромонтажных работ
- Производство санитарно-технических работ, монтаж отопительных систем и систем кондиционирования воздуха
- Производство прочих строительно-монтажных работ
- Производство штукатурных работ

- Работы стол ярные и плотн ичные
- Работы по устро йству покрытий по лов и обли цовке стен
- Производство маля рных и стеко льных работ
- Производство маля рных работ
- Производство про чих отделочных и завер шающих работ
- Производство крове льных работ
- Работы гидроизо ляционные
- Работы сва йные и раб оты по строит ельству фундаментов
- Работы бето нные и железоб етонные
- Работы по мон тажу стальных строит ельных конструкций
- Работы каме нные и кирп ичные
- Работы по сбо рке и мон тажу сборных конст рукций
- Деятельность аге нтов по опто вой торговле строит ельными материалами
- Торговля опто вая молочными проду ктами, яйцами и пище выми маслами и жир ами
- Торговля опто вая прочими быто выми товарами
- Торговля опто вая лакокрасочными матер иалами
- Торговля опто вая прочими строит ельными материалами и изде лиями
- Торговля опто вая обоями
- Торговля опто вая неспециализированная

Осно вное направление деятель ности — строит ельство жилых и нежилых зданий.

Для дости жения целей сво ей деятельности ООО « РемСтройРесурс» вправе строить, приобр етать, брать, сда вать в на ём движимое и недви жимое имущество, от сво его имени сове ршать сделки и ин ые юридические дей ствия, закупать за нали чный и безна личный расчет

материальные ресурсы, осуществлять хозяйственную деятельность и распоряжаться принадлежащим ему имуществом, утверждать цены на продукцию, работы, и услуги, осуществлять внешнеэкономическую деятельность в установленном законом порядке, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, в арбитражном суде и третейском суде.

ООО «РемСтройРесурс» является собственником принадлежащего ему имущества и вправе совершать все действия, предусмотренные законом. Сделки, выходящие за пределы уставной деятельности, но не противоречащие законодательству, признаются действительными.

Основным документом, регулирующим гражданско-правовые правоотношения, связанные с функционированием ООО «РемСтройРесурс» является Гражданский кодекс РФ. Указанный документ регламентирует:

- основания возникновения гражданских прав и обязанностей юридических лиц, их осуществления и защиты;
- порядок создания, функционирования, реорганизации и ликвидации юридических лиц и обществ с ограниченной ответственностью;
- объекты гражданских прав ООО «РемСтройРесурс»: имущества, денежных средств, нематериальных активов и других;
- понятие гражданско-правовых сделок, их формы и обязательства, вытекающие из сделок;
- права собственности и другие вещные права ООО «РемСтройРесурс»;
- обязательственные права предприятия и его должностных лиц;
- отдельные виды обязательств, в частности, по договорам купли-продажи, мены, дарения, аренды, подряда, возмездного оказания услуг, перевозки и иным (банковским, страховым, доверительным);
- обязательства вследствие причинения вреда юридическими или физическими лицами;
- ряд других гражданско-правовых отношений.

В рамках организации учетной деятельности и ООО «РемСтройРесурс»

самостоятельно формирует свою налоговую и бухгалтерскую политику в соответствии с федеральным законодательством. Организация самостоятельно формирует свою учетную политику, ведет бухгалтерский учет имущества, обязательств и хозяйственных операций в соответствии с Планом счетов бухгалтерского. Составляет и предоставляет в контролирующие и статистические органы отчетность по установленным формам.

Прибыль ООО «РемСтройРесурс» подлежит налогообложению в порядке, предусмотренном действующим законодательством РФ.

Для осуществления видов деятельности, подлежащих лицензированию, организация имеет в установленном порядке лицензию, а также разрешение на занятие хозяйственной деятельностью.

Основным направлением деятельности является строительство жилых и нежилых зданий. Рассмотрим основные виды деятельности ООО «РемСтройРесурс» более подробно.

1) Строительство жилых и нежилых зданий.

- строительство завершённых жилых или нежилых зданий за счёт собственных средств для продажи, за плату или на договорной основе
- сохранение и восстановление жилых и нежилых зданий, являющихся объектами культурного наследия

2) Разборка и снос зданий.

