

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

ДЕНИСОВА АНАСТАСИЯ ВЛАДИМИРОВНА

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ И
РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ООО «РЕГИОНПРОМ»

Студент



(А.В. Денисова)

Руководитель

(Ю.В. Яричина)

Консультанты:

Нормоконтроль

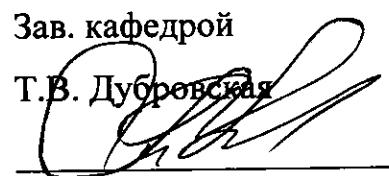


(В.А. Петлина)

Допускается к защите

Зав. кафедрой

Т.В. Дубровская



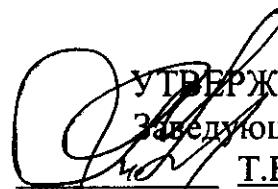
«16» Ок 2017

Красноярск - 2017

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
T.B. Дубровская
подпись
«07» декабря 2016г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу

Студенту Денисовой Анастасии Владимировне

направления 38.03.02 «Менеджмент» профиля «Финансовый менеджмент»

1. Тема работы Разработка рекомендаций по увеличению прибыли и рентабельности ... ООО «РегионПром»

Утверждена приказом по институту от 07 декабря 2016 г. № 146/1-УО

2. Срок сдачи работы 10 февраля 2017 г.

3. Содержание пояснительной записи Введение. 1. Теоретические аспекты анализа прибыли и рентабельности 2. Экономическая оценка деятельности ООО «РегионПром». 3. Рекомендации по увеличению прибыли и рентабельности ООО «РегионПром». Заключение. Список использованных источников. Приложения.

4. Консультанты по разделам работы Петлина В.А

5. График выполнения: Введение, 1 глава- 07.12.16-17.01.17

2 глава- 07.12.16-17.01.17

3 глава, заключение- 07.12.16-10.02.17

Подготовка доклада, презентации, защита ВКР 10.02.17-28.02.17

Дата выдачи задания «07» декабря 2016 г.

Руководитель выпускной
квалификационной работы


подпись

Н.В. Артюхина
И.О. Фамилия

Задание принял к исполнению


подпись

А.В. Денисова
И.О. Фамилия

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа) 69 с., иллюстраций 5, таблиц 14, источников 32.

ПРИБЫЛЬ, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ, ПРИБЫЛЬ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДАЖ, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА, ВЫРУЧКА, СЕБЕСТОИМОСТЬ, ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ, ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ, ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ, СТРАТЕГИЯ, РЕКЛАМА, ПОСТАВЩИКИ.

Цель работы - повышение финансовых показателей деятельности предприятия, и разработка рекомендаций по повышению прибыли и уровня рентабельности на ООО «РегионПром».

Метод исследования – теоретический, аналитический, проектный.

Проведен анализ финансового состояния предприятия. Выбрана стратегия повышения прибыли и рентабельности, включающая рекламную кампанию и снижение себестоимости производимой продукции, за счет анализа альтернативных поставщиков по отдельным видам продукции.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ.....	8
1.1 Прибыль и факторы ее определяющие	8
1.2 Понятие рентабельности.....	15
1.3 Направление повышения финансовых показателей деятельности ООО «РегионПром»	18
2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «РЕГИОНПРОМ»	22
2.1 Общие сведения об организации ООО «РегионПром».....	22
2.2 Бизнес-анализ ООО «РегионПром»	25
2.3 Анализ прибыли и рентабельности ООО «РегионПром»	40
3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ООО «РЕГИОНПРОМ».....	46
3.1 Основные направления повышения прибыли и рентабельности....	46
3.2 Стратегия повышения прибыли и рентабельности.....	53
3.3 Расчёт эффективности предложенных мероприятий	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	67

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы, в условиях перехода к рыночным отношениям в деятельности предприятия финансовые результаты стали занимать одно из ведущих направлений. Собственники предприятий заинтересованы в максимизации прибыли, поскольку именно за счет прибыли предприятия могут развиваться, увеличивать масштабы производства, а, следовательно, и приносить больший доход своим владельцам.

Прибыль является первоочередным стимулом к созданию новых или развитию уже действующих предприятий. Возможность получения прибыли побуждает людей искать более эффективные способы сочетания ресурсов, изобретать новые продукты, на которые может возникнуть спрос, применять организационные и технические нововведения, которые обещают повысить эффективность производства. Работая прибыльно, каждое предприятие вносит свой вклад в экономическое развитие общества, способствует созданию и приумножению общественного богатства и росту благосостояния народа.

Прибыль представляет собой часть вновь созданной стоимости и выступает одной из форм чистого дохода общества, образующегося в сфере материального производства. Предприятие получает прибыль после того, как воплощенная в созданном продукте стоимость, осуществив стадию обращения, принимает денежную форму. Она является частью выручки от реализации продукции, работ или услуг, которая остается после вычета налогов, уплачиваемых из выручки, и затрат на производство.

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

Прибыль и рентабельность, тесно взаимосвязанные понятия, но не тождественные по своим аналитическим возможностям. Рентабельность

означает процентное отношение суммы, полученной прибыли к одному из показателей: объему товарооборота, издержкам обращения, средней стоимости основных и оборотных средств, фонд оплаты труда.

Прибыль, являясь главной движущей силой рыночной экономики, она обеспечивает интересы государства, собственников и персонала организации. Поэтому одной из актуальных задач современного этапа является овладение руководителями и работниками, которые заняты в сфере экономики современными методами эффективного управления формированием прибыли и рентабельности в процессе операционной, инвестиционной и финансовой деятельности организации.

Прибыль служит критерием эффективности деятельности предприятия и основным внутренним источником формирования его финансовых результатов.

Экономически обоснованное определение размера прибыли имеет большое значение для предприятия, позволяет правильно оценить его финансовые ресурсы, размер платежей в бюджет, возможности расширенного воспроизводства и материального стимулирования работников.

Целью, данной выпускной квалификационной работы является повышение финансовых показателей деятельности предприятия, и разработка рекомендаций по повышению прибыли и уровня рентабельности. Объектом исследования выбрано ООО «РегионПром», которое осуществляет производство железобетонных изделий и поставки по всему Красноярскому краю.

Предмет исследования является действующая на предприятии система производственная и организационная структура ООО "РегионПром". Для достижения цели поставлены задачи:

- выявить проблемы повышения финансовых показателей деятельности предприятия;
- определить сущность прибыли и факторов ее определяющих;
- раскрыть понятия рентабельности, а также направления улучшения финансовых показателей деятельности предприятия;

- провести анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- разработать рекомендации по повышению прибыли и уровня рентабельности.

Исходя из целей и задач, определена структура работы. Она состоит из трех разделов. Первый - теоретический, в котором раскрываются проблемы повышения финансовых показателей предприятия. Второй - аналитический, содержит анализ финансово-хозяйственной деятельности. И третий - проектный - это разработка рекомендаций по повышению прибыли и уровня рентабельности коммерческой организации ООО "РегионПром".

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

1.1 Прибыль и факторы ее определяющие

Основой рыночного механизма являются экономические показатели, необходимые для планирования и объективной оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия, образования и использования специальных фондов, соизмерения затрат и результатов на отдельных стадиях воспроизводственного процесса. В условиях перехода к рыночной экономике главную роль в системе экономических показателей играет прибыль.

Прибыль - один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий. Она является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей предприятий, но приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов. [1, с.15]

Прибыль - главная цель предпринимательской деятельности. В условиях рыночных отношений - это превращенная форма прибавочной стоимости. Учет прибыли позволяет установить, насколько эффективно ведется хозяйственная деятельность.

Прибыль – это важнейшая экономическая категория; ей присущи три функции:

- экономического показателя, характеризующего финансовые результаты хозяйственной деятельности организации;
- стимулирующей функции, проявляющейся в процессе ее распределения и использования;
- одного из основных источников формирования финансовых ресурсов организаций, а также одного из основных источников формирования доходной части бюджетов разных уровней.

Прибыль представляет собой конечный финансовый результат, характеризующий производственно-хозяйственную деятельность всего предприятия, то есть составляет основу экономического развития предприятия. Рост прибыли создает финансовую основу для самофинансирования деятельности предприятия, осуществляя расширенное воспроизводство. [2, с.58] За счет нее выполняется часть обязательств перед бюджетом, банками и другими предприятиями. Таким образом, прибыль становится важнейшей для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Она характеризует сметы его деловой активности и финансовое благополучие.

За счет отчислений от прибыли в бюджет формируется основная часть финансовых ресурсов государства, региональных и местных органов власти, и от их увеличения в значительной мере зависят темпы экономического развития страны, отдельных регионов, приумножения общественного богатства и, в конечном счете, повышения жизненного уровня населения. Прибыль представляет собой разность между суммой доходов и убытков, полученных от разных хозяйственных операций. Именно поэтому она характеризует конечный финансовый результат деятельности предприятий. [3, с.122]

Основным показателем прибыли, используемой, для оценки производственно-хозяйственной деятельности выступает:

балансовая прибыль;

1) прибыль от реализации выпускаемой продукции;

2) валовая прибыль, налогооблагаемая прибыль;

3) прибыль;

4) остающаяся в распоряжении предприятия или чистая прибыль. Так как основную часть прибыли предприятия получают от реализации выпускаемой продукции, сумма прибыли находится под взаимодействием многочисленных факторов:

5) изменения объема;

6) ассортимента;

7) качества;

- 8) структуры произведенной и реализованной продукции;
- 9) себестоимости отдельных изделий;
- 10) уровня цен, эффективности использования производственных ресурсов.

Кроме того, на нее оказывают влияние соблюдение договорных обязательств, состояние расчетов между поставщиками и покупателями и др. Из прибыли производятся отчисления в бюджет, уплачиваются проценты по кредитам банка. [4, с.56]

Главное предназначение прибыли в современных условиях хозяйствования – отражение эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия. Это обусловлено тем, что в величине прибыли должно находить отражение соответствие индивидуальных затрат предприятия, связанных с производством и реализацией своей продукции и выступающих в форме себестоимости, общественно необходимых затрат, косвенным выражением которых должна явиться цена изделия. [5, с.343] Увеличение прибыли в условиях стабильности оптовых цен свидетельствуют о снижении индивидуальных затрат предприятия на производство и реализацию продукции.

К важнейшим факторам роста прибыли относятся:

- а) рост объема производства и реализации продукции;
- б) внедрение научно-технических разработок, а, следовательно, повышение производительности труда;
- в) снижение себестоимости;
- г) улучшение качества продукции.

В условиях развития предпринимательской деятельности создаются объективные предпосылки реального претворения в жизнь приведенных факторов.

Основной источник денежных накоплений предприятий - выручка от реализации продукции, а именно та ее часть, которая остается за вычетом материальных, трудовых и денежных затрат на производство и реализацию этой продукции. Поэтому важная задача каждого хозяйствующего субъекта -

получить больше прибыли при наименьших затратах путем соблюдения строгого режима экономии в расходовании средств и наиболее эффективного их использования. [6, с.148]

Затраты на производство и реализацию продукции определяют уровень и структуру ее себестоимости. Выручка от реализации продукции исчисляется в действующих ценах. При радикальном изменении управления экономикой показатель выручки от реализации продукции становится одним из важнейших показателей деятельности предприятий. Данный показатель создает заинтересованность трудовых коллективов не столько в росте количественного объема выпускаемой продукции, сколько в увеличении объема реализованной продукции. [3, с.127] Это значит, что производиться должны такие изделия и товары, которые отвечают требованиям потребителей и пользуются большим спросом.

В этих целях необходимо изучать рыночные условия хозяйствования и возможности внедрения производимой продукции на рынок путем расширения объемов ее реализации. С развитием предпринимательства и повышением конкуренции возрастает ответственность предприятий за выполнение принятых на себя обязательств. Таким образом, показатель выручки от реализации продукции отвечает требованиям коммерческого расчета и, в свою очередь, способствует развитию предпринимательской деятельности.

Заинтересованность предприятий в производстве и реализации качественной, пользующейся спросом на рынке продукции, отражается на величине прибыли, которая при прочих равных условиях находится в прямой зависимости от объема реализации этой продукции. [7, с.355]

Итак, прибыль как основная форма денежных накоплений представляет собой разницу между выручкой от реализации по соответствующим ценам и полной себестоимостью. Отсюда рост прибыли зависит прежде всего от снижения затрат на производство продукции, а также от увеличения объема реализованной продукции.

