**Анализ финансовых результатов деятельности организации и пути их улучшения (на примере ООО Виктория)**

Диплом

2009

***Содержание***

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты анализа финансовых результатов в современных условиях

1.1 Основные показатели результативности деятельности организации

1.2 Методические подходы к диагностике размера прибыли и факторов её определяющих

1.3 Порядок формирования и распределения прибыли

Глава 2. Анализ формирования и распределения финансовых результатов в ООО "Виктория"

2.1 Экономическая характеристика ООО "Виктория"

2.2 Анализ состава и динамики финансовых результатов ООО "Виктория"

2.3 Анализ распределения, планирования финансовых результатов в ООО "Виктория"

Глава 3. Мероприятия по совершенствованию системы управления финансовыми результатами ООО "Виктория"

3.1 Резервы роста прибыли и эффективности её использование в обществе

3.2 Использование информационных технологий в управлении деятельностью организации

3.3 Пути улучшения финансовых результатов в ООО "Виктория"

Заключение

Список литературы

***Введение***

Грамотное, эффективное управление формированием финансовыми результатами предусматривает построение в организации соответствующих организационно-методических систем обеспечения этого управления, знания основных механизмов формирования прибыли использования современных методов их анализа и планирования.

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

Наряду с формированием прибыли в каждой организации должно быть обеспечение и эффективное управление её распределением. Необходимо при этом иметь в виду, что каждый цикл распределения прибыли отчетного периода это одновременно и процесс обеспечения эффективных условий их формирования на расширенной основе в предстоящем периоде, реализации целей стратегического развития организации.

Финансовые результаты являются предметом исследования многих ученых-экономистов. Большой вклад в разработку теоретических и практических аспектов внесли работы Ковалева В.В., Бланка И.А., Стояновой Е.С. и др.

Однако именно прибыль является одной из самых сложных экономических категорий. Изучив источники получения прибыли можно разработать научный подход к решению многих проблем, например, повысить эффективность и ответственность трудового коллектива, достижение конечных результатов при наименьших затратах. При этом укрепление коммерческого расчета во всех звеньях производства каждой отдельной организации в решающей степени зависит от управления прибылью и выявления специфических резервов роста прибыли каждого отдельного хозяйствующего субъекта.

Цель написания выпускной квалификационной работы - рассмотрение процесса анализа финансовых результатов деятельности организации, их формирования и эффективного распределение в организации, а также разработка путей их увеличения.

Для достижения указанной цели в работе поставлены следующие задачи:

 определение экономической сущности и значения показателей результативности организации;

- выявление факторов, влияющих на формирование и использование прибыли;

 изучение методических аспектов диагностики размера прибыли в современных условиях;

 анализ показателей оценки прибыли и рентабельности;

 выявление резервов увеличения финансовых результатов организации;

База исследования - торговое организация ООО "Виктория" за период 2006-2007 г. г.

В процессе написания выпускной квалификационной работы автором была изучена нормативно-правовая база по данной тематике, изучены труды отечественных и зарубежных ученых экономистов (монографии, учебники, статьи из периодических изданий). Отметим, что в литературе изучаемая тема освещена достаточно широко и находится в центре экономических исследований, что обусловлено ее актуальностью в современных условиях хозяйствования.

В ходе исследования применялись методы обобщения, группировки, анализа и синтеза, систематизации и сравнения.

# ***Глава 1. Теоретические аспекты анализа финансовых результатов в современных условиях***

# ***1.1 Основные показатели результативности деятельности организации***

Целевое управление является центральным звеном процесса управления эффективностью деятельности, так как именно оно позволяет направить деятельность компании на достижение глобальных целей и управлять развитием организации.

Цели определяют направление развития компании и обычно декомпозируются сверху вниз - от общекорпоративных ориентиров до конкретных нормативов и действий [12, с.45]. В свою очередь, в показателях выражаются результаты действий, предпринятых для достижения поставленных целей, и они агрегируются снизу вверх. Топ-менеджеры, расположенные на самом верху управленческой пирамиды, определяют стратегию организации и задачи, которые надо выполнить, чтобы реализовать существующую стратегию. Поставленные ими задачи распределяются между нижестоящими сотрудниками организации. С другой стороны, сотрудники выполняют действия, необходимые для решения поставленных задач и сообщают вышестоящим менеджерам о фактических результатах посредством показателей деятельности (рис.1).



Рис.1. Движение информации о целях и степени их достижения

После того, как цели поставлены и декомпозированы на нижестоящие уровни управления, возникает задача обеспечения обратной связи. Для этого в компании должна существовать система сбора и обобщения информации, характеризующей степень достижения целей. Речь идет о показателях деятельности - специальных измерителях, которые позволяют сопоставить достигнутый уровень с тем уровнем, который считается целевым. Этот процесс, как и процесс целеполагания, тоже носит многоуровневый характер, и отражает иерархию корпоративного управления. Но если система целей формируется по принципу "от общего к частному", т.е. сверху вниз, то сбор и обобщение показателей эффективности происходит снизу вверх - от частных показателей, формируемых в низовых звеньях, к агрегированным показателям вышестоящих уровней управления.

Одним из важнейших элементов системы управления являются показатели деятельности. Их назначение - перевод целей из словесной в численную форму, что необходимо для последующего управления процессом достижения той или иной цели.

Для того, чтобы показатели успешно выполняли свои функции, они должны удовлетворять определенным требованиям, а именно:

- показатели должны характеризовать стратегические цели, ключевые факторы успеха и конкретные действия;

- показатели должны быть измеримы и чувствительны к изменению состояния характеризуемых целей, факторов, действий;

- показатель должен быть ясно определен: менеджеры и рядовые сотрудники должны однозначно понимать, что он измеряет и как он вычисляется;

 данные, используемые для вычисления показателя должны быть достоверными; 

финансовый результат показатель прибыль

- значение показателя должно отслеживаться на регулярной основе - частота его измерения должна быть сопоставима с частотой изменений объекта, который он измеряет, и не должна ухудшать точность измерения.

Считается, что показатели "работают", т.е. выполняют обозначенные выше функции, лишь тогда, когда имеется конкретно поставленное задание достичь определенных (количественно выраженных) характеристик к определенному моменту времени [17, c.24]. Это не что иное, как целевые значения (targets) - представляющие собой желаемые численные значения показателей деятельности, а также сроки, к которым эти значения должны быть достигнуты.

Для мониторинга достижений поставленных целей используются показатели особого рода, характеризующие соотношение целевых значений и фактических результатов - показатели результативности.

Среди показателей можно выделить предупреждающие индикаторы и исторические показатели. Предупреждающие индикаторы характеризуют состояние и результаты деятельности организации, в значительно степени определяющие ее будущее, они позволяют руководству предпринимать упреждающие меры по устранению проблем или развитию успеха. В разряд исторических попадают, в основном, показатели финансовой отчетности. Эти показатели необходимы для проверки правильности действий, предпринятых в прошлом, но с точки зрения новых управленческих решений их применимость ограничена. Это означает, что исторические и предупреждающие индикаторы должны использоваться совместно, уравновешивая друг друга [17, c.95].

Результативность деятельности организации можно охарактеризовать следующими показателями:

экономический эффект;

показатели рентабельности;

период окупаемости капитала;

точка безубыточности ведения хозяйства.

а) Экономический эффект - это абсолютный показатель (прибыль, доход от реализации и т.п.), характеризующий результат деятельности организации:

Пр = Впр - Зпр

где Пр - прибыль от реализации продукции;

Впр - выручка от продажи продукции;

Зпр - издержки на производство и сбыт продукции.

Недостаток этого показателя заключается в том, что по этому показателю нельзя сделать вывод об уровне доходности организации.

Экономическая эффективность - это относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с затратами, обусловившими этот эффект, или с ресурсами, использованными для достижения этого эффекта [13, c.99]:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Экономическая эффективность | = | экономический эффект |
|  |  | затраты (ресурсы)  |

Степень доходности организации можно оценить с помощью показателей рентабельности.

б) Рентабельность - это относительный показатель эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования ресурсов, выраженный в процентах. В основе построения коэффициентов рентабельности лежит отношение прибыли (чаще всего в расчет показателей рентабельности включают чистую прибыль) или к затраченным средствам, или к выручке от реализации, или к активам организации. Таким образом, коэффициенты рентабельности показывают степень эффективности деятельности компании.

Основные группы, на которые можно подразделить показатели рентабельности, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Основные группы показателей рентабельности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели рентабельности | Формулы расчета | Назначение |
| 1 | 2 | 3 |
| Рентабельность отдельных видов продукции, всей товарной продукции и производства | Прибыль в расчете на единицу продукции / Себестоимость единицы Продукции × 100% Прибыль в расчете на товарный выпуск / Себестоимость товарной продукции × 100% Прибыль до налогоообложения / Сумма основных производственных фондов и материальных оборотных средств × 100% | Характеризует прибыльность различных видов продукции, всей товарной продукции и рентабельность (доходность) организации. Служит основанием для установления цены |
| Рентабельность реализации (продаж)  | Прибыль от продажи продукции / Выручка от реализации × 100% Прибыль до налогоообложения **/ (**Чистая выручка от реализации продукции + Доходы от прочей реализации и внереализационных операций) × 100% | Показывает, какой процент прибыли получает организация с каждого рубля реализации. Служит основанием для выбора номенклатуры выпускаемой продукции |
| Рентабельность активов (капитала) Рентабельность текущих активов Рентабельность чистых активов |  Прибыль / Совокупные активы × 100% Прибыль / Текущие активы × 100% Прибыль / Чистые активы × 100%  | Эти комплексные показатели характеризуют отдачу, которая приходится на рубль соответствующих активов. Отражает эффективность вложенных в организация денежных средств |
| Рентабельность собственного капитала | Чистая прибыль / Собственный капитал × 100% | Характеризует прибыль, которая приходится на рубль собственного капитала после уплаты процентов за кредит и налогов. Характеризует отдачу или доходность собственных средств |

Наиболее часто используются показатели рентабельности активов (капитала), рентабельности чистых активов, рентабельности собственного капитала и рентабельности реализации. В зарубежной практике в качестве числителя чаще всего используют показатели прибыли до налогообложения, а некоторые организации в расчет принимают показатели чистой прибыли.

Значимость коэффициента рентабельности в условиях ориентации на рыночные отношения определяется интересом не только работников торговой организации, но и интересом государства, контрагентов, собственников, кредиторов и заемщиков.

Повышение уровня рентабельности для коллектива организации означает укрепление финансового положения, а следовательно, увеличение средств, направляемых на материальное стимулирования их труда, для управленцев - это информация о результатах применяемой тактики и стратегии и о целесообразности ее корректировки [21, c.246].

Собственников показатель рентабельности интересует с точки зрения прибыльности их паевых и учредительских взносов в составе общих вложений. Если уровень рентабельности возрастает, то возрастает интерес к данной организации других потенциальных акционеров, цена акции в этом случае тоже возрастает. У организации появляется возможность не только для дальнейшего развития данного вида деятельности, но и возможность получения более высоких дивидендов. И наоборот, при падении уровня рентабельности интерес к вложениям в данную организацию падает.

Кредиторов и заемщиков денежных средств уровень рентабельности и его изменение интересует с точки зрения реальности получения процентов по обязательствам, снижение риска не возврата заемных средств, платежеспособности клиента и возможностей для дальнейшего его развития

в) период окупаемости капитала (Т) - это отношение капитала (К) к чистой прибыли (Пч):



Показывает, через сколько лет окупятся вложенные в данное организация средства при неизменных условиях производственно-финансовой деятельности.

г) Точка безубыточного ведения хозяйства

Концепция "безубыточного ведения хозяйства" может быть выражена в простом вопросе: сколько единиц продукции необходимо продать в целях возмещения произведенных при этом условно-постоянных затрат.

Соответственно цены на продукцию устанавливаются таким образом, чтобы возместить все условно-переменные затраты и получить надбавку, достаточную для покрытия условно-постоянных затрат и получения прибыли.