- снос или разборку зданий и сооружений

3) Производство электромонтажных работ

- установку электротехнических систем во всех видах зданий и сооружений гражданского строительства;
- монтаж электропроводки и электроарматуры, телекоммуникаций, компьютерной сети и проводки кабельного телевидения, включая оптоволоконные линии связи, антенн

всех типов, включая спутниковые антенны, осветительных систем, пожарной сигнализации, систем охранной сигнализации, уличного освещения и иного электрооборудования на автомобильных дорогах, энергообеспечения наземного электротранспорта и электротехнического сигнального оборудования, освещения взлетно-посадочных полос аэропортов и космодромов, электрических коллекторов солнечной энергии;

- выполнение работ по подводе электросетей для подключения электроприборов, кодовых замков, домофонов и прочего оборудования, включая плинтусное отопление;
- приспособление систем энергообеспечения на объектах культурного наследия

4) Производство санитарно-технических работ, монтаж отопительных систем и систем кондиционирования воздуха

- монтаж водопроводных систем, систем отопления и кондиционирования воздуха, включая их реконструкцию, обслуживание и ремонт;
- установка (монтаж) в зданиях или сооружениях: отопительных систем (электрических, газовых и масляных), печей и каминов, стояков водяного охлаждения, неэлектрических коллекторов солнечной энергии, водопроводного и сантехнического оборудования, оборудования вентиляции и кондиционирования воздуха и воздухопроводов, газопроводной арматуры, трубопроводов для подачи пара, систем автоматического пожаротушения, автоматических систем для полива газонов;
- работа по монтажу трубопроводов

5) Производство прочих строительнo-монтажных работ

- установку (монтаж) оборудования, кроме систем отопления и кондиционирования воздуха, или инженерного оборудования в зданиях и сооружениях гражданского строительства
- установку (монтаж) в зданиях или сооружениях: лифтов, эскалаторов, включая их ремонт и обслуживание, автоматических и вращающихся дверей, молниеотводов, систем очистки воздуха, тепловой, звуковой или виброизоляции
- приспособление инженерных систем и оборудования на объектах культурного наследия

б) Производство штукатурных работ

наружные и внутренние штукатурные работы в зданиях и сооружениях, включая установку арматурных сеток

7) Работы столярные и плотничные

- установка дверей (кроме автоматических и вращающихся), окон, дверных и оконных рам из дерева или прочих материалов;
- монтаж сборных кухонных гарнитуров, шкафов, лестниц, торгового оборудования и т.п.; внутреннюю отделку, такую как устройство потолков, раздвижных и съёмных перегородок и т.д.

2.2 Структура управления организацией

Структура управления организацией - это упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого. Под организационной структурой, сформированной в

процессе проектирования, необходимо понимать упорядоченную совокупность подразделений, обособившихся в результате внутриорганизационного разделения труда. Организационная структура характеризуется распределением целей и задач между подразделениями и работниками хозяйствующего субъекта.

Организационная структура ООО «РемСтройРесурс» является функциональной. Функциональная структура предполагает, что каждый орган управления специализирован на выполнении отдельных функций на всех уровнях управления.

Выполнение указаний каждого функционального органа в пределах его компетенции обязательно для производственных подразделений. Решения по общим вопросам принимаются коллегиально. Функциональная специализация аппарата управления значительно повышает его эффективность, так как вместо универсальных менеджеров, которые должны разбираться во всех функциях, появляется штаб высококвалифицированных специалистов.

Структура нацелена на выполнение постоянно повторяющихся рутинных задач, не требующих оперативного принятия решений. Используются в управлении организациями с массовым или крупносерийным типом производства, а также при хозяйственном механизме затратного типа, когда производство наименее восприимчиво к НТП.

2.3 Предварительный анализ финансовой отчетности

Таблица 1.

Агрегированный аналитический баланс за 2019 г.

Актив	Сумма	%	Пассив	Сумма	%
-------	-------	---	--------	-------	---

	т.руб.			т.руб.	
Внеоборотные активы	453	8,1%	Собственный кап итал	2 968	52,9%
Оборотные активы	5 153	91,9%	Заемный кап итал	2 638	47,1%
Баланс	5 606	100%		5 606	100%

Масштаб деятельности предприятия по валюте баланса равен 5 606 т.р., по численности сотрудников 2 человека.

Деловая активность составляет 287,5%, что говорит о высокой деловой активности

Рентабельность предприятия составляет 33,2%

2.4 Анализ активов

Таблица 2.

Показатели структуры и динамики активов

Показатели	2019		2018		Отклонения	
	Сумма ты с. руб.	%	Сумма ты с. руб.	%	Сумма ты с. руб.	%
1.Всего активов	5 606	100%	4 885	100%	721	14,8%

Внеоборотные	453	8,1%	696	14,2%	- 243	- 34,9%
из них:						
Оборотные из	5 153	91,9%	4 189	85,8%	964	23,0%
них:						
материальные	568	10,1%	83	1,7%	485	584,3%
финансовые	4 585	81,2%	4 106	84,1%	479	11,7%

Анализируя величину активов за 2019 и 2018 годы, было выявлено явное увеличение активов на 14,8%. ОСК = 1,1.