Затраты на производство и реализацию продукции, определяющие ее себестоимость, состоят из стоимости используемых в производстве продукции природных ресурсов, сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и прочих расходов по эксплуатации, а также внепроизводственных затрат. [8, с.98]

Состав и структура затрат зависят от характера и условий производства при той или иной форме собственности, от соотношения материальных и трудовых затрат и других факторов.

Затраты на производство и реализацию продукции, формирующие ее себестоимость, - один из важнейших качественных показателей коммерческой деятельности предприятий.

Затраты на производство и реализацию продукции в целом, формирующие себестоимость продукции, являются важнейшим многофакторным компонентом, определяющим величину прибыли предприятия. [9, с.141]

Размер прибыли как конечного финансового результата работы предприятия зависит и от второй, не менее важной величины – объема выручки от реализации продукции.

Размер выручки от реализации продукции и соответственно прибыли зависит не только от количества и качества произведенной и реализованной продукции, но и от уровня применяемых цен.

Выручка от реализации продукции в соответствующих ценах может определяться различными методами в зависимости от рыночных условий хозяйствования, наличия или отсутствия договоров, путей внедрения товаров на рынок. [10, с.112]

Традиционный метод определения выручки от реализации продукции состоит в том, что реализация считается совершенной по мере оплаты продукции и поступления денег либо на счета предприятий в банке, либо наличными в кассу предприятия. Наряду с этим выручка от реализации может

быть исчислена и по мере отгрузки продукции покупателю и предъявления ему расчетных документов.

Тот или иной метод определения выручки от реализации продукции в зависимости от договорных условий, форм сбыта продукции и иных хозяйственных проблем устанавливается самим предприятием на длительный период. [11, с.6]

Итак, виды и уровень применяемых цен определяют, в конечном счете, объем выручки от реализации продукции, а, следовательно, прибыли.

Проблема ценообразования занимает ключевое место в системе рыночных отношений. Проведенная в России либерализация цен привела к резкому сокращению воздействия государства на процесс регулирования цен, что повлекло колоссальный рост цен почти на все производимые товары. С помощью таких цен предприятия возмещают любые по величине производственные затраты, что не всегда содействует повышению качества продукции и эффективности производства.

С 1992 года система ценообразования сведена, по существу, к применению свободных, то есть рыночных цен, величина которых определяется спросом и предложением. Государственное регулирование цен используется для узкого круга товаров, производимых монопольными предприятиями.

Как свободные, так и регулируемые цены могут быть оптовыми (отпускными) и розничными.

Оптовая цена предприятия включает полную себестоимость продукции и прибыль предприятия. По оптовым ценам предприятий продукция реализуется другим предприятиям или торгово-сбытовым организациям. [14, с.86]

Оптовая цена промышленности включает оптовую цену предприятия, налог на добавленную стоимость, акцизы и налог с продаж. По оптовой цене промышленности продукция реализуется за пределы данной отрасли. Если продукция реализуется через сбытовые организации и оптовые торговые базы,

то в оптовую цену промышленности включаются наценки для покрытия издержек и образования прибыли этих организаций.

Оптовые цены целесообразно устанавливать, как и ранее, с применением цен-франко. Понятие "франко" означает, до какого пункта товаро-продажи покупатель свободен от расходов по доставке.

Так, при оптовых ценах франко-станция отправления все расходы по доставке до станции отправления включены в оптовую цену, а все последующие транспортные расходы несет покупатель. Цены франко-станция отправления ранее имели наибольшее распространение в материалоемких отраслях промышленности, а цены франко-станция назначения - в отраслях, обслуживающих централизованной системой сбыта массовой продукции, затраты на перевозку которой составляли значительный удельный вес в себестоимости. Однако экономическая целесообразность франкировки оптовых цен в условиях развития предпринимательства должна определяться не формами снабжения и сбыта, а влиянием на коммерческую деятельность предприятий взаимовыгодных отношений между производителем и потребителем продукции.

Розничная цена включает оптовую цену промышленности и торговую накидку (скидку). Если оптовые цены применяются преимущественно во внутрихозяйственном обороте, то по розничным ценам товары реализуются конечному потребителю - населению. Структура розничной цены представлена на Рис. 1.1.



Рис. 1.1 – Структура розничной цены

Итак, уровень оптовых и розничных цен выступает важнейшим фактором, влияющим на выручку от реализации продукции, а, следовательно, и величину прибыли.

1.2 Понятие рентабельности

В экономическом анализе результаты деятельности предприятий могут быть оценены такими показателями, как объем выпуска продукции, объем продаж, прибыль. Однако значений перечисленных показателей недостаточно для того, чтобы сформировать мнение об эффективности его деятельности. Это связано с тем, что данные показатели являются абсолютными характеристиками деятельности предприятия, и их правильная интерпретация по оценке результативности может быть осуществлена лишь во взаимосвязи с другими показателями, отражающими вложенные в предприятие средства. Поэтому для характеристики эффективности работы предприятия в целом, доходности различных направлений деятельности в экономическом анализе рассчитывают показатели рентабельности. [15, с.258]

Рентабельность, в отличие от прибыли предприятия, показывающей эффект предпринимательской деятельности, характеризует эффективность этой деятельности. Рентабельность – это относительная величина, выражющая доходность предприятия.

В рыночной экономике существует система показателей рентабельности. Рентабельность продукции можно рассчитать, как по всей реализованной продукции, так и по отдельным ее видам.

Рентабельность всей реализованной продукции можно определить, как: - процентное отношение прибыли от реализации продукции к затратам на ее производство и реализацию;

1) процентное отношение прибыли от реализации продукции к выручке от реализованной продукции;

2) процентное отношение балансовой прибыли к выручке от реализации продукции;

3) отношение чистой прибыли к выручке от реализации продукции. Эти показатели дают представление об эффективности текущих затрат предприятия и степени доходности реализуемой продукции.

Рентабельность отдельных видов продукции зависит от цены и полной себестоимости. Она определяется как процентное отношение цены реализации единицы данной продукции за вычетом ее полной себестоимости к полной себестоимости единицы данной продукции. [16, с.143]

Рентабельность имущества активов предприятия рассчитывается как процентное соотношение чистой прибыли к средней величине активов. Рентабельность внеоборотных средств определяется как процентное соотношение чистой прибыли к средней величине внеоборотных активов. Рентабельность оборотных активов определяется как процентное отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости оборотных активов. Рентабельность инвестиций определяется как процентное отношение валовой прибыли к стоимости имущества предприятия. [17, с.39]

Рентабельность собственного капитала рассчитывается как процентное отношение чистой прибыли к величине собственного капитала.

Показатели рентабельности используются в процессе анализа финансово-хозяйственной деятельности, принятия управленческих решений, решений потенциальных инвесторов об участии в финансировании инвестиционных проектов. [18, с.123]

Повышение рентабельности может быть достигнуто как посредством увеличения суммы прибыли, так и путем снижения стоимости производственных фондов. Невыполнение плана прибыли, и увеличение производственных фондов может привести к снижению уровня рентабельности. Поскольку рентабельность – показатель относительный, его рост или снижение возможны и при различном соотношении темпов изменения прибыли и фондов.

Анализ общей рентабельности имеет большое значение для комплексной характеристики работы с точки зрения эффективности использования всего производственного потенциала, находящегося в распоряжении производственного предприятия.

Общая рентабельность определяется путем деления балансовой прибыли на среднегодовую стоимость основных и оборотных средств.

Результативность и экономическая целесообразность функционирования предприятия измеряются абсолютными и относительными показателями. Различают показатели экономического эффекта и экономической эффективности. [19, с.11]

Экономический эффект – абсолютный, объемный показатель, характеризующий результат деятельности, который может быть просуммирован в пространстве и времени.

Экономическая эффективность – относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с расходами или ресурсами, использованными для достижения этого эффекта. [20, с.198]

Экономический смысл показателей рентабельности заключается в подсчете прибыли, приходящейся на рубль выручки от продаж, расходов, активов, капитала. Коэффициенты рентабельности показывают, насколько прибыльна деятельность предприятия.

Рост рентабельности является положительной тенденцией в финансово-хозяйственной деятельности предприятия. [20, с.198] При этом следует помнить, что показатели рентабельности не всегда учитывают особенности деятельности предприятия:

- а) долгосрочные инвестиции могут снижать показатели рентабельности;
- б) предприятие может быть высокорентабельным за счет осуществления рискованных проектов, что в итоге может привести к потере финансовой устойчивости;

в) расчет рентабельности капитала основывается на учетных, а не рыночных оценках стоимости активов и собственного капитала, следовательно, дает неточный результат.

Показатели рентабельности не имеют рекомендованных значений. Чем выше их величина, тем эффективнее работает предприятие.

1.3 Направление повышения финансовых показателей деятельности ООО «РегионПром»

Финансовые показатели - это данные, характеризующие финансовую деятельность предприятия, обобщающие, итоговые, оценочные по отношению к финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта показатели. Одни из финансовых показателей выступают как результат проведенного финансового анализа, другие появляются непосредственно в ходе производственно-коммерческой, инвестиционной и финансовой деятельности. В то же время ни один из показателей не может являться универсальным с точки зрения оценки конечных результатов деятельности. Финансовые показатели выступают в качестве критериев принятия управленческих решений. В первую очередь это касается таких основополагающих показателей, как прибыль, рентабельность, денежные доходы и расходы, финансовая устойчивость, ликвидность предприятия, его рыночная стоимость. Существуют также основные и вспомогательные показатели. Основные показатели тесно связаны с целями и задачами стратегии предприятия. Это показатели финансовой устойчивости, платежеспособности, рентабельности. Среди финансовых показателей есть синтетические и локальные. Выделяют также индивидуальные, групповые и общие показатели. Разновидностью финансовых показателей также являются финансовые коэффициенты. Они характеризуют финансовое состояние предприятия с применением финансовой математики и алгоритмы вычисления этих показателей. [21, с.321]

Под финансовым состоянием понимается способность предприятия финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует о его хорошем финансовом состоянии.

Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое состояние предприятия. Если же в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции повышается уровень ее себестоимости, уменьшается выручка и сумма прибыли, то вследствие этого ухудшается финансовое состояние предприятия и снижается его платежеспособность.

Устойчивое финансовое положение, в свою очередь, положительно влияет на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому финансовая деятельность как составляющая хозяйственной деятельности направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала, наиболее эффективное его использование.

Главная цель финансовой деятельности — правильно распределить, где, когда и каким образом использовать финансовые ресурсы для эффективного развития производства и получения максимума прибыли.

Чтобы выжить в условиях рыночной экономики и не допустить банкротства предприятия, нужно хорошо знать, как управлять финансами,

какой должна быть структура капитала по составу и источникам образования, какую долю должны занимать собственные и заемные средства. Следует знать и такие понятия рыночной экономики, как деловая активность, ликвидность, платежеспособность, кредитоспособность предприятия, порог рентабельности, запас финансовой устойчивости, степень риска, эффект финансового рычага, а также методику их анализа.

Главная цель анализа — своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности, находить резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

На основе изучения причинно-следственной взаимосвязи разных показателей производственной, коммерческой и финансовой деятельности оценивать выполнение плана по поступлению финансовых ресурсов и их использованию с позиции улучшения финансового состояния предприятия.

Прогнозировать возможные финансовые результаты, экономическую рентабельность исходя из реальных условий хозяйственной деятельности и наличия собственных и заемных ресурсов, разрабатывать модели финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов.

Разрабатывать мероприятия, направленные на эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия.

Методика анализа включает в себя:

- 1) анализ доходов и расходов предприятия (изучается взаимосвязь финансовых и производственных показателей работы предприятия);
- 2) анализ взаимоотношений предприятия с бюджетом (выполнение плана платежей в бюджет и ассигнований из него, если они предусмотрены);
- 3) анализ взаимоотношений со всеми контрагентами (поставщики, покупатели) предприятия, а также оценка расчетов с собственным персоналом;
- 4) анализ образования и использования прибыли.

Для оценки устойчивости деятельности предприятия используют систему показателей, характеризующих изменения:

- а) структуры капитала предприятия по его размещению и источникам образования;
- б) эффективности и интенсивности использования капитала;
- в) платежеспособности и кредитоспособности предприятия;
- г) запаса его финансовой устойчивости.

Анализ финансового состояния предприятия основывается главным образом на относительных показателях, так как абсолютные показатели баланса в условиях инфляции практически невозможно привести в сопоставимый вид.

2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «РЕГИОНПРОМ»

2.1 Общие сведения об организации ООО «РегионПром»

Общество с ограниченной ответственностью "РегионПром" - стабильное и интенсивно развивающееся предприятие, осуществляющее производство железобетонных изделий и поставки по всему Красноярскому краю.