Как только будет продано количество единиц продукции, достаточное для того, чтобы возместить условно-постоянные и условно-переменные затраты (полную себестоимость), каждая проданная сверх этого единица продукции будет приносить прибыль. При этом величина прироста этой прибыли зависит от соотношения условно-постоянных и условно-переменных затрат в структуре полной себестоимости.

Таким образом, как только объем проданных единиц продукции достигнет минимального значения, достаточного для покрытия полной себестоимости, организация получает прибыль, которая начинает расти быстрее, чем рост объема. Такой же эффект имеет место в случае сокращения объемов хозяйственной деятельности, то есть темпы снижения прибыли и увеличения убытков опережают темпы уменьшения объемов продаж.

# ***1.2 Методические подходы к диагностике размера прибыли и факторов её определяющих***

При диагностике размера прибыли используют абсолютные и относительные показатели. Диагностика размера прибыли начинается с анализа абсолютных показателей прибыли.

К абсолютным показателям относятся: прибыль от реализации продукции (работ, услуг); прибыль от прочей реализации; доходы и расходы от внереализационных операций; валовая прибыль; чистая прибыль. Эти показатели отражают абсолютную прибыль хозяйствования.

Рассмотрим методику проведения анализа абсолютных показателей прибыли.

а) Анализ состава и динамики прибыли до налогообложения.

В процессе анализа необходимо изучить состав прибыли до налогоообложения, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год.

Для проведения анализа прибыли по составу и в динамике сравнивают следующие показатели за отчетный и базисный период с выделением структуры:

. Прибыль от продаж

2. Сальдо от прочих доходов и расходов

. Прибыль от обычных видов деятельности

На валовую прибыль влияют следующие факторы:

. Прибыль от обычных видов деятельности

2. Операционные финансовые результаты

. Прочие финансовые результаты

б) Анализ финансовых результатов от обычных видов деятельности

Основную часть прибыли организации получают от обычных видов деятельности, к которой относят прибыль от продаж продукции (работ, услуг).

Прибыль от продаж продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности:

) объема продаж продукции (VРП);

2) переменных затрат на единицу продукции (вi);

) суммы постоянных затрат отчетного периода (А);

) уровня среднереализационных цен (Цi).

П= VРП (Цi - вi) - А

Расчет влияния этих факторов на сумму прибыли можно выполнить способом цепных подстановок, последовательно заменяя плановую величину каждого фактора фактической величиной.

Сначала нужно найти сумму прибыли при фактическом объеме продаж и плановой величине остальных факторов. Для этого следует рассчитать процент выполнения плана по объему продаж продукции, а затем плановую сумму прибыли скорректировать на этот процент. Выполнение плана по объему продаж исчисляют сопоставлением фактического объема реализации с плановым в натуральном (если продукция однородна), условно-натуральном и в стоимостном выражении (если продукция неоднородна по своему составу), для чего желательно использовать базовый (плановый) уровень себестоимости отдельных изделий, так как себестоимость меньше подвержена влиянию структурного фактора, нежели выручка.

Затем следует определить сумму прибыли при фактическом объеме и структуре реализованной продукции, но при плановой себестоимости и плановых ценах.

Нужно подсчитать также, сколько прибыли организация могло бы получить при фактическом объеме продукции.

Если организация производит неоднородные виды продукции, тогда структура реализованной продукции определяется отношением каждого вида продукции в оценке по плановой себестоимости к общему объему продаж продукции в той же оценке.

в) Анализ уровня среднереализационных цен

Среднереализационная цена единицы продукции рассчитывается путем деления выручки от реализации соответствующего изделия на объем продаж. На изменение ее уровня оказывают влияние следующие факторы: качество реализуемой продукции, рынки сбыта, конъюнктура рынка, инфляционные процессы.

Изменение среднего уровня цены изделия за счет его качества можно определить следующим образом:

,

где Цн и Цп - соответственно цена изделия нового и прежнего качества;

VРПН - объем реализации продукции нового качества;

VРПобщ - общий объем продаж i - го вида за отчетный период.

Расчет влияния сортности продукции на изменение средней цены можно выполнить способом абсолютных разниц.

Для этого отклонение фактического удельного веса от планового покаждому виду умножаем на плановую цену единицы продукции соответствующего вида, результаты суммируем и делим на 100.

г) Анализ финансовых результатов от прочих видов деятельности.

Анализ сводится в основном к изучению динамики и причин полученных убытков и прибыли по каждому конкретному случаю. При анализе устанавливаются причины невыполненных обязательств, принимаются меры для предотвращения допущенных ошибок.

Особого внимания заслуживают доходы по ценным бумагам (акциям, облигациям, векселям, сертификатам и т.д.). В процессе анализа изучается динамика дивидендов, курса акций, чистой прибыли, приходящейся на одну акцию, устанавливаются темпы их роста или снижения.

В заключение анализа разрабатываются конкретные мероприятия, направленные на предупреждение и сокращение убытков и потерь от данных видов деятельности. К относительным показателям относятся различные соотношения прибыли и затрат (или вложенного капитала). Экономический смысл показателей рентабельности - они отражают прибыль, получаемую с каждого рубля средств (собственных или заемных), вложенных в организация. Основными задачами оценки диагностики размера прибыли являются:

оценка динамики показателей прибыли и рентабельности за анализируемый период;

анализ источников и структуры прибыли до налогоообложения;

выявление резервов повышения прибыли и уровня рентабельности.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

) показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов;

2) показатели, характеризующие рентабельность продаж;

) показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

1. Рентабельность производственной деятельности *(*окупаемость издержек):

 или 

где З - сумма затрат по реализованной и произведенной продукции;

Она показывает, сколько организация имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Может рассчитываться в целом по организации, отдельным его подразделениям и видам продукции. Уровень рентабельности производственной деятельности (окупаемость затрат), исчисленный в целом по предприятию, зависит от трех основных факторов первого порядка:

- изменения структуры реализованной продукции,

- ее себестоимости

 средних цен реализации.

Факторная модель этого показателя имеет вид:



Затем следует сделать факторный анализ рентабельности по каждому виду продукции. Уровень рентабельности отдельных видов продукции зависит от изменения средних реализационных цен и себестоимости единицы продукции.

Рентабельность инвестиций **=** 

Рентабельность продаж:

или 

где РП - сумма полученной выручки.

Характеризует эффективность предпринимательской деятельности: сколько прибыли имеет организация с рубля продаж. Широкое применение этот показатель получил в рыночной экономике. Рассчитывается в целом по предприятию и отдельным видам продукции. Рентабельность (доходность) капитала:

или

где ИК - среднегодовой стоимости всего инвестированного капитала.

Для того, чтобы сознательно и целенаправленно принимать организационно-технические и хозяйственно-управленческие решения по наращиванию прибыли, необходимо прежде всего классифицировать факторы роста прибыли и параметры, количественная оценка которых позволяет оценить их влияние на этот процесс. Все факторы можно разделить на две группы - внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные).

К внешним относятся:

- рыночно-конъюнктурные факторы (диверсификация деятельности организации, повышение конкурентоспособности в оказании услуг, организация эффективной рекламы новых видов продукции, уровень развития внешнеэкономических связей, изменение тарифов и цен на поставляемые продукцию и услуги в результате инфляции);

- хозяйственно-правовые и административные факторы (налогообложение; правовые акты, постановления и положения, регламентирующие деятельность организации, государственное регулирование тарифов и цен).

Под внутренними факторами понимают:

- материально-технические (использование прогрессивных и экономичных предметов труда, применение производительного технологического оборудования, проведение модернизации и реконструкции материально-технической базы производства);

- организационно-управленческие (освоение новых, более совершенных видов продукции и услуг, разработка стратегии и тактики деятельности и развития организации, информационное обеспечение процессов принятия решения);

- экономические факторы (финансовое планирование деятельности организации, анализ и поиск внутренних резервов роста прибыли, экономическое стимулирование производства, налоговое планирование);

- социальные факторы (повышение квалификации работников, улучшение условий труда, организация оздоровления и отдыха работников).

Количественную оценку перечисленных факторов производят с помощью ряда параметров, основными из которых являются:

- изменения отпускных цен на реализованную продукцию;

- изменения в объеме продукции (по базовой себестоимости);

- изменения в структуре реализации продукции;

- экономия от снижения себестоимости продукции;

- изменения себестоимости за счет структурных сдвигов;

- изменение цен на материалы и тарифов на услуги;

- изменение цен на 1 руб. продукции.

На величину прибыли оказывают влияние также эффект производственного и финансового рычага.

Эффект производственного (операционного) рычага показывает, во сколько раз изменение прибыли больше темпов прироста объема реализации. Увеличение прибыли происходит за счет эффекта масштаба производства. При этом, чем больше доля постоянных расходов в общей сумме издержек, тем больше эффект производственного рычага.

Эффект финансового рычага характеризует изменение прибыли при рациональном использовании заемных средств. Увеличение доли заемного капитала позволяет, при определенных условиях, снизить как налогооблагаемую прибыль, так и налог на прибыль. Однако риск финансовый деятельности организации при этом возрастает.

# ***1.3 Порядок формирования и распределения прибыли***

Рост и развитие торговой организации тесно связан с выработкой и реализацией стратегии и тактики управления процессом формирования и увеличения прибыли.

Росту прибыли торговой организации содействует манипулирование тремя переменными, определяющими ее рентабельность: ускорение товарооборачиваемости, уменьшением массы издержек (расходов), увеличение нормы прибыли путем повышения торговых надбавок [18, c.141].

Основным источником получения торговой организацией прибыли является прибыль от продаж.

Валовой доход (валовая прибыль) как экономическая категория представляет собой часть стоимости товара, которая предназначается для покрытия издержек обращения (расходов на реализацию) и образования прибыли.

Особенности формирования доходов и затрат процесс образования прибыли в торговле можно представить следующим образом (рис.2).



Рис.2. Схема формирования прибыли торговой организации

Валовой доход (валовая прибыль) торговой организации в основном образуется за счет торговых надбавок. Торговые надбавки формируются в соответствии с общим механизмом ценообразования.

Структура торговой надбавки торговой организации представлена в виде схемы (рис.3).



Рис.3. Структура торговой надбавки торговой организации

Из приведенной схемы (рис.3) видно, что торговая надбавка возмещает издержки обращения (расходы на реализацию) уплату налогов и сборов и образует прибыль торговой организации.

В процессе управления формированием прибыли от реализации товаров на основе системы "взаимосвязь расходов на реализацию, объема товарооборота и прибыли" торговая организация решает ряд задач [18, c.258]:

. Определение объема товарооборота, обеспечивающего безубыточность торгово-операционную деятельность в течение короткого периода.

Графически "точка безубыточности" (или "порог рентабельности") торгово-операционной деятельности торговой организации в коротком периоде, в течение которого не меняются уровень цен на товары, уровень переменных расходов и сумма постоянных расходов, представлена на рисунке 4.

Рис.4. График формирования точки безубыточности операционной деятельности торговой организации

Из приведенного графика (рис.5) видно, что для достижения "точки безубыточности" своей торгово-операционной деятельности (ТБ) торговая организация должна обеспечить такой объем товарооборота (Ртб), при котором сумма чистого дохода сравняется с суммой расходов на реализацию - как постоянных, так и переменных. Это условие может быть выражено следующими равенствами:

ВДк = И + НДС, ЧДк = И,

где ТБ - точка безубыточности операционной деятельности;

ВДк - сумма валового дохода (прибыли);

ЧДк - сумма чистого дохода;

И - совокупная сумма расходов на реализацию;

НДС - сумма налога на добавленную стоимость.

Соответственно стоимостной объем реализации товаров, обеспечивающий достижение точки безубыточности торгово-операционной деятельности организации в коротком периоде, может быть определен по следующим формулам:

,

,

где СРтб - стоимостной объем реализации товаров, обеспечивающий достижение точки безубыточности торгово-операционной деятельности организации в коротком периоде;

Ипост - сумма постоянных расходов на реализацию (неизменная в рассматриваемом периоде);

Учд - уровень чистого коммерческого расхода к объему реализации товаров, %;

Уи пер - уровень переменных расходов на реализацию к объему реализации товаров, %;

Умп - уровень маржинальной прибыли к объему реализации товаров, %.