Так как показатель особенности строения капитала меньше 1,5, это говорит о том, что наблюдается высокая подвижность капитала.

2.5 Анализ оборотных активов

Для определения состояния оборотных активов, дадим оценку их динамики структурно, как в абсолютных, так и в относительных показателях, составим для этого аналитическую таблицу 3.

Таблица 3.

Показатели структуры и динамики оборотных активов

Показатель	2019 г		2018 г		Отклонения, %	
	Сумма т.р.	%	Сумма т.р.	%	Сумма т.р.	%
Оборот. Активы	5 153	100%	4 189	100%	694	23,0%

Запасы	568	11,0%	83	2,0%	485	584,3%
Финансовые и другие оборотные активы	2 829	54,9%	4 101	97,9%	- 1 272	- 31,0%
ДС	1 756	34,1%	5	0,1%	1 751	35 02 0%
Прочие	-	-	-	-	-	-

Анализируя данные таблицы 6, можно прийти к следующим выводам:

Объем оборотного капитала на отчетный период составил 5 153 тыс. руб., в объеме активов он составляет 91,9%;

Задействованы не все статьи баланса. Наибольшее значение составляют финансовые и другие оборотные активы.

Запасы увеличиваются на 584,3%. Объем денежных средств увеличился на 35 020%.

Для того чтобы определить интенсивность использования оборотных активов необходимо составить аналитическую таблицу 4.

Таблица 4.

Расчет основных показателей оборачиваемости оборотных активов

Показатели	2019 г.	2018 г.	Отклонения
Выручка от продаж	16 116	4 744	11 372
Средние остатки об. Ср-в	4 671	4 756	- 85

Коэф. Оборота Ср-в	3,5	1	2,5
Длит. 1 оборота, дней	104,3	365	- 26 0,7

Анализируя данные таблицы 4, можно прийти к следующим выводам:

Использование оборотных средств по показателю оборачиваемости высокое – 3,5.

Длительность одного оборота уменьшилась на 26 0,7 дней.

Увеличился коэффициент оборота средств на 2,5.

2.6 Анализ пассивов

Исследование пассивов необходимо начать с общего анализа их состава и динамики (табл. 5).

Таблица 5.

Показатели структуры и динамики пассивов

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего источников:	5 606	100%	4 885	100%	721	14,8%
собственных	2 968	52,9%	1 242	25,4%	1 726	139,0%

заемных	2 638	47,1%	3 643	74,6%	- 10 05	- 27,6%
долгосрочных	938	16,7%	385	7,9%	553	143,6 %
краткосрочных	1700	30,3%	3 258	66,7%	- 1 558	- 47,8%

Анализируя полученные данные, можно сделать следующие выводы:

Деятельность предприятия на 52,9% обеспечена собственными средствами.

Уменьшилось количество заёмных средств на 65,9%, за счет краткосрочных займов, в то же время количество краткосрочных займов увеличилось на 143,6 %.

Финансовое состояние предприятия стабильное, положительное.

Большая часть привлеченного капитала – собственные средства.

Таблица 6

Группировка обязательств по категориям

	Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
		Сумма, ты с. руб.	%	Сумма, ты с. руб.	%	Сумма, ты с. руб.	%
1.	Обязательства все го:	2 638	100%	3 643	100%	- 10 05	- 27,6%
	В том числе:						
1.1	Кредиты и займы	2 197	83,3%	3 171	87,0%	- 974	- 30,7%

1.3	Кредиторская задолженность	441	16,7%	472	13,0%	- 31	- 6,6%
1.4	Прочие обязательства	-	-	-	-	-	-

Таблица 7

Группировка обязательств по срокам погашения и образования

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Заемные средства всего:	2 638	100%	3 643	100%	- 2 401	- 65,9%
Долгосрочные обязательства	938	16,7%	385	7,9%	553	143,6%
Краткосрочные обязательства	1700	30,3%	3 258	66,7%	-1 558	- 47,8%
Кредиты и займы	2 197	83,3%	3 171	87,0%	- 974	- 30,7%
Кредиторская задолженность	441	16,7%	472	13,0%	- 31	- 6,6%

Анализируя данные, полученные из таблиц 6 и 7 можно сделать следующие выводы:

В 2019 году резко увеличилась доля долгосрочных обязательств (на 143,6 %) и составила около 16,7% от объема суммы всех заемных средств.

Доля краткосрочных обязательств в отчетном году сократилась на 47,8%.