Железобетонные изделия компании отличает оптимальное сочетание цены и качества и потому они всегда востребованы потребителями всего Красноярского края.

Производство железобетонных изделий - это основное направление этой компании.

На территории Красноярска и Красноярского края компания ООО "РегионПром" является одной из крупнейших компаний по производству железобетонных изделий.

Юридический адрес организации:

РФ 660079 Красноярский край, г. Красноярск, ул. Мусорского, д.12

ИНН 2464105159

ОГРН 1062464070680 от 26 октября 2006 года

Полное фирменное наименование: общество с ограниченной ответственностью "РегионПром".

Под организационно-правовой формой ООО (Общество с ограниченной ответственностью) понимается - учрежденное одним или несколькими юридическими или физическими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделён на доли. При этом, участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

Общество с ограниченной ответственностью является коммерческой организацией, преследующей в качестве основной цели своего существования извлечение прибыли и распределение её между участниками.

В отличие от государственных и муниципальных унитарных предприятий, на имущество которых их учредители имеют право собственности, общества с ограниченной ответственностью характеризуются тем, что их участники имеют в отношении них обязательственные права.

Общество вправе открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами. В качестве одного из признаков финансовой и управлеченческой независимости имеет печать, содержащую полное фирменное название на русском языке, а также указание на его место нахождения. Общество "РегионПром" имеет штампы и служебные бланки с собственным наименованием, корпоративную символику и другие средства визуальной идентификации. [24, с.79]

Компания предлагает продажу и производство следующих наименований товарной продукции:

- 1) Лотки теплотрасс;
- 2) Плиты перекрытия лотков;
- 3) Плиты;
- 4) Балки;
- 5) Опорные подушки;
- 6) Железобетонные приставки;
- 7) ФБС;
- 8) Арматурная сетка;

Так же поставка:

- 1) Миксером 5,0 м³
- 2) Миксером 9,0 м³
- 3) Полуприцепом

Управление ООО «РегионПром» осуществляется Генеральным директором и аппаратом управления, включающим линейный и

функциональный персонал. Организационная структура предприятия представлена на Рис. 2.1.

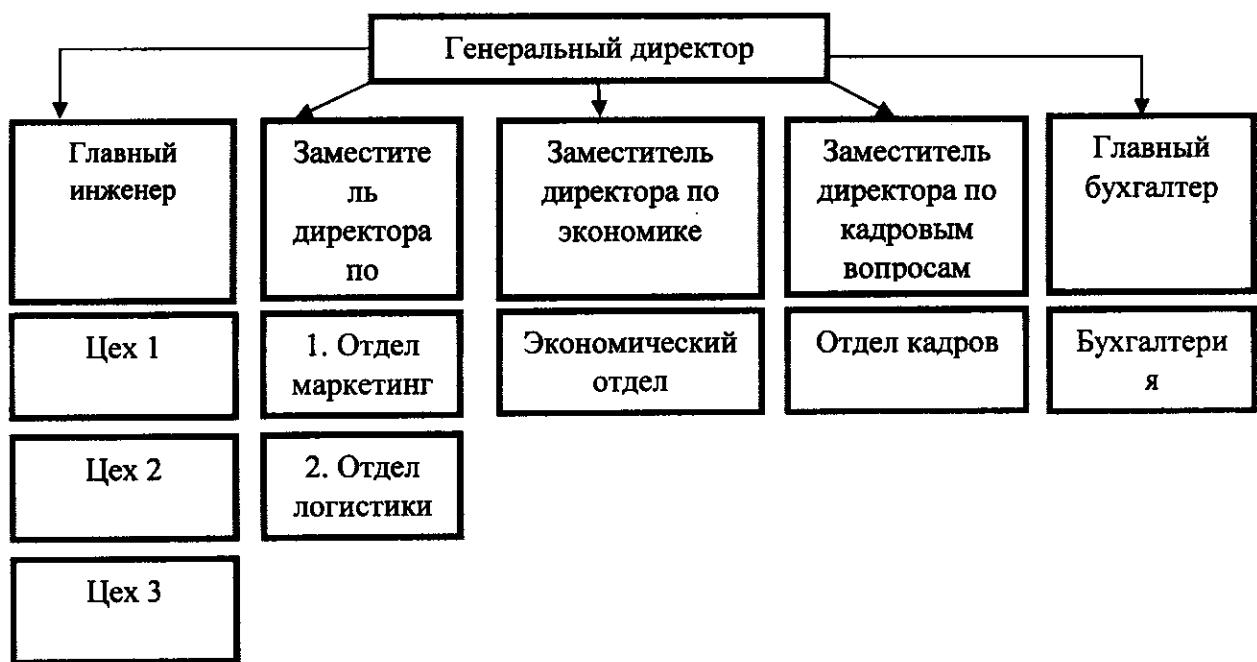


Рис. 2.1 - Управленческая структура ООО «РегионПром»

Функциональный персонал — специалисты, инженеры, техники, мастера, механики, рабочий персонал.

Управление обществом осуществляется генеральным директором и подчиненным ему аппаратом — администрацией. Генеральный директор уполномочен на основе реализации принципа единоличия организовать работу общества, действовать от его имени, представлять интересы общества, распоряжаться его имуществом и денежными средствами, заключать договоры, выдавать доверенности, открывать счета в банке.

Генеральный директор осуществляет руководство всеми службами через своих заместителей и руководителей отделов.

Первым заместителем генерального директора является главный инженер. Главный инженер ответственен за воплощение в жизнь технической политики общества, руководит организацией производства, соблюдением его технологий. В подчинении главного инженера находятся начальники трёх производственных помещений (цехов) и рабочий персонал.

Заместителю директора по маркетингу подчинен отдел маркетинга, занимающийся изучением рынка сбыта, заключением договоров на поставку продукции, а также отдел логистики, в компетенцию которого входит организация доставки готовой продукции.

Заместитель директора по экономике, руководит планово-экономической работой общества, в его подчинении находится экономический отдел, работа которого проводится в тесном контакте с службой главного бухгалтера.

Главный бухгалтер общества, занимается вопросами бухгалтерского сопровождения деятельности общества, в подчинении имеет отдел бухгалтерии.

Заместитель директора по кадровым вопросам. Осуществляет учёт и подбор новых производственных, административно-хозяйственных и управлеченческих кадровых ресурсов. В подчинении имеет отдел кадров.

Таким образом, организационная структура общества ООО «РегионПром», является классической для относительно небольших, динамично развивающихся компаний нашего региона. Преимуществом данной структуры управления является осуществление управления на принципах единонаачалия и разделения ответственности среди заместителей директора.

2.2 Бизнес-анализ ООО «РегионПром»

2.2.1 Основные технико-экономические показатели

Основные технико-экономические показатели являются синтетическими (обобщающими) параметрами деятельности предприятия. В своей совокупности они отражают общее состояние предприятия в производственно-технической, хозяйственно-финансовой, инновационной, коммерческой, социальной сферах. Каждый показатель в отдельности обобщенно характеризует одно из направлений (сторон) его внутренней или внешней деятельности.

Анализ преимуществ и недостатков различных подходов к построению системы управления на предприятии позволит сделать правильный выбор в пользу конкретных структур, учитывая при этом состояние рынка и стратегию предприятия.

Анализ основных технико-экономических показателей включает в себя: сравнение оцениваемых показателей предприятия с соответствующими показателями других предприятий, осуществляющих аналогичную деятельность; сопоставление различных показателей предприятия между собой; сопоставление одноименных показателей предприятия за различные временные периоды; сопоставление плановых и фактически достигнутых показателей предприятия.

Путем сопоставления различных технико-экономических показателей определяются степень использования наличного производственно-технического аппарата (базиса) предприятия, сложившиеся соотношения между выпуском продукции и ее реализацией (объемом продаж продукции), производительностью труда и его оплатой, затратами и результатами, другие соотношения между отдельными сторонами и направлениями деятельности предприятия.

Информационной базой анализа являются материалы плановых документов, данные бухгалтерского и статистического учета и отчетности ООО «РегионПром».

Анализ исходной информации предполагает, прежде всего, оценку ее представительности, поскольку состав имеющихся данных, временные периоды, которые они охватывают, определяют возможные направления последующего анализа основных технико-экономических показателей предприятия.

Непременным условием представительности исходной информации является присутствие в ее составе фактических (но не плановых) данных за последний отчетный период, предшествующий текущему периоду деятельности предприятия.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «РегионПром», их результаты и анализ приведены в табл. 2.1

Таблица 2.1

Анализ технико-экономических показателей ООО «РегионПром» за период 2013-2015 г.г.

Наименование показателей	2013 год	2014 год	2015 год	Отклонение (+,-)		Темп роста, %	
				2014 /2013	2015/2014	2014 /2013	2015 /2014
1	2	3	4	5	6	7	8
1.Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	78104	116323	122062	38219	5739	148,9	104,9
2.Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	70544	107994	114234	37450	6240	153,1	105,8
3.Средний уровень затрат, %	90,3	92,8	93,6	2,5	0,8	102,8	100,9
4.Среднесписочная численность персонала, чел.	46	54	54	8	-	117,4	100
5.Производительность труда одного работника, тыс. руб./чел.	1698	2154	2260	456	106	126,3	105
6. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	6956	7259	6766	303	-493	104,3	93,2
7. Фондоотдача, руб./руб.	11,2	16	18	4,8	2	142,9	112,5

Окончание таблицы 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8
8. Валовая прибыль(убыток), тыс. руб.	7560	8329	7828	769	-501	110,2	94
9. Средний уровень валовой прибыли, %	9,7	7,2	6,4	-2,5	-0,8	74,2	88,9
10. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	4200	4069	3416	-131	-653	96,9	83,9
11. Рентабельность продаж, %	5,4	3,5	2,8	-1,9	-0,7	64,8	80
12. Прибыль(убыток)до налогообложения, тыс. руб.	1729	1975	2420	246	445	114,2	12,2
13. Чистая прибыль(убыток), тыс. руб.	2018	1594	1966	-424	372	79	123,3
14. Рентабельность деятельности, %	2,6	1,4	1,6	-1,2	0,2	53,8	114,3

Выручка в 2014 и в 2015 годах организации возросла на 48,9% и 4,9% соответственно. Себестоимость увеличилась на 53,1% и 5,8%. Темп роста себестоимости в 2015 году больше темпа роста выручки, что повлияло на снижение валовой прибыли и прибыли от продаж.

Однако, по основной деятельности в ООО «РегионПром» произошло небольшое увеличение финансовых результатов, так как прибыль до налогообложения в 2014 году увеличилась на 246тыс. руб., а в 2015 году на 445 тыс. руб. Снижение чистой прибыли произошло в 2014 году на424 тыс. руб., однако уже в следующем году произошло увеличение на 372 тыс. руб. соответственно.

Среднесписочная численность работников в 2014 году увеличилась на 8 человек, а в 2015году никаких движений персонала не произошло.

Производительность труда одного работника в 2015 увеличилась по сравнению с 2014 и 2013 гг.

Среднегодовая стоимость основных средств выросла на 303 тыс. руб. (или 4,3%) и уменьшилась на 493 тыс. руб. (или 6,8%). Фондоотдача увеличилась на 4,8 и 2 руб., что оценивается положительно.

Показатель рентабельности продаж предприятия в отчетном 2015 году принял положительное значение и составил 2,8%. Рентабельность деятельности за период исследования снизилось с 2,6% до 1,6%.

Таким образом, основные экономические показатели ООО «РегионПром» находятся на положительном уровне. Имеет место увеличение абсолютных значений выручки, прибыли и эффективность деятельности предприятия.

2.2.2 Анализ финансового состояния

В рамках проведения анализа финансового состояния компании проведем вертикальный и горизонтальный анализ баланса, представлен в табл. 2.2.

Таблица 2.2

Горизонтальный анализ баланса ООО «РегионПром» за 2013-2015 гг.