Натуральный объем реализации товаров отдельных групп, обеспечивающий достижение точки безубыточности торгово-операционной деятельности организации в коротком периоде, может быть определен по следующим формулам:

,

,

,

где НРтб - натуральный объем реализации товаров отдельных групп, обеспечивающий достижение точки безубыточности торгово-операционной деятельности организации в коротком периоде;

Цет - цена единицы реализуемых товаров.

2. Определение объема товарооборота, обеспечивающего безубыточную торгово-операционную деятельность в длительном периоде. Торгово-операционная деятельность в длительном периоде по сравнению с коротким периодом претерпевает следующие основные изменения:

а) с ростом объема товарооборота периодически возрастают постоянные расходы на реализацию. Это связано с увеличением парка используемых машин и оборудования (что приводит к росту амортизационных отчислений), повышение численности работников аппарата управления (что приводит к росту расходов на его содержание);

б) с насыщением потребительского рынка в результате роста объема реализации товаров торговая организация вынуждена снижать уровень цен, что приводит к соответствующему уменьшению темпов роста чистого дохода;

в) за счет более экономного использования материальных ресурсов, роста производительности труда операционного персонала, укрупнения партий закупаемых товаров постепенно снижается уровень переменных расходов на единицу товарооборота.

Все эти изменения в силу взаимосвязи рассмотренных факторов с прибылью от реализации товаров существенно влияют на формирование ее суммы. Это можно проследить по данным графика, представленного на (рис.5):



Рис.5. График формирования точки безубыточности торгово-операционной деятельности организации в длительном периоде

Из приведенного графика видно, что в силу трансформирующихся условий торгово-операционной деятельности точка безубыточности постоянно меняет свое значение, т.е. требует гораздо большего объема реализации товаров в сравнении с предыдущим периодом (Ртб1 < Ртб2 < Ртб3). Соответственно меняется и сумма валовой прибыли от реализации товаров, получаемой торговой организацией в силу меняющихся условий операционной деятельности на каждом этапе. Если на первых двух этапах это изменение суммы валовой прибыли от реализации товаров вызывалось в основном ростом суммы постоянных расходов от реализации, то на третьем этапе основное влияние на изменение суммы этой прибыли оказывало снижение уровня чистого коммерческого дохода.

Каждый этап изменения условий торгово-операционной деятельности организации в длительном периоде представляет собой начало этой деятельности в коротком периоде, окончание которого характеризуется новым изменением условий. Иными словами, длительный период торгово-операционной деятельности организации может быть разложен на ряд коротких ее периодов (с неизменными условиями), что позволяет использовать при расчетах алгоритмы, характерные для короткого периода.

. Определение необходимого объема товарооборота, обеспечивающего достижение запланированной (целевой) суммы валовой прибыли от реализации товаров. Эта задача может иметь и обратную постановку: определение плановой суммы валовой прибыли от реализации товаров при заданном плановом объеме товарооборота. Графически взаимосвязь между плановыми значениями объема товарооборота и суммы валовой прибыли от реализации товаров представлена на (рис.6):



Рис.6. График формирования точки плановой валовой операционной прибыли организации

Из приведенного графика видно, что при запланированном объеме товарооборота (Рт) организация может получить определенную сумму валовой прибыли от реализации товаров (ВПр), на размер которой сумма чистого коммерческого дохода будет превышать сумму расходов на реализацию - как постоянных, так и переменных. График может быть интерпретирован и в обратном варианте: при запланированной сумме валовой прибыли от реализации товаров (ВПр) плановой объем товарооборота организации должен находиться в точке Рт. Этот объем товарооборота может быть определен в организации по следующим формулам:

,

,

где СРтп - стоимостной объем реализации товаров, обеспечивающий формирование плановой суммы валовой прибыли организации от реализации товаров;

ВПр - планируемая сумма валовой прибыли от реализации товаров;

Ипост - плановая сумма постоянных расходов на реализацию;

Учд - уровень чистого коммерческого дохода к объему реализации товаров, %;

Уи пер - уровень переменных операционных расходов к объему реализации товаров, %;

Умп - уровень маржинальной прибыли от реализации товаров к объему товарооборота, %.

Соответственно, натуральный объем реализации товаров отдельных групп, обеспечивающий формирование плановой суммы валовой прибыли от их реализации, может быть определен по следующим формулам:

,

,

где НРтп - натуральный объем реализации товаров, обеспечивающий формирование плановой суммы валовой прибыли от их реализации;

Цет - плановая цена единицы реализуемых товаров;

. Определение суммы "предела безопасности" (или "запаса прочности") торговой организации, т.е. размера возможного снижения объема товарооборота при неблагоприятной конъюнктуре потребительского рынка, который позволяет ему осуществлять прибыльную торгово-операционную деятельность. "Предел безопасности" ("запас прочности") определяет возможные границы маневра торговой организации как в ценовой политике, так и в снижении натурального объема реализации отдельных групп товаров в процессе осуществления торгово-операционной деятельности в неблагоприятных рыночных условиях. Графически формирование "предела безопасности" торговой организации представлено на рисунке 7:



Рис.7. График формирования "предела безопасности" организации в процессе осуществления торгово-операционной деятельности

Из приведенного графика видно, что "предел безопасности" торговой организации характеризует тот объем товарооборота, который находится в пределах между точкой обеспечения запланированной (фактически достигнутой) суммы валовой прибыли организации от реализации товаров (ТВПр) и точкой безубыточности ее торгово-операционной деятельности (ТБ). В стоимостном выражении предел безопасности операционной деятельности организации рассчитывается по следующей формуле:

,

где ПБс - стоимостной объем товарооборота организации, обеспечивающий предел безопасности (запас прочности) его торгово-операционной деятельности;

СРвоп - стоимостной объем реализации товаров, обеспечивающий формирование плановой (или фактически достигнутой) суммы валовой прибыли организации от их реализации.

СРтб - стоимостной объем товаров, обеспечивающий достижение точки безубыточности торгово-операционной деятельности организации.

При необходимости предел безопасности (запас прочности) может быть выражен и натуральным объемом реализуемых товаров. В этом случае используются следующие формулы:

,

,

где ПБн - натуральный объем реализации отдельных групп товаров организации, обеспечивающий предел безопасности (запас прочности) торгово-операционной деятельности организации; Цеп - цена единицы реализуемых товаров. Предел безопасности (запас прочности) торговой организации может быть выражен не только абсолютной, но и относительной величиной - его уровнем (или коэффициентом безопасности). Расчет этого показателя осуществляется по следующей формуле:

,

где КБ - коэффициент (уровень) безопасности торгово-операционной деятельности организации;

ПБс - стоимостной объем товарооборота организации, обеспечивающий предел безопасности (запас прочности) его торгово-операционной деятельности;

СРвоп - стоимостной объем товарооборота организации, обеспечивающий формирование плановой (или фактически достигнутой) суммы валовой прибыли организации от реализации товаров.

. Определение необходимого объема товарооборота, обеспечивающего достижение запланированной (целевой) суммы маржинальной прибыли организации от реализации товаров. Эта задача может иметь и обратную постановку: определение плановой суммы маржинальной прибыли от реализации товаров при заданном плановом объеме товарооборота. Графически взаимосвязь между плановыми значениями объема товарооборота и суммы маржинальной прибыли от реализации товаров представлена на рисунке 8.



Рис.8. График формирования точки плановой маржинальной прибыли организации от реализации товаров.

Из приведенного графика (рис.8) видно, что при запланированном объеме товарооборота (Р тмп) организация может получить определенную сумму маржинальной прибыли от реализации товаров (МПр), на размер которой сумма чистого коммерческого дохода (ЧДк) будет превышать сумму постоянных расходов на реализацию.

График может быть интерпретирован и в обратном варианте: при запланированной сумме маржинальной прибыли от реализации товаров (Мпр) плановый объем товарооборота организации должен находиться в точке Р тмп. Этот объем товарооборота может быть определен в стоимостном выражении по следующей формуле:

,

где СР тмп - стоимостной объем реализации товаров, обеспечивающий

формирование плановой суммы маржинальной прибыли организации;

МП р - планируемая сумма маржинальной прибыли от реализации товаров;

И пост - плановая сумма постоянных расходов на реализацию;

Учд - уровень чистого коммерческого дохода к объему товарооборота, %.

Соответственно, натуральный объем реализации отдельных групп товаров, обеспечивающий формирование плановой суммы маржинальной операционной прибыли, может быть определен по следующим формулам:

,

,

где НРтмп - натуральный объем реализации товаров, обеспечивающий формирование плановой суммы маржинальной прибыли организации;

Цет - плановая цена единицы реализуемых товаров;

. Определение необходимого объема товарооборота, обеспечивающего достижение запланированной (целевой) суммы чистой прибыли от реализации товаров. Эта задача может иметь и обратную постановку: определение плановой суммы чистой прибыли организации от реализации товаров при заданном плановом объеме товарооборота*.* Графически взаимосвязь между плановыми значениями объема товарооборота и суммы чистой прибыли от реализации товаров представлена на рисунке 9. Из приведенного графика видно, что при запланированном объеме товарооборота (Ртчп) торговая организация может получить определенную сумму чистой операционной прибыли (ЧПр), на размер которой сумма чистого коммерческого дохода (Чдк) будет превышать сумму совокупных расходов на реализацию - как постоянных, так и переменных а также сумму неналоговых платежей, осуществляемых за счет прибыли

Рис.9. График формирования точки плановой маржинальной прибыли организации от реализации товаров.

График может быть интерпретирован и в обратном варианте: при запланированной сумме чистой прибыли от реализации товаров (ЧПр) плановый объем товарооборота торговой организации должен находиться в точке Ртчп. Этот объем товарооборота может быть определен в стоимостном выражении по формулам:

,

,

где СРтчп - стоимостной объем товарооборота, обеспечивающий формирование плановой (целевой) суммы чистой прибыли организации от реализации товаров;

ЧПр - планируемая (целевая) сумма чистой прибыли организации от реализации товара;

Ипост - плановая сумма постоянных расходов на реализацию;

НП - плановая сумма налоговых платежей за счет прибыли, исчисленная исходя из суммы чистой прибыли и ставки налога на прибыль методом обратного пересчета;

Учд - уровень чистого коммерческого дохода к объему товарооборота, %;

Упер - уровень переменных расходов на реализацию к объему товарооборота, %;

Умп - уровень маржинальной прибыли к объему товарооборота, %.

Таким образом: механизм управления различными видами прибыли торговой организации от реализации товаров с использованием системы "взаимосвязь расходов на реализацию, объема товарооборота и прибыли" основан на ее зависимости ("чувствительности") от следующих основных факторов:

- объема реализации товаров в стоимостном или натуральном выражении;

- суммы и уровня чистого коммерческого дохода;

 суммы и уровня переменных расходов на реализацию;

 суммы постоянных расходов на реализацию;

 соотношение постоянных и переменных операционных расходов;

 суммы налоговых платежей, осуществляемых за счет прибыли.

Эти показатели могут рассматриваться как основные факторы формирования суммы различных видов прибыли от реализации товаров, воздействуя на которые можно получить необходимые результаты.

Прибыль представляет собой конечный финансовый результат, характеризующий, торгово-хозяйственную деятельность всей торговой организации, то есть составляет основу ее экономического развития.

# ***Глава 2. Анализ формирования и распределения финансовых результатов в ООО "Виктория"***

# ***2.1 Экономическая характеристика ООО "Виктория"***

Общество с ограниченной ответственностью "Виктория" учреждено 24.11.2005 г. Юридический адрес: г. Пенза, ул. Гоголя, д.51/53.

Целью деятельности организации согласно Устава является концентрация финансовых материальных средств учредителей и их эффективное использование для получения прибыли, а также создание дополнительных рабочих мест.

Основными видами деятельности являются - оптово-розничная торговля продуктами питания, сдача имущества в аренду, транспортные услуги.