Соблюдение сроков погашения задолженности выявить не представляется возможным.

Величина задолженности перед персоналом неизвестна.

Количество заемных средств уменьшается. Сильно увеличилась сумма долгосрочных обязательств. Незначительно уменьшается кредиторская задолженность.

3 Анализ прибыли предприятия ООО «РемСтройРесурс» и пути ее максимизации

3.1 Анализ рентабельности и прибыли

Итогом работы предприятия за отчетный период является балансовая прибыль или убыток.

Чтобы провести анализ финансовых результатов предприятия, нужно рассмотреть промежуточные результаты работы.

Для этого нужно провести анализ следующих показателей:

- Анализ рентабельности предприятия;
- Анализ факторов, влияющих на рентабельность;
- Анализ совокупной прибыли и её влияние на чистую прибыль;
- Анализ факторов, влияющий на изменение совокупной прибыли;
- Анализ прибыли от продаж и её влияние на чистую прибыль;
- Анализ факторов, влияющих на изменение прибыли от продаж;
- Анализ постоянных издержек и их влияние на чистую прибыль;
- Анализ переменных издержек и их влияние на чистую прибыль.

После анализа всех факторов, влияющих на итоговую прибыль организации, нужно предложить и рассмотреть пути максимизации чистой прибыли.

Проведем анализ рентабельности предприятия.

Рентабельность – это обобщающий показатель, характеризующий качество работы предприятия, так как при всем значении массы получаемой прибыли наиболее полную качественную оценку производственно-хозяйственной деятельности предприятия дает величина рентабельности и ее изменение. Он представляет собой отношение прибыли к производственным фондам или к себестоимости продукции. Показатель рентабельности оценивает эффективность производства путем соизмерения доходов от производства и расходов на него. Рентабельность – это обобщающий показатель, характеризующий качество работы предприятия, так как при всем значении массы получаемой прибыли наиболее полную качественную оценку производственно-хозяйственной деятельности предприятия дает величина рентабельности и ее изменение. Он представляет собой отношение прибыли к производственным фондам или к себестоимости продукции. Показатель рентабельности оценивает эффективность производства путем соизмерения доходов от производства и расходов на него.

Существует 3 группы показателей рентабельности:

- рентабельность капитала;
- рентабельность продаж;
- рентабельность производства.

Рентабельность капитала в свою очередь делится на 2 категории:

- Рентабельность совокупного капитала
- Рентабельность собственного капитала

Рентабельность совокупного капитала находится по следующей формуле:

$R_{roa} = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Всего источников средств}}$

$R_{roa} = \frac{47}{44} = 0,97$ Рентабельность совокупного капитала за 2018 год.

$R_{roa} = \frac{16116}{5606} = 2,87$ Рентабельность совокупного капитала за 2019 год.

По сравнению с 2018 годом, в 2019 рентабельность совокупного капитала увеличилась на 1,9.

Рентабельность собственного капитала находится по следующей формуле:

$R_{roe} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}}$

$R_{roe} = \frac{150}{1242} = 0,12$ Рентабельность собственного капитала за 2018 год.

$R_{roe} = \frac{1741}{2968} = 0,59$ Рентабельность собственного капитала за 2019 год.

По сравнению с 2018 годом, в 2019 рентабельность собственного капитала увеличилась на 0,47.

Этот показатель показывает прибыль от каждой вложенной денежной единицы.

Далее рассмотрим рентабельность продаж. Рентабельность продаж рассчитывается по каждому виду продукции (услуги) в отдельности, так и в общей совокупности.

Валовая рентабельность реализованного продукта, показывает эффективность производства и правильность формирования ценовой политики. Рассчитывается по следующей формуле.

$R_{grm} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка}}$

Выручка от реализации

$R_{грм} = \frac{283}{4744} = 0,06$ Валовая рентабельность реализованного продукта за 2018 год.

$R_{грм} = \frac{2862}{16116} = 0,18$ Валовая рентабельность реализованного продукта за 2019 год.

По сравнению с 2018 годом, в 2019 валовая рентабельность реализованного продукта увеличилась на 0,12.

Рентабельность производства делится на 2 пункта:

- валовая рентабельность производства.
- чистая рентабельность производства;

Эти показатели отражают прибыль предприятия с каждого рубля, затраченного им на производство продукта.

Для расчета валовой рентабельности производства применяют следующую формулу:

$R_{пв} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Себестоимость продукции}}$

$R_{пв} = \frac{283}{4461} = 0,06$ Валовая рентабельность производства за 2018 год.

$R_{пв} = \frac{2862}{13254} = 0,22$ Валовая рентабельность производства за 2019 год.