Показатель	2013 год	2014 год	2015 год	Отклонение		Темп роста, %	
				2014 / 2013	2015 / 2014	2014 / 2013	2015 / 2014
1	2	3	4	5	6	7	8
АКТИВ							
I. Внеоборотные активы							
Основные средства	6959	7259	6766	300	-493	104,3	93,2
II. Оборотные активы							
Запасы	26339	23814	17562	-2525	-6252	90,4	73,7
Дебиторская задолженность	14122	17558	12445	3436	-5113	124,3	70,8

Окончание таблицы 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8
Финансовые вложения	0	3726	9775	3726	6049	0	262,3
Денежные средства	828	607	579	-221	-28	73,3	95,3
Прочие оборотные активы	552	312	210	-240	-102	56,5	67,3
Баланс	48797	53276	47337	4479	-5939	109,17	-88,85
ПАССИВ							
III. Капитал и резервы							
Уставный капитал	10	10	10	0	0	100	100
Нераспределенная прибыль	7934	9529	11495	1595	1966	120,1	120,6
IV. Долгосрочные обязательства							
Заемные средства	0	4000	2690	4000	-1310	-	67,25
V. Краткосрочные обязательства							
Заемные средства	9235	0	0	-9235	0	-	-
Кредиторская задолженность	40853	3973	33142	36880	29169	9,7	834,1
Баланс	48797	53276	47337	4479	-5939	109,17	-88,85

В 2014 году сумма баланса предприятия выросла на 4479 тыс. руб. или на 9,17%. В 2015 году сумма баланса по отношению к 2014 году снизилась -5939 тыс. руб. или -8,85%.

В активе баланса прирост произошел по основным средствам на 300тыс. руб. в 2014 году, однако снизился в 2015 на -493. Рост дебиторской задолженности произошёл в 2014 году на 343тыс. руб., однако в 2015 произошло снижение на -5113 тыс. руб.

Финансовые вложения значительно увеличились и составили 9775 тыс. руб. в 2015 году. Прочие оборотные активы напротив потерпели снижение. Негативно оценивается снижение суммы денежных средств.

В Табл. 2.3 представлен вертикальный анализ баланса.

Таблица 2.3

Вертикальный анализ баланса ООО «РегионПром» за 2013-2015гг.

Окончание таблицы 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Заемные средства	0	4000	2690	0	7,5	5,5	7,5	-2
V.								
Краткосрочные обязательства								
Заемные средства	9235	0	0	19,5	0	0	-19,5	-
Кредиторская задолженность	40853	3973	33142	86,3	7,5	67,9	-78,8	60,5
Баланс	48797	53276	47337	100	100	100		

В наибольшую долю в составе активов предприятия занимают оборотные активы что оценивается благоприятно.

В составе пассивов наибольшая доля приходится на краткосрочные обязательства.

Несмотря на то, что валюта баланса организации по годам на практических одном и том же уровне, в общих чертах, баланс «РегионПром» не соответствует признакам «хорошего баланса», так как:

- 1) заемный капитал организации хотя и сохраняет небольшие значения в 2015 году, но всё же присутствует в структуре баланса;
- 2) присутствие резких изменений в отдельных статьях баланса:
 - а) рост заемного капитала, который отсутствовал у предприятия 2013 году;
 - б) рост финансовых вложений в отчетном 2015 году составил 9775тыс. руб. в то время как в 2013 фактически отсутствовал;
 - в) запасы предприятия снизились в 2015 году на -7,6% по отношению к предыдущему году;
 - г) произошло поэтапное снижение количества денежных средств с 828 тыс. руб. в 2013 году до 579 тыс. руб. в 2015;

2.2.3 Анализ показателей финансовой устойчивости и деловой активности

По данным форм: «Баланс», «Отчет о финансовых результатах», «Приложение к бухгалтерскому балансу» за последние два года проведем анализ финансового состояния, прибыли и рентабельности предприятия ООО «РегионПром».

Для оценки финансовой устойчивости проведем расчет коэффициентов финансовой устойчивости, представлены в табл. 2.4 которые рассчитываются путем соотношения величин отдельных статей пассива и актива баланса и позволяют углубить оценку финансовой устойчивости, данную на основе показателей излишка (недостатка) основных источников формирования запасов и затрат, а также изучить иные стороны, характеризующие финансовую устойчивость.

Таблица 2.4

**Анализ относительных показателей финансовой устойчивости ООО
«РегионПром» за 2013-2015гг.**

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	Отклонение (+;-)		Темп роста, %	
				2014 / 2013	2015 / 2014	2014 / 2013	2015 / 2014
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Общая стоимость активов, тыс. руб.	48797	53276	47337	4479	-5939	109,2	88,9
2. Собственный капитал, тыс. руб.	7944	9539	11505	1595	1966	120,1	120,6
3. Долгосрочные обязательства, тыс. руб.	0	4000	2690	4000	-1310	-	67,3

Продолжение таблицы 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8
4. Собственные оборотные средства, тыс. руб.	828	607	579	-221	-28	73,3	95,4
5. Оборотные активы, тыс. руб.	41841	46017	40571	4176	-5446	110,0	88,2
6. Материально-производственные запасы, тыс. руб.	26339	23814	17562	-2525	-6252	90,4	73,7
7. Долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения, тыс. руб.	0	3726	9775	3726	6049	-	262,3
8. Коэффициент автономии	0,7	0,9	0,9	0,2	0,0	132,1	97,3
9. Уровень перманентного капитала	0,2	0,3	0,3	0,1	0,0	156,1	118,0
10. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,02	0,01	0,01	-0,01	0,0	66,7	108,2
11. Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами	0,03	0,03	0,03	-0,01	0,0	81,1	129,3
12. Коэффициент маневренности собственного капитала	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	61,1	79,1

Окончание таблицы 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8
13. Уровень функционирующего капитала	1	0,9	0,8	-0,1	-0,1	93,0	85,3
14. Комплексный показатель финансовой устойчивости	0,2	0,3	0,3	0,0	0,0	122,0	101,3

В ходе анализа, результаты которого представлены в табл.2.4, выявлено следующее.

Коэффициент автономии характеризует уровень общей величины обеспеченности активов собственным капиталом, т.е. относительную независимость организации от внешних источников финансирования, указывая на долю собственного капитала в общей сумме всех средств организации, используемых ею для осуществления уставной деятельности. Данный показатель в организации равен 0,9 (при нормальном значении 0,5), что означает его близкую к высокой зависимость предприятия от внешних источников.

Уровень перманентного капитала за счет долгосрочных обязательств не достиг оптимального значения и составляет 0,3.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами составляет 0,01, (при нормальном значении показателя 0,1), означает, что значительная часть оборотных активов сформирована за счет краткосрочных заемных средств.

Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами обеспеченности запасами собственных оборотных средств также имеет низкие значения, что означает, что материальные запасы покрыты заемными источниками финансирования, организация имела определённую зависимость от внешних источников по данным 2013 года.

Коэффициент маневренности собственного капитала отрицательный не имеет отрицательного значения, однако не соответствует нормативному значению 0,1 при норме от 0,2, что означает, что предприятие имеет финансовую зависимость и риск неплатёжеспособности.

Уровень функционирующего капитала в среднем равен 1,0. Означает, что имущество на 100% составляют активы, непосредственно занятые в собственной коммерческо-производственной деятельности.

Комплексный показатель финансовой устойчивости низкий 0,3 в 2015 году (нормативные значения 0,8-0,9). Общее финансовое состояние ООО «РегионПром» оценивается как недостаточно устойчивое.

Представим динамику показателей финансовой устойчивости ООО «РегионПром» за 2013-2015 г.г на Рис 2.2.

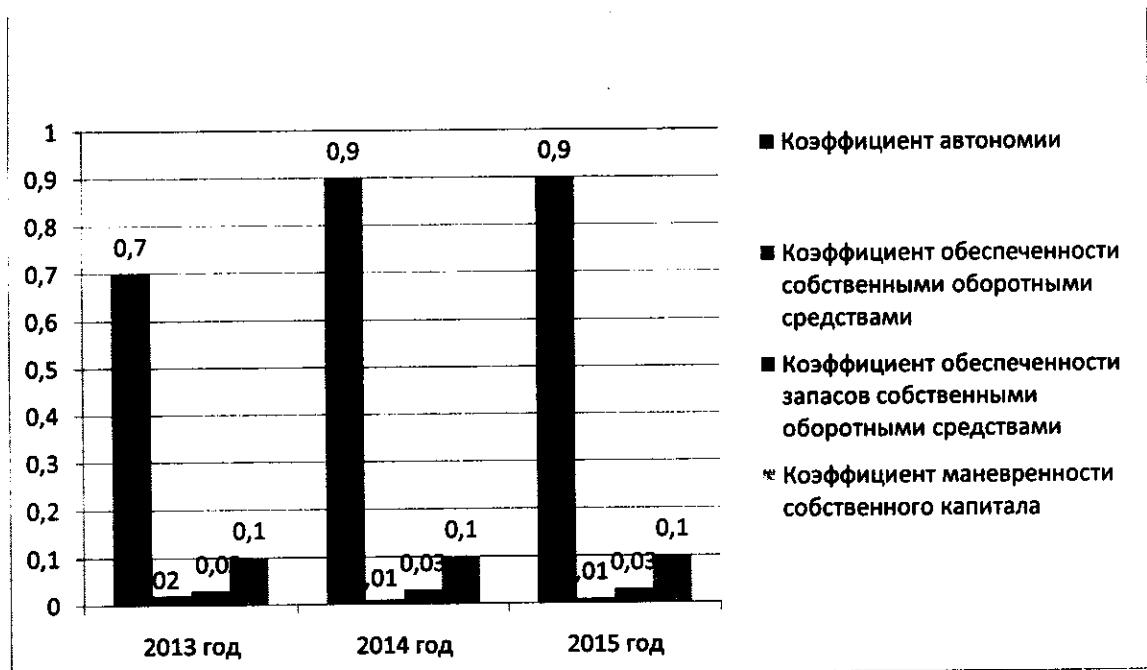


Рис. 2.2 - Динамика показателей финансовой устойчивости ООО «РегионПром» за 2013-2015 гг.

Далее проведем оценку деловой активности организации.

Анализ динамики основных показателей оборачиваемости и рентабельности оформлены в табл. 2.5.

Таблица 2.5

Анализ динамики основных показателей деловой активности ООО «РегионПром» за 2013-2015гг.

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	Отклонение (+;-)		Темп роста, %	
				2014 / 2013	2015 / 2014	2014 / 2013	2015 / 2014
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	78104	116323	122062	38219	5739	148,9	104,9
2. Чистая прибыль, тыс. руб.	2018	1594	1966	-424	372	79,0	123,3
3. Средняя величина активов, тыс. руб.	48800	53276	47337	4476	-5939	109,2	88,9
4. Средняя величина собственного капитала, тыс. руб.	7944	9539	11505	1595	1966	120,1	120,6
5. Средняя стоимость внеоборотных активов, тыс. руб.	6959	7259	6766	300	-493	104,3	93,2
6. Средняя стоимость оборотных активов, тыс. руб.	41841	46017	40571	4176	-5446	110,0	88,2

Окончание таблицы 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8
7. Коэффициент оборачиваемости активов	1,6	2,2	2,6	0,6	0,4	136,4	118,1
8. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	9,8	12,2	10,6	2,4	-1,6	124,0	87,0
9. Отдача внеоборотных активов, руб.	11,2	16,0	18,0	4,8	2,0	142,8	112,6
10. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	1,9	2,5	3,0	0,7	0,5	135,4	119,0
11. Время обращения оборотных, дни активов	192,9	142,4	119,7	-50,4	-22,8	73,8	84,0
12. Рентабельность активов, %	4,1	3,0	4,2	-1,1	1,2	72,4	138,8
13. Рентабельность собственного капитала, %	25,4	16,7	17,1	-8,7	0,4	65,8	102,3

В ходе анализа деловой активности ООО «РегионПром» выявлено следующее.

Коэффициент оборачиваемости активов показывает скорость оборота всех средств организации, характеризуя интенсивность использования всех имеющихся ресурсов, в текущем 2015 году данный показатель вырос на 0,4, что указывает на увеличение интенсивности их использования.

Снижение коэффициента оборачиваемости собственного капитала на 1,6 % указывает на снижение уровня деловой активности, так как данный показатель отражает скорость оборота собственного капитала.

Отдача внеоборотных активов характеризует интенсивность их использования и показывает, сколько рублей в выручке приносит каждый рубль внеоборотных активов. У организации отдача внеоборотных активов увеличилась на 2 руб. или на 12,6%.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов отражает скорость оборота текущих (мобильных) активов, или сколько рублей выручки приходится на рубль оборотных активов. Данный показатель в организации вырос на 0,5 оборота или 19 %, что оценивается положительно.

Время обращения оборотных активов в ООО «РегионПром». Время обращения оборотных активов уменьшилось на 22,8 дней. Снижение показателя оценивается положительно, означая увеличение оборачиваемости.

Рентабельность активов отражает эффективность использования всех активов (всего капитала), показывая, сколько рублей чистой прибыли организация получает с каждого 100 рублей авансированных активов. В отчетном 2015 году рентабельность активов в ООО «РегионПром» повысилась на 38,8%.