Розничную торговлю можно охарактеризовать следующими показателями: темп роста товарооборота; изменение средней покупки.

В магазине ООО "Виктория" существует положительная тенденция увеличения средней покупки.

Так, например, средняя покупка в магазине за период с октября 2005 по апрель 2008 увеличилась в 2 раза (октябрь 2005 г. - 170 руб., апрель 2008 г. - 340 руб.).

Объем товарооборота по годам изменялся не равномерно (рис.10).

Рис.10. Динамика товарооборота ООО "Виктория", тыс. руб.

Увеличившись к концу 2006г. до 4 454 тыс. руб., товарооборот снизился до 4380 тыс. руб. в 2007 году. В целом товарооборот за исследуемый период увеличился на 1,9 млн. руб., или на 63%.

Согласно штатному расписанию численность ООО "Виктория" составила на 01.01.2008 17 человек.

Организационная структура ООО "Виктория" представлена на рисунке 11.

Рис.11. Организационная структура управления

Руководство ООО "Виктория" осуществляется директором, в непосредственном подчинении у которого заместитель директора по коммерции, торговые представители, офис-менеджер

Директор ООО "Виктория" осуществляет руководство в соответствии с действующим законодательством в пределах предоставленной компетенции всеми видами деятельности организации. Организует работу и взаимодействие производственных единиц и других структурных подразделений.

Обеспечивает выполнение задач и целей деятельности организации и всех ее обязательств перед поставщиками, заказчиками и банками. Организует производственно-хозяйственную деятельность организации на основе обоснованного планирования ее материальных, финансовых и трудовых затрат с учетом складывающейся конъюнктуры на рынке товаров и услуг.

Принимает меры по обеспечению организации квалифицированными кадрами. Способствует наилучшему использованию знаний и опыта работников, созданию безопасных и благоприятных условий для их труда, соблюдению требований законодательства по охране труда. Решает все вопросы в пределах предоставленных прав и поручает выполнение отдельных производственно-хозяйственных функций другим должностным лицам - своим заместителям, руководителям производственных единиц, а также функциональных и производственных подразделений организации.

Заместитель директора для выполнения возложенных на него функций обязан:

. Подписывать документы.

. Организовывать работы и эффективное взаимодействие всех структурных подразделений коммерческого направления

. Принимать меры повышения рентабельности фирмы.

. Организовывать разработки установленной отчетности по коммерческому направлению компании

. Обеспечивать соблюдение законности в деятельности организации и осуществлении его хозяйственно - экономических связей.

В своей деятельности зам. директора руководствуется:

нормативными документами по вопросам выполняемой работы;

Уставом организации;

правилами внутреннего трудового распорядка;

приказами и распоряжениями директора;

настоящей должностной инструкцией.

Торговый представитель:

1. Разрабатывает стратегию и систему представления интересов организации на данном секторе рынка, определяет структуры системы, способы и модели управления системой.

2. Собирает информацию, характеризующую конъюнктуру конкретного сектора рынка (спрос, предложение, цены, конкуренты, перспективные клиенты и потребители, пр.), анализирует тенденции развития секторов рынка, осуществляет оценку перспектив развития рынка.

. Планирует работу (посещения, встречи) с существующими клиентами, проводит с ними переговоры по сделкам купли-продажи, заключает договоры от имени организации.

. Оказывает консультационные и иные услуги клиентам (помощь в составлении спецификаций на товар, помощь в демонстрации товара, предоставление рыночной информации о спросе на товары, др.).

. Совершает сделки купли-продажи для организации, организует исполнение обязанностей по заключенным договорам (отгрузку/доставку товаров, расчеты, мерчандайзинг на торговых объектах, обеспечение должного уровня товарных запасов, др.).

. Осуществляет контроль за исполнением клиентами своих обязательств по договорам купли-продажи (своевременной оплатой, приемкой товаров, пр.), выявляет причины нарушения клиентами своих обязательств, принимает меры по их устранению и предупреждению.

Офис-менеджер:

. Обеспечивает подготовку и организацию работы офиса: осуществляет руководство организацией рабочих мест персонала офиса, организует проверку офисного оборудования (компьютеров, пишущих машинок, факсимильных аппаратов, телефонов, копировальных машин и др.) на предмет определения готовности к эксплуатации, проверяет санитарные условия работы в помещениях офиса (освещение, вентиляцию и температурный режим).

2. Организует подготовку документов, материалов, информации, необходимых для начала работы офиса и текущего решения задач, поставленных перед персоналом офиса.

. Разрабатывает "кодекс" поведения в офисе, обеспечивает работников офиса визитными карточками (бейджами, пр.).

. Руководит работниками офиса (секретарями на приеме, телефонными секретарями (телефонными операторами), курьерами, водителями), распределяет обязанности между ними, доводит до сведения работников принятые решения, определяет степень ответственности работников, разрабатывает стандарты качества работы и критерии оценки качества работы, анализирует эффективность работы, осуществляет контроль за исполнением принятых решений.

. Организует работу секретарей на телефоне (телефонных операторов) по ведению телефонных переговоров (прием входящих звонков, управление исходящими звонками, переадресация звонков, прием и отправка телефонограмм); контролирует культуру речи секретарей (операторов).

. Осуществляет контроль за соблюдением работниками офиса установленных стандартов одежды и офисного внешнего вида.

. Разрабатывает и ведет бюджет расходов на офисные нужды.

Продавцы должны строго соблюдать общие правила продажи и специальные правила продажи отдельных товаров. Общие правила продажи регламентируются основными правилами работы магазина. Продажа товаров в магазине осуществляется всем гражданам на общих основаниях за наличный расчет в дни и часы работы магазина. Запрещается продажа товаров недоброкачественных, не имеющих товарного вида, с истекшими сроками продажи, а также поступивших без установленной документации по качеству. Все работники магазина должны знать и неуклонно соблюдать санитарные правила. Продавец несет ответственность за нарушение правил торговли и цен, обвес, обсчет покупателя.

Финансовая служба представлена главным бухгалтером (он же директор). В своей деятельности он строго руководствуется Федеральным законом "О бухгалтерском учете", "Положением о ведении бухгалтерского учета и отчетности в РФ" и другими нормативными документами.

Задачи бухгалтерского учета в организации:

 формирование полной и достоверной информации о деятельности организации, и ее имущественном положении.

- обеспечение информацией руководителей организации с целью правильного осуществления организациям хозяйственных операций.

 обеспечение учета наличия и движения имущества и обязательств, использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов в соответствии с утвержденными нормами, нормативами и сметами.

 предотвращение отрицательных результатов хозяйственной деятельности организации и выявление внутрихозяйственных ресурсов обеспечения его финансовой устойчивости.

ООО "Виктория" с 2008 года применяет упрощённую систему налогообложения.

Применение УСН ООО "Виктория" предусматривает замену уплаты налога на прибыль организации, НДС (за исключением НДС при перевозе товаров через таможенную территорию), налога на имущество организации и единого социального налога уплатой единого налога, исчисляемого по результатам хозяйственной деятельности организации за налоговый период. Наряду с этим организация производит уплату страховых взносов на обязательное пенсионное страхование в соответствии с законодательством РФ.

На предприятии ООО "Виктория" объектом налогообложения признаются доходы за минусом расходов. Датой получения, которых признаётся день поступления средств в кассу и на счёт в банке (кассовый метод).

Чтобы произвести анализ и оценку финансовой деятельности организации необходимы:

Баланс - форма № 1 (см. Приложение 3);

Отчет о прибылях и убытках - форма № 2 (см. Приложение 4)

Для финансового анализа необходимо выполнить следующие задачи:

определить общее финансовое состояние организации,

рассчитать показатели финансовой устойчивости,

проанализировать структуру активов и пассивов организации,

определить показатели ликвидности.

Рассмотрим структуру активов и пассивов в таблице 2, которая основывается на форме №1 - бухгалтерский баланс организации.

Таблица 2.

Анализ активов и пассивов организации, тыс. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Остатки по балансу, тыс. руб.  | Темп роста (сни-жения) % | Структура активов и пассивов, % |
|  |  |  |  |
|  | 2006 | 2007 | Изме - нение (+,-)  |  | 2006 | 2007 | Измене-ние (+,-)  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| АКТИВЫ  |
| 1. Внеоборотные активы - всего в том числе:  | 6 529 | 6 226 | -303 | 95,36 | 32,37 | 15,24 | -17,13 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1 Нематериальные активы |   |   |   |   |   |   |   |
| 1.2 Основные средства | 964 | 2371 | 1407 | 245,95 | 4,78 | 5,80 | 1,02 |
| 1.3 Незавершенное строительство |   |   |   |   |   |   |   |
| 1.4 Долгосрочные вложения в материальные ценности |   | 3720 | 3720 | 0,00 |   | 9,10 | 9,10 |
| 1.5 Долгосрочные финансовые вложения | 5565 | 135 | -5430 | 2,43 | 27,59 | 0,33 | -27,26 |
| 2. Оборотные активы - всего в том числе:  | 13 644 | 34 633 | 20989 | 253,83 | 67,63 | 84,76 | 17,13 |
| 2.1 Запасы | 5 651 | 9 397 | 3746 | 166,29 | 28,01 | 23,00 | -5,01 |
| 2.2 Дебиторская задолженность  | 4 067 | 21 441 | 17374 | 527, 19 | 20,16 | 52,48 | 32,31 |
| 2.3 Краткосрочные финансовые вложения | 3697 | 3424 | -273 | 92,62 | 18,33 | 8,38 | -9,95 |
| 2.4 Денежные средства | 229 | 371 | 142 | 162,01 | 0,68 | 0,50 | -0,18 |
| 2.5 Прочие оборотные активы.  |   |   |   |   |   |   |   |
| ИТОГО АКТИВОВ | 20 173 | 40 859 | 20 686 | 202,54 | 100,00 | 100,00 | **-** |
| ПАССИВЫ |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Собственный капитал всего | 13760 | 19886 | 6126 | 144,52 | 68,21 | 48,67 | -19,54 |
| 1.1 Уставный капитал | 8 | 8 | 0 | 100,00 | 0,04 | 0,02 | -0,02 |
| 1.2 Нераспределенная прибыль  | 13752 | 19878 | 6126 | 144,55 | 68,17 | 48,65 | -19,52 |
| 2. Заемный капитал | 6413 | 20973 | 14560 | 327,04 | 31,79 | 51,33 | 19,54 |
| 2.1 Долгосрочные обязательства |   |   |   |   |   |   |   |
| 2.2 Краткосрочные обязательства | 6413 | 20973 | 14560 | 327,04 | 31,79 | 51,33 | 19,54 |
| 2.2.1 Займы и кредиты | 1151 | 3067 | 1916 | 266,46 | 5,71 | 7,51 | 1,80 |
| 2.2.2 Кредиторская задолженность | 5262 | 17906 | 12644 | 340,29 | 26,08 | 43,82 | 17,74 |
| ИТОГО ПАССИВОВ  | 20173 | 40859 | 20686 | 202,54 | 100 | 100 | х |

Активы организации в 2007 году по сравнению с 2006 годом снизились на 20686 тыс. руб. или на 14,57%.

Внеоборотные активы организации уменьшились на 303 тыс. руб. Это произошло за счет незначительной доли долгосрочных финансовых вложений, а также снижение этого показателя к концу периода на 5430 тыс. руб. Организация не использовало в своей финансово-хозяйственной деятельности нематериальные активы и прочие внеоборотные активы.

В то же время доля основных средств в имуществе в 2007 года составила 5,8%, что на 1,02% больше, чем в 2006г. Это свидетельствует о мобильности активов, и поэтому о незначительных накладных расходах и малой чувствительности прибыли организации к изменениям выручки.

Оборотные активы организации за анализируемый период увеличились с 13644 тыс. руб. до 34633 тыс. руб. Этот рост произошло за счет увеличения дебиторской задолженности (на 17374тыс. руб.), денежных средств, за счет неиспользования прочих оборотных активов при одновременном увеличении запасов (с 5651 до 9397 тыс. руб.).