По сравнению с 2018 годом, в 2019 валовая рентабельность производства увеличилась на 0,16. Данный показатель отражает, сколько рублей валовой прибыли приходится на рубль затрат, которые формируют себестоимость реализованного продукта.

Чистая рентабельность производства отражает, сколько рублей чистой прибыли приходится на рубль реализованного продукта и находится по следующей формуле:

$$R_{пч} = \frac{\text{Чистая при бль}}{\text{Себестоимость продукции}}$$

$$R_{пч} = \frac{150}{4461} = 0,03 \text{ Чистая рентабельность производства за 2018 год.}$$

$$R_{пч} = \frac{1741}{13254} = 0,13 \text{ Чистая рентабельность производства за 2019 год.}$$

По сравнению с 2018 годом, в 2019 чистая рентабельность производства увеличилась на 0,1.

В отношении всех вышеуказанных показателей соблюдается положительная динамика, что положительно сказывается на росте прибыли.

Для повышения рентабельности необходимо постоянно следить за ситуацией дел на предприятии, не забывая оперативно внедрять современные технологии организации и оптимизации производства, сокращать затраты.

Для управления прибылью проведем всесторонний ее анализ с целью потенциальных возможностей и резервов предприятия. Для этого проведем факторный анализ формирования прибыли исходя из простой модели:

$$ПР = ВР - СС_{рп} - КР - УР,$$

где ПР – прибыль от реализации,

ВР – выручка от реализации;

СС_{рп} – себестоимость реализованной продукции;

КР – коммерческие расходы;

УР – управленческие расходы.

Данные для анализа представим в табл.19.

Таблица 8

Исходные данные для факторного анализа прибыли, руб.

Показатель	2018 год	2019 год	Темп роста, %
Выручка от реализации	4744	16116	239,7
Себестоимость реализованной продукции	4461	13254	197,1
Прочие расходы	26	479	1742,3
Прибыль от реализации	283	2862	1011,3
Прибыль до налогообложения	253	2110	734

Поскольку качество прибыли (убытка) до налогообложения определяется ее структурой, то целесообразно обратить особое внимание на изменение удельного веса прибыли от продаж в прибыли до налогообложения. Его

снижение рассматривается как негативное явление, свидетельствующее об ухудшении качества прибыли до налогообложения, так как прибыль от продаж является финансовым результатом от текущей (основной) деятельности предприятия и считается его главным источником средств.

Поэтому желательно следующее соотношение темпа роста прибыли от продаж (ТРПР) и темпа роста прибыли до налогообложения (ТРПДН):

$$\text{ТРПР} \geq \text{ТРПДН}$$

Данное соотношение темпов роста отражает ситуацию, в которой удельный вес прибыли от продаж в прибыли до налогообложения как минимум не уменьшается и, следовательно, качество прибыли до налогообложения по меньшей мере не ухудшается.

В нашем случае неравенство $\text{ТРПР} \geq \text{ТРПДН}$ соблюдается:

$$\text{ТРПР}(1011,3\%) \geq \text{ТРПДН}(734\%)$$

Это означает, что качество прибыли находится на приемлемом уровне и улучшается.

Далее анализируются основные источники формирования прибыли (убытка) до налогообложения: прибыль (убыток) от продаж и прибыль (убыток) от прочей деятельности – в отдельности.

Анализ прибыли (убытка) от продаж начинается с изучения ее объема, состава, структуры и динамики в разрезе основных элементов, определяющих ее формирование: выручки от продаж, себестоимости продаж, управленческих и коммерческих расходов. При этом в ходе анализа структуры за 100% берется выручка от продаж как наибольший положительный показатель.

По итогам аналитических расчетов делается вывод о влиянии на отклонение прибыли (убытка) от продаж изменений величин каждого из элементов, определяющих ее формирование.

Далее проверяется выполнение условия оптимизации прибыли от продаж:

$$ТРВР \geq ТРСП$$

где, ТРВР - темп роста выручки от продаж; ТРСП - темп роста полной себестоимости реализованной продукции (суммы себестоимости продаж, управленческих и коммерческих расходов).

$$ТРВР(239,7) \geq ТРСП(197,1)$$

В данном случае, условие оптимизации прибыли от продаж выполняется.

3.2 Пути максимизации прибыли

Величина прибыли складывается под воздействием многих внешних и внутренних факторов и отражает все стороны деятельности субъекта. В связи с этим прибыль рассматривается как управляемый объект, который может подвергаться планированию и прогнозированию, учёту и анализу, регулированию и контролю.