Рентабельность собственного капитала характеризует эффективность использования средств, принадлежащих собственникам организации, показывая, сколько рублей чистой прибыли организация получает с каждого 100 рублей собственных средств. Увеличение данного показателя составило 2,3%.

Анализ деловой активности ООО «РегионПром» выявил недостаточную эффективность использования средств, а также экономического потенциала организации. Поскольку, ряд показателей не находится в допустимых пределах.

Наглядно динамика показателей деловой активности ООО «РегионПром» представлена на Рис. 2.3.

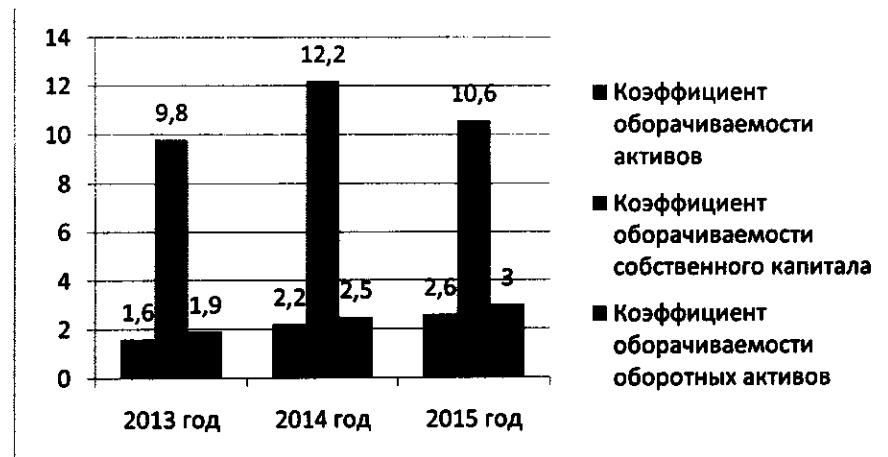


Рис. 2.3 - Динамика показателей деловой активности ООО «РегионПром» за 2013-2015 гг.

2.3 Анализ прибыли и рентабельности ООО «РегионПром»

Анализ формирования прибыли от реализации и прибыли до налогообложения приведен в табл.2.6

Таблица 2.6
Формирование прибыли до налогообложения и прибыли от реализации
ООО «РегионПром», %

Показатель	2014 год	2015 год	Отклонение	Темп прироста%
1	2	3	4	5
1.Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	116323	122062	5739	4,9
2.Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	107994	114234	6240	5,8

Окончание таблицы 2.6

1	2	3	4	5
3. Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	8329	7828	-501	-6
4. Управленческие расходы, тыс. руб.	4124	4243	119	2,9
5. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	4069	3416	-653	-16
6. Прочие расходы, тыс. руб.	1031	704	-327	-31,7
7. Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1975	2420	445	22,5

Выручка от продаж в 2015 г. выросла относительно уровня 2014 г. на 4,9%. Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг выросла на 5,8%. Валовая прибыль уменьшилась на 6%. Управленческие расходы возросли на 2,9%. Прибыль до налогообложения составила в 2015 г. 2420 тыс. руб., ее рост относительно уровня 2014 г. составил 22,5%. На динамику прибыли до налогообложения повлиял фактор роста прочих расходов предприятия. Они снизились за период на 31,7%, что обусловило увеличение прибыли до налогообложения относительно уровня прибыли от реализации. Из прибыли до налогообложения, в соответствии с законодательством, предприятие выплачивает налог на прибыль.

В 2014 г. налог на прибыль составлял 376 тыс. руб. К 2015 г. он возрос до 451 тыс. руб. Рост налога на прибыль обусловлен увеличением прибыли до налогообложения. Данные о налоговой нагрузке по организации приведены в табл. 2.7

Таблица 2.7

Налоговая нагрузка ООО «РегионПром»

Показатель	2014 год	2015 год	Отклонение	Темп прироста, %
1.Объем реализации продукции, тыс. руб.	4069	3416	-653	-16
2.Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	1975	2420	445	22,5
3.Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	376	451	75	19,9
4.Налоговая нагрузка на 1 рубль реализованной продукции, руб./руб.	0,01	0,01	0,0	42,9
5.Налоговая нагрузка на 1 рубль прибыли до налогообложения организации, руб./руб.	0,2	0,2	0,0	-2,1

Как видно из табл.2.7, на один рубль реализованной продукции приходится 1 копейка налога на прибыль. На один рубль прибыли до налогообложения приходится 20 копеек налога на прибыль. Можно заключить, что уровень налоговой нагрузки невысок и необременителен для предприятия.

Рост показателей прибыли говорит об улучшении финансово-хозяйственной деятельности организации.

В табл.2.8 представлен вертикальный и горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках за 2015 г.

Таблица 2.8

Анализ финансовых результатов ООО «РегионПром»

Показатель	2014 год	2015 год	Откло нение	Темп прирост а, %	Уровень показателя к выручке от продажи, %	Измене ние структу ры
1	2	3	4	5	6	7
1. Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	116323	122062	5739	4,9	100	100

Окончание таблицы 2.8

1	2	3	4	5	6	7	8
2. Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	107994	114234	6240	5,8	92,8	93,6	0,7
3. Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	8329	7828	501	-6	7,2	6,4	-0,7
4. Управленческие расходы, тыс. руб.	4124	4243	-119	2,9	3,5	3,5	-0,1
5. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	4069	3416	653	-16,0	3,5	2,8	-0,7
6. Прочие расходы, тыс. руб.	1031	704	327	-31,7	0,9	0,6	-0,3
7. Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1975	2420	-445	22,5	1,7	2,0	0,3
8. Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	376	451	-75	19,9	0,3	0,4	-
9. Чистая прибыль (убыток) очередного периода, тыс. руб.	1594	1966	372	23,3	1,4	1,6	0,2

Таким образом, по результатам анализа наблюдается. Рост выручки (нетто) от реализации товаров, работ, услуг, на уровне 4,9%.

Затраты на производство и сбыт продукции приросли на 5,8 %.

Относительно показателя валовой прибыли следует пересмотреть затраты, включаемые в себестоимость продукции и разработать меры по их снижению. Либо стремится к увеличению выручки от реализации, и к тому, чтобы темпы ее роста опережали темпы роста затрат.

Рост сумм управленческих расходов, обусловил снижение прибыли от реализации. В 2014 г. доля прибыли от реализации в выручке составляла 3,5%, в 2015 г. 2,8%.

Снижается также доля прибыли до налогообложения в выручке от реализации. Доля прибыли до налогообложения в выручке от реализации в 2015 г. составила 2%.

Чистая прибыль предприятия, несмотря на то, что выросла на 372 тыс. руб., увеличилась по доле в выручке с 1,4% до 1,6%.

Все это говорит о том, что несмотря на то, что все показатели прибыли предприятия возрастают, прибыльность деятельности организации падает. Это

также подтверждается рассчитанными показателями рентабельности, приведенными в табл.2.9.

Таблица 2.9

Показатели рентабельности ООО «РегионПром», %

Показатель	2014 год	2015 год	Отклонение, %
1. Общая (экономическая) рентабельность	1,4	1,6	0,2
2. Финансовая (чистая) рентабельность	3,7	5,11	1,4
3. Рентабельность собственных средств	16,7	17,1	0,4
4. Рентабельность внеоборотных активов	22,0	29,1	7,1
5. Рентабельность оборотных активов	3	4,2	1,2
6. Рентабельность чистого оборотного капитала	2,1	2,6	0,5
7. Рентабельность инвестиций	14,6	17	2,5
8. Рентабельность продукции, исчисленная по отношению к выручке от продажи продукции	3,8	3	-0,8
9. Рентабельность продукции, исчисленная по отношению к себестоимости продукции	3,5	2,9	-0,6
10.Рентабельность продаж	3,5	2,8	-0,7

Рост общей рентабельности показателя на 0,2 пункта в 2015 г. свидетельствует о растущем спросе на работы предприятия и о не избыточном накоплении активов.

Рентабельность внеоборотного капитала возросла на 7,1 пунктов, что отражает рост масштаба бизнес активности организации.

Рентабельность оборотного капитала отражает эффективность использования оборотного капитала организации. Рост значения показателя с 3% до 4,2% показывает рост эффективности использования оборотного

капитала и снижение вероятности возникновения сомнительной и безнадежной дебиторской задолженности, снижение степени коммерческого риска.

Рентабельность продукции определяет, сколько рублей прибыли получено организацией в результате реализации продукции на один рубль выручки. Отмечается снижение показателя на 0,8 пункта, что, несомненно, является отрицательным результатом.

В целом, по данным таблицы 2.9, можно видеть, что большинство показателей рентабельности имущества возрастают, а показатели рентабельности продукции, напротив, снижаются.

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ООО «РЕГИОНПРОМ»

3.1 Основные направления повышения прибыли и рентабельности

Прибыль и рентабельность компании во многом определяет, стратегию развития компании в современных рыночных условиях, при этом, анализ финансового состояния способствует выявлению потенциальных возможностей организации.

К факторам повышения прибыли и рентабельности целесообразно отнести:

1) факторы по источникам повышения прибыли и рентабельности, включающие в себя определение оптимального количества используемых в производстве ресурсов, увеличение количества выпускаемой и реализуемой продукции, повышение её конкурентоспособности, снижение её себестоимости, повышение цен на оказываемые услуги и др.;

2) факторы, связанные с основными направлениями развития и совершенствования производства, а именно, ускорение и повышение технического уровня производства, структурная модернизация, снижение производственных издержек.

В научной литературе выделяют кроме всего прочего факторы внешней среды, в составе налоговой политики, системы банковского кредитования и иные и факторы внутренней среды снижение трудозатрат и затрат материалов на производство продукции, рост объёмов производства и производительности труда.

Рассмотрим отдельные, преобладающие в современной экономике способы повышения прибыли и рентабельности предприятия. Одним из таких направлений является улучшение взаимосвязи с поставщиками, поскольку, таким образом, увеличивается вероятность взаимовыгодного сотрудничества и повышения вышеизложенных показателей.

В данном процессе заключается логика, определившая возникновение концепции взаимовыгодного сотрудничества. Сотрудничество может быть определено как создание партнёрских взаимоотношений с ограниченным числом поставщиков и деловых партнёров.

Отношения, основанные на взаимовыгодном сотрудничестве, могут принести предприятию ряд существенных дивидендов, в частности: сокращение сроков поставки и комплектующих, повышение гарантий выполнения договорённостей, сокращение сроков выполнения обязательств, снижение показателей запасов, ускорение реализации корректировок в договорах поставок, увеличение качества продукции, стабильность цены контракта, повышение скорости исполнения договорных обязательств.

Суть данного процесса заключается в том, что поставщик является составным элементом предприятия, производственного объединения.

Таким образом, развивая партнерские отношения с поставщиками, предприятие может добиться качественного увеличения товарооборота, прибыли и рентабельности, улучшить качество обслуживания.

Следующим моментом является взаимодействие с персоналом производственной компании. Максимально продуктивно использовать трудовые ресурсы может улучшенная система мотивации работников. В основе распространенных в научной литературе, систем стимулирования работников находится принцип прямой зависимости между размером заработной платы и объемом производства и реализации готовой продукции. Подобная система также известна под названием комиссионных вознаграждений. В деятельности предприятий существует множество разновидностей данного метода, отождествляющих заработную плату работников с результативностью деятельности компании. Выбор конкретного метода поощрения зависит от целей предприятия, особенностей реализуемого товара (оказываемых услуг), особенностей рынка, и т.д. В деятельности компаний заинтересованы, в нескольких аспектах собственной деятельности, а именно, объеме реализации,

прибыльности, количество реализованной продукции, в этой связи вознаграждение работников необходимо определяется на основе ряда факторов.

Также в рамках улучшения системы мотивации работников большинством предприятий предлагается использование социального пакета. В научной литературе существует разделение понятия социальный пакет на: обязательный, мотивирующий и компенсационный.

Работодатель вправе предусмотреть различные социальные льготы, в частности: выплачивать денежное вознаграждение при достижении определённого трудовым договором возраста, в связи с особыми условиями труда и стажа работы, оказывать работникам разовую материальную помощь, оказывать единовременную материальную помощь при рождении ребёнка и др.

Мотивационный пакет также можно разделить на несколько блоков: забота о здоровье работников, совершенствование корпоративной культуры, рекреация.

В то же время, существуют различные премии за высокие производственные показатели, долголетний и добросовестный труд, изобретательность и др. достижения, в частности награждение почетными грамотами, выплатами премий, объявление благодарности.

