

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 4 |
| 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ | 6 |
| 1.1 Понятие и виды прибыли..... | 6 |
| 1.2 Факторы, влияющие на прибыль и пути повышения прибыли | 16 |
| 1.3 Роль прибыли в деятельности современных предприятий..... | 24 |
| 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ООО «РЦ «ОНЛАЙН – ПРОДВИЖЕНИЕ»» | 28 |
| 2.1 Общая характеристика ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»»..... | 28 |
| 2.2 Анализ финансового состояния ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»». | 29 |
| 2.3 Анализ финансовых результатов ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»»..... | 45 |
| 3 РАЗРАБОТКА СПОСОБОВ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ ООО «РЦ «ОНЛАЙН – ПРОДВИЖЕНИЕ»» И ИХ ЭКОНОМИЧЕ- СКОЕ ОБОСНОВАНИЕ | 49 |
| 3.1 Рекомендации по увеличению прибыли предприятия..... | 49 |
| 3.2 Практические рекомендации по увеличению прибыли ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»»..... | 56 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 61 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 63 |

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире главной задачей любого коммерческого предприятия стоит получение прибыли. Кроме этого, выполняется еще ряд задач, например, удовлетворение потребностей граждан государства в продукции, работах или услугах с высокими потребительскими свойствами и качеством при минимальных затратах.

Прибыль – это экономическая категория, которая характеризует результат финансово – хозяйственной деятельности организации. Это показатель, наиболее полно отражающий эффективность производства. Прибыль является главным стимулом к созданию новых или развитию уже работающих предприятий. Для получения возможной прибыли предприниматели стараются искать наиболее выгодные сочетания ресурсов, изобретать новые продукты, на которые может появиться спрос, применять организационные и технические нововведения, которые обещают повысить эффективность производства. Каждое предприятие, получая прибыль от деятельности, способствует созданию и приумножению общественного богатства и росту благосостояния народа.

В последние годы в России тема прибыли стоит особенно остро, поскольку затяжной кризис, составляющими которого являются высокие налоги и неплатежи, значительно обесценивают получаемые прибыли. При этом государство не оказывает должную поддержку предпринимательству, поэтому они часто действуют в условиях самокупаемости и самофинансирования.

Вследствие выше перечисленного, повышение прибыли на предприятии сегодня становится чрезвычайно актуальным. Анализ прибыли позволяет выявить основные факторы ее роста, эффективное использование ресурсов, потенциальные возможности предприятия, а так же определить влияние внешних и внутренних факторов на размер прибыли, порядок ее распределения. Кроме того, за счет платежей из прибыли в бюджет формируется основная часть ресурсов государства, региональных и местных органов власти.

В качестве объекта исследования было выбрано общество с ограниченной ответственностью «РЦ «Онлайн – Продвижение»», основным видом деятельности которого является предоставление услуг по разработке и продвижению веб – сайтов.

Предмет исследования: финансовые результаты.

Целью выпускной квалификационной работы является на основе теоретических исследований проблемы, анализа состояния ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» поиск возможных путей повышения прибыли.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

- рассмотреть понятие прибыли, ее структуру и пути формирования;
- провести анализ финансово – хозяйственной деятельности ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»»;
- провести анализ финансовых результатов и факторный анализ прибыли ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»»;
- привести возможные способы повышения прибыли;
- оценить и рассчитать эффективность использования одного или нескольких способов повышения прибыли на базе ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»».

Информационной базой исследования служат: форма бухгалтерской отчетности №1 «Бухгалтерский баланс», №2 «Отчет о прибылях и убытках» за 2014, 2015, 2016 годы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 Понятие и виды прибыли

В современных условиях рыночных отношений главной целью реализации предпринимательской деятельности является получение положительного финансового результата. Финансовый результат – это рост или снижение стоимости собственного капитала предприятия, сложившийся в процессе его предпринимательской деятельности за отчетный период. Финансовые результаты характеризуют эффективность хозяйственной деятельности предприятия в целом. Экономисты большое внимание уделяют изучению понятия финансовых результатов.

О.В. Ефимова, под финансовым результатом деятельности предприятия понимая прибыль, так же отмечает, что «действительно конечный результат тот, правом распоряжаться которым обладают собственники», и в мировой практике под ним понимается «прирост чистых активов» [19, с.213].

Г.В. Савицкая считает, что финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой прибыли и уровнем рентабельности [44, с.56].

И.А. Бланк, анализируя финансовые механизмы управления формированием операционной прибыли, характеризует балансовую прибыль как один из важнейших результатов финансовой деятельности предприятия.

Финансовым результатом принято называть сумму прибыли от реализации продукции, имущества и прибыли от внереализационных операций. Обобщая определения авторов, можно дать общее понятие. Финансовый результат – это показатель, обобщающий анализ и оценку эффективности деятельности хозяйствующего субъекта на определенных этапах его формирования.

Для любого предприятия полученный финансовый результат означает, что хозяйственная деятельность предприятия пользуется спросом на рынке и одобрена покупателем. Для государства финансовый результат предприятия представляет

собой налог. Для собственника или инвестора он будет представлять собой чистую прибыль, полученную в результате деятельности после уплаты налогов.

Прибыль является важнейшим показателем, который показывает эффективность работы предприятия. Понятие прибыли подлежало рассмотрению со стороны многих авторов. Приведем некоторые определения:

1) Селезнева Н.Н. дает два определения прибыли. Первое – это выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности. Второе – это особый систематически воспроизводимый ресурс коммерческой организации, конечная цель развития бизнеса [21, с.170].

2) Прыкина Л.В. имеет свою точку зрения и определяет прибыль как часть дохода предприятия, которая остается у него после вычета всех обязательных расходов. В целом, прибыль – это сумма доходов от реализации продукции, работ, услуг, основных фондов, иного имущества и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям [40, с.39].

Зарубежные авторы приводят свои определения, такие как: доход тех, кто обеспечивает экономику предпринимательскими способностями или нормальной прибылью; вознаграждение предпринимателя за риск, новые идеи и усилия, которые он вкладывает в бизнес; «безусловный» доход от факторов производства; «монопольный доход и другие.

Марксисты пользуются определением прибыли как превращенной формой прибавочной стоимости и определяемой как разница между выручкой от реализации товара и затратами капитала.

Разделяет экономические школы вопрос об источнике прибыли. Именно из – за него происходят все расхождения. Меркантилисты придерживаются мнению, что прибыль создается в обращении и ее источником является внешняя торговля. Адам Смит и Давид Рикардо считали, что прибыль есть вычет из продукта труда рабочего. Карл Маркс в своей теории доказал, что прибыль создается прибавочным трудом наемного рабочего. Жан Батист Сэй определял прибыль как вознаграждение предпринимателя за труд. Альфред Маршалл давал определение прибыли

как вознаграждение за труд по управлению производством. Йозеф Шумпетер рассматривал прибыль в виде результата использования способностей предпринимателя к творчеству.

В первую очередь прибыль зависит от качества работы предприятия и является основным источником производственного и социального развития предприятия, а с другой представляет собой основной источник формирования государственного бюджета. Поэтому в росте прибыли заинтересованными является как предприятие, так и государство.

Мы привыкли определять прибыль как разницу между суммой доходов и затратами на производство продукции. Прибыль характеризует финансовый результат деятельности предприятия. Она образуется в результате реализации продукции, произведенной производственным предприятием. Общая масса прибыли зависит от двух факторов: объема продаж и уровня цен, и от того, насколько уровень издержек производства соответствует общественно необходимым затратам. Объем продаж продукции напрямую зависит от эффективности осуществления коммерческой работы, имеется в виду умение работников предприятия создавать выгодные условия для продажи продукции, сюда входит маркетинг, организация рекламы, сбыта, формирование ценовой и товарной политики. Уровень издержек производства зависит от эффективности организации производства и труда, выбранной технологии, технической оснащенности предприятия.

Признаки, по которым можно классифицировать прибыль:

1) По источникам формирования: прибыль от реализации товаров, работ, услуг – это результат основной деятельности предприятия; прибыль от реализации имущества, к нему могут относиться основные фонды, нематериальные активы, а так же неиспользованное сырье, материалы.

2) По источникам формирования: от операционной, инвестиционной, финансовой деятельности.

3) По составу элементов, формирующих прибыль: маржинальная прибыль, валовая прибыль, прибыль до налогообложения, чистая прибыль.

4) По характеру инфляционной очистки прибыли: номинальная и реальная. Реальная прибыль учитывает темпы инфляции в соответствующем периоде.

5) По периоду формирования: предшествующего, отчетного, планового периода. Используется для выявления динамики изменений.

6) По регулярности формирования: регулярно формируемая и чрезвычайная прибыль, к ней относятся необычный источник получения дохода и очень редкий характер ее формирования.

7) По характеру использования: нераспределенная и распределенная прибыль. К нераспределенной прибыли относятся денежные средства, направленные на финансирование прироста активов предприятия. Распределенная прибыль включает выплаты акционерам или на социальные программы предприятия.

Прибыль является важнейшей категорией рыночных отношений, исходя из этого, она выполняет некоторые функции:

1) Прибыль является показателем конечного финансового результата деятельности организации. Она является основным показателем, который наиболее полно отражает состояние производства, это объем и качество продукции, производимой предприятием, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Производственная и финансовая деятельность предприятия оценивается, в основном, с помощью показателей прибыли. Так же с помощью этих показателей оценивается деловая активность фирмы и ее финансовое благополучие. По прибыли определяется доходность капиталовложений в активы предприятия.

2) Прибыль обладает стимулирующей функцией. Прибыль, кроме того, что является финансовым результатом деятельности, так же является основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Самофинансирование организации определяется полученной прибылью. Чистая прибыль предприятия должна составлять такую сумму, чтобы она была достаточна для вложений в расширение деятельности предприятия, в научно-техническое и социальное развитие, для материальных поощрений работников.

Возможности предприятия растут пропорционально количеству полученной прибыли. От количества прибыли зависит его деловая активность, размер базы для

самофинансирования. Благодаря высокой прибыли, можно осуществлять капитальные вложения в производство, расширяя и обновляя оборудование, внедрять новые технологии, финансировать маркетинговые мероприятия. Для инвесторов прибыль является главным показателем для оценки возможностей предприятия, показывает эффективность использования ресурсов, в целом показатель необходим для оценки деятельности фирмы.

Прибыль является одним из источников формирования бюджетов различных уровней. Прибыль поступает в бюджеты в виде налогов и используется для вложения в общественные потребности, обеспечивает выполнение функций государства, государственных программ по развитию, формирует благотворительные фонды [17, с.104].

Экономика государства переходит на основы рыночного хозяйства, при этом фирмы различных форм собственности получают финансовую независимость от государства и сами решают куда следует направить финансовые средства, оставшиеся после уплаты налогов и прочих обязательных отчислений. Главной целью деятельности коммерческого предприятия является получение прибыли, чтобы ее увеличить, предприятие должно увеличивать объем производства и снижать затраты на продукцию. При развитой конкуренции этим достигается не только цель деятельности фирмы, но и удовлетворение общественных потребностей.

Также предпринимательство не может обойтись без убытков. Они указывают на совершенные руководителем ошибки в распределении средств, организации производства и сбыта продукции.

Безубыточность - состояние предприятия, в котором она не приносит ни прибыли, ни убытков. Безубыточный объем продаж – это выручка, покрывающая затраты на производство и реализацию продукции. Безубыточный объем продаж определяется как количество продукции, которую необходимо продать, чтобы покрыть затраты, после этого каждая следующая единица продукции начинает приносить доход. Схема определения точки безубыточности показана на рисунке 1.1.

Чем больше разница между фактическим и безубыточным объемом продаж, тем лучше финансовое состояние предприятия.

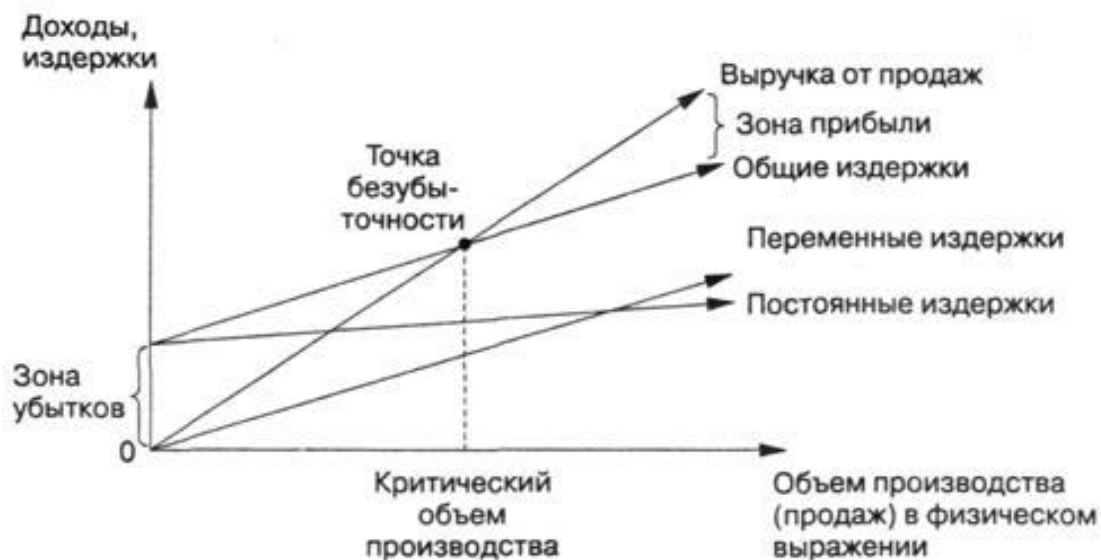


Рисунок 1.1 – Определение точки безубыточности

Чистая прибыль является главным экономическим показателем, характеризующий результат деятельности предприятия. Она представляет собой разность между общей суммой брутто – прибыли и суммой выплаченных налогов из прибыли, экономических санкций и других обязательных платежей. Схема распределения прибыли представлена на рисунке 1.2.

Чистая прибыль используется в соответствии с уставом организации. За ее счет осуществляется инвестирование производственного развития, выплачиваются дивиденды акционерам, создаются резервные и страховые фонды.

Чтобы лучше определить понятие прибыли, стоит определить ее состав.