В составе запасов на конец анализируемого периода преобладают готовая продукция и товары на складах (8786 тыс. руб.), доля которых также выросла.

Доля дебиторской задолженности в оборотных активах увеличилась с 20,16% до 52,48%. В анализируемый период объемы дебиторской задолженности увеличились на 17374 тыс. руб. (с 4067 до 21441 тыс. руб.). Это негативная ситуация, связанная с тем, что большинство клиентов не расплатились по своим долгам.

Сумма денежных средств в анализируемом периоде изменилась незначительно (229 тыс. руб. приходилось на начало периода, 371 тыс. руб. - на конец).

В своей финансово хозяйственной деятельности в 2007г организация не использовала краткосрочные финансовые вложения.

Наличие чистого оборотного капитала (это разница между запасами, краткосрочной задолженностью, денежными средствами) показывает, что на протяжении анализируемого периода у организации имелись собственные оборотные средства.

Собственный капитал организации за анализируемый период 2006-2007 г увеличился на 6126 тыс. руб., составив в 2006 году 13760 тыс. руб., а в 2007 году - 19886 тыс. руб. Остались на прежнем уровне уставный капитал (8 тыс. руб). В структуре собственного капитала доля нераспределенной прибыли имела тенденцию к снижению (с 68,17% до 48,65%).

Организация на протяжении анализируемого периода убытков по балансу не имело.

В структуре заемного капитала в 2007 году увеличились краткосрочные кредиты и займы (финансовые обязательства) на 1916 тыс. руб.

Краткосрочные обязательства увеличились на 14560 тыс. руб. В структуре заемных средств стали преобладать краткосрочные источники, это является позитивным фактом, т.к. процентные выплаты при этом значительно меньше, чем при долгосрочных обязательствах.

Краткосрочные финансовые обязательства увеличились в 2007 году по сравнению с 2006 годом с 1151 тыс. руб. до 3067 тыс. руб.

Негативным фактом является то, что кредиторская задолженность возросла почти втрое с 5262 до 17906 тыс. руб.

На рисунке 12 представлена динамика собственного и заемного капитала в 2006-2007 г. г, из которого видна тенденция роста собственного капитала ООО "Виктория" при одновременном уменьшении заемного.



Рис.12. Динамика собственного и заемного капитала, тыс. руб.

В таблице 3 рассмотрим экономическое содержание и методику расчета основных показателей финансового состояния и эффективности деятельности организации.

Таблица 3.

Показатели платежеспособности и ликвидности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя  | 2006 | 2007 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,61 | 0,2 |
| Коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия)  | 2,13  | 1,65 |
| Коэффициент критической ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия)  | 1,25 | 1,2 |
| Чистые оборотные активы, тыс. руб.  | 7231 | 13660 |

Рассмотрим показатели таблицы подробнее.

Коэффициент абсолютной ликвидности = (Денежные средства + Краткосрочные финансовые вложения) / Краткосрочные обязательства. Он показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена на дату составления баланса, оптимальное значение 0,2 - 0,3.

Коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия) = (Оборотные активы - Долгосрочная дебиторская задолженность) / Краткосрочные обязательства. Позволяет оценить, в какой степени оборотные активы покрывают краткосрочные обязательства, оптимальное значение 1,5 - 2.

Коэффициент критической ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия) = (Денежные средства + Краткосрочные финансовые вложения + Краткосрочная дебиторская задолженность) / Краткосрочные обязательства. Оптимальное значение 0,8 - 1. Показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена не только за счет имеющихся денежных средств, но и ожидаемых поступлений от дебиторов.

Чистые оборотные активы = Оборотные активы - Краткосрочные обязательства. Это свидетельствует о превышении оборотных активов над краткосрочными обязательствами организации, характеризует потребность в собственном оборотном капитале.

Таким образом, за анализируемый период организация сохранило способность погасить текущие обязательства за счет денежных средств, дебиторской задолженности и прочих оборотных активов, но эти показатели не укладываются в диапазон рекомендуемых значений.

Для анализа финансовой устойчивости организации заполним следующую таблицу 4.

Таблица 4.

Показатели финансовой устойчивости.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя  | 2006 | 2007 |
| 1 | 2 | 3 |
| Собственный оборотный капитал | 7231 | 13660 |
| Коэффициент независимости (автономии или концентрации собственного капитала)  | 0,68 | 0,49 |
| Коэффициент зависимости (концентрации заемного капитала)  | 0,32 | 0,51 |
| Коэффициент финансовой устойчивости | 0,68 | 0,49 |
| Коэффициент финансирования | 2,15 | 0,95 |
| Коэффициент финансовой активности (плечо финансового рычага)  | 0,47 | 1,05 |
| Коэффициент (индекс) постоянного актива | 0,47 | 0,31 |

Собственный оборотный капитал = Оборотные активы - Краткосрочные обязательства. Этот показатель характеризует величину оборотных средств, сформированных за счет собственных источников.

Коэффициент независимости (автономии или концентрации собственного капитала) = Собственный капитал / Валюта баланса. Характеризует долю собственных средств в общей величине источников финансирования деятельности организации, оптимальное значение >= 0,5.

Коэффициент зависимости (концентрации заемного капитала) = Заемный капитал / Валюта баланса. Характеризует долю заемных средств в общей величине источников финансирования деятельности организации, оптимальное значение <=0,5.

Коэффициент финансовой устойчивости = (Собственный капитал + Долгосрочные обязательства) / Валюта баланса. Показывает удельный вес источников финансирования, которые могут быть использованы длительное время, оптимальное значение 0,8 - 0,9.

Коэффициент финансирования = Собственный капитал / Заемный капитал, что характеризует соотношение собственных и заемных средств. Оптимальное значение >= 1.

Коэффициент финансовой активности (плечо финансового рычага) = Заемный капитал / Собственный капитал. Характеризует соотношение заемных и собственных средств, оптимальное значение <= 1.

Коэффициент (индекс) постоянного актива = Внеоборотные активы / Собственный капитал. Показывает долю внеоборотных активов в величине собственных источников средств (оптимальное значение <1).

К концу анализируемого периода доля собственных средств в общей величине источников финансирования увеличилась, тем самым, снизив долю заемных средств. Показатели коэффициента финансирования и плечо финансового рычага укладываются в диапазон рекомендуемых значений за 2006 год (. >= 1, <=1 соответственно) и не укладываются на 2007 г. Однако коэффициент финансовой устойчивости организации снизился с 0,68 до 0,49, что является не очень хорошим фактом.

# ***2.2 Анализ состава и динамики финансовых результатов ООО "Виктория"***

В годовом отчете ООО "Виктория" представляет Отчет о прибылях и убытках.

Для детального рассмотрения строим таблицу 5 "Финансовые результаты", в которой отражены данные отчета о прибылях и убытках - форма №2. По таблице делаем выводы.

Таблица 5.

Финансовые результаты ООО "Виктория"

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя  | 2006 | 2007 | Изменения |
|  | тыс. руб.  | % | тыс. руб.  | % | тыс. руб.  | % |
| Чистая выручка | 24330 | 100% | 48683 | 100 | 24353 | 50,02 |
| Полная себестоимость реализованной продукции | 15780 | 64,86 | 34033 | 101,70 | 18253 | 53,63 |
| Валовая прибыль | 8550 | 35,14 | 14650 | 43,78 | 6100 | 41,64 |
| Коммерческие расходы | 5262 | 21,63 | 7090 | 21, 19 | 1828 | 34,74 |
| Прибыль от продаж | 3288 | 13,51 | 7560 | 22,59 | 4272 | 56,51 |
| Чистая прибыль | 2552 | 10,49 | 6124 | 37,78 | 3572 | -93,01 |

Чистая выручка организации за период с 2006 по 2007 г. г. увеличилась на 24353 тыс. руб.

Себестоимость реализованной продукции организации за анализируемый период увеличилась на 18253 тыс. руб. (с 15780 до 34033 тыс. руб.) Как следствие этого, эффективность основной деятельности организации снизилась, так как темп изменения выручки отставал от темпа изменения себестоимости реализованной продукции.

Валовая прибыль в период с 2006 по 2007 г. г. увеличилась на 6100 тыс. руб. В 2006 году организация имело прибыль от продаж в размере 3288 тыс. руб. При осуществлении всех видов деятельности в 2006 - 2007 г. г. организация получило прибыль в размере 2554тыс. руб. и 6125 тыс. руб. соответственно. Наблюдался существенный рост прибыли в 2007 г. в сравнении с 2006, который составил 58,3%. При вычете всех налоговых выплат, чистая прибыль организации составляет: 2552тыс. руб. - 2006г., 6124 тыс. руб. - 2007г. (рис.13).



Рис.13. Изменение прибыли от продаж и чистой прибыли, тыс. руб.

Наличие в анализируемом периоде у организации чистой прибыли свидетельствует об имеющемся источнике пополнения оборотных средств.

Рассмотрим значения основных показателей рентабельности. Полученные результаты оформим в виде таблицы 6.

Таблица 6

Показатели рентабельности деятельности организации

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя  | 2006 | 2007 |
| Рентабельность капитала (активов) или экономическая рентабельность,% | 12,65 | 20,07 |
| Рентабельность собственного капитала или финансовая рентабельность,% | 18,55 | 36,41 |
| Рентабельность заемного капитала, % | 39,79 | 44,73 |
| Рентабельность внеоборотных активов (основного капитала), % | 39,09 | 44,23 |
| Рентабельность оборотных активов, % | 18,70 | 25,38 |
| Рентабельность инвестиций,% | 28,56 | 36,41 |
| Рентабельность продаж, % | 10,49 | 12,58 |
| Рентабельность производственных расходов, % | 16,17 | 18,00 |

Одновременное повышение всех показателей рентабельности констатирует улучшение ситуации, связанной со сбытом продукции и работой отдела маркетинга.

Таблица 7

Показатели доходов, расходов и финансовых результатов деятельности организации, тыс. руб.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя  | 2006г.  | 2007 г.  |
| Общая сумма доходов организации | 24538 | 51225 |
| Общая сумма расходов организации | 73209 | 45100 |
| Общая сумма доходов на один рубль расходов организации, руб.  | 0,34 | 1,14 |
| Доходы от обычной деятельности на один рубль аналогичных расходов, руб.  | 0,33 | 0,81 |

В ООО "Виктория" в 2006 г общая сумма расходов превышала доходы, в 2007 году данный показатель был в норме. По оперативной деятельности расходы превышают доходы как в 2006 году так и в 2007 году.

# ***2.3 Анализ распределения, планирования финансовых результатов в ООО "Виктория"***

Планирование прибыли - один из важнейших этапов в деятельности ООО "Виктория".

Процесс планирования начинается с распределения прибыли отчетного года. Распределению прибыль ООО "Виктория" подлежит после выполнения обязательств перед бюджетом. Чистая прибыль в организации распределяется в соответствии с Уставом: 10% чистой прибыли организации отчисляется собственнику, 90% чистой прибыли является источником пополнения фондов организации, отчисления в которые осуществляются один раз в год.

Распределение прибыли планируемого года представлено в таблице 8.

Таблица 8

Фактическое распределение чистой прибыли организации

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование целей распределения чистой прибыли | Норматив отчислений, % | Сумма, тыс. руб.  |
| Прибыль, подлежащая распределению на предприятии, в том числе | 100,0 | 5512 |
| Формирование резервного фонда | 5,8 | 320 |
| Формирование фонда накопления | 50,7 | 2794 |
| Формирование фонда потребления | 20,3 | 1119 |
| Формирование фонда социальной сферы | 16,8 | 926 |
| Формирование ремонтного фонда | 6,4 | 353 |

В графическом виде распределение чистой прибыли представлено на рис.14.

Рис.14. Распределение прибыли ООО "Виктория" в 2007 г.

Большая часть прибыли организации направлена в фонд накопления в связи расширением и совершенствованием торговой деятельности.

После расчета финансов на следующий период и выяснения средств, которые организация имеет возможность использовать в расчетном периоде можно рассчитывать прибыль.