Возможны присвоения работникам почетных званий, для чего утверждаются положения работодателя о порядке их присвоения.

Организация досуга работников помогает решить несколько задач, а именно, способствует сглаживанию трудовых коллективов и способствует восстановлению сил после рабочего периода.

Обучение за счет работодателя в свою очередь также имеет различные формы и является двойственным инструментом, так как с одной стороны отнимает материальные ресурсы предприятия с другой увеличивает их объемы в долгосрочной перспективе.

Кадровая политика имеет и другие стороны, так, проводя сокращение численности работников предприятию необходимо определить предельный размер величины расходов на рабочий персонал, которую может обеспечить

предприятие, гарантировав себе качественное и своевременное выполнение производственной и маркетинговой программ. Для чего следует анализировать количество работников в количестве подразделений, с учетом выполняемых отделами и подразделениями производственных функций.

На основе выводов, возможно рассчитать оптимальную численность работников, необходимую для качественного выполнения производственной программы с учетом сокращения административных и производственных процессов с использованием методик и механизмов нормирования численности.

Кроме всего прочего, существенную долю в структуре издержек предприятия снижающих показатели прибыли и рентабельности занимает заработка плата. Поэтому актуальность приобретает задача роста производительности труда, и сокращения численности административно- обслуживающего персонала.

Важное значение для повышения производительности труда, а соответственно прибыли и рентабельности имеет надлежащая его организация. Сокращения расходов амортизации ОПФ возможно достигнуть путем более совершенного использования фондов, их максимальной загрузки.

Не теряет актуальности и снижение расходов за счет оптимального распределения их по сезонным колебаниям, в частности уменьшение количества работников в периоды спадов и/или увеличение их количества в периоды пиковых производства (продаж).

Немаловажным является снижение себестоимости реализации конечной продукции, для чего следует осуществлять следующие меры в целях обеспечения максимальной прибыли в любых условиях, при любых затратах:

а) совершенствовать организацию производственного процесса путем сокращения сроков поставки товаров и комплектующих, развития схемы торговли «с колёс»;

б) уменьшать расходы заработной платы работников на единицу готовой продукции, и ее вес в структуре общих издержек путем роста производительности, опережающего роста товарооборота;

Осуществлять эффективное использование материально-технической базы:

1) совершенствовать работу машин и оборудования, сокращать и увеличивать размеры производственных площадей;

2) соблюдать сроки ремонта и модернизации основных средств.

В традиционном представлении одним из важнейших путей уменьшения производственных затрат является экономичное использование всех видов производственных ресурсов.

Общеизвестный факт, что чем большего объёма партия потребляемых предприятием сырья и материалов, тем большего объёма величина среднегодовых запасов, а, следовательно, размер издержек, связанных с их хранением (содержание помещений временного хранения, потери при хранении товаров, сырья и материалов). Вместе с тем приобретение и хранение сырья и сопутствующих материалов партиями больших объёмов имеет свои преимущества. В итоге, возникает вопрос об определении оптимальных объёмов необходимых в производстве товаров.

Немаловажным является вопрос о исследование рынка сбыта, и начале рекламных компаний (акций), поскольку предприниматели понимают, что от их своевременных действий во многом зависит успех предприятия. Если правильно организовать и осуществить рекламную компанию, то, можно закрепить положительный имидж организации, её значимость. Также при помощи креативной рекламы, возможно, создать определённую репутацию у потребителя, выделившись из множества схожих по деятельности предприятий.

Следующим фактором, напрямую влияющим на величину прибыли и рентабельности является повышение цен на готовую продукцию. В данном случае важно видеть рынок, его колебания и перспективы изменения. С одной стороны, увеличив цену на готовую продукцию, предприятие не сможет быстро

реагировать на изменения рынка, с другой снизив только ускорит оборачиваемость и уменьшил прибыль. В данном случае необходим постоянный мониторинг ценовой политики конкурирующих субъектов.

В то же время актуальным является вопрос о поиске изменений в структуре реализуемых товаров, чем выше доля товаров, пользующихся спросом на рынке, тем больше сумма прибыли и выше показатели рентабельности. Из этого следует, что увеличение наименований нерентабельных в определённом смысле товаров повлечет сокращение прибыли.

Ещё одним из способов повышения прибыли и рентабельности является снижение расходов за счет их восполнения в рабочем процессе, а именно, за счёт использования и переработка отходов собственного производства.

Не стал исключением в рассматриваемом вопросе и тезис о снижении расходов на обслуживание зданий (сооружений) и иных постоянных расходов, что продиктовано в современных условиях кризиса элементарной экономией. Так, например своевременное отключение электрического оборудования, своевременное обслуживание механизмов и машин может существенно содействовать в увеличении показателей прибыли и рентабельности.

В то же время модернизация оборудования и внедрение инновационных разработок и технологий способствует сокращению избыточных рабочих мест, что сделает актуальным вопрос об усилении кадрово неполноценных структурных подразделений свежими квалифицированными рабочими силами.

Вышеперечисленные факторы предполагают разработку новой эффективной инвестиционной политики организации. Замена человеческого труда труда автоматизированным оборудованием требует дополнительных финансовых трат в виде амортизации и технического обслуживания машин (оборудования) программной компоненты, однако подобные действия в долгосрочной перспективе значительно снижают расходы, связанные с своевременной оплатой труда действующего персонала, повышая

производительность труда, качество готовой продукции и как следствие показатели прибыли и рентабельности организации.

Затронутый в начале данного параграфа вопрос об оптимизации механизма снабжения посредством налаживания тесного контакта с поставщиками, предполагает возможность редактирования номинального количества и наименований предыдущих закупок, контроля исполнения обязательств поставщика перед заказчиком и может сократить предстоящие траты в разделе сырья и материалов. Для снижения расходов в данной области необходимо прежде всего, определить альтернативных поставщиков с целью выбора наиболее выгодных для предприятия условий контрактов.

Относительно вопроса о компетенции юридической компоненты в сфере снижения расходов и роста прибыли и рентабельности, следует отметить следующее, так анализ содержания договоров, заключенных организацией, поможет в выборе наиболее экономичных из них. Приведём пример, покупка оборудования или транспортного средства может быть заменена его приобретением в процедуре лизинга. Поскольку, при покупке объекта основных средств процесс его амортизации может продлиться несколько лет, в свою очередь в процедуре лизинга его стоимость будет принята в расходы единомоментно. Возможен вариант разделения одного договора на несколько взаимосвязанных. Так, при приобретении компанией основного средства, в стоимость которых входит его техническое обслуживание и обучение работников, имеет смысл выделить стоимость сопутствующих услуг в структуру обособленного договора, а оставшуюся стоимость основного средства подвергнуть амортизации.

Что же касается снижения расходов за счет оптимизации логистических потоков, то данная мера достигается расположением складов в непосредственной близости от конечного потребителя и крупных транспортных артерий. Если при транспортировке профильных грузов использовать специальные транспортные средства, то сокращаются расходы на погрузо-разгрузочные и транспортные операции.

Таким образом, полное исключение расходы с целью увеличения прибыли и рентабельности для любой компании является невыполнимой задачей. Однако, снижение себестоимости готовой продукции за счет экономии сырья и материалов, электро энергии, расходов на производственный персонал позволяет снизить совокупные затраты компании, что при сохранении существующих цен на продукцию себестоимости приведет к увеличению прибыли и росту рентабельности. Не менее эффективными механизмами повышения прибыли и рентабельности выступают проведение рекламных компаний, продуктивная работа над организацией труда работников, совершенствование работы с поставщиками, работа над содержанием договорных отношений, маркетинговые исследования а также проведение модернизации производств, внедрение инновационных разработок.

3.2 Стратегия повышения прибыли и рентабельности

Учитывая цель настоящей дипломной работы нами была разработана стратегия повышения прибыли и рентабельности, на примере «ООО РегионПром».

Под термином стратегия (от англ. *strategy*) понимается - план действий в условиях неопределенности. Набор правил, согласно которым предпринимаемые действия должны зависеть от обстоятельств, включая естественные события и действия.

В рамках улучшения показателей прибыли и рентабельности организации, с учётом существующих внешних и внутренних факторов была разработана стратегия повышения прибыли и рентабельности «ООО РегионПром», которая предполагает ряд действий, а именно:

- a). Проведение рекламной кампании.
- b). Снижения себестоимости производимой продукции.

1. Проведение рекламной кампании. Реклама, как известно, является двигателем торговли. Значительные расходы компаний на рекламу и ее

значение в успехе предприятия обусловливают необходимость проверки её эффективности.

Реклама является частью политики «маркетинг-микс», тем не менее, неизвестен результат рекламной кампании. Ни в одной из областей повышения показателей прибыли и рентабельности нет трудностей с оценкой её эффективности, как в сфере рекламы. При этом, абсолютно точно определить эффективность отдельных методов и средств рекламной кампании практически невозможно. Однако, заметим, что приблизительные экономические подсчёты полностью себя оправдывают.

Работники отдела маркетинга должны поддерживать тесный контакт с заказчиком. Потеря покупателя отрицательным образом оказывается на финансовом благополучии организации. С целью минимизации подобных потерь, ООО «РегионПром» необходимо выполнить следующие действия:

- 1) провести брифинг с работниками отдела маркетинга;
- 2) провести углубленный анализ существующего и перспективных рынков;
- 3) провести видовой анализ спроса продукции;
- 4) отсутствие информации об узкой специализации предприятия в рекламном пространстве неблагоприятно влияет на совокупный спрос, в этой связи необходимо провести рекламную кампанию;
- 5) разработать новые виды продукции с учётом реалий рынка;
- 6) выделить необходимые средства для проведения рекламной компании.

С целью занятия ООО «РегионПром» новых и укрепления позиций на существующих рынках, необходимо провести ряд мероприятий по продвижению готовой продукции и услуг компании. Задействовать рекламные продукты, применять визитки, буклеты, интернет рассылку.

По результатам проведения рекламных исследований были получены следующие данные.

Потенциальными клиентами общества являются в процентном соотношении: 70% строительные компании, 20% строительные базы, 10% физические лица.

С целью подбора каналов для распространения рекламы были изучены предпочтения клиентов.

Качеством продукции довольны 90% покупателей, что является достаточно высоким показателем. При этом 60% клиентов считают, что обществу недостаточно рекламы, 40% считают, что общество достаточно известно на рынке и не нуждается в дополнительной рекламе.

Преследуются следующие цели рекламной кампании:

- а) укрепить сотрудничество с поставщиками (с целью получения преференций);
- б) повысить объемы продаж с 15% до 20% объема рынка;
- в) распространить информацию о высоком качестве продукции;
- г) добиться известности товарного знака компании.

В период рекламной кампании целесообразно добиться известности:

- а) фирменного логотипа;
- б) ассортимента готовой продукции;

2. Увеличение рентабельности за счет снижения себестоимости производимой продукции, производимое за счёт снижения расходов на закупку сырья и материалов. Данное мероприятие производится за счёт поиска новых поставщиков сырья и материалов и может привести к изменению объема и структуры продукции, уменьшению так называемых условно-постоянных расходов, изменению ассортимента продукции, повышению ее качества и конкурентоспособности. Данные расходы не зависят от количества выпускаемой продукции. Покупка приемлемых по цене и качеству сырья и материалов приведёт к естественному снижению себестоимости продукции.

Проведя анализ показателей рентабельности ООО «РегионПром» было выявлено, что основным фактором, влияющим на его снижение, является увеличение себестоимости готовой продукции из-за неправильной политики по

поиску поставщиков необходимого сырья и материалов. В связи с этим в кратчайшие сроки были разработаны мероприятия направленные на снижение её себестоимости.

Предлагается осуществить мониторинг новых поставщиков на рынке сырья и материалов для изготовления изделий из железобетона, с целью выбора наиболее приемлемых ценовых предложений.

На базе ООО «РегионПром» 2015 году было приобретено и установлено новое оборудование для производства железобетонных изделий, однако оно используется не на полную мощность. В этой связи предлагается проводить работу по увеличению объемов продаж продукции предприятия.

Целью планирования показателей прибыли и рентабельности ООО «РегионПром» в рамках реализации настоящей стратегии является обеспечение роста, размера и их повышения на основе увеличения оборота, улучшения его структуры, наиболее эффективного использования материальных, трудовых и финансовых результатов при обязательном сокращении потерь времени населения.

Экономической основой составления плана прибыли являлись:

- 1) запланированный объем и структура оборота;
- 2) задание на плановый период по приросту сети;
- 3) изменения в организационной структуре, ставках, тарифах, уровнях торговых надбавок и наценок и других условий расчета.