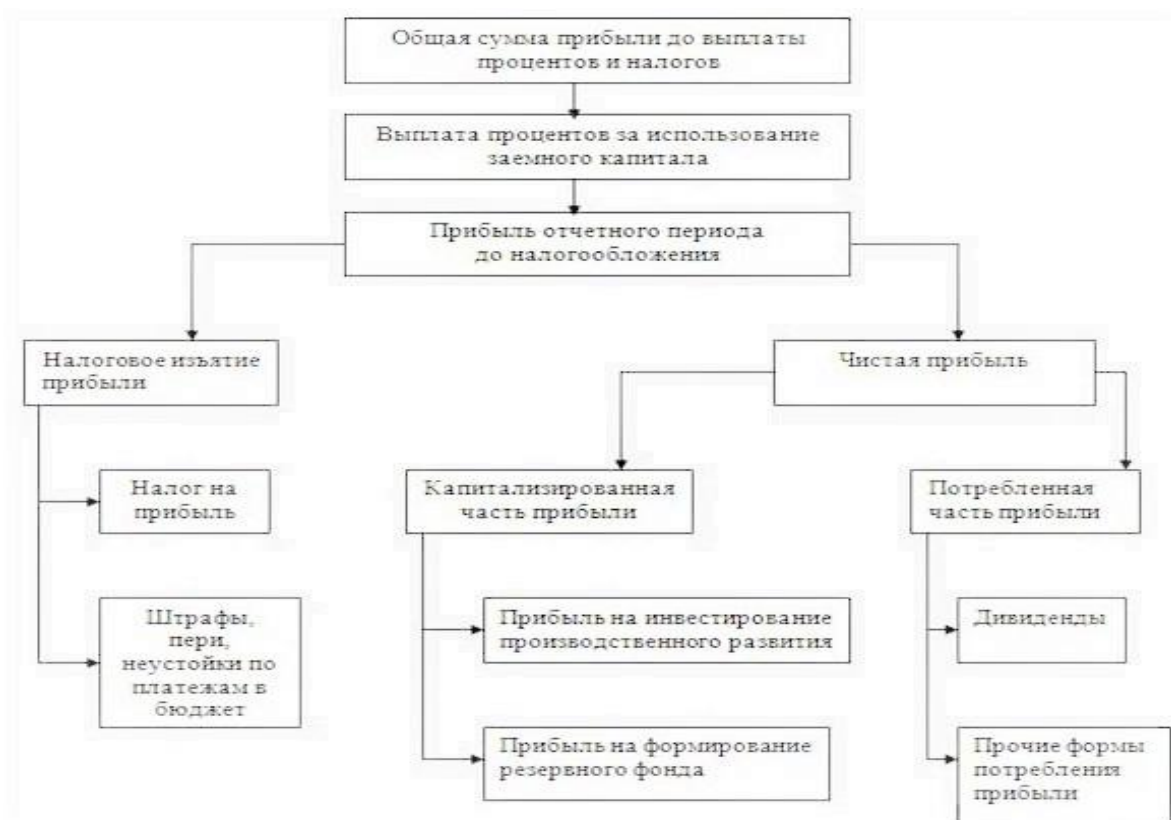


Рисунок 1.2 – Схема распределения прибыли

Формирование чистой прибыли предприятия происходит по схеме, представленной на рисунке 1.3.



Рисунок 1.3 – Формирование чистой прибыли

Главным показателем основной финансовой информации о деятельности предприятия является валовая прибыль. Валовая прибыль - это разница между полученной предприятием выручкой за определенный промежуток времени от всех видов деятельности и полной стоимостью расходов, связанных с оплатой труда и налогами. Валовая прибыль учитывает доход от всех видов деятельности, к ней относится прибыль от реализации товарной продукции, от реализации прочей продукции и услуг, прибыль от реализации основных средств, их выбытия, реализации имущества предприятия, финансовые результаты от внереализационных операций.

Характеристикой чистого дохода предприятия является прибыль от реализации продукции (работ, услуг) – это разница между выручкой от основных видов деятельности и полной себестоимостью произведенной продукции. Определяется отдельно по каждому виду деятельности [23,с.162].

Выручка – это количество денежных средств, полученное предприятием за определенный период ее деятельности. Выручка складывается по нескольким направлениям: поступление денежных средств от реализации продукции (работ, услуг); продажа внеоборотных активов, реализация ценных бумаг; выручка от финансовой деятельности. Она принимается к учету без налога на добавленную стоимость и акцизов. Денежные поступления, связанные с выбытием основных средств, материальных и нематериальных активов, продажная стоимость валютных ценностей, ценных бумаг не включается в состав выручки.

Когда продукция реализуется в натурально-вещественной форме, прибыль рассчитывается исходя из выручки и полной себестоимости продукции, определяемыми на объем реализуемой продукции. Учитываются остатки готовой продукции на начало отчетного периода и выпуск товарной продукции отчетного периода, от которого отнимается та часть продукции, которая не может быть реализована в конце отчетного периода. Периодом может являться квартал или год. Предприятие само устанавливает метод определения выручки на длительный срок, такими методами может быть определение ее по поступлению денежных средств на счет предприятия, а так же по отгрузке продукции, расчетные документы по кото-

рой предъявлены покупателю. Прибыль от выполнения работ или предоставления услуг рассчитывается аналогичным образом.

В зависимости от сферы деятельности предприятия, выручка может выглядеть совершенно по-разному. Так, в строительных организациях выручка отражает стоимость законченных объектов строительства. В торговых и сбытовых предприятиях выручка соответствует валовому доходу от продажи товаров. На предприятиях транспорта и связи выручка отражает денежные средства за предоставляемые услуги по действующим тарифам.

Определено, что в состав валовой прибыли включается прибыль от реализации продукции, но, кроме того, в нее входит прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера. В состав такой прибыли входят прибыли подсобных сельских хозяйств, автохозяйств, лесозаготовительных и других хозяйств, находящихся в составе предприятия.

Прибыль (убыток) от реализации основных средств, их прочего выбытия, реализации иного имущества предприятия – это финансовый результат, не связанный с основными видами деятельности предприятия. Он отражает прибыли (убытки) по прочей реализации, к которой относится продажа различных видов имущества, находящегося на балансе предприятия.

Бывает, что складываются обстоятельства, при которых у предприятия образуется излишек материальных ценностей, это может произойти при изменении объема производства, недостатке в системе снабжения, реализации и других причинах. В условиях инфляции длительное хранение материальных ценностей может привести к ситуации, когда выручка от их реализации окажется ниже цен приобретения. Организация имеет право списывать, продавать, ликвидировать, передавать в уставные фонды других предприятия здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другие основные фонды, материальные ценности, продавать отдельные объекты, товарно-материальные ценности и другие виды имущества. Финансовый результат может быть получен лишь при продаже перечисленных объектов. При продаже имущества организации финансовым результатом является

разница между ценой реализованных основных фондов и их остаточной стоимостью с учетом расходов, связанных с реализацией.

Иным имуществом организации являются: сырье, материалы, топливо, запчасти, нематериальные активы (патенты, лицензии), валютные ценности, ценные бумаги. Финансовый результат, влияющий на сумму прибыли до налогообложения, составляет разница между ценой, по которой продаются все виды имущества, и их балансовой стоимостью с учетом расходов на продажу.

Финансовые результаты от внереализационных операций – это прибыль (убыток), полученный в результате проведения операций, которые не относятся к основной деятельности организации и не связаны с реализацией продукции, основных средств, имущества предприятия, выполнением работ, оказанием услуг. Финансовый результат вычисляется как доходы (убытки) минус расходы по внереализационным операциям. Большую долю могут составлять доходы от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений и доходы от сдачи имущества в аренду. Финансовые вложения предполагают грамотное распределение денежных средств организации в деятельность других предприятий, благодаря которому появляется возможность получать доходы. Финансовые вложения можно разделить по временному критерию на:

1) Долгосрочные – вклад в уставный капитал других предприятий, приобретение акций, ценных бумаг, предоставление средств займа на срок более одного года.

2) Краткосрочные – приобретение краткосрочных казначейских обязательств, облигаций и других ценных бумаг, предоставление средств займа на срок менее года.

Доходами от участия в уставном капитале другого предприятия является часть его чистой прибыли, размер которой обговаривается заранее, или в виде дивидендов по акциям [17, с.54]. Доходы от ценных бумаг представляют собой проценты по облигациям, краткосрочным казначейским обязательствам, дивиденды по акциям. Для предоставления средств займа составляется договор между организациями и по условиям договора происходит получение прибыли.

Изучая состав валовой прибыли, можно сказать, что ее подавляющую часть предприятие получает от реализации товарной продукции, поэтому анализу этой составляющей должно быть уделено главное внимание. Но, несмотря на это, нельзя забывать о рассмотрении состава и структуры прибыли от реализации имущества и внереализационных доходов, а также обязательны к рассмотрению факторы, влияющие на их изменения.

1.2 Факторы, влияющие на прибыль и пути повышения прибыли

Прибыль является основным показателем, определяющим безубыточность работы предприятия. Ее можно отнести к показателям экономического эффекта. Стоит различать понятия экономического эффекта и эффективности предприятия, так как прибыль не является показателем, по которому можно судить отдачу вложенных средств. Однако, результаты анализа прибыли до налогообложения, темпов ее прироста и прироста чистой прибыли могут представлять значительный интерес. Если наблюдается рост чистой прибыли, то это говорит об оптимальной величине уплачиваемых налогов, заинтересованности предприятия в результатах работы и эффективном хозяйствовании.

В существующих условиях рыночных отношений рассматриваются два основных источника получения прибыли.

В первом случае это монопольное положение предприятия по выпуску какой – либо продукции или по ее уникальности. Чтобы поддерживать данный источник на высоком уровне, необходимо проведение постоянной новации продукта. Для данного источника существуют затрудняющие силы, такие как антимонопольная политика государства и растущая конкуренция со стороны других предприятий.

Второй источник относится почти ко всем предприятиям, так как связан с производственной и предпринимательской деятельностью. Эффективность его использования обусловлена знанием конъюнктуры рынка и умением постоянно адаптировать под нее развитие производства. Основным понятием здесь является маркетинг. В этом источнике величина прибыли зависит от некоторых факторов, к которым относятся:

- правильность выбора сферы производства (нужно выбрать для производства такую продукцию, которая пользуется стабильно высоким спросом на рынке);
- создание конкурентноспособных условий по продаже товаров (к таким условиям относится цена, сроки поставок, послепродажное обслуживание);
- объем производства (чем больше объем продаж, тем больше масса прибыли);
- ассортимент продукции и снижение затрат на производство.

В рыночных условиях понятие прибыли не может не быть связано с риском. Риск – это возможность возникновения неблагоприятного исхода деятельности, связанная с потерей материальных ценностей. Понятие риск относится ко всем видам деятельности предприятия: хозяйственной, коммерческой и финансовой. Риск может быть рассчитан двумя способами. Первый – статистический – к нему относятся приемы математической статистики (расчет вариации, дисперсии, стандартных отклонений). Этими показателями являются рентабельность производства, продукции, инвестиции, продаж.

Второй – экспертный. В данном методе используются данные, собранные специалистами, касающиеся возникновения потерь. Такие оценки базируются на учете всех факторов финансового риска, а так же на статистических данных.

Полное избежание риска в бизнесе практически невозможно. Но, с помощью таких методов, как самострахование, участие в венчурных компаниях, хеджирование, заключение фьючерных сделок, производится уменьшение его неблагоприятных условий.

На рисунке 1.4 показаны факторы, влияющие на прибыль.

Наибольшую долю в структуре прибыли до налогообложения занимает прибыль от реализации продукции, работ, услуг. Факторы формирования прибыли от реализации продукции, работ, услуг: себестоимость продукции, объем реализации, уровень действующих цен на продукцию. Главным является себестоимость. В зависимости от ее колебаний, происходит значительное изменение прибыли при прочих равных условиях. Так же можно отметить, что в масштабе народного хо-

зайства страны, снижение расходов отражает положительные процессы в экономике.



Рисунок 1.4 – Факторы, влияющие на изменение суммы прибыли

Основными источниками резервов роста прибыли являются увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества товара, реализация ее на более выгодных условиях. Состав резервов для увеличения прибыли отражен на рисунке 1.5.



Рисунок 1.5 – Состав резервов для увеличения прибыли

Многие предприятия постоянно занимаются поиском способов снижения себестоимости производимой продукции. Главной помехой в положительном исходе этой деятельности является инфляция и рост цен на исходное сырье и топливно-энергетические ресурсы. В условиях нестабильности на рынке и при резком росте цен, прирост прибыли за счет снижения себестоимости продукции становится невозможным.

Другим путем повышения прибыли является увеличение объема продаж продукции в натуральном выражении. Для многих предприятий является невозможным использование данного пути, так как по причине инфляции и быстрого роста цен они не смогут найти средства для приобретения более производительного оборудования, освоения новых технологий, расширения производства, а ведь все это необходимо, чтобы производить большее количество продукции. Но при этом, предприятия, располагающие средствами для капитальных вложений, реально увеличивают прибыль, если обеспечивают рентабельность инвестиций выше темпов инфляции.

Существует еще один способ повышения объемов производства и реализации продукции, не требующий капитальных вложений – это ускорение оборачиваемости оборотных средств. Инфляция, в свою очередь, очень быстро обесценивает оборотные средства, при этом предприятие с каждым разом направляет все большее количество оборотных средств на приобретение сырья и топливно-энергетических ресурсов. Неплатежи покупателей и требуемая предоплата отвлекают значительную часть средств из оборота покупателей. Причинами неплатежей могут являться:

- недостаток оборотных средств;
- неустойчивое финансовое положение;
- низкая финансово-расчетная дисциплина;
- недостатки в работе банковской системы;
- неразвитость вексельного обращения.

В основном для предприятий является характерным снижение объемов производства. В этой ситуации естественным было бы снижение прибыли, но статисти-

ческие данные утверждают об обратном. Прибыль предприятия увеличивается, в основном, за счет роста цен. Среднемесячные темпы прироста прибыли, превышая темпы роста цен, говорят об инфляционном характере формирования полученной прибыли. При росте расходов на производство продукции и снижении объемов ее выпуска, прибыль увеличивается за счет постоянного роста цен. Увеличение цены само по себе является положительным фактором. Это можно обосновать, если учитывать, что спрос увеличивается, улучшаются технико-экономические параметры и потребительские свойства выпускаемой продукции.

Прибыль до налогообложения в основном состоит из прибыли от реализации продукции, при этом для выявления резервов роста всей прибыли до налогообложения имеют высокое значение факторы, ее определяющие.

При стабильном состоянии рынка, основным способом увеличения прибыли от реализации продукции является снижение себестоимости. Особенно важно это для предприятий обрабатывающих отраслей (машиностроение и металлообработка, металлургическая, нехимическая и др.), на которых удельный вес стоимости сырья в себестоимости существенно выше, чем на аналогичных предприятиях развитых стран, значителен вид отходов. Например, в машиностроении удельный вес металлоотходов в общем потреблении черных металлов на протяжении многих лет стабильно занимает более 20%, а удельный вес стружки в общем образовании металлоотходов – 45%. Причиной этому является использование морально устаревшего оборудования.

В добывающих отраслях является сложным обеспечение прироста прибыли за счет снижения себестоимости, так как используются полезные ископаемые и из-за естественно-природных причин невозможно обеспечить снижение цены. В основном для повышения прибыли используется способ увеличения объемов добычи.

В отраслях, ориентированных на конечного потребителя, главной задачей при поиске путей повышения прибыли является сохранение качества потребительских товаров. Решающее значение имеют объемы производства и реализации продукции, а так же уровень себестоимости.

Остатки на начало и конец отчетного периода существенно оказывают влияние на величину прибыли от реализации продукции. Высокое количество остатков приводит к снижению выручки и недополучению ожидаемой прибыли.

Причины образования остатков нереализованной продукции:

1. Часть готовой продукции попадает на склад с целью упаковки, подготовки к отгрузке, накопления до размеров транспортной партии, выписки расчетных документов, но при этом случается так, что эта часть оседает на складе. Увеличение количества продукции на складе должно быть рассмотрено финансовыми службами предприятия. Могут быть выявлены такие причины, как разрыв связей с покупателем или другие причины по отсутствию спроса.

Наиболее свойственна эта причина для предприятий, выпускающих продукцию в натурально-вещественной форме. Для выполненных работ и оказанных услуг мы не можем предположить причину оседания на складе, так как они не могут принять вид остатков продукции. Так же эта причина минует организации некоторых отраслей, например электроэнергетики, транспорта, связи.

2. Применяя определенную форму расчета за отгруженную продукцию, могут образовываться остатки товаров отгруженных, срок оплаты которых не наступил. Образование таких остатков полностью исключается использованием полной предоплаты за отгружаемую продукцию, однако, могут возникнуть проблемы, такие как неоплата продукции в срок.