Для того чтобы найти пути повышения прибыли, необходимо вспомнить, что $ПРИБЫЛЬ = ЗАРАБОТОК - ЗАТРАТЫ$. Из этого равенства мы можем выделить два основных способа увеличения прибыли:

- увеличение заработка с неизменными затратами;
- уменьшение затрат с увеличением заработка.

Рассмотрим наиболее актуальные пути увеличения прибыли:

- 1) В изменении ценовой политики можно выделить 3 стратегии:

- Цена, обеспечивающая покрытие всех затрат и получение нормы прибыли.
- Цена, обеспечивающая конкурентоспособность на рынке.
- Цена, обеспечивающая максимизацию прибыли.

В первом случае цена формируется на основе экономического расчета себестоимости выпуска и реализации, к которой затем добавляется норма рентабельности. Далее на эту сумму начисляются косвенные налоги (акциз и НДС), в итоге получается базовая цена реализации продукции компании.

Полученная цена сравнивается со среднерыночной на аналогичную продукцию и в зависимости от результатов сравнения цена корректируется через размер рентабельности — уменьшается (если среднерыночная цена окажется ниже расчетной цены компании) либо увеличивается (если расчетная цена компании окажется ниже среднерыночной цены). Главная задача отдела продаж компании в данном случае — найти покупателей, которые готовы приобретать продукцию компании по цене, которая обеспечивает хотя бы минимальную положительную рентабельность.

Во втором варианте базовая цена реализации продукции формируется, наоборот, от рыночных цен. Как правило, сначала маркетинговая служба анализирует рынок и выявляет основных конкурентов компании, затем собирает данные об отпускных ценах конкурентов на аналогичную производимой компанией продукцию и на основе расчета среднерыночной конкурентной цены определяется цена реализации продукции компании. Далее от этой цены «откручиваются» косвенные налоги (акциз и НДС) и вычитаются затраты на производство и реализацию продукции. Оставшаяся величина и определяет размер рентабельности данного вида продукции при таком способе ценообразования.

При построении ценовой модели по третьему варианту учитывается комплекс факторов, влияющих на конечную прибыль компании. Здесь уже в расчет берутся не только показатели затрат или среднерыночной цены, но и параметры маржинальной прибыли, эластичности спроса и структуры продаж.

Преимущество этого подхода по сравнению с двумя предыдущими — возможность получить дополнительный объем прибыли при сохранении объема продаж и увеличить маржинальный доход даже при падении объема продаж.

Конечно, эта стратегия ценообразования имеет и негативный момент: она подразумевает динамичность цены реализации продукции, которая будет меняться с гораздо большей скоростью, чем при стратегиях покрытия издержек или соответствия среднерыночной цене.

Рассмотрим более подробно 3 стратегию.

Увеличение уровня цен при неизменной затратной части. В данном случае можно пойти несколькими путями. Во-первых, увеличить цену на продукцию. Во-вторых, увеличить разницу между стоимостью и ценой товара. В-третьих, увеличить объем продаж. Чтобы получить большую прибыль, необходимо изучить рынок и знать, какой товар покупатели готовы купить, оценить конкурентов. Следует учитывать так же качество товара, ведь покупатель, уважающий свои вкусы и предпочтения, купит товар более высокого качества, пусть и за высокую цену.

Эластичность спроса на строительные услуги имеет коэффициент эластичности – 0,5. Это означает, что увеличение цены на услуги, спрос на них, не повлечет значительного снижения спроса на услуги.

Опрос, проведенный, среди сотрудников данной сферы показал, что за период с начала 2020 года, произошло повышение цен на строительные услуги в среднем на 20%.

В совокупности этих факторов, можно сделать вывод, что увеличение цен на предоставляемые услуги на 20%-25% приведет к незначительному снижению спроса, либо вообще не приведет к его изменению.

Таким образом, при повышении уровня цен на 20% приведет к увеличению прибыли на:

$$16116 * 1,2 - 13254 - 10 + 7 - 749 = 5333,2 \text{ (Прибыль до налогообложения)}$$

$$5333,2 - 15\% \text{ (Налоговая ставка по УСН)} = 4533,2 \text{ (чистая прибыль)}$$

$$4533,2 - 17,41 = 2792,2 \text{ (160,4\%)}$$

Таким образом, величина чистой прибыли может быть увеличена на 2792,2 т.р или 160,4%.

2. Уменьшение затратной части при неизменном значении прибыли. Снижение себестоимости товара за счет уменьшения всех затрат. Отказ от ручного труда и введение новых технологий, усовершенствование производства – способы уменьшения суммарных затрат. Чтобы снизить затраты, необходимо тщательно исследовать производственный процесс. Многие предприятия вводят новые методы управления (например, совместная работа нескольких подразделений, бригад и т.д.). Необходимо помнить, что за снижением затрат, качество товара не должно измениться.