Для начала анализируется ситуация в отрасли и выясняется поведение конкурентов в предыдущий период. Особенно важно знать ценовую политику конкурентов, учесть какую цену они могут устанавливать на аналогичные товары. Очень важно определить их инвестиционную политику, политику в сфере маркетинга и привлечения достижений научно технического прогресса (издержки на НИР).

Необходимо знать предельные издержки на маркетинг и НИР для отрасли. Предельные издержки - это издержки приходящиеся на одно дополнительно проданное изделие. Далее анализируется деятельность ООО "Виктория". Выясняются причины изменения выручки, валового дохода, валовой прибыли и нормальной прибыли в предыдущем периоде.

Затем, определяется ценовая эластичность основных групп товаров. Это можно сделать с достаточной степенью точности только имея статистику, связывающую число продаж с ценой за несколько периодов. Эластичность может подсказать на качественном уровне как менять цену на товары и сколько приобретать товара для реализации. Если спрос на товары эластичный, то можно определить предельную выручку по формуле:

###### **Д (В) / Д (О) = (1+1/Е) · Ц**,

где Д (В) / Д (О) - предельная выручка;

Е - ценовая эластичность спроса;

О - количество продаваемых изделий;

Д (В) - изменение выручки;

Д (О) - изменение количества продаваемых изделий;

Ц - цена реализации товара.

Из равенства предельной выручки предельным издержкам при заданной цене можно определить размеры оптимальных издержек. После определения цены, издержек, количества возможных покупок необходимо рассчитать все виды прибыли от реализации товаров.

При анализе и расчетах надо учитывать возможное изменение общей экономической ситуации в стране и отрасли. Общая ситуация может сильно влиять на все величины. Поэтому и необходима статистика финансовой деятельности организации за возможно большее число периодов.

Процесс планирования прибыли ООО "Виктория" завершается комплексной увязкой ее суммы с системой формирующих ее показателей: объемом товарооборота, издержками обращения, валовым доходом (ценовой политикой).

Сумма валового дохода, необходимого предприятию для получения запланированной суммы валовой прибыли, покрытия издержек обращения и уплаты налога на добавленную стоимость, составит:

ВДп = (ВПп + ИОп) / (1 - Сндс),

где ВДп - сумма валового дохода организации в планируемом году, руб.;

ВПп - сумма валовой прибыли организации в планируемом году, руб.;

ИОп - сумма издержек обращения организации в планируемом году, руб.;

Сндс - установленная законодательством (расчетная) ставка налога на добавленную стоимость (выраженная десятичной дробью).

Планируемая на будущий год сумма издержек обращения торговой организации может быть рассчитана по формуле:

ИОп = ИОпост. ф + Уперм. ф · Тп,

где ИОп - сумма издержек обращения организации в планируемом

году, руб.;

ИОпост. ф - фактическая сумма условно-постоянных издержек обращения организации в отчетном году, руб.;

Тп - объем товарооборота организации в планируемом году, руб.;

Уперм. ф - уровень условно-переменных издержек обращения

организации в отчетном году (выраженный десятичной дробью).

Плановый объем товарооборота является завершающим показателем в комплексной увязке показателей, обеспечивающих организации получение необходимой суммы прибыли.

На основе взаимосвязи суммы прибыли торговой организации с объемом товарооборота, валовым доходом (торговыми надбавками) и издержками обращения можно выделить роль отдельных факторов ее формирования и обеспечить эффективное управление этим процессом. Изменяя значение одного из показателей этой взаимосвязи, можно разработать хозяйственную стратегию организации на планируемый год.

Произведем комплексную увязку основных показателей хозяйственной деятельности ООО "Виктория" на планируемый год исходя из следующих данных.

В 2007 году объем товарооборота составил 48683 тыс. руб., средний уровень торговой надбавки - 20% к обороту, уровень условно-переменных издержек обращения - 8,93% к обороту, сумма условно-постоянных издержек обращения - 7090 тыс. руб. Для полного удовлетворения внутренних потребностей торговой организации в планируемом году потребуется 10000 тыс. руб. чистой прибыли. Тогда для получения необходимой суммы чистой прибыли и уплаты налога на прибыль организации требуется валовая прибыль в размере 13157 тыс. руб.:

ВПп *=* 10000 / (1 - 0,24) = 13157тыс. руб.

-й вариант расчета

При среднем уровне торговой надбавки, уровне условно-переменных издержек обращения и сумме условно-постоянных расходов отчетного года организации для получения суммы валовой прибыли в размере 13157 тыс. руб. необходимо запланировать объем товарооборота:

Тп = (13157 + 7090 + 0,0893-Тп) / [ (1 - 0,1667) - 0,2] = 56052тыс. руб.

-й вариант расчета

При объеме товарооборота, уровне условно-переменных расходов и сумме условно-постоянных издержек обращения отчетного года для получения суммы валовой прибыли в неоходимом размере организации необходимо получить в планируемом году 60000 тыс. руб. валового дохода:

Тп = (13157 + 7090 + 0,0893-10000) / [1 - 0,1667] = 60000 тыс. руб.

т.е. установить среднюю торговую надбавку на уровне 23,47% к розничному обороту.

3-й вариант расчета

При объеме товарооборота и среднем уровне торговой надбавки отчетного года для получения суммы валовой прибыли 14000 тыс. руб. предприятию необходимо запланировать сумму издержек обращения в размере 2094,4 тыс. руб.:

Иоп = 14000 - 466,8 - 238,8 = 2094,4 тыс. руб.

Таким образом, торговой организации для получения в планируемом году суммы чистой прибыли в размере 160,0 тыс. руб., необходимо:

 либо увеличить объем товарооборота по сравнению с отчетным годом на 4,23%;

- либо повысить средний уровень торговой надбавки на 0,4% к обороту;

 либо снизить уровень издержек обращения на 0,33% к обороту.

В проведенных расчетах изменению подвергался один из основных показателей, формирующих сумму прибыли торговой организации, а остальные оставались неизменными, т.е. на уровне отчетного года. Вместе с тем, организация для получения необходимой суммы прибыли может одновременно проводить мероприятия по увеличению объема товарооборота, изменению торговых надбавок (ценовая политика), уменьшению издержек обращения, выбирая для себя наиболее приемлемый вариант. Организации необходимо знать экстремальные значения объема товарооборота, уровня торговой надбавки и уровня переменных издержек обращения, т.е. учитывать, ниже какого объема товарооборота, уровня торговой надбавки и выше какого уровня переменных расходов нельзя заходить, чтобы не попасть в зону убытка.

# ***Глава 3. Мероприятия по совершенствованию системы управления финансовыми результатами ООО "Виктория"***

# ***3.1 Резервы роста прибыли и эффективности её использование в обществе***

Наиболее актуальной для ООО "Виктория" является проблема оптимальности размера прибыли и рентабельности.

На размер прибыли и соответственно ООО "Виктория" влияют следующие факторы:

. ценовая политика;

2. переменные затраты;

. постоянные затраты;

. ассортиментная структура товарооборота;

. объем продаж.

Для максимизации получаемой прибыли и обеспечения доходности организации все перечисленные показатели, кроме издержек обращения (затрат), должны увеличиваться; затраты - и совокупные, и по структуре - уменьшаться. При этом ценовая политика должна быть оптимальной, предусматривающей конкурентоспособность книготорговой продукции и обеспечивающей доступность книжной продукции для населения.

Уменьшение переменных затрат достигается:

- закупкой товаров по более низким ценам;

- более эффективным использованием кадрового потенциала организации;

- наращиванием товарооборота;

- получением оптовых скидок на закупаемую продукцию;

- ускорением срока расчетов с поставщиками и спонтанным финансированием за быстроту оплаты.

- выбором более дешевых способов доставки продукции при ее закупке.

Снижение (уменьшение) постоянных затрат достигается за счет:

- сокращения производственных площадей;

- сокращения штатной численности персонала;

- снижения затрат на рекламу, обучение, представительских и организационных расходов, других затрат;

- уменьшения командировочных расходов;

- снижения финансовых издержек (суммы процентов за кредит) за счет отказа от банковского кредитования или кредитования на льготных условиях с более низкой среднерасчетной ставкой процента банка;

- снижения расходов на выплату процентов, уменьшением инвестиций в производственные запасы и дебиторскую задолженность или увеличением сроков погашения обязательств (кредиторской задолженности поставщикам и другим кредиторам);

- экономии коммунальных расходов;

- экономного использования расходных материалов на хозяйственные нужды, снижения прочих потерь;

- снижения налога на имущество современным списанием вышедшего из строя имущества, непригодного к эксплуатации;

- предотвращения недостач, хищений и потерь товарно-материальных ценностей;

- экономного использования расходов на соблюдение условий труда, техники безопасности и т.п.

Объем продаж можно увеличить расширением зон обслуживания, конкурентоспособными товаром и услугами, диверсификацией ассортимента, уменьшением отпускных цен, ускорением оборачиваемости оборотных активов в целом и товарных запасов в частности, расширением видов деятельности и т.д.

Принимая решение об продажах, руководитель (предприниматель) должен запланировать такую его величину, которая обеспечила бы максимальную прибыль. Но нужно иметь в виду, что каждый дополнительный выпуск продукции или объем продаж влечет за собой не только увеличение общей выручки от реализации (валового дохода), но и требует увеличения издержек обращения (производства).

Основной стратегический фактор успеха ООО "Виктория" - размещение в местах с высоким потоком клиентов. Умение использовать эти особенности может стать резервом повышения ее конкурентоспособности.

Можно предложить алгоритм формирования ассортимента. Суть его состоит в том, что определить наиболее выгодные позиции товаров можно путем анализа предложений 3-5 крупнейших местных дистрибьюторов, в связи с чем нужно выделить несколько сот позиций, одновременно имеющихся в ассортименте, представленном дистрибьюторами. Также важно проанализировать структуру продаж в регионе одного из крупнейших дистрибьюторов.

Эффективная система управления ассортиментом предполагает использование компьютерной модели, формирующей прогноз потребительского спроса с учетом динамики продаж, недельной или сезонной динамики; эффективное ведение статистики дефектуры (в том числе неудовлетворенных запросов клиентов); выявление наиболее активно продвигаемых на рынке новых продуктов.

Немаловажную роль в оптимизации работы выполняет сервис. Для этого необходимо привести в соответствие со спросом количество кассовых аппаратов и торгового персонала, повышать квалификацию персонала, обеспечить "узнаваемый" сервис. Указанные меры позволяют увеличить товарооборот ООО "Виктория" на 5-10%.

# ***3.2 Использование информационных технологий в управлении деятельностью организации***

Основой работы на компьютере является программное компьютерное обеспечение. Известно, что 50% своего рабочего времени офисный работник затрачивает на расчет, оформление и заполнение документов. Применение компьютеров позволяет снижать трудоемкость работы, контролировать правильность операций, упрощает учет, расчеты и анализ документов, ускоряет обработку информации, снижает расходы на оплату труда, уменьшает объем документооборота, позволяет использовать технические носители первичной информации, упрощает расчеты между организациями, обеспечивает оперативность и длительность хранения полученной информации.

За последние годы предложение этих программ заметно увеличилось. На предприятии используется пакет программ "1С Бухгалтерия", программа по учету труда и заработной платы, помогающая решать такие задачи, как расчет начисленной заработной платы, расчет удержаний из заработной платы, расчеты с работниками в межрасчетные, периоды, сводный учет расчетов с рабочими и служащими, управленческий учет труда и заработной платы, а также различные программы, позволяющие автоматизировать заполнение форм, бланков, платежных поручений, таблиц и графиков.

В последнее время работает система "Клиент - Банк", предназначенная для удаленного управления операциями со своим расчетным счетом, находясь за компьютером в бухгалтерии с помощью модема и телефонной линии.

Прикладное решение автоматизирует следующие функции:

- оформление и печать банковских документов (платежных поручений, платежных требований и др.);

- регистрация прихода и расхода денежных средств на банковских счетах;

- контроль за состоянием банковских счетов;

- анализ движения безналичных денежных средств на банковских счетах организации.

Места хранения безналичных денежных средств организации - расчетные счета в банках - отображаются в информационной базе как элементы списка банковских счетов организации.

Платежные документы могут быть сформированы на основании хранящихся в базе заявок на расходование денежных средств и планируемых поступлений денежных средств. При этом ранее введенная информация будет автоматически перенесена в новый документ.

Первичная запись платежных документов в информационную базу означает регистрацию намерений на изменения состояния безналичных денежных средств. Если в экранной форме документа проставить флажок "Отразить в оперативном учете", то необходимые денежные средства будут отражены в информационной базе как зарезервированы к поступлению или списанию.

Фактическое движение денежных средств регистрируется простановкой флажка "Оплачено" в экранной форме документа. После этого могут быть сформированы соответствующие проводки в бухгалтерском и налоговом учете.

Основанием для регистрации фактической оплаты является выписка с расчетного счета, полученная из банка. Подсистема предоставляет инструмент ускорения регистрации выписки с расчетного счета с обеспечением группового ввода платежных документов в информационную базу.

Дальнейшее ускорение работы с платежными документами обеспечивается средствами взаимодействия с банковскими программами типа "Клиент банка". Конфигурация автоматизирует работу с валютными денежными счетами, аккредитивами, другими видами платежных документов.

Для обмена информацией с банками по электронным каналам связи предназначены специализированные программы типа "Клиент банка". Конфигурация, в свою очередь, умеет обмениваться информацией с такими программами.

Специальный механизм обмена информацией с программами типа "Клиент банка" позволяет:

- формировать платежные документы в информационной базе, затем выгружать их в программу типа "Клиент банка" для передачи в банк по электронным каналам связи;

- загружать в базу из программы типа "Клиент банка" информацию, поступившую из банка об операциях по расчетным счетам организации.

Обмен данными между конфигурацией и программой типа "Клиент банка" осуществляется через промежуточное хранилище информации, в качестве которого используется файл обмена специального формата.



Рис.15. Файл обмена "Клиент - Банка"

Для отправки платежных документов подготовленные в конфигурации данные выгружаются в файл обмена. Программа типа "Клиент банка" этот файл читает и обрабатывает. Результат обработки передается по телекоммуникационным каналам в коммерческий банк. Допускается повторная выгрузка документов в программу типа "Клиент банка". Однако следует иметь в виду, что если документы уже были переданы программой в банк, то их изменение не даст нужного результата.

Для получения банковских выписок программой типа "Клиент банка" инициируется прием данных из коммерческого банка и формирование файла обмена. Затем этот файл читается и обрабатывается.

Необходимое условие для взаимодействия с программой типа "Клиент банка": банковская программа должна поддерживать стандарт обмена данными "1С: Организация - Клиент банка".

Договорная работа с контрагентами пронизывает всю хозяйственную деятельность организации. В работе с контрагентами задействованы подразделения, занимающиеся управлением финансами, приобретением товарно-материальных ценностей, реализацией готовой продукции, маркетингом и др (рис.16).



Рис.16. Управление расчетами в компьютерной системе

Важнейшую часть работы с контрагентами составляет функция управления взаиморасчетами. Функционал управления взаиморасчетами с контрагентами охватывает полный цикл операций по взаимодействию с деловыми партнерами от момента возникновения обязательств по договорам до их выполнения. Реализуемая гибкая кредитная политика позволяет повысить привлекательность организации для клиентов и его конкурентоспособность на рынке.

Функционал управления взаиморасчетами может использоваться в финансовых, снабженческих и сбытовых структурах организации, позволяя оптимизировать финансовые и материальные потоки.

Конфигурация позволяет анализировать изменение задолженности во времени, оперируя двумя видами задолженности - фактической и прогнозируемой (отложенной). Фактическая задолженность связана с операциями расчета и моментами передачи прав собственности. Отложенная задолженность возникает при отражении в системе таких событий, как заказ на поставку или передачу на комиссию товарно-материальных ценностей, заявка на получение денежных средств, плановое поступление денежных средств.

Конфигурация поддерживает методики учета задолженностей в различных разрезах: по договорам, заказам, счетам. Дополнительно возможна детализация взаиморасчетов по расчетным документам.

Предусмотрены специальные документы для проведения сверки взаиморасчетов с контрагентами и корректировки взаиморасчетов.

В деятельности ООО "Виктория" используется правовая система "Гарант".

Данная справочно-правовая система, хотя и не заменяет собой официальные источники законодательства на бумажном носителе, но позволяет легко упорядочивать кодификацию законодательства, находить нормативный материал, делать подборку законодательства для конкретных ситуаций.

На сегменте рынка информационно-справочных правовых продуктов система "Гарант" превосходит аналогичные образцы по ряду критериев.

Отличительными особенностями СПС "Гарант" являются простота использования, лёгкость и наглядность нахождения требуемых документов, а также хорошая наполняемость правовой базы. Важно, что все документы, находящиеся в системе, представлены в актуальной, действующей редакции. Другим достоинством системы "Гарант" является полный гипертекст, позволяющий моментально открывать документы, на которые имеется ссылка в рассматриваемом нормативном акте, попадая при этом сразу на нужную строчку.

Своевременность обновления позволяет нам работать только с актуальной правовой информацией, предостерегая от документов, утративших силу.

Важное значение для нас имеют услуги бесплатного сервиса:

. "Горячая линия" - поиск документов по запросу и их бесплатная доставка.

. Обучение пользователей по работе в СПС "Гарант".

Особенно ценной является возможность получения информации из наиболее популярных периодических изданий, которые с помощью гипертекста связаны с нормативными актами. Это значительно облегчает работу с аналитическими материалами в области бухгалтерского и налогового учета, а также в области аудита.

# ***3.3 Пути улучшения финансовых результатов в ООО "Виктория"***

Одним из направлений улучшения финансовых результатов является стимулирование продаж.

Мероприятия по стимулированию стимулирования продаж ООО "Виктория" (рис.17): можно условно подразделить стратегические, разовые и специфические.

 Пути

Рис.17. Пути стимулирования продаж

К стратегическим мероприятиям относятся следующие: увеличить число потребителей, повысить количество товара, покупаемого каждым потребителем, оживить интерес к товару со стороны клиентуры, увеличить оборот до показателей намеченных в плане маркетинга, выполнить показатели плана продаж.

Разовые мероприятия включают в себя: ускорить продажу наиболее выгодного товара, повысить оборачиваемость какого-либо товара, избавиться от излишних запасов (затоваривания), придать регулярность сбыту сезонного товара, оказать противодействие возникшим конкурентам, оживить продажу товара, сбыт которого переживает застой. К числу специфических мероприятий можно отнести следующие: извлечь выгоду из ежегодных событий, воспользоваться какой-либо отдельной благоприятной, возможностью (годовщина фирмы, создание нового магазина и. т.д.), поддержать рекламную компанию. Выбор тех или иных средств стимулирования продаж зависит от поставленных целей. Их можно объединить в три большие группы:

 предложение цены (продажа по сниженным ценам, льготные купоны, талоны, дающие право на скидку);

- предложение в натуральной форме (премии, образцы товара);

 активное предложение (конкурсы покупателей, игры, лотереи).

Применительно к ООО "Виктория", мы можем классифицировать различные виды стимулирования иным образом, по их происхождению и воздействию на клиентуру. В этом случае приходим к трем обобщенным типам стимулирования (рис.18.):

Рис. 18. Основные средства и объекты воздействия стимулирования продаж

В своей деятельности ООО "Виктория" необходимо уделять внимание на следующее:

подготовку предложений по привлечению сторонних специализированных организаций по решению проблем маркетинга;

* анализ и систематизация полученных данных, и подготовка их для обработки на электронно-вычислительной технике;
* сбор, систематизация и анализ всей коммерческо-экономической информации о потенциальных рынках сбыта продукции;
* изучения ассортимента основных конкурентов;
* организация обратной связи с потребителями, изучение мнения потребителей и их предложений по улучшению;
* разработка предложений по формированию фирменного стиля, организация рекламы с помощью фирменных изделий (плакатов, буклетов, афиш, экспресс-информации);
* обеспечение представителей ООО "Виктория", направляющихся на выставки, ярмарки, выставки-продажи, рекламными проспектами и другими рекламными документами;
* анализ деятельности рекламы, ее влияния на сбыт продукции, информированности потребителей о продукции предприятия. Определение эффективности рекламы. Разработка предложений по совершенствованию организации рекламы;
* изучение и использование передового опыта рекламы и стимулирования сбыта в стране и за рубежом;
* обеспечение успешной коммерческой деятельности предприятия по сбыту продукции;
* участие в организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по рекламе продукции;
* участие в совершенствовании сбытовой сети;
* проведение мероприятий по ликвидации необоснованных расходов по сбыту продукции;
* изучение потребностей покупателей;
* систематическое наблюдение за рынком и корректировка прогнозов в соответствии с происходящими изменениями;
* анализ эффективности фирменного обслуживания, организации сбыта, рекламы и разработка предложений по их совершенствованию;
* участие в определении целей, методов и эффективности рекламы;
* анализ проведения договорной кампании и организации сбыта продукции и разработка предложений по их совершенствованию.

В ходе изучения деятельности ООО "Виктория" было выяснено, что часть складских площадей используется неэффективно и существует возможность подписания контракта сдачи их в аренду. Для функциональной оценки возможности контракта мы использовали экономико-математические модели, представленные в виде следующих отношений. Оценим рентабельность контракта с учетом форм оплаты.

Предварительная оплата:



где Rпр - рентабельность сдачи помещений в аренду с учетом предварительной оплаты (%);- плановая рентабельность сдачи помещений в аренду (%.); Tпр - срок предварительной оплаты (дни);ц - длительность производственного цикла (дни).

Предварительная оплата с учетом инфляционных процессов:



где  - рентабельность сдачи помещений в аренду при предварительной оплате с учетом инфляционного фактора (%);пр - рентабельность сдачи помещений в аренду при предварительной оплате (%); - индекс инфляции, показывающий, во сколько раз в среднем изменились цены; - индекс ограничений роста цен, показывающий во сколько раз в среднем изменилась цена на аренду.

Индекс инфляции рассчитывается по формуле:



где (1+ ) - индекс инфляции за некоторый фиксированный период;- длительность анализируемого периода (дн.);м - длительность фиксированного периода.

Индекс ограничений роста цен I рассчитывается аналогично:



Для анализа влияния инфляционного фактора и государственных ограничений на эффективность предварительной оплаты сделаны расчеты, представленные в таблице 9.

Таблица 9

Рентабельность сдачи помещения в аренду при предварительной оплате (исходные данные:  = 0.05,  = 0.02, *Tц* = 30дн., *R* = 20%)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Tпр*., дн.  | *Rпр*, % | *Rпр*,% |
| 1 | 2 | 3 |
| 0 | 20.0 | 20.0 |
| 1 | 2 | 3 |
| 10 | 21.3 | 20.1 |
| 20 | 22.6 | 20.2 |
| 30 | 24.0 | 20.5 |

Неоднозначная эффективность предоплаты представлена на рисунке 19.



Рис. 19. Рентабельность сдачи помещений в аренду при предварительной оплате

Отсрочка платежа:



где *Rот* - рентабельность сдачи помещений в аренду с учетом потерь из-за отсрочки платежа;

*R -* рентабельность сдачи помещений в аренду на дату совершения сделки;

*Tот -* длительность отсрочки платежа;

*Тц* - длительность производственного цикла изготовления и реализации единицы продукции.

Отсрочка платежа с учетом инфляционных процессов:



где - рентабельность сдачи помещений в аренду с отсрочкой платежа в условиях инфляционных процессов; *Rот* - рентабельность сдачи помещений в аренду с учетом отсрочки платежа.

Для анализа влияния инфляционного фактора на эффективность контракта с отсрочкой платежа сделаны расчеты, приведенные в таблице 10.