В этом случае непоступления выручки не зависит от поставщика. Предприятию следует работать в направлении получения доходов. Если покупатель не оплачивает отгруженную продукцию в срок, следует прекратить сотрудничество, перевести его на аккредитивную форму расчетов, передать долг банку, оформить кредит.

3. Существуют ситуации, когда поставщиком нарушаются условия договора поставки. При этом покупатель на законных основаниях может отказаться от оплаты полученного товара.

Резервным способом увеличения прибыли может быть полученная выручка от реализации основных фондов и иного имущества предприятия. Сейчас, когда

предприятие имеет право распоряжаться своим имуществом, продавать или сдавать его в аренду, выбытие основных фондов может заметно сказаться на финансовых результатах. Но, например, безвозмездная передача основных средств предприятию, не относится к балансовой прибыли, а возмещается из чистой прибыли, предназначенной для накопления.

Финансовый результат от реализации иного имущества предприятия зависит от состава актива и суммы, за которую реализуется актив. При этом результат может быть как положительным, так и отрицательным. Главным, от чего стоит отталкиваться при реализации активов, является наличие запасов, которые по различным причинам становятся не нужными. Либо же, которые по величине превышают запланированный уровень выпуска продукции. Конечно, наиболее выгодной является продажа по цене, превышающей учетную стоимость, но, в любом случае предприятие получит денежные средства, которые можно вовлечь в оборот.

Нематериальные активы, имеющие спрос на рынке, так же могут быть реализованы с целью получения прибыли. Цена из реализации зависит от способности актива приносить доход. Для расчета прибыли, которую может приносить актив, используется следующий метод: из цены реализации вычитаются расходы, направленные на создание или покупку нематериальных активов, при этом учитываются расходы по настройке актива до состояния, в котором он может принести доход. Приобретение предприятием ценных бумаг может происходить с различными целями. Они являются ликвидными средствами, поэтому предприятие имеет возможность обращать их в деньги и в последствие совершать платежи. Важной задачей является сделать правильный выбор ценных бумаг. Приобретение возможно только с полной и обоснованной уверенностью в росте их стоимости, в таком случае при продаже предприятие получит положительный финансовый результат. Однако, при падении их стоимости, продажа становится невозможна, в таком случае вложение средств нельзя считать активами, а лишь убытками. Реализуя ценные бумаги, предприятие получает результат, сравнимый с номинальной стоимостью этих ценных бумаг. Наибольшую прибыль предприятию приносят финансовые вложения в составе внереализационных операций. Стоит отметить, что они не

должны осуществляться в ущерб основной деятельности предприятия. Предприятием должна быть продумана политика деятельности и произведена достоверная оценка эффективности финансовых вложений, только по их результатам определяются направления и структура вложений. Не компетентный подход к решению вопроса о вложении средств может привести к значительным убыткам при финансировании в уставный капитал другого предприятия или совместную деятельность с ним, в неликвидные ценные бумаги. В настоящее время получить прибыль по финансовым активам очень сложно, так как доходы не покрывают уровня инфляции, поэтому стоит грамотно и взвешенно производить инвестиции. Условно надежным вариантом финансирования денежных средств считается их хранение на депозитном счете или приобретение депозитных сертификатов. Здесь стоит обратить внимание на темпы инфляции при приобретении сертификатов, и на процентную ставку налога с полученных доходов.

Производные от прибыли относительные показатели, позволяющие оценивать результативность вложенных средств, используются в экономических расчетах и финансовом планировании.

Рентабельность – это показатель экономической эффективности деятельности предприятия. Виды показателей рентабельности делятся на три группы: рентабельность продукции, рентабельность производственных фондов, рентабельность вложений в предприятие. Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности. Они более полно, по сравнению с прибылью, характеризуют результаты хозяйственной деятельности, так как их величина показывает соотношение прибыли с наличными или потребленными ресурсами.

Рентабельность продукции показывает, сколько предприятие получает прибыли с каждого рубля, потраченного на производство и реализацию продукции. Она рассчитывается двумя способами: 1 – по всей реализованной продукции, 2 – по отдельным ее видам. По всей реализованной продукции рентабельность рассчитывается как отношение прибыли от реализации продукции к расходам, связанным с ее производством и реализацией. Так же она может быть рассчитана как отноше-

ние прибыли от реализации товарной продукции к выручке от ее реализации; по отношению чистой прибыли к выручке от реализации продукции. Показатель рентабельности всей реализованной продукции говорит об эффективности текущих расходов предприятия и доходности реализуемой продукции.

Рентабельность по отдельным видам продукции зависит от цены реализации и себестоимости каждого вида товара.

Рентабельность производственных фондов рассчитывается как отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и материальных оборотных средств. Так же этот показатель имеет возможность расчета по чистой прибыли.

Рентабельность вложений в предприятие можно определить по стоимости имущества, которым оно располагает. Расчеты могут производиться как по балансовой, так и чистой прибыли. Стоимость имущества отражена в бухгалтерском балансе. Так же при расчете рентабельности вложений используется выручка от реализации продукции. Этот показатель определяет уровень продаж на один рубль вложений в имущество организации.

Рентабельность собственных средств предприятия рассчитывается как отношение чистой прибыли к собственным средствам. Рентабельность долгосрочных финансовых вложений рассчитывается как отношение суммы доходов от ценных бумаг и долевого участия в других предприятиях к общему объему долгосрочных финансовых вложений.

1.3 Роль прибыли в деятельности современных предприятий

Современное предприятие представляет собой сложную производственную систему, в состав которой входит множество элементов: основные фонды, сырье и материалы, трудовые и финансовые ресурсы. Главной задачей такого предприятия является грамотное использование данных элементов, чтобы обеспечить эффективное функционирование производства, выживание и развитие в развитых условиях конкуренции [10, с.216].

Основной задачей предприятие ставит перед собой получение прибыли. Мы должны понимать, что все состояние предприятия определяется в зависимости от величины чистой прибыли. Если она отсутствует, рушится весь построенный бизнес.

В современное время предприятию настолько сложно получить чистую прибыль, как не было никогда. Для руководителей вести бизнес с каждым днем становится все сложнее. Налогообложение достигло критических размеров, а так же появляются различные ограничения и правила.

Организации, руководители которых не являются профессионалами, быстро идут ко дну. Опытный предприниматель обязан преодолеть трудности и продолжить свое развитие, главное, он должен найти оптимальный способ решения всех вопросов.

Как правило, лишь директор предприятия заботится о ее чистой прибыли. Другие же, думают лишь об объемах производства и размерах продаж. Но, для современного предприятия появляется новая задача, нужно сделать так, чтобы все работники думали о получении чистой прибыли предприятием и были нацелены на это. Лучшей политикой ведения бизнеса в наше время является полное сосредоточение на чистой прибыли и применение всех эффективных методов для ее получения.

Дело в том, что наша система получения прибыли в действительности является системой прибыли и убытков. Прибыли получают способные, а остальным достаются убытки. Искусство получения прибыли – одно из самых полезных и необходимых искусств, известных человечеству [54, с.103].

Предприятие, в соответствии с законодательством и учредительными документами, имеет возможность из чистой прибыли создавать фонды: накопления, потребления, резервный фонд и другие специальные фонды и резервы. В фонды специального назначения начисляются денежные средства в размере, установленном предприятием по согласованию с учредителем. Такие отчисления производятся ежеквартально. На сумму произведенных отчислений от прибыли происходит пе-

пераспределение прибыли внутри предприятия: уменьшается сумма нераспределенной прибыли и увеличиваются образуемые из нее фонды и резервы.

Эта прибыль направляется на капитальные вложения и прирост основного капитала, на покрытие убытков прошлых лет, на отчисления в резервный капитал, на расходы социального характера, а также на выплату дивидендов и доходов.

Фонды накопления образуются с целью накопления денежных средств, направленных в дальнейшем на развитие предприятия, приобретение нового оборудования, расширение, освоение новых технологий и иные цели, предусмотренные учредительными документами предприятия. Главным образом, с помощью данных средств, производятся капитальные вложения в производственное развитие. При этом, если средства в капитальные вложения выделены из собственной прибыли, то величина фонда накопления не меняется. Происходит преобразование финансовых средств в имущественные ценности. Фонд накопления уменьшается только при использовании его средств на погашение убытков отчетного года, а также в результате списания за счет накопительных фондов расходов, не включенных в первоначальную стоимость вводимых в эксплуатацию объектов основных средств.

Фонды потребления – это средства, обращенные на проведение мероприятий по социальному развитию, материальное поощрение персонала предприятия и другие мероприятия и работы, не приводящие к образованию нового имущества.

Фонд потребления состоит из двух частей: фонд оплаты труда и выплаты из фонда социального развития. Из фонда по оплате труда денежные средства направляются на выплату любых видов вознаграждений и стимулирования персонала предприятия. Выплаты из фонда социального развития используются на проведение оздоровительных мероприятий, индивидуальное жилищное строительство, беспроцентные ссуды молодым семьям и другие цели, предусмотренные мероприятиями по социальному развитию трудовых коллективов.

Резервный фонд является «спасательным кругом» для предприятий в период ухудшения производственно – финансовых показателей и обеспечивает временную

финансовую устойчивость. Он также используется для компенсации ряда затрат, которые могут появиться в процессе производства и потребления продукции.

Для повышения эффективности производства главной задачей стоит определить оптимальное значение отчислений.

Распределение чистой прибыли позволяет расширять деятельность предприятия за счет собственных, более дешевых источников финансирования. При этом снижаются расходы предприятия на привлечение дополнительных источников [31, с.149].

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ

ООО «РЦ «ОНЛАЙН - ПРОДВИЖЕНИЕ»»

2.1 Общая характеристика ООО «РЦ «Онлайн-Продвижение»»

Региональный центр «Онлайн-Продвижение» был основан в г.Пензе, в январе 2009 года. Это компания, предлагающая услуги по поисковому продвижению сайтов, вопросам планирования и разработки стратегии раскрутки веб-ресурсов, оказывающая услуги по комплексному аудиту сайтов (проведение подробного анализа веб-ресурса с последующими рекомендациями по модернизации доработке сайта).

Предметом деятельности общества являются:

- разработка и размещение информационных интернет-ресурсов (веб-сайт);
- размещение информации в сети интернет;
- разработка программного обеспечения;
- консультация в области информационных и интернет технологий;
- рекламная деятельность;
- осуществление других видов хозяйственной деятельности, не противоречащих законодательству России.

Одной из приоритетных задач РЦ «Онлайн-Продвижение» видит повышение уровня знаний о технологиях Интернет-рекламы и веб-аналитике у руководителей предприятий и специалистов рекламных отделов Пензенской области. С этой целью компания организует и проводит курсы анализа и продвижения сайтов (нет аналогов в Пензе), участвует с докладами в семинарах и конференциях.

5 марта 2009 года «РЦ «Онлайн-Продвижение»» провел практический семинар «Интернет-реклама. Способы продвижения. Увеличение прибыли предприятия за счет комплексного подхода по продвижению интернет-сайта. Эффективное использование интернет-рекламы без наличия сайта».

14 мая 2009 года «РЦ «Онлайн-Продвижение»» принимал участие в семинаре «Интернет для бизнеса: комплексный подход к созданию и продвижению интрнет-

проекта», организованный специалистами компаний «Google», «RU-Center», «Онлайн-Продвижение» и «Пенза-Онлайн».

Штатные сотрудники предприятия работают на следующих должностях:

- генеральный директор;
- заместитель генерального директора;
- контент-менеджер;
- специалист по продвижению сайтов;
- менеджер по развитию интернет-проектов;
- бухгалтер.

Контент-менеджер - специалист по созданию, распространению и курированию контента, редактор сайтов. В обязанности входит наполнение сайта текстовой, графической и другими видами информации, полезной и удобной для восприятия выбранной целевой группой.

Специалист по продвижению сайтов- специалист, выполняющий поисковую оптимизацию и обработку полученных статистических данных, целью которых является попадание позиций сайтов в список первых 10,5 или 3 ссылок первой страницы, отражаемой конкретной поисковой системой по конкретному запросу пользователя во время поиска.

2.2 Анализ финансового состояния ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»»

Горизонтальный и вертикальный анализ структура баланса проведен в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Горизонтальный и вертикальный анализ структуры баланса

| Показатели | 2014 год | | 2015 год | | 2016 год | | Абсолютное изменение | | Темп роста (%) | |
|--|----------|----------------|----------|--------------|----------|----------------|----------------------|----------------|----------------|----------------|
| | Тыс.руб. | % к ито- гу | Тыс.руб. | % к итогу | Тыс.руб. | % к ито- гу | 2015 к 2014 | 2016 к 2015 | 2015 к 2014 | 2016 к 2015 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 1.Внеоборотные ак- тивы | | | | | | | | | | |
| 1.1.Основные средст- ва | 45 | 6,38 | 11 | 2,82 | 6 | 7,79 | -34 | -5 | 24,4 | 54,5 |
| Итого по разделу 1 | 45 | 6,38 | 11 | 2,82 | 6 | 7,79 | -34 | -5 | 24,4 | 54,5 |
| 2.Оборотные активы | | | | | | | | | | |
| 2.1.Дебиторская за- долженность | 124 | 17,59 | 185 | 47,42 | 53 | 68,83 | 61 | -132 | 149,2 | 28,6 |
| 2.2.Денежные сред- ства и денежные эк- виваленты | 536 | 76,03 | 194 | 49,74 | 18 | 23,38 | -342 | -176 | 36,2 | 9,3 |
| Итого по разделу 2 | 660 | 93,62 | 379 | 97,18 | 71 | 92,21 | -281 | -308 | 57,4 | 18,7 |

Окончание таблицы 2.1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|-------------------------------------|-----|-------|-----|-------|----|-------|------|------|------|------|
| Баланс | 705 | 100 | 390 | 100 | 77 | 100 | -315 | -313 | 55,3 | 19,7 |
| 3.Капитал и резервы | | | | | | | | | | |
| 3.1.Уставный капи- тал | 10 | 1,42 | 10 | 2,56 | 10 | 12,99 | 0 | 0 | 100 | 100 |
| 3.2.Нераспределенна я прибыль | 624 | 88,51 | 369 | 94,62 | 26 | 33,77 | -255 | -343 | 59,1 | 7 |
| Итого по разделу 3 | 634 | 89,93 | 379 | 97,18 | 36 | 46,76 | -255 | -343 | 59,8 | 9,5 |
| 4.Долгосрчные обя- зательства | | | | | | | | | | |
| Итого по разделу 4 | - | | - | | - | | | | | |
| 5.Краткосрочные обязательства | | | | | | | | | | |
| 5.1.Кредиторская за- долженность | 71 | 10,07 | 11 | 2,82 | 41 | 53,24 | -60 | 30 | 15,5 | 3,7 |
| Итого по разделу 5 | 71 | 10,07 | 11 | 2,82 | 41 | 53,24 | -60 | 30 | 15,5 | 3,7 |
| Баланс | 705 | 100 | 390 | 100 | 77 | 100 | -315 | -313 | 55,3 | 19,7 |