На основе данных анализа разрабатываются следующие мероприятия:

- Все затраты четко классифицируются по категориям;
- Определяются те расходы, которые могут корректироваться;
- Планируются и оптимизируются обозначенные затраты.

К подлежащим оптимизации затратам часто относят:

- Затраты труда. Например, при пересмотре ассортимента выпускаемой продукции часто сокращается численность персонала;

- Расходы на покупку сырья и материалов. Оптимизировать эти затраты можно, организовав поиск новых поставщиков, пересмотрев условия соглашений по поставкам, внедрив ресурсосберегающие технологии или развивая собственное производство необходимых расходных материалов;
- Производственные расходы:
 - 1) платежи по аренде. Снизить сумму аренды можно, выкупив помещение у владельца, либо сдать часть площадей в субаренду;
 - 2) энергоресурсы;
 - 3) ремонт и ТО оборудования. Часть работ можно переложить с подрядчиков на собственные ремонтные хозяйства;
- Транспортные расходы. При возможности ограничивают парк служебных автомобилей, либо, рассчитав преимущества, используют услуги аутсорсинговой компании;
- Рекламные траты. Проанализировав эффективность рекламной кампании, можно уменьшить бюджет на рекламу, сгенерировав его на представление наиболее выгодных продуктов или заключив соглашения с партнерами на взаимовыгодных условиях. К примеру, предложив бартерные сделки.

3. Уменьшение себестоимости с увеличением цен. Данный способ возможен в условиях массового производства. Рост объема производства является основным принципом увеличения прибыли. Руководителю следует правильно определить цели и стратегию предприятия. В противном случае можно понести огромные убытки.

Конкуренты являются главными «барьерами» в получении большой прибыли. Поэтому необходимо либо нейтрализовать их, либо «затмить»

покупателей своими ценами, условиями и качеством продукции или услуг. Чтобы привлечь внимание новых покупателей, следует создать дополнительные свойства, новый сервис, повысить качество обслуживания или товаров. Производство продукции, условия, качество должно намного отличаться от конкурентов и привлекать покупателей. Следует проводить какие-то акции, дни скидок, поощрение постоянных клиентов и т.д.

Очень часто прибыль можно увеличить за счет рекламы. «Рекламодвигатель торговли». Если цель каждого предприятия получение прибыли, то оно должно реализовать как можно больше своей продукции или услуги, т.е. продать ее по выгодной цене. В условиях рыночной экономики, большого числа производителей (продавцов) многие покупатели вообще не знают о существовании некоторых предприятий, которые могут производить что-то лучше, по выгодной цене и с большим качеством. Следует помнить о рекламе. Человек большую часть информации узнает из СМИ, поэтому услышав, увидев ролик о новом «продавце» какого-либо товара, он непременно захочет узнать его условия продажи.

Многие предприятия имеют своих постоянных клиентов. Грамотный руководитель будет делать все, чтобы удержать старых и привлечь новых (пока еще «потенциальных») покупателей. Постоянный клиент давно работает с данным «продавцом», знает его условия, цену, но в любой момент может появиться альтернатива с более выгодными условиями. Необходимо устраивать акции, бонусные системы, розыгрыши подарков (при приобретении продукции на определенную сумму, вы получаете поощрительный подарок за «Верность»).

Немало важную роль играет персонал предприятия, который умеет заинтересовать клиента, все подробно рассказать об условиях работы с данной организацией и предложить определенную систему

сотрудничества. Персоналу необходимо привлекать клиентов коммуникабельностью. Многие предприятия выигрывают за счет умения «угворить» купить ту или иную продукцию, по данной цене, по данным условиям.

Большое количество организаций для увеличения прибыли используют денежные средства инвесторов.

«Вливание» денег очень выгодно, потому что на свои собственные средства очень сложно увеличить масштабы производства. Каждому предприятию необходимо усовершенствовать свои технологии, оборудование. По истечении времени цены, расходы и т.д. – все растет. За счет поступления в оборот дополнительных средств, предприятие себя «обновляет» и тем самым начинает получать в дальнейшем большую прибыль.

Наиболее предпочтительными для данного предприятия являются первые две стратегии увеличения прибыли. Они являются наименее рискованными и не понесут больших убытков в результате неверного их использования. Так же они являются более эффективными для данной сферы.

Заключение

В дипломной работе проведен анализ прибылей ООО «РемСтройРесурс» и рассмотрены мероприятия по ее максимизации.