При планировании прибыли использовались:

- а) прогноз рентабельности;
- б) анализ ликвидности баланса;
- в) оценку перекрытия ликвидности;
- г) регрессное определение минимального оборота.

В ходе настоящего исследования применялись материалы экономического отдела ООО «РегионПром», при прогнозировании прибыли от реализации продукции использовались среднегодовые темпы изменения рентабельности за 3 года, предшествующих планируемому периоду равному

одному году. Сумму прибыли возможно определять, как произведение прибыли от реализации текущего года на спрогнозированные темпы изменения в плановом году, или как произведение запланированного товарооборота на проектируемую рентабельность деленное на 100.

Оценивая возможный уровень рентабельности целесообразно соизмерить размер прибыли с расходами и объемом товарообмена. С этой целью определяют порог рентабельности. Одним из вариантов анализа лимита рентабельности является оценка перекрытия ликвидности. В этом случае издержки компании подразделяются на финансовые расходы и иные расходы.

На предстоящий период прибыль, возможно рассчитать в том числе по источникам образования. Так, прибыль от реализации товаров (работ, услуг), определяется как разница суммы валового дохода от реализации, на предстоящий период, и суммой издержек производства.

Прибыль от платных услуг, предоставленных покупателям (комплектование заказов, доставка товаров на дом и другое) определяется исходя их возможного объема таких услуг и цен на них.

После определения возможных плановых величин прибыли работниками экономического подразделения составлялся план прибыли. Впоследствии администрацией общества утверждались, сметы расходования фондов накопления и потребления.

Основными методами планирования в ООО «РегионПром» являются:

Метод прямого счета. В данном случае прибыль планировалась на основе предварительно спрогнозированных валовых доходов и издержек обращения, как их разница. При планировании издержек обращения применялся постатейный расчет издержек обращения и планирования их уровня с использованием методов корреляционной зависимости издержек.

Аналитический метод применялся ООО «РегионПром» для планирования прибыли, при большом ассортименте выпускаемой продукции. Преимущество данного метода состоит в том, что позволяет определить влияние обособленных

факторов на плановую прибыль. Показатели прибыли определялись по всей сравниваемой продукции в целом.

При планировании валового дохода необходим системный подход, то есть должна быть обеспечена взаимная увязка всех показателей плана предприятия. Он строго увязывается с рассчитанными на плановый период объемом товарооборота и прибыли.

В процессе составления плана валового дохода вносились корректизы в плановую структуру продаж в целях повышения размера валового дохода, пересматривалась смета издержек в целях сокращения отдельных расходов обеспечения рассчитываемого размера прибыли.

Валовой доход предприятия исчислялся в абсолютном и относительном выражении. Абсолютным показателем валового дохода является его сумма (размер), а относительным – уровень (процентное отношение суммы валового дохода к товарообороту).

Планируемая сумма прибыли как экономический показатель находится в обратной зависимости от издержек обращения. Чем ниже издержки обращения, тем выше прибыль. Поэтому компания в процессе финансового планирования стремятся к получению оптимального размера издержек. Предприятие самостоятельно утвердило план и довело его показатели до структурных подразделений.

При планировании работники экономического отдела руководствовались различными методами, в частности технико-экономическими нормативами.

В следующем параграфе приведены расчёты предлагаемых мероприятий настоящей стратегии, предполагается экономический эффект от их реализации.

3.3 Расчёт эффективности предложенных мероприятий

В данном параграфе подробно рассмотрим механизм и результаты предложенных в стратегии повышения прибыли и рентабельности предприятия на примере ООО «РегионПром».

Так, в рамках реализации рекламной кампании нами применялось "правило 80%" согласно которому, рекламная кампания должна охватить 80% существующей аудитории.

Определим средства, в которых необходимо разместить рекламу.

Выберем печатные издания, которые соответствуют - целевой аудитории. Данному требованию соответствует газета «Шанс» и газета «Строительный вестник».

При перекрытии, составляющем 5%, охват читателей двумя носителями изданиями: $(13 + 18) - 5 = 26\%$ населения города Красноярска. В результате 5% потенциальных клиентов оба объявления, что и составит величину коэффициента перекрытия.

Затраты рекламной компании в двух вышеперечисленных газетах составят:

1) объявления в газете «Шанс» - стоимость выхода статьи до 300 знаков составила 1500 руб. Размещение сроком на два месяца, общие затраты 3000 руб.;

2) объявления в газете «Строительный вестник» - стоимость выхода статьи до 300 знаков составила 2000 руб. Размещение сроком на два месяца, общие затраты 4000 руб.;

Таблица 3.1

Затраты рекламной кампании

Наименование издания	Объем затрат, руб.
«Строительный вестник»	4000
«Шанс»	3000
Итого	7000

Кроме рекламы в печатных изданиях проводится реклама продукции и услуг организации в местах торговли строительными материалами. В частности, используются: буклеты, каталоги продукции и печатные растяжки.

Затраты на рекламу в местах отпуска товаров составят:

Буклеты продукции 3000 руб. – 1000шт.

Размещение на рекламном баннере, размером 2x4 составит 3000руб.

Участие в строительных выставках 10000 руб.

Таблица 3.2

Затраты на рекламу

Вид рекламы	Объем затрат в год, руб.
Реклама в печати	7000
Реклама на баннере	3000
Буклеты	3000
Участие в выставках-ярмарках	10000
Итого	23000

Расчет предполагаемых показателей после реализации рекламной кампании представлен в таблице 3.3

Таблица 3.3

Показатели деятельности ООО «РегионПром» после рекламной кампании

Показатели	2015	Прогноз	Отклонение
Выручка от реализации, тыс. руб.	122062	131020	+ 8958
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	114234	116518	+ 2284
Валовая прибыль, тыс. руб.	7828	14502	+ 6674
Управленческие расходы, тыс. руб.	4243	4243	-
Коммерческие расходы, тыс. руб.	169	192	+ 23
Прибыль от реализации, тыс. руб.	3416	10067	+6651
Рентабельность продаж, %	2,8	7,7	+4,9

Предполагается, что рекламная кампания позволит увеличить выручку от реализации на 107,3%. Исходя из доли затрат в выручке от реализации за 2016 год, себестоимость реализованной продукции в прогнозном периоде составит 116518 тыс. руб.

Исходя из затрат на проведение рекламных мероприятий возникает повышение коммерческих расходов на 23 тыс. руб. Мероприятие позволит увеличить прибыль от продаж на 6651 тыс. руб. Рентабельность продаж вырастет до 7,7 %.

На следующем этапе предлагаются рекомендации по снижению расходов на сырьё и материалы.

Рост себестоимости негативным образом влияет на финансовую устойчивость предприятия. Подвергается росту величина материальных затрат и соответственно снижается способность организации снижать затраты имеющимися собственными средствами, что в свою очередь влечёт за собой необходимость использования краткосрочных кредитных продуктов.

Проведенные исследования показателей себестоимости продукции позволили сделать вывод о размере доли материальных затрат доля которых в структуре себестоимости составляет 81%. В этой связи одним из приоритетных направлений снижения себестоимости готовой продукции выступает снижение стоимости расходов сырья и материалов.

Работа в данном направлении должна осуществляться специалистами отдела снабжения и логистики. Необходим своевременный контроль в работе с качеством и содержанием договоров на поставку необходимых материалов (арматура, щебень, песок, цемент).

В настоящий момент договоры ООО «РегионПром» на поставку необходимых материалов не обновляются, их продление происходит в автоматическом режиме. При этом, некоторые поставщики не удовлетворяют реалиям времени и требованиям высшего руководства компании. Чему сопутствуют: неудовлетворительное качество сырья и материалов, нарушение сроков поставки, отсутствие скидок.

В данной связи рассмотрим альтернативных поставщиков сырья и материалов. Данные представлены в таблице 3.4

Таблица 3.4

Основные поставщики

Вид сырья	Альтернативные поставщики	
	1	2
ПГС	ООО «Абарис», г. Красноярск	ОАО «Самосвалов», г. Красноярск
Арматура	ООО «Металлоснаб», г. Красноярск	ОАО «Металлпромгарант», г. Красноярск
Цемент	ООО «Красноярский цемент», г. Красноярск	ООО «БСК», г. Красноярск

Исходя из данных представленных в таблице 4.2 существуют альтернативные поставщики по выше названным видам сырья, с целью выбора оптимальных решений необходимо обозначить критерии оценки поставщиков.

В процессе анализа альтернативных поставщиков по отдельным видам продукции сделаны следующие выводы. Расчеты проведены по одному из видов выпускаемой продукции, а именно плите бетонной для строительства многоквартирных домов. Наиболее приемлемым поставщиками на наш взгляд могут быть: по песку ООО «Абарис», по арматуре ООО «Металлоснаб». Установлено, что поставщика цемента менять нецелесообразно, поскольку качество продукта удовлетворяет требованиям организации.

Расчет возможного снижения себестоимости готовой продукции при изменении поставщиков представлен в таблице 3.5

Приведенные расчеты показывают, что полная производственная себестоимость снизилась на 40000 руб., себестоимость единицы изготавливаемой плиты уменьшилась на 0,9 руб.

Наглядно динамика себестоимости продукции ООО «РегионПром» представлена на Рис. 3.1



Рис. 3.1 - Динамика себестоимости продукции ООО «РегионПром»

Таким образом, экономическому отделу предприятия рекомендуется провести подобный анализ по основным видам продукции, что позволит подробно оценить предложения на рынке, что даст возможность выбирать оптимальную цену поставки необходимых сырья и материалов, данная мера существенно повысит рентабельность отдельной продукции и всего производства в целом.

Таблица 3.5

Расчет возможного снижения себестоимости продукции

Наименование статьи затрат	количество, план	Цена за 1 ед., руб.	Сумма на штан пр-ва серии, руб.		Отклонение	
			до внедрения	после внедрения	до внедрения	после внедрения
1. Основные материалы, всего	100	16000	14900	1600000	1490000	-110000 0,738
ПГС тн	1,5	8000	7500	800000	750000	-50000 0,937
Арматура кг	100	3000	2900	300000	290000	-10000 0,966
Цемент кг	400	5000	4500	500000	450000	-50000 0,900
2. Транспортно-заготовительные расходы	1000	1000	1000	1000	1000	0 1
3. Основная заработная плата	20000	20000	20000	20000	20000	0 1
4. Районный коэффициент%	1,3	1,3	1,3	6000	6000	0 1
5. Северный коэффициент%	20	20	20	4000	4000	0 1
6. Единый социальный налог%	26	26	26	5200	5200	0 1
7. Всего условно-переменных расходов	21548,8	17027,3	15927,3	1636200	1526200	-110000 0,93
8. Общепроизводственные расходы	1500	1500	1400	150000	140000	-10000 0,933
9. Общехозяйственные расходы	600	600	500	60000	50000	-10000 0,833
10. Всего условно-постоянных расходов	2100	2100	1900	210000	190000	-20000 0,904
11. Полная производственная себестоимость	4200	19727,3	18327,3	420000	380000	-40000 0,904

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевая цель любого предприятия в современных реалиях времени состоит в получении максимальных значений прибыли, что невозможно без эффективного использования собственных финансовых, производственных, кадровых и иных ресурсов. Поиск путей увеличения прибыли и рентабельности предприятия составляют основную задачу руководства организацией. Прибыль является важнейшим источником формирования доходов бюджета компании, источником развития, инструментом погашения долговых обязательств.

Обобщающим показателем эффективности деятельности компании производства является уровень рентабельности. Рентабельность выступает синонимом доходности и эффективности предприятия и рассчитывается путём сопоставления валового дохода или прибыли с затратами (используемыми ресурсами).

Анализ показателей прибыли и рентабельности организации направлен на поиск тенденций его развития и способен указать высшему менеджменту пути дальнейшего успешного устойчивого развития. Кроме всего прочего указывает на ошибочные действия в сфере управления, хозяйственной, производственной и маркетинговой деятельности, кадровой политике. Способен найти резервы повышения прибыли и рентабельности, что в конечном счете, позволит предприятию успешно достигать поставленных целей.

ООО «РегионПром» было выбрано в качестве базы проведения исследования не случайно, предприятие является динамично развивающимся производственным комплексом, поставляющим продукцию собственного производства на строительный рынок города Красноярска и Красноярского края. Продукция отвечает установленным требованиям качества и безопасности что подтверждается удостоверениями государственного образца.