Таблица 10

Рентабельность товарной продукции при отсрочке платежа (исходные данные:  = 0.05,  = 0.02, *Tц* = 30 дн., *R*= 20%)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tпр, дн. Rпр, %Rпр,% |  |  |
| 0 | 20.0 | 20.0 |
| 10 | 18.7 | 16.8 |
| 20 | 17.4 | 13.7 |
| 30 | 16.0 | 10.5 |

Неэффективность отсрочки платежа для продавца показана на рисунке 20.



Рис. 20. Рентабельность сдачи помещений в аренду при отсрочке платежа

В результате проведения экономической оценки было выявлено, что для ООО "Виктория" предварительная оплата выгоднее. Эффективность заключения контрактов по предварительной оплате наиболее рентабельна.

Что касается розничной торговли, то ЕНВД для такого вида деятельности рассчитывается исходя из величины физического показателя - площади зала. Таким образом, руководству ООО "Виктория". следует просчитать оптимальную площадь своего торгового зала и не уплачивать налог с площади, которая ему не нужна для осуществления его деятельности. Лишние площади можно, например, переоборудовать под другой вид деятельности.

Для этого можно рекомендовать рассчитать отношение торговой площади к общей, так называемый коэффициент эффективности (Кэ) использования общей площади магазина:

Кэ=Sт: Sо

Чем выше полученное значение, тем эффективнее используется площадь магазина.

Произведем расчеты по розничному магазину ООО "Виктория". Предположим, общая площадь магазина 2000 м2 из них торговая площадь - 1000 м2. Коэффициент эффективности равен: 1000: 2000=0,5. Это означает, что торговая площадь занимает лишь половину (50%) площади магазина и используется неэффективно, так как значительная её часть, которая могла бы быть использована для обслуживания покупателей и выкладки товара, занята вспомогательными помещениями, тогда как наиболее оптимальным является соотношение торговой и неторговой площади магазина 70: 30.

Анализируя ООО "Виктория" можно сделать вывод о неэффективности использования торговых и складских помещений, и как следствие этого упущенная экономическая выгода на фоне периодических платежей за аренду помещения.

# ***Заключение***

Прибыль является важнейшим показателем финансовой деятельности организации. Она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности, является показателем, который наиболее полно отражает эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства.

Прибыль - один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности фирмы. За счет прибыли осуществляется финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию, увеличению фонда оплаты труда. Таким образом, прибыль играет определяющую роль в развитии организации и обеспечении интересов его собственников и персонала.

На основании проведённых расчётов в работе видно, что чистая выручка организации за период с 2006 по 2007 г. г. увеличилась на 24353 тыс. руб.

Себестоимость реализованной продукции организации за анализируемый период увеличилась на 18253 тыс. руб. (с 15780 до 34033 тыс. руб.)

Как следствие этого, эффективность основной деятельности организации снизилась, так как темп изменения выручки отставал от темпа изменения себестоимости реализованной продукции.

Валовая прибыль в период с 2006 по 2007 г. г. увеличилась на 6100 тыс. руб.

При осуществлении всех видов деятельности в 2006 - 2007 г. г. организация получило прибыль в размере 2554тыс. руб. и 6125 тыс. руб соответственно. Наблюдается существенный рост прибыли в 2007 г. в сравнении с 2006. Изменение составляет около 58,3%

При вычете всех налоговых выплат, чистая прибыль организации составляет: 2552тыс. руб. - 2006г., 6124 тыс. руб. - 2007г

Анализ деятельности ООО "Виктория" обнаружил, что планирование в компании осуществляется на базе предельных издержек. Перед планированием финансовых результатов на будущий год в ООО "Виктория" чистая прибыль распределяется в соответствии с Уставом организации: 10% чистой прибыли организации отчисляется собственнику, 90% чистой прибыли является источником пополнения фондов организации, отчисления в которые осуществляются один раз в год. Так в 2007 году в резервный фонд было направлено 320 тыс. руб., в фонд накопления 2794 тыс. руб., фонд потребления пополнился на сумму 1119 тыс. руб., фонд социальной сферы - на 926 тыс. руб., в ремонтный фонд - 353 тыс. руб.

Для получения в планируемом году указанной суммы, ООО "Виктория" необходимо:

 либо увеличить объем товарооборота по сравнению с отчетным годом на 4,23%;

- либо повысить средний уровень торговой надбавки на 0,4% к обороту;

 либо снизить уровень издержек обращения на 0,33% к обороту.

В работе также рассматриваются рекомендации и мероприятия по совершенствованию управления финансовыми результатами. Было определено, что основной стратегический фактор успеха ООО "Виктория" размещение в местах с высоким потоком клиентов. Умение использовать особенности конкретной сети может стать резервом повышения ее конкурентоспособности. На размер прибыли и соответственно рентабельности ООО "Виктория" влияют следующие факторы:

) ценовая политика;

2) переменные затраты;

) постоянные затраты;

) ассортиментная структура товарооборота;

) объем продаж.

Для максимизации получаемой прибыли и обеспечения доходности организации все перечисленные показатели, кроме издержек обращения (затрат), должны увеличиваться; затраты - и совокупные, и по структуре - уменьшаться. При этом ценовая политика должна быть оптимальной, предусматривающей конкурентоспособность продукции и обеспечивающей доступность для населения.

Одним из эффективных мероприятий может послужить автоматизация управления деятельности при упрощенной системе налогообложения. В результате установки конфигурации "1С: Бухгалтерией 8.0" будут автоматизированы учетные записи при проведении расчетов, формировании отчетности, что позволяет уменьшить количество случайных и намеренных ошибок, связанных с "человеческим фактором". В ней предусмотрены Возможность выбора формы отчета, хранение заполненных отчетов в информационной базе, интерактивные механизмы заполнения и многое другое.

Немалая роль в улучшении финансовых результатов организации принадлежит стимулированию продаж. Автором были выделены разовые, стратегические и специфические мероприятия.

Осуществляя оптовую и розничную торговлю, ООО "Виктория". имеет в своей собственности складские помещения в одном районе города и торгово-складское помещение магазина в другой его части. В ходе анализа ООО "Виктория" было выяснено, что часть складских площадей (оптовая торговля) используется неэффективно и существует возможность подписания контракта сдачи их в аренду.

Для функциональной оценки возможности контракта мы использовали экономико-математические модели и оценили рентабельность контракта с учетом форм оплаты.

В результате проведения экономической оценки было выявлено, что для ООО "Виктория"предварительная оплата выгоднее. Эффективность заключения контрактов по предварительной оплате наиболее рентабельна.

# ***Список литературы***

1. Конституция РФ.

2. Гражданский Кодекс Российской Федерации (части 1,2,3) от 26.01.1996 №14-ФЗ (в ред. от 01.02.2008).

3. Налоговый кодекс Российской Федерации от 05.08.2000 N 117-ФЗ (с изменениями и дополнениями на 05.01.2008).

4. Федеральный закон от 14.06.1995 88-ФЗ "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации".

5. Федеральный закон 101-ФЗ "О внесении изменений в главы 26.2 и 26.3 части второй налогового кодекса РФ и некоторые законодательные акты РФ о налогах и сборах, а также о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов РФ <http://www.naluchet.ru/akti/akt142.html>".

. Письмо Минфина РФ от 01.04.2008 N 03-11-05/78 "Оплата НДС при переходе с общей системы на УСН <http://www.naluchet.ru/akti/akt406.html>".

. Письмо Минфина РФ от 19.03.2008 N 03-11-04/2/54 "Изменение объекта налогообложения и корректировка налоговой базы <http://www.naluchet.ru/akti/akt399.html>".

. Письмо Минфина РФ от 01.04.2008 N 03-11-04/2/63 "О порядке учета расходов на обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств при исчислении налоговой базы по налогу, уплачиваемому в связи с применением УСН <http://www.naluchet.ru/akti/akt397.html>".

. Письмо Минфина РФ от 22 мая 2007 г. N 03-11-05/113 "О включении в состав доходов при УСН дивидендов, полученных от долевого участия в организации <http://www.naluchet.ru/akti/akt395.html>".

. Письмо ФНС РФ от 24.11.2005 N ММ-6-03/988@ "Об особенностях исчисления НДС при переходе на УСН и ЕНВД и при переходе к общему режиму налогообложения <http://www.naluchet.ru/akti/akt385.html>".

. Письмо Минфина РФ от 22 июня 2004 г. N 03-02-05/2/41 "Об учете сумм налога на добавленную стоимость, уплаченных в бюджет с сумм авансовых платежей, полученных в период применения общего режима налогообложения <http://www.naluchet.ru/akti/akt384.html>".

. Письмо Минфина РФ от 01.04.2008 N 03-11-04/2/64 "О порядке учёта доходов при переходе с общего режима на УСН <http://www.naluchet.ru/akti/akt374.html>".

. Письмо Минфина РФ от 24.03.2008 N 03-11-04/2/57 "О праве организации продолжить применение УСН в случае создания обособленного подразделения, которое не является филиалом или представительством, а также не указано в качестве таковых в учредительных документах организации <http://www.naluchet.ru/akti/akt369.html>".

. Письмо Минфина РФ от 21.03.2008 N 03-11-04/2/56 "Порядок учета организацией, применяющей УСН с объектом налогообложения "доходы", стоимости нежилого помещения, переданного в собственность организации по решению арбитражного суда в качестве компенсации за помещения, находящиеся в здании, снесенном по постановлению Правительства Москвы в связи с реконструкцией жилого квартала <http://www.naluchet.ru/akti/akt337.html>".

. Письмо Минфина РФ от 11.03.2008 N 03-04-06-02/27 "Обязана ли организация, применяющая УСН (объект налогообложения "доходы"), исчислять и уплачивать страховые взносы на обязательное пенсионное страхование с выплат, производимых в пользу своих работников за счет денежных средств, оставшихся после уплаты налога <http://www.naluchet.ru/akti/akt336.html>".

. Письмо Минфина от 21.02.2008 г. N 03-11-05/38 "Порядок учета арбитражным управляющим, применяющим УСН, денежных средств, поступивших от должника (банкрота) и от налоговых органов, в том числе в счет погашения расходов, произведенных в период процедуры банкротства") <http://www.naluchet.ru/akti/akt322.html>

. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности организации. - М.: Дело и сервис, 2006. - 256 с.

. Александров И.М. Налоги и налогообложение. - М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2005. - 318 с.

. Атаманов Д. Определение себестоимости методом Activity based costing <http://www.fd.ru/article/3689.html> // Финансовый директор, 2007, № 7-8 <http://www.fd.ru/archive/3683.html>.

. Афанасьев А. "Финансовая структура: первый шаг к бюджетированию <http://www.fd.ru/article/1351.html> // Финансовый директор, 2007, № 6 <http://www.fd.ru/archive/1223.html>.

. Бланк И.А., "Управление прибылью", М: Ника-Центр, 2004г.

. Ивлев В. Бюджетирование по методу Activity based budgeting //

23. Финансовый директор, № 3, 2008

. Ильин А.В. Налоговая нагрузка в России // Финансы. - 2007. - №12. - С.67-71

. Ковалева А.М. Финансы в управлении организациям. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 339с.

. Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы. - М.: Инфра-М, 2005. - 416 с.

. Комов Н.А., Ксенофонтова Н.Г. Принципы сближения бухгалтерского и налогового учета // Финансы. - 2005. - №6. - С.32-34

. Мнушко З.Н., Евтушенко Е.Н. Риски в работе магазинов и методы их профилактики // Торговля. - 2006. - № 20. С.5-8.

. Новодворский В.Д., Клестова Н.В., Шпак А.В. Прибыль организации: бухгалтерская и экономическая // Финансы. - 2005. - №4. - С.64-67

. Титов В.В. Влияние налоговой системы на эффективность деятельности организации // Финансы. - 2006. - №2. - С.42-44

. Чуев И.Н., Чечевицына Л.Н. Экономика организации. - М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2007. - 416 с.

. Шаповалов Е. "Экспресс-метод оптимизации бизнес-процессов" <http://www.fd.ru/article/1366.html> // Финансовый директор, № 4, 2007

. Хруцкий В.Е., Сизова Т.В., Внутрифирменное бюджетирование: настольная книга по постановке финансового планирования. - М. Финансы и статистика, 2006.