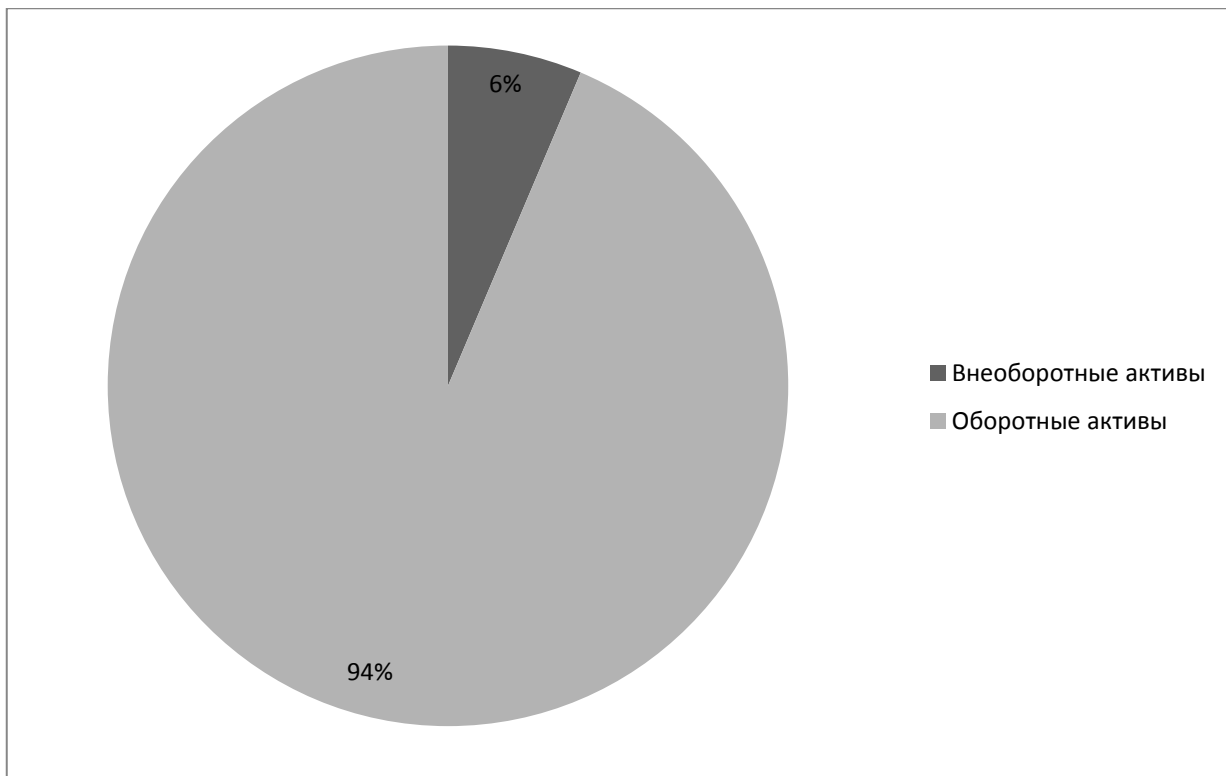


Рисунок 2.1 – Структура актива баланса в 2014 году

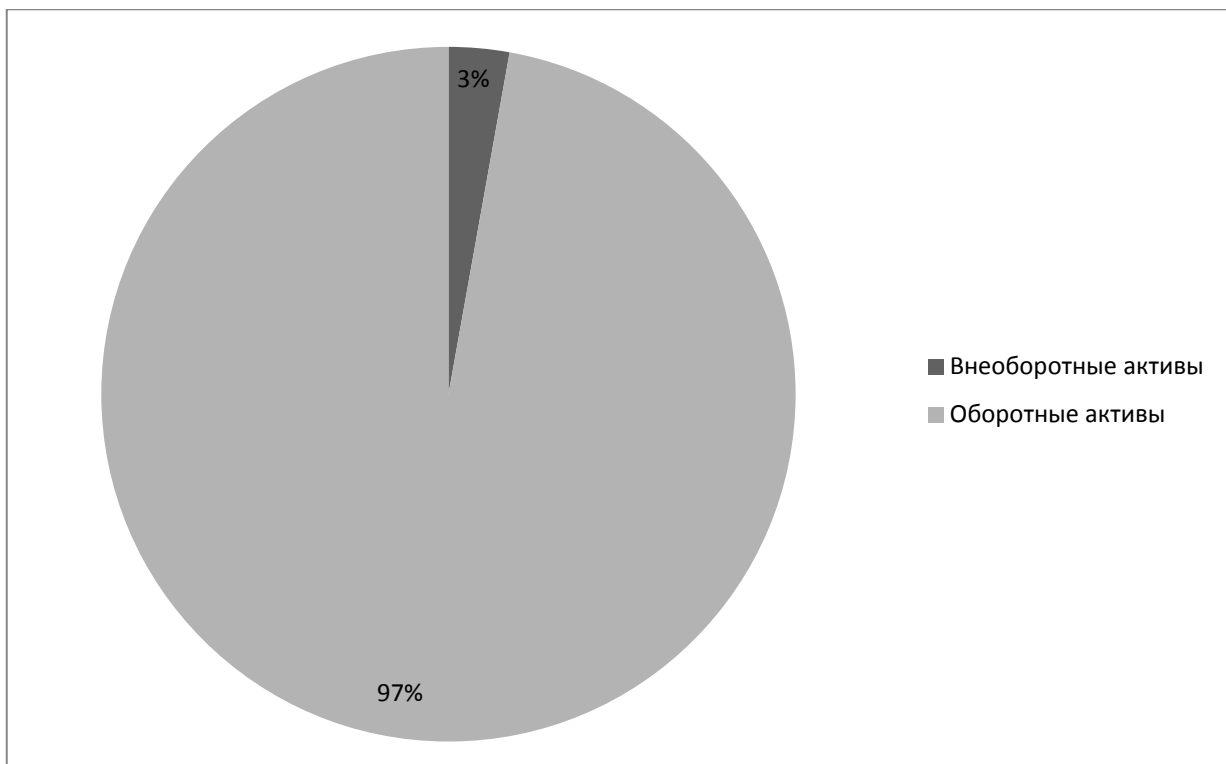


Рисунок 2.2 – Структура актива баланса в 2015 году

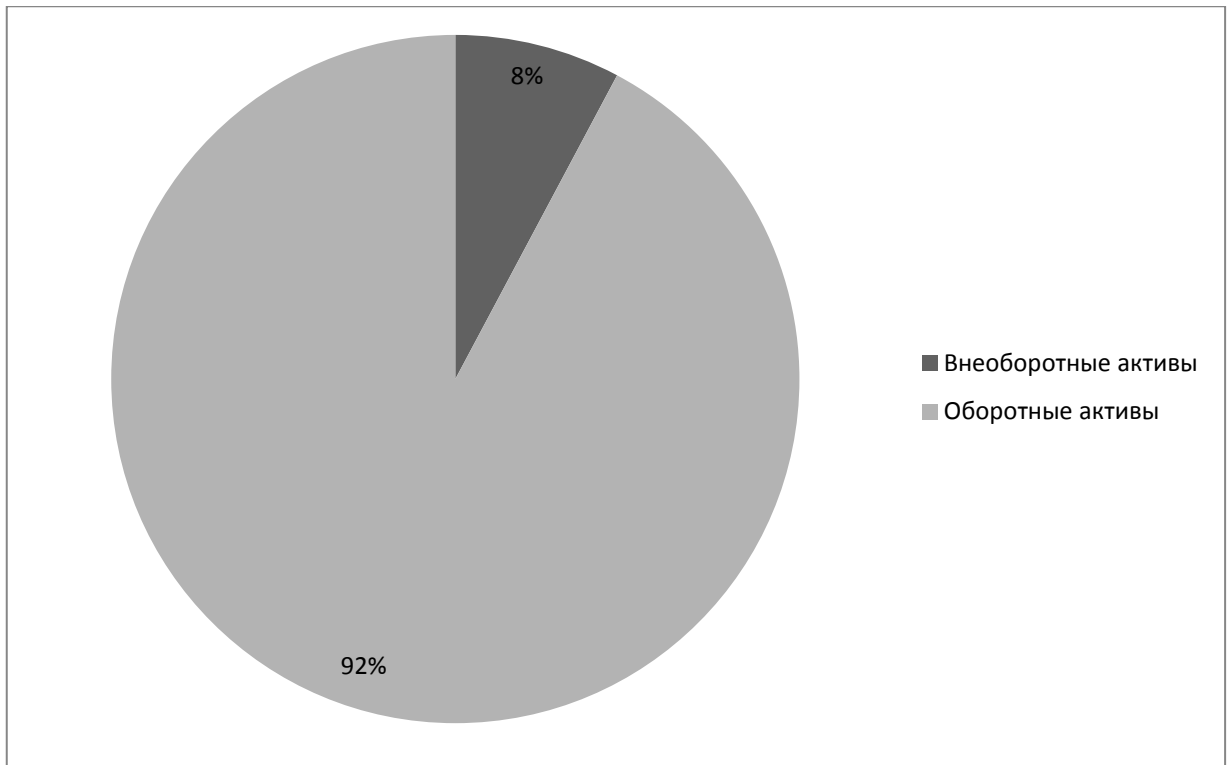


Рисунок 2.3 – Структура актива баланса в 2016 году

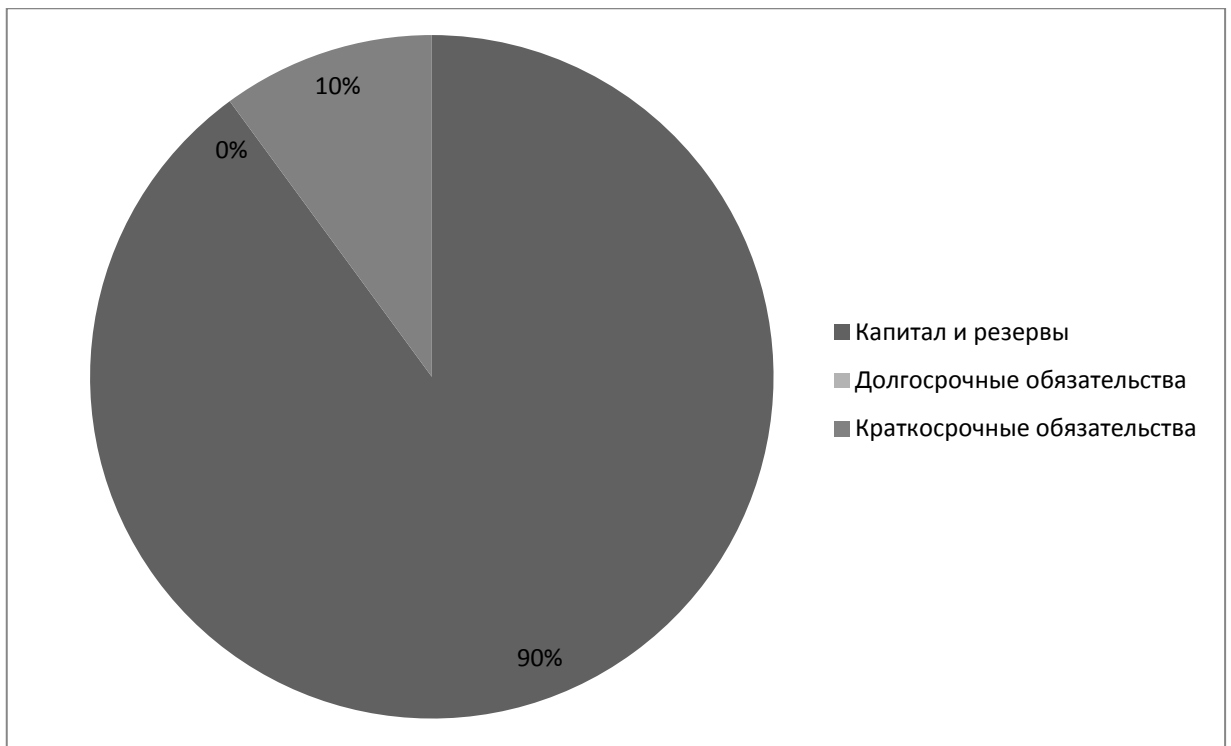


Рисунок 2.4 – Структура пассива баланса в 2014 году

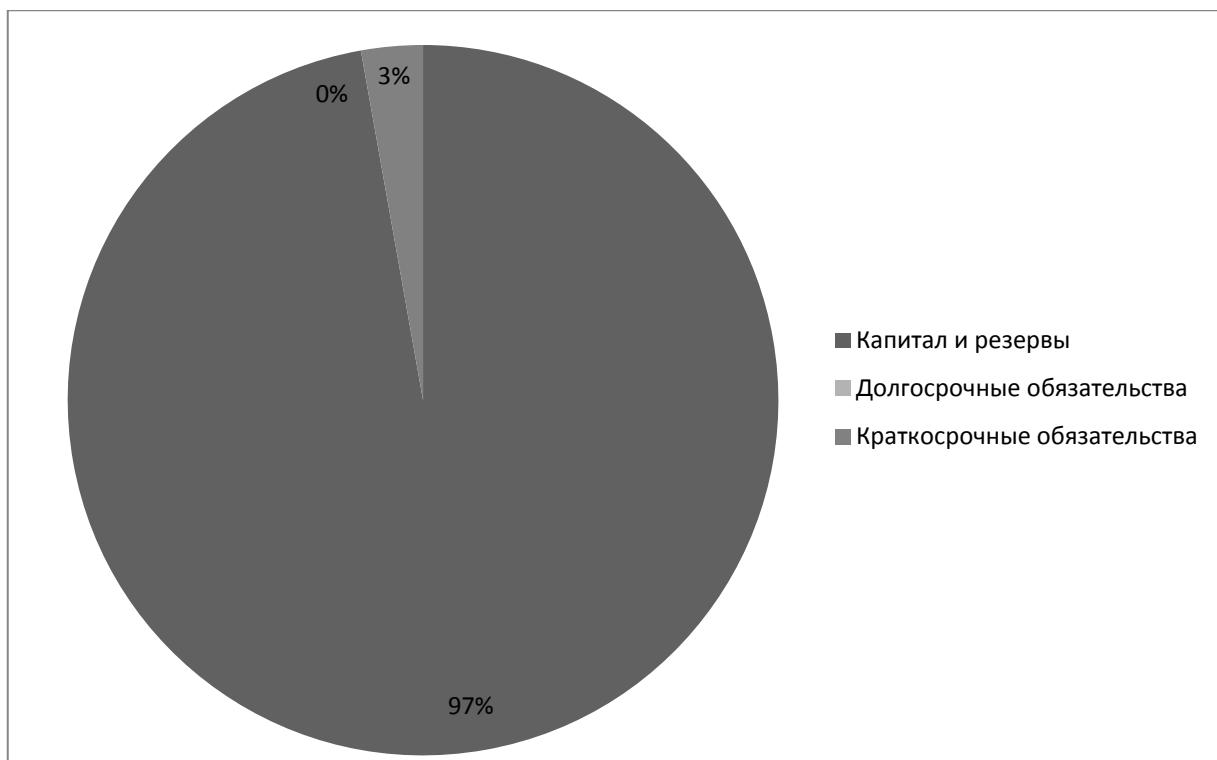


Рисунок 2.5 – Структура пассива баланса в 2015 году

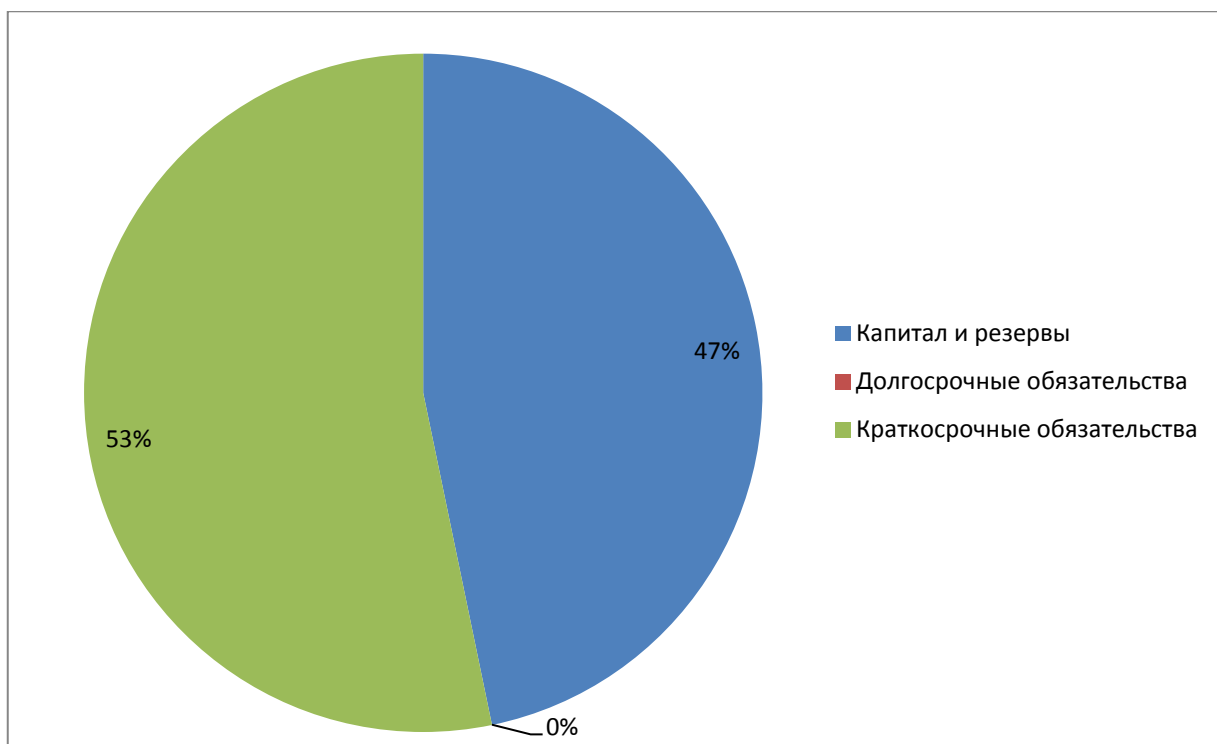


Рисунок 2.6 – Структура пассива баланса в 2016 году

Активы организации на конец 2014 года характеризуются следующим соотношением: большая доля оборотных активов (93,62 %) и меньшая доля внеоборотных активов (6,38 %).

Активы организации за 2015 год значительно снизились (на 42,6 %). Структура активов меняется и характеризуется следующим соотношением: оборотные активы (97,18 %), внеоборотные активы (2,82 %). Активы организации за 2015 год снизились (на 315 тыс.руб.).

В 2016 году стоимость внеоборотных активов уменьшилась (на 5 тыс.руб.), что напрямую связано со снижением основных средств (на 5 тыс.руб.). Это привело к увеличению доли внеоборотных активов (до 7,79 %).

В 2015 году в структуре оборотных активов первое место занимают денежные средства и денежные эквиваленты (49,74 %), остаток приходится на дебиторскую задолженность (47,42 %).

В 2016 году можно отметить увеличение доли дебиторской задолженности (до 68,83 %) и снижение доли денежных средств и денежных эквивалентов (до 23,38 %). Дебиторская задолженность в абсолютном выражении уменьшилась (на 132 тыс.руб.). На конец 2016 года наблюдается снижение величины активов (на 313 тыс.руб.).

На конец 2014 года на балансе предприятия преобладает капитал и резервы (89,93 %), долгосрочные обязательства отсутствуют, а краткосрочные обязательства составляют (10,07 %).

На конец 2015 года капитал и резервы увеличили свою долю в пассиве баланса (до 97,18 %), при этом краткосрочные обязательства составили (2,82 %).

На конец 2016 года произошло резкое снижение доли капитала и резервов (до 46,76 %), а краткосрочные обязательства возросли и составили (53,24 %).

На протяжении всего анализируемого периода большую долю составляет капитал и резервы, преобладание собственного капитала положительно сказывается на финансовой устойчивости предприятия.

Собственные средства предприятия почти целиком составляет нераспределенная прибыль. За анализируемый период, она существенно снижается, что говорит о нестабильном состоянии предприятия.

На протяжении 2014 – 2016 годов, раздел долгосрочные обязательства представлен нулевым показателем, что говорит об отсутствии привлеченных на длительный период заемных средств.

К концу 2015 года краткосрочные обязательства уменьшились (на 60 тыс.руб.). Уменьшение произошло за счет выплаты по кредиторской задолженности.

В 2016 году краткосрочные обязательства увеличились (на 30 тыс.руб.), это произошло в связи с увеличением кредиторской задолженности.

Анализ ликвидности и платежеспособности предприятия:

Степени ликвидности:

A1 – наиболее ликвидные активы: денежные средства, краткосрочные финансовые вложения.

A2 – быстрореализуемые активы: дебиторская задолженность и прочие активы.

A3 – медленно реализуемые активы: запасы и затраты, долгосрочные финансовые вложения, доходные вложения в материальные ценности.

A4 – труднореализуемые активы: внеоборотные активы итого по разделу.

П1 – наиболее срочные обязательства: кредиторская задолженность и прочие обязательства.

П2 – краткосрочные пассивы: краткосрочные кредиты и заемные средства.

П3 – долгосрочные пассивы: долгосрочные обязательства.

П4 – постоянные пассивы: раздел 3 баланса «Капитал и резервы».

Таблица 2.2 – Ликвидность и платежеспособность

| Актив | 2014 | 2015 | 2016 | Пассив | 2014 | 2015 | 2016 | Изменение | | |
|-------|------|------|------|--------|------|------|------|-----------|------|------|
| | | | | | | | | 2014 | 2015 | 2016 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| A1 | 536 | 194 | 18 | П1 | 71 | 11 | 41 | 465 | 183 | -23 |
| A2 | 124 | 185 | 53 | П2 | - | - | - | 124 | 185 | 53 |
| A3 | - | - | - | П3 | - | - | - | - | - | - |
| A4 | 45 | 11 | 6 | П4 | 634 | 379 | 36 | -589 | -368 | -30 |

Окончание таблицы 2.1

| | | | | | | | | | | |
|--------|-----|-----|----|--------|-----|-----|----|---|----|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Баланс | 705 | 390 | 77 | Баланс | 705 | 390 | 77 | 0 | 0 | 0 |

Таблица 2.3 – Сравнение активов и пассивов

| 2014 | 2015 | 2016 |
|-------|-------|-------|
| 1 | 2 | 3 |
| A1>П1 | A1>П1 | A1<П1 |
| A2>П2 | A2>П2 | A2>П2 |
| A3=П3 | A3=П3 | A3=П3 |
| A4<П4 | A4<П4 | A4<П4 |

Баланс считается абсолютно ликвидным, если соблюдаются следующие неравенства:

$$A1 \geq П1 \quad (2.1)$$

$$A2 \geq П2 \quad (2.2)$$

$$A3 \geq П3 \quad (2.3)$$

$$A4 \leq П4 \quad (2.4)$$

Сравнение первых двух групп неравенств позволяет оценить текущую платежеспособность. Сравнение 3ей группы- долгосрочную (перспективную) платежеспособность. А4-П4 свидетельствует о наличии у хозяйственного субъекта собственных оборотных средств.

В 2014 году наиболее ликвидные активы были больше, чем наиболее срочные обязательства, т.е. условие $A1 \geq П1$ выполнялось. Быстрореализуемые активы был больше, чем краткосрочные пассивы, что также говорит о выполнении неравенства $A2 \geq П2$. Это означает, что в данном периоде предприятие было платежеспособно.

Медленно реализуемые активы были равны долгосрочным пассивам, что выполняет неравенство $A3 \geq П3$ и означает, что в данном периоде предприятие обладало долгосрочной платежеспособностью.

Труднореализуемые активы не превышают постоянные пассивы, неравенство выполняется $A4 \leq П4$, что свидетельствует о наличии у предприятия собственных оборотных средств.

В 2015 году описание полностью соответствует 2014 году.

В 2016 году наиболее ликвидные активы стали меньше наиболее срочных обязательств, т.е. условие $A1 \geq П1$ не выполнялось, что говорит о неплатежеспособности предприятия в данном периоде.

Показатель чистого оборотного капитала (ЧОК):

ЧОК – характеризует свободные средства, которые находятся в обороте организации после погашения долгосрочных обязательств.

$$\text{ЧОК} = \text{ОА} - \text{КО}, \quad (2.5)$$

где ОА – оборотные активы;

КО – краткосрочные обязательства.

$$\text{ЧОК}_{2014} = 660 - 71 = 589 \text{ тыс.руб.} \quad (2.6)$$

$$\text{ЧОК}_{2015} = 379 - 11 = 368 \text{ тыс.руб.} \quad (2.7)$$

$$\text{ЧОК}_{2016} = 71 - 41 = 30 \text{ тыс.руб.} \quad (2.8)$$

Как видно из расчета чистого оборотного капитала, его величина положительная на протяжении всего анализируемого периода, при этом к 2016 году показатель снижается на 338 тыс.руб., что отражает понижение ликвидности организации.

Коэффициентный анализ ликвидности и платежеспособности:

1) Общий коэффициент ликвидности баланса.

$$K_{\text{общ.л.}} = \frac{A1 + 0,5 \times A2 + 0,3 \times A3}{П1 + 0,5 \times П2 + 0,3 \times П3} \quad (2.9)$$

Рекомендуемые значения от 1 до 2,5.

2) Коэффициент абсолютной ликвидности.

$$K_{\text{абс.л.}} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения}}{\text{Краткосрочные обязательства}} \quad (2.10)$$

Рекомендуемые значения от 0,2 до 0,5.

3) Коэффициент срочной (критической) ликвидности.

$$K_{\text{ср.л.}} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения} + \text{Краткосрочная дебиторская задолженность}}{\text{Краткосрочные обязательства}} \quad (2.11)$$

Рекомендуемые значения от 0,7 до 1.

4) Коэффициент текущей ликвидности.

$$K_{\text{тек.л.}} = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Краткосрочные обязательства}} \quad (2.12)$$

Рекомендуемые значения от 2 до 3,5.

Таблица 2.4 – Коэффициенты ликвидности

| Наименование коэффициента | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------------|------|-------|------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1) $K_{\text{общ.л.}}$ | 8,42 | 26,05 | 1,08 |
| 2) $K_{\text{абс.л.}}$ | 7,55 | 17,64 | 0,45 |
| 3) $K_{\text{ср.л.}}$ | 9,3 | 34,46 | 1,73 |
| 4) $K_{\text{тек.л.}}$ | 9,3 | 34,46 | 1,73 |

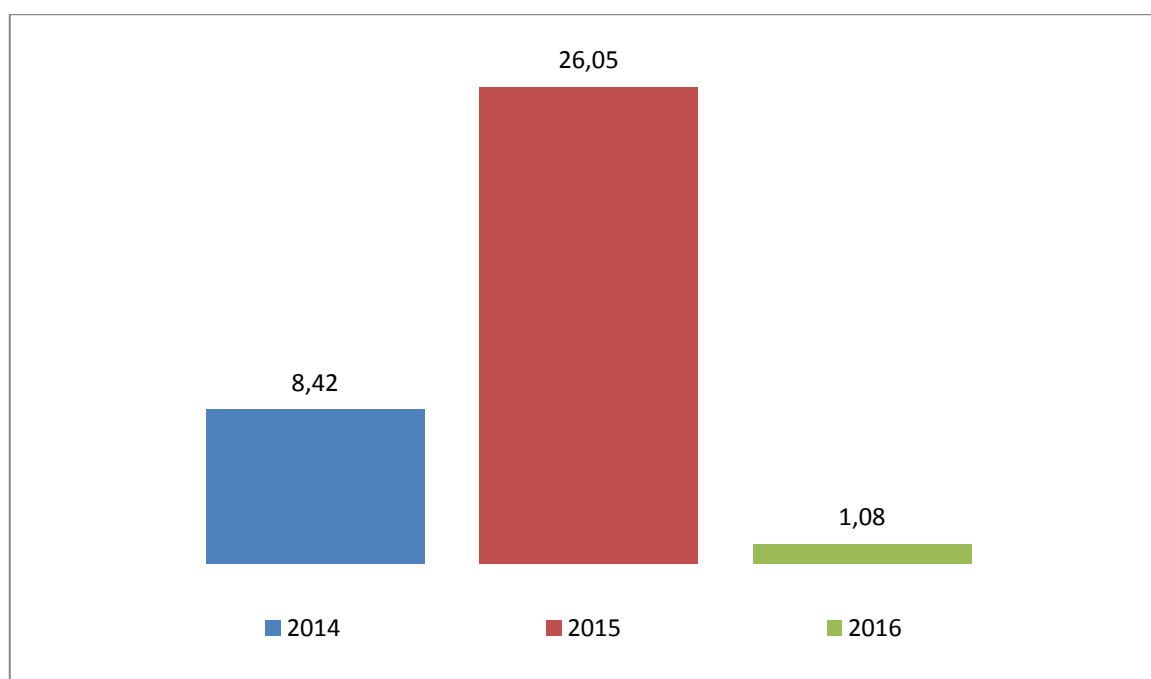


Рисунок 2.7 – Динамика изменения коэффициента общей ликвидности

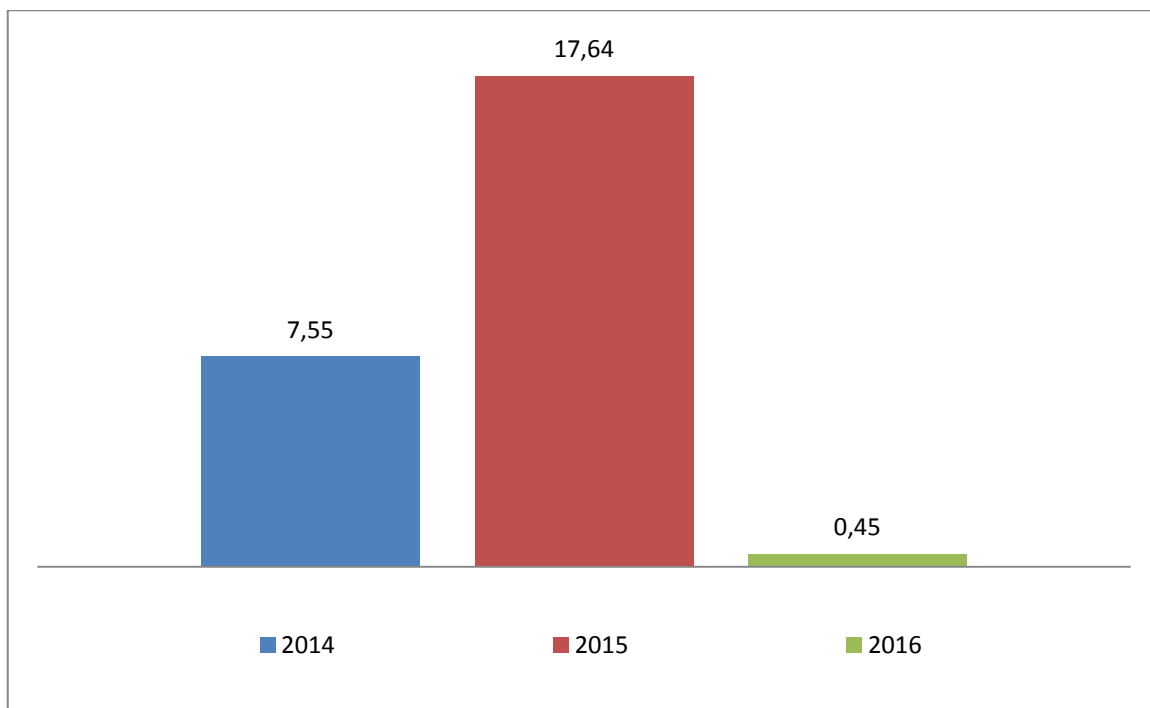


Рисунок 2.8 – Динамика изменения коэффициента абсолютной ликвидности

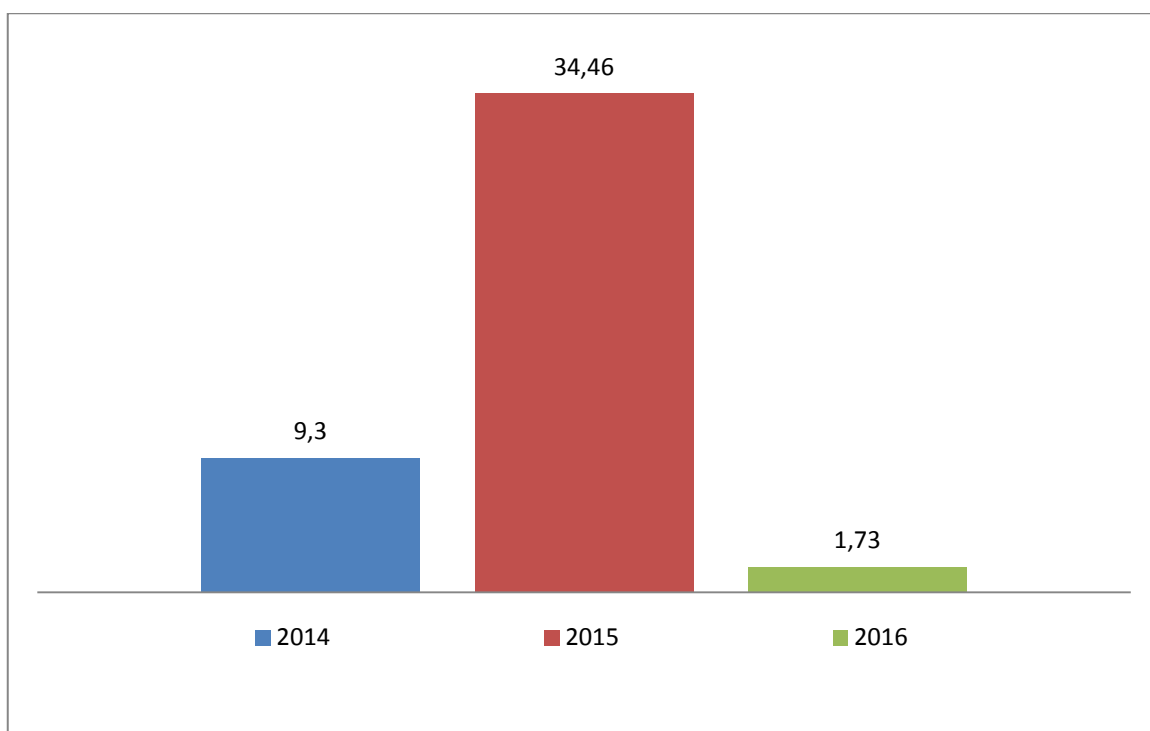


Рисунок 2.9 – Динамика изменения коэффициента срочной ликвидности

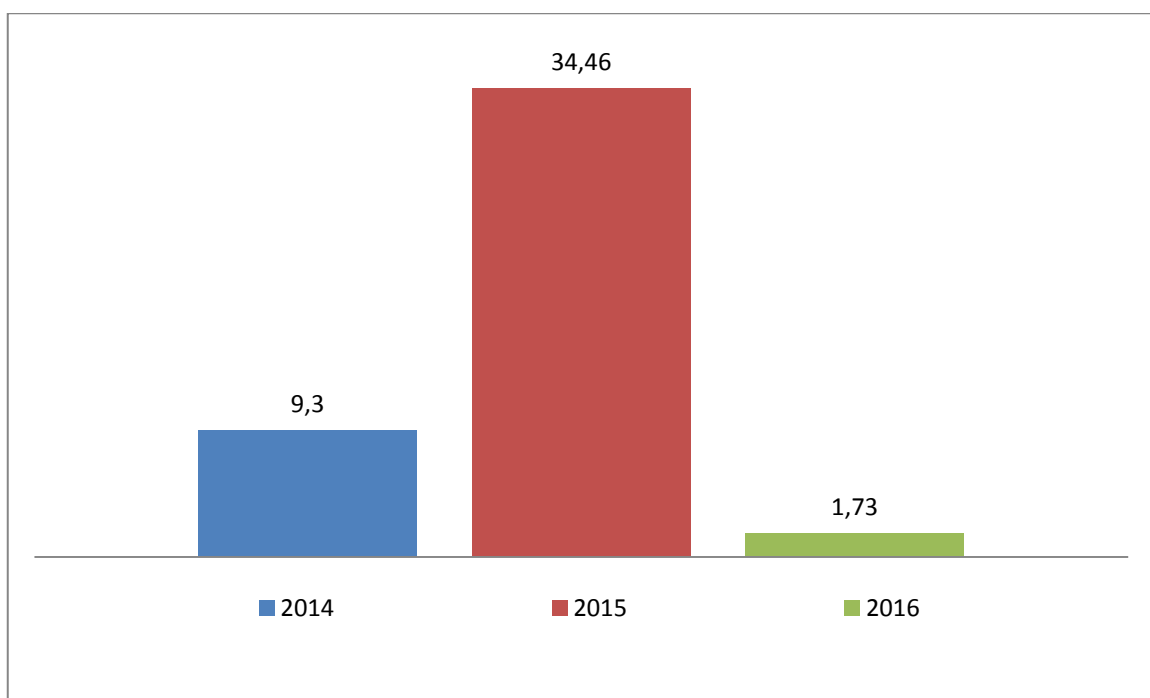


Рисунок 2.10 – Динамика изменения коэффициента текущей ликвидности

Как видно из таблицы, общий коэффициент ликвидности в 2014 и 2015 году значительно превышает рекомендуемые значения, а в 2016 году составляет норму. Это означает, что предприятие обладает избыточностью ликвидных средств для покрытия всех платежных обязательств.

Анализируя коэффициент абсолютной ликвидности, можно сказать, что он так же в 2014 и 2015 годах превышает рекомендуемые значения, а в 2016 году составляет нормальное значение, что говорит о высокой платежеспособности организации за данный период.

Коэффициент срочной ликвидности за весь рассматриваемый период имеет высокое значение и показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена за счет денежных средств.

Анализируя коэффициент текущей ликвидности, можно сказать, что он так же превышает рамки рекомендуемых значений. Это означает, что у организации хватает оборотных средств для покрытия своих краткосрочных обязательств.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что предприятие является ликвидным и платежеспособным.

1) Коэффициент общей платежеспособности.

$$K_{o.пл.} = \frac{\text{Внеоборотные активы} + \text{Оборотные активы}}{\text{Каритал и резервы} + \text{Долгосрочные обязательства} + \text{Краткосрочные обязательства} - \text{Доходы будущих периодов} - \text{Резервы предстоящих расходов}} \quad (2.13)$$

Рекомендуемые значения >2.

2) Коэффициент долгосрочной платежеспособности.

$$K_{д.пл.} = \frac{\text{Долгосрочные обязательства}}{\text{Каритал и резервы} + \text{Доходы будущих периодов} + \text{Резервы предстоящих расходов}} \quad (2.14)$$

Рекомендуемого значения нет.

3) Коэффициент собственной платежеспособности.

$$K_{с.пл.} = \frac{\text{Собственный капитал} - \text{Внеоборотные активы}}{\text{Краткосрочные обязательства}} \quad (2.15)$$

Рекомендуемые значения >0,1.

Таблица 2.5 – Коэффициенты платежеспособности

| Коэффициент | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------|------|------|------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. $K_{o.пл.}$ | 1 | 1 | 1 |
| 2. $K_{д.пл.}$ | 0 | 0 | 0 |
| 3. $K_{с.пл.}$ | 6,9 | 16,6 | 0,29 |

Анализируя коэффициент общей платежеспособности, можно отметить, что на протяжении всего анализируемого периода он был равен 1, что не достигает рекомендуемого значения. Это говорит о том, что предприятие сильно зависит от внешних источников заимствования, как следствие предприятие можно считать неустойчивым.

Коэффициент долгосрочной платежеспособности характеризует возможность организации расплатиться по долгосрочным заемным средствам собственным капиталом. У данной организации долгосрочные обязательства отсутствуют.

Коэффициент собственной платежеспособности на протяжении 2014 – 2016 годов принимает значение значительно выше рекомендуемого, что говорит о способности предприятия выплатить долги по обязательствам.

Анализ финансовой устойчивости. Относительные коэффициенты финансовой устойчивости:

1) Коэффициент автономии.

$$K_a = \frac{\text{Общая сумма собственных финансовых источников}}{\text{Общий итог баланса}} \quad (2.16)$$

Рекомендуемое min значение 0,5.

2) Коэффициент маневренности.

$$K_m = \frac{\text{Собственные оборотные средства предприятия}}{\text{Собственные средства+Долгосрочные заемные средства}} \quad (2.17)$$

Рекомендуемое значение >0,5.

3) Коэффициент мобильности оборотных средств предприятия.

$$K_{m.об.} = \frac{\text{Денежные средства+Краткосрочные финансовые вложения}}{\text{Стоимость оборотных активов}} \quad (2.18)$$

4) Коэффициент кредиторской задолженности.

$$K_{кр.з.} = \frac{\text{Сумма кредиторской задолженности}}{\text{Сумма внешних обязательств}} \quad (2.19)$$

Таблица 2.6 – Коэффициенты финансовой устойчивости

| Наименование коэффициента | 2013 | 2014 | 2015 | Отклонения | |
|---------------------------|------|------|------|--------------|--------------|
| | | | | 2014 от 2013 | 2015 от 2014 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1) K_a | 0,89 | 0,94 | 0,34 | 0,05 | -0,6 |
| 2) K_m | 0,2 | 0,5 | 2,04 | 0,3 | 1,54 |
| 3) $K_{m.об.}$ | 0,81 | 0,51 | 0,25 | -0,3 | -0,26 |
| 4) $K_{кр.з.}$ | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |

Анализ коэффициентов финансовой устойчивости показал следующее:

Коэффициент автономии (финансовой независимости) находится в рамках рекомендуемого значения на протяжении всего анализируемого периода. За 2015 год значение коэффициента минимально, это говорит о том, что в данный период у предприятия существует небольшая зависимость от внешних кредитов. Предприятию не хватает собственных средств для реализации хозяйственной деятельности.

С 2013 по 2014 год произошел рост коэффициента на 0,05, что говорит об улучшении финансовой независимости предприятия, оно становится более устойчиво, стабильно, уменьшилась зависимость от внешних кредитов. Но к 2015 году коэффициент снижается на 0,6, что говорит об увеличении зависимости предприятия от внешних кредитов.

Анализируя коэффициент маневренности можно сказать, что значения растут на протяжении всего периода. В 2013 году значение не достигает рекомендуемого, что говорит о большом количестве заемных средств на предприятии. Но в 2014 и 2015 годах значение больше оптимального, это говорит о том, что несмотря на привлечение заемных средств предприятием, оно в большинстве случаев использует собственные оборотные средства для производственно- хозяйственной деятельности.

Говоря о коэффициенте мобильности оборотных средств предприятия, можно сказать, что его значение на протяжении всего анализируемого периода снижается. Минимальное значение в 2015 году говорит о том, что величина денежных средств и краткосрочных финансовых вложений предприятия была мала по отношению к стоимости оборотных активов. Снижение этого показателя говорит об ухудшении финансового состояния за данный период.

Анализ коэффициента кредиторской задолженности показал, что на протяжении всего анализируемого периода сумма внешних обязательств полностью состоит из суммы кредиторской задолженности.

Анализ всех коэффициентов финансовой устойчивости показал, что к 2015 году финансовое состояние предприятия ухудшилось, предприятие в большей степени стало пользоваться заемными средствами и уменьшилось использование собственных средств для производственно- хозяйственной деятельности.

2.3 Анализ финансовых результатов

Анализ финансовых результатов представлен в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Анализ финансовых результатов

| Показатель | 2014 | 2015 | 2016 | Абсолютное изменение 2015 к 2014 | Абсолютное изменение 2016 к 2015 | Темп роста, % 2015 к 2014 | Темп роста, % 2016 к 2015 |
|-------------------------------------|-------|------|-------|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Выручка | 3505 | 1764 | 1462 | -1741 | -302 | 50,33 | 82,88 |
| Себестоимость продаж | 3760 | 1814 | 1719 | -1946 | -95 | 48,24 | 94,76 |
| Валовая прибыль (убыток) | (255) | (50) | (257) | 205 | -207 | 19,61 | 514 |
| Прибыль (убыток) от продаж | (255) | (50) | (257) | 205 | -207 | 19,61 | 514 |
| Прочие расходы | - | 10 | 71 | 10 | 61 | 100 | 710 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | (255) | (60) | (328) | 195 | -268 | 23,53 | 546 |
| Чистая прибыль (убыток) | (255) | (60) | (328) | 195 | -268 | 23,53 | 546 |

Выручка предприятия на 2014 год составила 3505 тыс.руб., к 2015 году она уменьшилась на 1741 тыс.руб. (на 50,33%) до 1764 тыс.руб.. К 2016 году также произошло снижение выручки на 302 тыс.руб. до 1462 тыс.руб.

При этом себестоимость продаж с 2014 по 2015 год снизилась на 1946 тыс.руб. (на 48,24%) с (3760 тыс.руб.) до (1814 тыс.руб.) и к 2016 году продолжила снижение до (1719 тыс.руб.)

Валовая прибыль на предприятии равна прибыли от продаж и с 2014 по 2015 год она увеличилась на 205 тыс.руб. (на 19,61%), но к 2016 году произошло ее снижение на 207 тыс.руб., что отрицательно сказывается на деятельности предприятия.

Это свидетельствует о быстром спаде себестоимости и резком спаде выручки от продаж, что привело к снижению прибыли предприятия.

В 2015 году появились прочие расходы, составляющие (10 тыс.руб.), в 2016 году они увеличились до (71 тыс.руб.).

Прибыль до налогообложения увеличилась на 195 тыс.руб. (на 23,53%) с (-255 тыс.руб.) до (-60 тыс.руб.), но позже снизилась (на 268 тыс.руб.) до (-328 тыс.руб.)

Чистая прибыль с 2014 по 2015 год увеличилась на 177 тыс.руб. (30,58%) и составила на 2015 год (-78 тыс.руб.), но к 2016 году произошло резкое снижение на (-265 тыс.руб.) до (-343 тыс.руб.).

Факторный анализ прибыли:

1) Влияние изменения выручки от реализации на прибыль от продаж.

$$J_{p2015} = 0,503 \quad (2.20)$$

$$J_{p2016} = 0,828 \quad (2.21)$$

$$\Delta P_{p1} = \text{Прибыль от продаж (2014г.)} \times (J_p - 1) = (-255) \times (0,503 - 1) = 126,7 \quad (2.22)$$

$$\Delta P_{p2} = \text{Прибыль от продаж (2015г.)} \times (J_p - 1) = (-50) \times (0,828 - 1) = 8,6 \quad (2.23)$$

2) Влияние изменения себестоимости продукции на прибыль от продаж.

$$\Delta P_{p3} = 3760 \times 0,503 - 1814 = 77,28 \quad (2.24)$$

$$\Delta\Pi_{pz} = 1814 \times 0,828 - 1719 = -217 \quad (2.25)$$

3) Сумма факторных отклонений.

$$\Delta\Pi\Pi = 126,7 + 77,28 = 203,98 \quad (2.26)$$

$$\Delta\Pi\Pi = 8,6 - 217 = -208,4 \quad (2.27)$$

Результаты факторного анализа показали, что наибольшее влияние на прибыль в 2015 году оказал фактор изменения выручки от реализации. В 2016 году основное влияние оказал фактор роста себестоимости. Влияние выручки оказалось отрицательным, так как произошло ее снижение с (126,7 тыс.руб.) до (8,6 тыс.руб.). Влияние роста себестоимости на прибыль в 2015 году было положительным и составило 77,28 тыс.руб., но произошедшие к 2016 году изменения говорят об ухудшении и сильном повышении влияния себестоимости на прибыль, так как произошло снижение показателя до (-217 тыс.руб.).

Проведя горизонтальный и вертикальный анализ предприятия ООО «РЦ «Онлайн-Продвижение»», мы выявили, что на протяжении всего анализируемого периода большую долю составляет капитал и резервы, преобладание собственного капитала положительно сказывается на финансовой устойчивости предприятия.

Собственные средства предприятия почти целиком составляет нераспределенная прибыль. За анализируемый период, она существенно снижается, что говорит о нестабильном состоянии предприятия.

На протяжении 2014 – 2016 годов, раздел долгосрочные обязательства представлен нулевым показателем, что говорит об отсутствии привлеченных на длительный период заемных средств.

Исходя из результатов анализа ликвидности и платежеспособности, можно отметить, что на протяжении всего анализируемого периода предприятие обладает избыточностью ликвидных средств для покрытия всех платежных обязательств.

Анализ всех коэффициентов финансовой устойчивости показал, что к 2016 году финансовое состояние предприятия ухудшилось, предприятие в большей степени стало пользоваться заемными средствами и уменьшилось использование собственных средств для производственно – хозяйственной деятельности.

Анализируя финансовые результаты, можно сказать, что предприятие не имеет чистой прибыли, а работает в убыток. Наибольшее влияние на это оказывает фактор себестоимости, что негативно сказывается на деятельности предприятия.

3 РАЗРАБОТКА СПОСОБОВ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ

ООО «РЦ «ОНЛАЙН – ПРОДВИЖЕНИЕ»» И ИХ

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

3.1 Рекомендации по увеличению прибыли предприятия

Любое предприятие в процессе своей деятельности стремится получить максимум прибыли, а это напрямую зависит от эффективности деятельности предприятия. На каждом предприятии следует разрабатывать мероприятия по увеличению прибыли, к ним могут относиться:

- увеличение выпуска продукции;
- улучшение качества продукции;
- продажа излишнего оборудования и другого имущества предприятия, или сдача его в аренду;
- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
- диверсификация производства;
- расширение рынка сбыта.

Следует рассмотреть пути по увеличению прибыли более подробно. Определим основные направления снижения издержек предприятия в условиях рыночной экономики.

В условиях свободной конкуренции цена продукции, произведенной предприятием, выравнивается автоматически. Здесь присутствует действие законов рыночного ценообразования. При этом, каждый руководитель прилагает немалые усилия, чтобы расширить производство и продвинуть товар на незаполненные рынки. Такие мероприятия способствуют снижению затрат на производство и реализацию продукции, а так же происходит снижение издержек производства.

Обычно предприятию удается снизить затраты за счет экономии всех видов ресурсов, потребляемых в производстве: трудовых и материальных. Значительную

долю составляет оплата труда. В связи с этим стоит провести мероприятия, способствующие снижению трудоемкости выпускаемой продукции, росту производительности труда, сокращению численности административно – обслуживающего персонала.

Наиболее эффективный способ снижения трудоемкости продукции – механизация и автоматизация производства, разработка и применение прогрессивных, высокопроизводительных технологий, замена и модернизация устаревшего оборудования. При этом следует учитывать, что мероприятия по совершенствованию применяемой техники и технологии не всегда способствует улучшению организации производства и труда. Все же, первостепенное значение для повышения производительности труда имеет надлежащая его организация: подготовка рабочего места, полная его загрузка, применение передовых методов и приемов труда.

Доля материальных ресурсов в структуре затрат на производство продукции – 60%, что подтверждает значение рационального их использования. На первый план выступает применение ресурсосберегающих технологических процессов. Немаловажным является повышение требовательности и повсеместное применение входного контроля за качеством поступающих от поставщиков сырья и материалов, комплектующих изделий и полуфабрикатов.

Сокращения расходов на амортизацию основных производственных фондов можно достигнуть путем максимальной их загрузки.

Существует множество факторов, определяющих величину прибыли. Они делятся на внутренние и внешние. Внешние – не зависят от усилий данного коллектива, например изменение цен на материалы, продукцию, изменение тарифов перевозки, норм амортизации и т.д. Мероприятия, приводящие к изменению внешних факторов, проводятся в глобальном масштабе, и оказывают серьезное влияние на обобщающие показатели производственно – хозяйственной деятельности предприятий.

Структурные сдвиги в ассортименте продукции существенно влияют на величину реализованной продукции, себестоимость и рентабельность производства. Следовательно, задача экономического анализа, который был проведен во второй

главе данной выпускной квалификационной работы, заключается в выявлении влияния внешних факторов, определения суммы прибыли, полученной в результате действия основных внутренних факторов, отражающих трудовые вложения работников и эффективность использования производственных ресурсов.

Гарантией успеха предприятия в условиях развития рыночных отношений является грамотное ведение конкурентной борьбы. Существуют различные методы конкурентной борьбы, к которым относят: ценовые, неценовые, недобросовестные методы конкуренции.

Главным оружием в конкурентной борьбе ценовым методом является снижение цен на продукцию или услуги. Руководитель предприятия при этом рассчитывает получать большую прибыль за счет увеличения потока клиентов и в последующей наработке большей базы постоянных клиентов. В последствие этого предприниматель займет большую долю рынка и сможет поднять цены, стремясь восполнить предыдущие убытки.

Мировой опыт хозяйствования показывает, что в текущих условиях использование ценовых методов в конкурентной борьбе заканчивается плохо, поскольку снижение цен привлекает на рынок производителей низшего уровня, это приводит к банкротству организатора ценового метода конкурентной борьбы.

На сегодняшний день пользуется определенной популярностью метод снижения издержек производства и обращения. Этот метод лежит в основе долгосрочной стратегии развития любого предприятия.

К неценовым методам конкурентной борьбы можно отнести модификацию свойств товара или предоставляемой услуги; создание взаимозаменяемых товаров; усовершенствование услуг, сопровождающих реализацию. Суть этих методов заключается в повышении качества товаров, а так же обслуживания клиентов. Это означает, что особое внимание в деятельности ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» должно уделяться:

- высокому качеству оказываемых услуг;
- надежности услуг, их безопасности, что следует подчеркнуть в рекламе;
- высокому качеству допродажного и послепродажного обслуживания;

- обязательное обучение персонала тонкостям работы;
- рост скорости выполнения заказов;
- проведение рекламных компаний для оповещения потребителей об услугах.

Достичь временных или постоянных преимуществ перед конкурентами можно за счет активной маркетинговой деятельности. Реклама представляет собой связь между производителем и потребителем, с помощью которой потребитель формирует представление о свойствах товара или услуги, в дальнейшем образовывая спрос на продукцию.

Рассмотрим положительные аспекты рекламы для ООО «РЦ «Онлайн – Промышленное движение»»:

1) Целью рекламы является обеспечение клиентов информацией об услугах. С ее помощью сообщается информация о ценах, новых видах оказываемых услуг и о расположении торговых точек. Данная информация позволяет потребителям сделать осознанный выбор товара или услуги и той компании, которая ее предлагает.

2) Рекламная деятельность способствует повышению интенсивности конкуренции. Так как реклама дает информацию потребителю о всех фирмах на рынке, покупатели получают возможность извлекать выгоду из разницы в ценах. Таким образом, влияние фирм на рынок уменьшается. Кроме того, с помощью рекламы облегчается выход на рынок новых компаний, так как она привлекает потребителей, которые остались неудовлетворены товарами и услугами уже существующих фирм.

3) Реклама стимулирует совершенствование продукта производителем. В рекламе должны содержаться лишь достоверные сведения о продукции или услугах, чем они лучше, тем больше клиентов обратятся в вашу компанию.

Также основным направлением для увеличения прибыли предприятия является совершенствование планирования комплексных затрат. Изучая комплексные затраты с целью установления возможности дальнейшего их снижения, целесообразно выявить отклонения фактических затрат от плановых по каждой статье отдельно.

Максимизация прибыли напрямую зависит от эффективности деятельности предприятия. Существует множество направлений повышения эффективности производства:

- научно – технический прогресс. При этом снижаются затраты на производство единицы продукции;
- ресурсосбережение и модернизация оборудования;
- привлечение максимума инвестиций и их рациональное распределение;
- повышение качества продукции;
- эффективность управленческого фактора.

В последнем направлении уместно использование инструментов маркетинга, при этом все факторы должны взаимодействовать. Использование разработок научно – технического прогресса приводит к большим успехам в максимизации прибыли. Использование новых упаковок, новых способов рекламы товара помогают увеличить товарооборот.

Привлечение инвестиций позволяет предприятию восполнить недостаток ресурсов для формирования основных и оборотных фондов.

Важнейшим фактором в формировании прибыли является человеческий фактор. Управление персоналом включает такие составляющие, как: кадровая политика, взаимоотношения в коллективе, социально – психологические аспекты управления.

Одним из популярных направлений увеличения прибыли является повышение производительности труда, а так же экономия трудовых затрат. Важнейший фактор роста прибыли за счет повышения производительности труда – совмещение трудовых функций на предприятиях, воздействующее на рост эффективности производства: сокращаются затраты рабочего времени, повышается загрузка рабочих, что ведет к сокращению трудовых затрат на производство.

Первостепенное значение для увеличения прибыли имеет стимулирование снижения трудовых затрат. Однако прибыль увеличивается только в том случае, если темпы роста производительности труда превышают темпы роста заработной

платы, если каждый работник получает оплату в соответствии с количеством и качеством его труда.

Также росту прибыли могут способствовать организационно – технические мероприятия, к которым можно отнести: внедрение прогрессивной технологии, механизация и автоматизация производственных процессов, совершенствование и модернизация используемой техники, улучшение использования основных средств, повышение уровня реализуемой продукции или услуг. При расчете снижения себестоимости за счет внедрения данных мероприятий следует учитывать, что их влияние проявляется через улучшение использования производственных ресурсов. Поэтому изменение прибыли следует рассчитывать через показатели эффективности использования ресурсов.

Рассматривая определения и способы повышения прибыли, большинство авторов склоняются к описанию методов, касающихся товара. Для предприятия, деятельностью которого является оказание услуг, следует разработать новые определения и принципы продвижения, так как жизненный цикл любой услуги отличается от товарного.

Научной новизной выпускного исследования следует считать уточненное определение прибыли предприятия, сферой деятельности которого является оказание услуг. Цель исследования – выявление различия в жизненном цикле товара и услуги, а также разработка определения прибыли с точки зрения предоставления услуг.

У различных услуг стадии жизненного цикла могут продолжаться от нескольких дней до десятков лет. Каждая услуга, предлагаемая на рынке, постепенно теряет свою конкурентоспособность и ее место занимает более совершенная услуга. Данный процесс напрямую связан с развитием научно – технического прогресса, изменением потребностей потребителей.

Период жизнеспособности услуги на рынке называется жизненным циклом. Следует провести аналитическое сравнение жизненного цикла товара и услуги. К общим чертам относятся:

1. Ограниченный срок жизни.

2. Стадии: разработка, внедрение, рост, зрелость, насыщение и спад.
3. Прибыль на каждом этапе жизненного цикла различна.

Главным критерием для оценки жизненного цикла услуги является объем реализации, обеспечивающий возмещение всех издержек и получение запланированной прибыли.

Особенности жизненного цикла услуг:

1. Время жизненного цикла услуги выше, чем товарного.
2. Продолжительность стадий для услуг выше, чем для товаров.
3. Стадия, предшествующая получению устойчивой прибыли, относительно не большая в виду меньшей трудоемкости процесса новой услуги.
4. Степени риска от неопределенности реального реагирования потребителей на появление услуги ниже, чем для товаров в вещественном выражении.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что поведение предприятия, оказывающего услуги на рынке и возможности для успешного использования разнообразного маркетингового инструментария позволяют рассматривать сферу услуг как одно из эффективных направлений предпринимательства, которое позволяет быстро и с небольшими затратами организовать производство и реализацию специфичного товара, способного обладать рыночной привлекательностью в течение длительного периода.

Работники сферы услуг в первую очередь должны быть отличными менеджерами, способными убедить клиента в важности их услуги. Прибыль для такого предприятия представляет собой получение денежных средств за неосязаемые вещи. Психологически клиентам намного проще дается покупка товаров в вещественной форме, так как их значимость можно оценить физически. С услугами же все намного сложнее, следует убедить клиента в необходимости ее приобретения и главное, не дать ему пожалеть об этом. Следовательно, основным элементом при продаже услуг, является так называемая продажа «идеи», когда клиент готов отдать деньги за информацию. А это значит, что основу прибыли предприятия, оказывающего услуги, составляет человеческий фактор. И поэтому формируется такое определение прибыли для предприятий, оказывающих услуги: прибыль для пред-

приятия, оказывающего услуги – это денежные средства, полученные в пользу предприятия благодаря деятельности сотрудников без производства материального товара и без прямых затрат на его производство.

Для эффективного функционирования ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» в условиях рыночных отклонений особое значение имеет поиск ресурсов увеличения выручки, снижение себестоимости, роста прибыли. Увеличить прибыль можно используя резервы ее роста, которые предприятие может выявить для себя и, исходя из этого, получить желаемый результат.

Недостатками работы ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» за отчетный период являются следующие:

- на протяжении анализируемых периодов выручка предприятия снижается;
- значительно увеличился убыток предприятия с 2015 по 2016 год;
- к концу отчетных периодов предприятие имеет убытки.

Текущими резервами роста прибыли ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» является снижение себестоимости продаж, сокращение расходов на персонал.

3.2 Практические рекомендации по увеличению прибыли ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» и их экономическое обоснование

Себестоимость, ее размеры и структура оказывают основное влияние на результаты деятельности ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»». Увеличение себестоимости приводит к снижению прибыли предприятия. Организация рациональной системы учета затрат, а так же своевременный анализ ее структурных изменений позволит сократить издержки.

ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» для получения большей прибыли необходимо рассмотреть следующее:

- снизить расходы на аренду офисного помещения;
- сократить расходы по фонду заработной платы путем сокращения сотрудников.

ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» занимает помещение площадью 100 кв.м. в городе Пензе ул. Попова 36, где располагается офисное помещение со столами

сотрудников, кабинет генерального директора, вспомогательные помещения. Арендная плата за него составляет 35 000 рублей в месяц и 420 000 рублей в год. Район расположения можно считать средним по деловой активности. Естественно, что покупатели услуг ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» целенаправленно обращаются в эту компанию и имеют возможность посещения в любой точке города, но наиболее выгодным расположением можно было бы считать центр города, например, улицы Московская, Володарского, Пушкина и близлежащие.

С целью повышения прибыли ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»» предлагается отказаться от арендуемого помещения. Целесообразно выбрать помещение в районах с высокой деловой активностью и меньшей площадью, так как планируется сокращение численности сотрудников. Также предлагается рассчитать экономическую эффективность от вложений в покупку собственного офисного помещения и срок его окупаемости.

На торговых площадках города Пензы было найдено два достойных предложения по аренде, рассмотрим каждое из них подробно:

1) Офисное помещение площадью 65 кв.м. по цене 380 руб. за 1кв.м. Расположение в центре города по улице Калинина. Произведем расчеты выгоды за год.

$$65 * 380 = 24\ 700 \text{ руб. - арендная плата за месяц} \quad (3.1)$$

$$24\ 700 * 12 = 296\ 400 \text{ руб. арендная плата в год} \quad (3.2)$$

$$420\ 000 - 296\ 400 = 123\ 600 \text{ руб. - высвобождающиеся денежные средства} \quad (3.3)$$

2) Офисное помещение площадью 50 кв.м. по цене 600 руб. за 1кв.м. Расположенное в самом центре города по улице Московской. Помещение находится в районе с наивысшей проходимостью в городе.

$$50 * 600 = 30\ 000 \text{ руб. арендная плата за месяц} \quad (3.4)$$

$$30\ 000 * 12 = 360\ 000 \text{ руб. арендная плата в год} \quad (3.5)$$

$$420\ 000 - 360\ 000 = 60\ 000 \text{ руб. высвобождающиеся денежные средства} \quad (3.6)$$

Таблица 3.1 – Сравнение аренды офисных помещений

| Показатели | Офисное помещение №1 | Офисное помещение №2 |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Площадь, кв.м | 65 | 50 |
| Арендная плата в год, руб. | 296 400 | 360 000 |
| Высвобождающиеся денежные средства, руб. | 132 600 | 60 000 |
| Месторасположение | Район с высокой деловой активностью | Район с высокой деловой активностью |

Исходя из проведенных вычислений расчетов по варианту №1, можно отметить, что высвобождающиеся денежные средства, например, в 2015 году, могли бы перекрыть убытки.

Проведя расчеты по второму варианту, можно отметить, что убыток ни за один из периодов не мог бы быть перекрыт высвобождающимися денежными средствами, но, располагаясь на центральной улице города, мог бы увеличиться поток клиентов.

Рассмотрим вариант покупки собственного офисного помещения:

1) Офисное помещение, аналогичное арендуемому в данный период, площадью 78 кв.м. по цене 3 700 000 руб. Расположенное в районе средней деловой активности – арбеково, имеет отличные подъездные пути.

$$\frac{3\,700\,000}{35\,000} = 105 \text{ месяцев или } 9 \text{ лет срок окупаемости вложений} \quad (3.7)$$

2) Офисное помещение площадью 45 кв.м. по цене 2 500 000 руб. Расположено по улице Кулакова, в центре города.

$$\frac{2\,500\,000}{35\,000} = 71 \text{ месяц или } 6 \text{ лет срок окупаемости вложений} \quad (3.8)$$

Следует считать, что руководитель предприятия приобретает офисное помещение в рассрочку. Тогда для наглядности можно разделить цену помещения на срок его окупаемости, полученную сумму считать отчислениями в пользу помещения.

Таблица 3.2 – Сравнение покупки офисных помещений

| Показатели | Офисное помещение №1 | Офисное помещение №2 |
|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Площадь, кв.м | 78 | 45 |
| Цена, руб. | 3 700 000 | 2 500 000 |
| Срок окупаемости | 9 лет | 6 лет |
| Плата в год по рассрочке, руб. | 411 111 | 416 667 |
| Месторасположение | Район средней деловой активности | Район средней деловой активности |

Для варианта покупки собственного офисного помещения следует провести расчеты получаемой прибыли через 6 или 9 лет, при стабильной выручке, имеющейся в данный период.

На протяжении 2014 – 2016 годов средняя выручка предприятия составляла 2 243 тыс.руб., при этом средняя себестоимость равна 2 431 тыс.руб. Если за 6 лет расходы и выручка сохранятся на том же уровне, за вычетом арендной платы, то себестоимость будет составлять 2 011 тыс.руб., что не превышает выручку, а значит вложения в покупку собственного помещения могут быть целесообразны. Но, при этом следует помнить, что во время оплаты помещения по рассрочке ситуация получения убытков будет стабильна на протяжении 6 или 9 лет. Таким образом, рекомендуется внедрить рекомендацию по аренде другого помещения.

В дополнение к поиску нового варианта помещения, планируется сокращение численности персонала на 1 сотрудника, занимаемого должность специалиста по продвижению сайтов с заработной платой, составляющей 22 000 руб. Проведем расчеты совокупной эффективности:

За год заработная плата данного сотрудника составляет 264 000 руб. При стабильной выручке и себестоимости предприятия, составляющей в среднем 2 243 тыс.руб. и 2 431 тыс.руб. соответственно, вычитая из себестоимости заработную

плату сотрудника, мы получаем себестоимость, равную 2 167 тыс.руб., что уже составляет значение, при котором предприятие способно иметь чистую прибыль.

Следует рассчитать совокупный эффект от предложенных вариантов.

Таблица 3.3 – Совокупный эффект от смены арендуемого помещения и сокращения сотрудника

| Показатель | Аренда помещения №1 + сокращение сотрудника | Аренда помещения №2 + сокращение сотрудника |
|--|---|---|
| Высвобождающиеся денежные средства, руб. | $123\ 600 + 264\ 000 = 387\ 600$ | $60\ 000 + 264\ 000 = 324\ 000$ |

Наибольшую эффективность можно получить, арендуя офисное помещение №1. Пусть себестоимость снизится на 387 600 руб., тогда она составит 2 043,4 тыс.руб., что значительно меньше выручки, составляющей в среднем 2 243 тыс.руб.. Следовательно, экономическую эффективность смены арендуемого помещения и сокращения численности персонала можно считать обоснованной.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе проделанной работы, актуальность темы выпускной квалификационной работы состоит в том, что прибыль является важнейшей категорией в рыночной экономике. Современное понятие прибыли сводится к тому, что она составляет доход от использования труда.

Каждое предприятие стремится разработать действенные способы для увеличения прибыли. Это достигается, в основном, путем снижения издержек производства, улучшением качества продукции.

Для достижения высоких результатов необходимо грамотное управление процессами формирования, распределения и использования прибыли. Управление занимается анализом прибыли, ее планированием и постоянным поиском способов ее увеличения.

В первой главе выпускной работы были рассмотрены следующие аспекты прибыли:

- понятие и виды;
- факторы, влияющие на прибыль и пути ее повышения;
- роль прибыли в деятельности современных предприятий.

Во второй, аналитической главе, проведен анализ технико – экономических показателей ООО «РЦ «Онлайн – Продвижение»». Проведя горизонтальный и вертикальный анализ предприятия ООО «РЦ «Онлайн-Продвижение»», мы выявили, что на протяжении всего анализируемого периода большую долю составляет капитал и резервы, преобладание собственного капитала положительно сказывается на финансовой устойчивости предприятия.

Собственные средства предприятия почти целиком составляет нераспределенная прибыль. За анализируемый период, она существенно снижается, что говорит о нестабильном состоянии предприятия.

На протяжении 2014 – 2016 годов, раздел долгосрочные обязательства представлен нулевым показателем, что говорит об отсутствии привлеченных на длительный период заемных средств.

Исходя из результатов анализа ликвидности и платежеспособности, можно отметить, что на протяжении всего анализируемого периода предприятие обладает избыточностью ликвидных средств для покрытия всех платежных обязательств.

Анализ всех коэффициентов финансовой устойчивости показал, что к 2016 году финансовое состояние предприятия ухудшилось, предприятие в большей степени стало пользоваться заемными средствами и уменьшилось использование собственных средств для производственно – хозяйственной деятельности.

Анализируя финансовые результаты, можно сказать, что предприятие не имеет чистой прибыли, а работает в убыток. Наибольшее влияние на это оказывает фактор себестоимости, что негативно сказывается на деятельности предприятия.

В разделе рекомендаций по увеличению прибыли предприятия на основании анализа и выявленных при этом недостатков, были разработаны конкретные предложения, позволяющие решить проблему высокой себестоимости:

1) Аренда офисного помещения меньшей площадью в центральной части города. Это позволяет сократить расходы на аренду, а также расположение в центре города способствует увеличению клиентопотока. Сумма прибыли от смены арендуемого помещения составит 132 600 руб.

2) Сокращение сотрудника, занимаемого должность специалиста по продвижению сайтов, заработная плата которого составляет 264 000 руб. в год.

Наибольшая эффективность может быть получена, арендуя офисное помещение №1. Соблюдая данную рекомендацию, себестоимость снизится на 387 600 руб., тогда она составит 2 043,4 тыс.руб., что значительно меньше выручки, составляющей в среднем 2 243 тыс.руб.. Следовательно, экономическую эффективность смены арендуемого помещения и сокращения численности персонала можно считать обоснованной.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдукаримов, И.Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учеб. пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов – М.: Инфра-М, 2012. – 320 с.
2. Абрютина, М.С. Экономика предприятия: учебник / М.С. Абрютина. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2014. – 528 с.
3. Агарков, А.П. Экономика и управление на предприятии: учебник / А.П. Агарков [и др.]. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 400 с.
4. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – М.: Дашков и К, 2016. – 240 с.
5. Бабук, И.М. Экономика промышленного предприятия / И.М. Бабук, Т.А. Сахноович. – М.: ИНРА-М, 2013. – 439 с.
6. Баканов, М.И. Теория экономического анализа: учебник для вузов / М. И. Баканов, А.Д. Шеремет. – Изд. 4-е, доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 416 с.
7. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): учеб. пособие / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Дашков и К, 2013. – 372 с.
8. Баханькова, Е.Р. Организации в России: финансовое управление: учеб.-практ. пособие / Е.Р. Баханькова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2013. – 336 с.
9. Бусов, В.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник для бакалавров / В.И. Бусов, О.А. Землянский, А. П. Поляков; под ред. В.И. Бусова. – М.: Юрайт, 2012. – 430 с.
10. Бухалков, М.И. Планирование на предприятии: учебник / М.И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 416 с.
11. Валигурский, Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник / Д.И. Валигурский. – 2-е изд.; перераб. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 518 с.

12. Валинурова, Л.В. Диагностика состояния инновационно ориентированного предприятия: учеб. пособие / Л.В. Валинурова, Э.И. Исхакова, А.М. Ахмадеев, И. В. Горбачев. – Уфа: БАГСУ, 2013. – 109 с.
13. Вахрушина, М.А. Управленческий анализ: вопросы теории, практика проведения: монография / М.А. Вахрушина, Л.Б. Самарина. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. – 144 с.
14. Воробьев, И.П. Экономика и управление организацией (предприятием): учеб. пособие / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова, А.Т. Глаз. – Минск: Квилория В.Т., 2014. – 371 с.
15. Глазов, М.М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / М.М. Глазов. – СПб.: ООО «Андреевский издательский дом», 2010. – 448 с.
16. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия: учебник / В.Я. Горфинкель. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 663 с.
17. Грибов, В.Д. Экономика предприятия: учебник. Практикум / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. – М.: КУРС: ИНФРА-М, 2017. – 448 с.
18. Елисеева, Т.П. Экономика и анализ деятельности предприятий: учебник / Т.П. Елисеева, М.Д. Молев, Н.Г. Трегулова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. – 480 с.
19. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О.В. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2013. – 349 с.
20. Жилкина, А.Н. Финансовый анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А.Н. Жилкина. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 285 с.
21. Ионова, А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами / А.Ф. Ионова, Н.Н. Селезнева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 639 с.
22. Исаев, В.А. Экономика. Базовый курс / В.А. Исаев. – М.: РУДН, 2011. – 197 с.
23. Каманина, Р.В. Экономика предприятия (фирмы) / Р.В. Каманина. – Издательский дом «Научная библиотека», 2015. – 540 с.

24. Канке, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / А.А. Канке. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИД «Форум»: ИНФРА-М, 2011. – 288 с.
25. Кантор, Е.Л. Экономика предприятия. / Под ред. Е.Л. Кантора. – СПб: Питер, 2012. – 352 с.
26. Киреева, Н.В. Экономический и финансовый анализ: учеб. пособие / Н.В. Киреева. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 293 с.
27. Киселева, Е.А. Экономическая теория / Е.А. Киселева, М.В. Софрончук. – М.: Деловая литература, 2011. – 551 с.
28. Ключков, В.В. Экономика: учеб. пособие для вузов / В.В. Ключков. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 684 с.
29. Ключкова, Е.Н. Экономика предприятия: учебник / Е. Н. Ключкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – М.: Юрайт, 2014. – 448 с.
30. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры: учеб. пособие / В.В. Ковалев, А.С. Паламарчук. – М.: ИНФРА-М, Изд-во Рос. экон. акад., 2013. – 176 с.
31. Колчина, Н.В. Финансы организаций (предприятий) / Н.В. Колчина. – 5-е изд. доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 408 с.
32. Кузнецов, Ю.В. Теория организации: учебник для бакалавров / Ю.В. Кузнецов, Е.В. Мелякова. – М.: Юрайт, 2013. – 365 с.
33. Лапыгин, Ю.Н. Теория организации и организационное поведение: учеб. пособие / Ю.Н. Лапыгин. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 328 с.
34. Литовченко, В.П. Финансовый анализ: учеб. пособие / В.П. Литовченко. – М.: Дашков и К, 2014. – 214 с.
35. Логинова, Е.Ю. Искусство управления в малом бизнесе: учебник, практикум, пособие / Е.Ю. Логинова, О.Д. Прянина. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 296 с.
36. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Э.А. Маркарьян. – М.: КноРус, 2014. – 550 с.
37. Молоткова, Н.В. Основы коммерческой деятельности: учеб. пособие. / Н.В. Молоткова, Г.А. Соседов. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2011 – 152 с.

38. Невская, М.А. Малое предпринимательство: взаимоотношения с финансовыми и налоговыми органами: практич. пособие/ М.А. Невская, К.В. Сибикеев. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 229 с.
39. Николаева, И.П. Экономическая теория: учебник / И.П. Николаева. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 328 с.
40. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия / Л.В. Прыкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 407 с.
41. Пястолов, С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / С.М. Пястолов. — М.: ЮНИТИ, 2011. – 365 с.
42. Раицкий, К.А. Экономика предприятия: учебник для вузов / К.А. Раицкий. – Изд. 4-е, перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 1012 с.
43. Рыжова, В.В. Экономическое управление организацией: учеб. пособие / В.В. Рыжова, В.В. Петров. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2012. – 246 с.
44. Савитская, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Г.В. Савитская. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 284 с.
45. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник / Г.В. Савитская. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 649 с.
46. Самарина, В.П. Экономика организации: учеб. пособие / В.П. Самарина, Г.В. Черезов, Э.А. Карпов. – Москва: КноРус, 2014. – 318 с.
47. Сафронов, Н.А. Экономика организации (предприятия): учебник / Н.А. Сафронов. – Москва: Магистр: Инфра – М, 2014. – 253 с.
48. Сергеев, И.В. Экономика организации (предприятия): учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – Люберцы: Юрайт, 2015. – 511 с.
49. Чалдаева, Л.А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. – Москва: Юрайт, 2011. – 347 с.
50. Чечевицына, Л.Н. Экономика предприятия: учебник / Л.Н. Чечевицына, Е.В. Чечевицына – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 384 с.
51. Чуев, И.Н. Экономика предприятия: учебник / И.Н. Чуев, Л.Н. Чечевицы-

на. – М.: «Дашков и К», 2014. – 416 с.

52. Шаркова, А.В. Экономика организации: практикум для бакалавров / А.В. Шаркова, Л.Г. Ахметшина. – М.: Дашков и К, 2016. – 120 с.

53. Шепеленко, Г.И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии: учебное пособие / Г.И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2010. – 608 с.

54. Шеремет, А.Д. Теория экономического анализа / А.Д. Шеремет. – М.: Юнити, 2011. – 352 с.