Проведенный во второй главе анализ деятельности организации свидетельствует об удовлетворительной динамике большинства экономических показателей. Однако детальный анализ свидетельствует о том, что у

предприятия наблюдается недостаточная эффективность использования средств производства, а также экономического потенциала. Более того, несмотря на несмотря на рост показателей деятельности прибыльность организации падает. Некоторые показатели деятельности не находится в допустимых пределах. Поэтому на основании проведенного анализа и в целях увеличения прибыли и рентабельности организации целесообразно осуществление стратегии направленной на повышение прибыли и рентабельности, предусматривающей проведение следующих мероприятий, а именно: проведение рекламной компании, снижение себестоимости производимой продукции, увеличение прибыли за счет увеличения объемов выпуска готовой продукции.

В процессе настоящего исследования было установлено, что продукция общества недостаточно известна на рынке города Красноярска и Красноярского края. В этой связи было предложено провести рекламную компанию. По результатам проведения рекламных исследований были получены следующие данные. Так, предлагаемое мероприятие позволит увеличить прибыль от продаж на 6651 тыс. руб. Рентабельность продаж вырастет до 7,7 %.

Следующий шаг состоит в снижении себестоимости производимой продукции путём поиска новых поставщиков. Предполагается изучить коммерческие предложения на рынке сырья и материалов и выбрать наиболее выгодные для предприятия.

Основной экономический эффект внедрения данного мероприятия состоит в снижении себестоимости на готовой продукции на 40000 руб. в расчёте произведённой стандартной партии, а также росте рентабельности продаж на 4,6%.

Таким образом, в результате реализации мероприятий, предложенных в стратегии повышения прибыли и рентабельности, компания ООО «РегионПром» сможет получить ряд конкурентных преимуществ, тем самым обеспечив себе приемлемые показатели деловой активности в условиях динамично меняющегося рынка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1.Абрютина, М. С. Экономика предприятия [Текст] : учебник / М. С. Абрютина. – М. : Издательство "Дело и Сервис", 2012. – 585 с.
- 2.Балабанов, И. Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта[Текст] : учебник / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 206 с.
- 3.Белобтецкий, И. А. Прибыль предприятия [Текст]: учеб. пособие/ И. А. Белобтецкая // Финансы. –2014. – №3. – С. 40 – 47.
- 4.Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник / Т. Б. Бердникова. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 215с.
- 5.Быкадоров, В.Л. Финансово – экономическое состояние предприятия [Текст]: практическое пособие / В. Л. Быкадоров, П. Д. Алексеев. – М. : «ПРИОР», 2012. – 296 с.
- 6.Васильева, Л. С. Финансовый анализ [Текст] : учебник / Л. С. Васильев, М. В. Петровская– М.: КНОРУС, 2013. – 547 с.
- 7.Гаврилова, А. Н. Финансы организаций [Текст] : учеб. пособие / А. Н. Гаврилова, А. А. Попов. – 3-изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2014. –598с.
- 8.Ершова, С. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие/С. Ершова. – СПб. : ГАСУ, 2013. – 155 с.
- 9.Ефимова, О. В. Финансовый анализ [Текст] : учебник / О. В. Ефимова. – М. : Бухгалтерский учет, 2013. – 146с.
- 10.Жиделева, В. В., Экономика предприятия [Текст] : учеб. пособие / В. В. Жиделева, Ю. Н. Каптейн. – 2-е изд.,перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 135с.
- 11.Журавлев, В. В. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия [Текст] : учебник / В. В. Журавлев, Н. Т. Савруков. – М. : ЮНИТИ, 2014. – 354 с.

- 12.Зви, Боди, Финансы [Текст] учеб.пособие / Боди Зви, Роберт Мертон.
– М. : Вильямс, 2015. – 592с.
- 13.Иvasенко, А. Г. Финансы организаций [Текст] : учеб. пособие / А. Г. Иvasенко. - М. : КНОРУС,2012. - 367с.
- 14.Канке, А. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия[Текст] : учебник / А. А. Канке, И. П. Кошевая. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 288с.
- 15.Квалев, В. В. Финансы [Текст] : учебник / В. В. Ковалев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : «ПРОСПЕКТ», 2010. – 636с.
- 16.Ковалева, А. М. Финансы [Текст] : учеб.пособие / А. М. Ковалева. – 4-е изд., перераб. и доп.-М. : Финансы и статистика, 2014. - 377с.
- 17.Кравченко, Л. И. [Анализ финансового положения предприятия [Текст]: учебник / - Минск : ПКФ "Экаунт", 2013. - 135с.
- 18.Маркарьян Э. А. Финансовый анализ[Текст] : учеб. пособие / Э. А. Маркарьян, Г.П. Герасименко. – М. : "ПРИОР", 2013. - 160 с.
- 19.Негашев, Е. В. Анализ предприятия в условиях рынка [Текст] : учеб. пособие / Е. В. Негашев. – М. : Высш. Шк., 2014. – 343 с.
- 20.Павлова, Л. Н. Финансы предприятий[Текст] : учебник / Л. Н. Паплова. - М. : Финансы : ЮНИТИ, 2012. – 250с.
- 21.Поляка, Г. Б. Финансы. Денежное обращение. Кредит [Текст] : учеб.пособие / Г. Б. Поляка. – М.: ЮНИТИ, 2014. -639с.
- 22.Прыкина, Л. . Экономический анализ предприятия [Текст] : учебник для вузов / Л. Прыкина. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 407с.
- 23.Романовкий, М. В. Финансы предприятий [Текст] : учебник / М. В. Романовский. - СПб. : Бизнес-пресса, 2013. - 323с.
- 24.Румянцева, Е. Е. Финансы организаций: финансовые технологии управления предприятием [Текст] : учебник / Е. Е. Румянцева. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 459с.

- 25.Савицкая, Г. В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности [Текст] : краткий курс / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., испр. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 303с.
- 26.Селезнева, Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами [Текст] : учебник / Н. Н. Селезнева. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 257с.
- 27.Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия [Текст]: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013.-527с.
- 28.Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент [Текст] : учеб. пособие / А. А. Томпсон. – М.: «ЮНИТИ», 2013.– 447 с.
- 29.Шеремет, А. Д. Теория экономического анализа[Текст] : учебник / А. Д. Шеремет. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 331с.
- 30.Банк, В. Р. Финансовый анализ [Электронный ресурс] / В. Р. Банк, А. В. Банк, А. В. Тараксина. – М. : Проспект, 2013. – URL : <http://institutional.narod.ru/> (08.09.2013).
- 31.Богатко, А. Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта [Электронный ресурс] / А. Н. Богатко. – М.: Финансы и статистика, 2014.- URL: <http://www.socionet.ru/> (15. 02. 2014.).
- 32.Волкова, О. И.Экономика предприятия анализ [Электронный ресурс] /О. И. Волкова, О. В. Девяткина. – М. : ИНФРА-М, 2014. – URL : <http://www.econline.h1.ru/> (21. 05. 2014.).

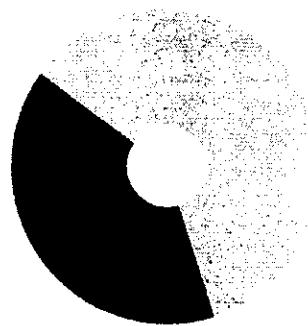
Уважаемый пользователь! Обращаем ваше внимание, что система «Антиплагиат» отвечает на вопрос, является ли тот или иной фрагмент текста заимствованным или нет. Ответ на вопрос, является ли заимствованный фрагмент именно плагиатом, а не законной цитатой, система оставляет на ваше усмотрение.

Отчет о проверке № 1

ФИО: Качаева Алена
дата выгрузки: 16.02.2017 06:06:19
пользователь: malek90264@mail.ru / ID: 2862357
отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»
на сайте <http://www.antiplagiat.ru>

Информация о документе

№ документа: 215
Имя исходного файла: ВКР Денисова _Восстановлен_.docx
Размер текста: 214 кБ
Тип документа: Не указано
Символов в тексте: 95705
Слов в тексте: 10459
Число предложений: 756



Информация об отчете

Дата: Отчет от 16.02.2017 06:06:19 - Последний готовый отчет
Комментарии: не указано
Оценка оригинальности: 59.89%
Заимствования: 40.11%
Цитирование: 0%

Оригинальность: 59.89%
Заимствования: 40.11%
Цитирование: 0%

Источники

Доля в тексте	Источник	Ссылка	Дата	Найдено в
28.54%	[1] Разработка рекомендаций по повышению прибыли и уровня рентабельности коммерческой организации ООО "Водоканал-сервис" (1/3)	http://diplomba.ru	01.01.2016	Модуль поиска Интернет
9.38%	[2] не указано	http://ref.by	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
8.18%	[3] Ковалева А.М. - Финансы. Учебное пособие	http://biblioteka.kau.com.ua	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ОТЗЫВ
на выпускную квалификационную работу специалиста (бакалавра)

Студента (ки) Денисовой Анастасии Владимировны
Ф.И.О.
группы 223УМ кафедры Менеджмента
полное наименование кафедры
специальности (направления) 38.03.02 „Менеджмент” профиль „Финансовый менеджмент”
полное наименование специальности (направления)
на тему Разработка рекомендаций по увеличению прибыли и рентабельности на ООО „РегионПром”
полное наименование темы согласно приказу

Выпускная квалификационная работа специалиста (бакалавра) содержит пояснительную записку на 69 страницах, 19 иллюстрированный материал.

1. Актуальность и значимость темы Тема выпускной квалификационной работы является актуальной, т.к. получение прибыли отвечает главной цели финансового менеджмента.
2. Логическая последовательность Работа выполнена в логической последовательности.
3. Положительные стороны работы Денисова А.В. провела предварительный анализ формирования прибыли ООО „РегионПром“ выявила недостатки работодателя предприятия и разработала конкретные рекомендации по увеличению прибыли и рентабельности.
4. Аргументированность и конкретность выводов и предложений Выводы и предложения подкреплены расчетами, графиками
5. Полнота проработки литературных источников Студентка проработала необходимое количество источников по теме исследования.
6. Качество общего оформления работы, таблиц, иллюстраций Оформление работы, таблиц и иллюстраций

соответствует предъявленным требованиям.

7. Уровень самостоятельности при работе над темой выпускной квалификационной работы

Денисова А.В. самостоятельно и ответственно
подошла к выполнению работ, соблюдала
сроки календарного плана

8. Недостатки работы

9. Какие профессиональные компетенции отработаны при работе над темой выпускной квалификационной работы Все, согласно учебному
плану.

Выпускная квалификационная работа отвечает (не отвечает) предъявляемым требованиям и рекомендуется (не рекомендуется) к защите на заседании Государственной экзаменационной комиссии.

Руководитель выпускной квалификационной работы сп. преподаватель

кафедры Менеджмента Ертина Ю.В.

(Ф.И.О., ученое звание, степень, должность

«14» 02

2017 г.

Подпись руководителя

Ертін

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу

студента (ки) Денисовой Анастасии Владимировны
Ф.И.О.

группы 223УЧ кафедры менеджмента ✓

полное наименование кафедры

специальности (направления) 38.03.02 «Менеджмент» профиля «Финансовый менеджмент»

на тему Разработка рекомендаций по увеличению прибыли и рентабельности на ООО „РешонПром“

полное наименование темы согласно приказу

Выпускная квалификационная работа содержит пояснительную записку на 69 страницах, 19 иллюстрационный материал.

1. Актуальность и значимость темы Тема выпускной квалификационной работы является актуальной, т.е. получение прибыли отвечает главной цели финансового менеджмента.
2. Логическая последовательность Работа выполнена в логической последовательности.
3. Положительные стороны работы Денисова А.В. провела подробный анализ формирования прибыли ООО „РешонПром“, разработав конкретные рекомендации по увеличению прибыли и рентабельности.
4. Аргументированность и конкретность выводов и предложений Выводы и предложения конкретны и аргументированы.
5. Полнота проработки литературных источников Три подготовлены работы изученных 32 источников.
6. Качество общего оформления работы, таблиц, иллюстраций Оформление работы выполнено ясно и соответствует требованиям.

7. Недостатки работы _____

8. Какие предложения целесообразно внедрить в практику
Предложенные рекомендации целесообразно внедрить в практику

Выпускная квалификационная работа соответствует (не соответствует) требованиям, предъявляемым к дипломным работам и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании Государственной экзаменационной комиссии. Работа заслуживает оценки отлично, а ее автор Фенисова Ф.И.О.

Анастасия Владимировна
присвоения ему (ей) квалификации бакалавра по направлению «Менеджмент»

Рецензент Воронцова М.Э., мл. бухгалтер ООО «РемонтПром»
Ф.И.О., ученое звание, степень, должность, место работы
«14» 02 2017г.

подпись рецензента