Цель анализа состоит не только и не столько в том, чтобы проанализировать финансовые результаты предприятия, но также и в том, чтобы предложить мероприятия по росту прибыли предприятия.

В первой главе дипломной работы описана экономическая сущность прибыли в современных условиях.

Во второй главе дипломной работы дана общая характеристика

предприятия.

В третьей главе дипломной работы на основе данных за 2018-2019 годы был проведен анализ финансовых результатов ООО «РемСтройРесурс», выявлены проблемы предприятия. Здесь же рассматриваются мероприятия по росту прибыли предприятия.

Предприятие занимается производством 10 лет.

Организационно-правовая форма предприятия - общество с ограниченной ответственностью. Оно имеет своих потребителей и конкурентов.

Согласно устава, цель деятельности предприятия – получение прибыли, для достижения которой осуществляются такие виды деятельности как: производство и реализация товаров народного потребления; осуществление внешнеэкономической деятельности.

Что касается прибыли и ООО «РемСтройРесурс», то за анализируемый период показатель увеличился. Факторный анализ показал, что на увеличение прибыли в основном повлиял рост выручки от реализации продукции

Увеличение рентабельности от реализации продукции может быть достигнуто уменьшением расходов, повышением цен на реализуемую продукцию, а также превышением темпов роста объема реализованной продукции над темпами роста расходов.

В результате проведенного анализа разработаны предложения по повышению эффективности деятельности ООО «РемСтройРесурс». Прибыль предприятия после внедрения мероприятий увеличится на 2792,2 т.р или 160,4%.

Список использованных источников

- 1) Мануйленко В.В., Садовская Т.А. Экономическая сущность, виды и функции прибыли хозяйствующего субъекта: современный аспект // Дайджест-финансы. – 2012. – № 10 (214). – С. 25-34.

- 2) Ефимова О. Б. Анализ финансовой отчетности. – М.: Омега-Л, 2006. – С. 38.
- 3) Шеремет А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2008. – С. 61.
- 4) ¹Официальный сайт реформы бухгалтерского учета в России // URL: <http://www.accountingreform.ru>
- 5) ¹ Волков О. И., Скляренко В. К. Экономика предприятия: курс лекций. – М.: Инфра-М, 2010. – С. 46.
- 6) ¹ Финансово-кредитный энциклопедический словарь: под ред. А. Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 2004. – С. 189.
- 7) Роль прибыли в условиях рыночной экономики // URL: <http://studopedia.info/4-68096.html>
- 8) Шеина Е. Г., Кошелева В. И. Политика формирования и распределения прибыли на предприятии // Вестник Прикамского социального института. – 2017. – № 3 (78) – С. 89-98.
- 9) Савицкая Г. В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2018. – С. 97.
- 10) Савицкая Г. В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2018. – С. 98-99.
- 11) Савицкая Г. В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2018. – С. 99-101.
- 12) Кириллова Л. Н. Мониторинг издержек как инструмент антикризисного управления // «Экономический журнал». – 2012. – №1 (25). – С. 80-88.

13) ¹ Мироседи С.А., Мироседи Т.Г. Пути повышения конкурентоспособности продукции // Современные аспекты экономики. – 2010. – № 8 (156). – С. 46-49.

14) Херман С. Продажи в кризис. Как повысить объем продаж, снизить издержки и увеличить прибыль // URL: <http://delovoymir.biz/ru/>

15) ¹ Мироседи С.А., Репринцев В.А. Корпоративная социальная ответственность как фактор повышения прибыльности компании // Вопросы экономических наук 2013. – № 3 (61). – С. 72-73.

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.
Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 15 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

« 03 » 06 2020 г.
дата



(подпись)

Пашковский Д.Н.
(Ф.И.О.)

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
зав. кафедрой ЭиМ
Коняхина Т.Б.
полное имя, инициалы, фамилия
«03» 06 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

«Максимизация прибыли как главная цель финансово-хозяйственной
деятельности предприятия»

Руководитель	<u>03.06.20</u> <u>К</u> подпись, дата должность, ученая степень	<u>Коняхина Т.Б.</u> инициалы, фамилия
Выпускник	<u>03.06.2020</u> подпись, дата	<u>Ташковский Д.И.</u> инициалы, фамилия

Абакан 2020

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме
Повышение эффективности деятельности предприятия

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

К 18.06.2020
подпись, дата

М.А. Кузнецова
инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

К 18.06.2020
подпись, дата

М.А. Кузнецова
инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

К 18.06.2020
подпись, дата

М.А. Кузнецова
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

Смайл 18.06.20.
подпись, дата

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия