**Содержание**

Введение

1. Экономическая сущность прибыли и механизм ее формирования в современных условиях

1.1 Сущность и функции прибыли

1.2 Формирование финансовых результатов в современных условиях

1.3 Классификации доходов и расходов организации

1.4 Управление прибылью через повышение доходов и сокращение расходов организации

2. Анализ показателей прибыли и рентабельности в оценке деятельности ООО «АРТ-КОЛОР» и управлении финансами

2.1 Технико-экономическая характеристика предприятия

2.2 Цели и задачи анализа прибыли и источники информации для анализа

2.3 Анализ динамики и структуры прибыли по данным «Отчета о прибылях и убытках»

2.4 Факторный анализ прибыли

2.5 Анализ показателей рентабельности

3. Пути увеличения прибыли в ооо «АРТ-КОЛОР»

3.1 Недостаточный объем получаемой прибыли как причина ухудшения финансового состояния организации. Рычаги оптимизации прибыли

3.2 Расчет влияния качества товара и просроченной дебиторской задолженности на величину прибыли

Заключение

Литература

# Введение

Прибыль, известнейшая с давних времен категория, получила новое содержание в условиях современного экономического развития страны, формирования реальной самостоятельности субъектов хозяйствования. Тысячи крупных и малых предприятий предпринимают все возможные меры для эффективного управления деятельностью своей фирмы с целью получения прибыли. Прибыль, являясь главной движущей силой рыночной экономики, обеспечивает интересы государства, собственников и персонала предприятия. Такое значение прибыли, безусловно, определяет необходимость постоянного совершенствования руководителями и финансовыми менеджерами методов эффективного управления формированием и распределением прибыли в процессе деятельности предприятий. Внедрение новых эффективных методов стало особенно важным после кризиса в августе 1998 года. Бедственное положение экономики на уровне государства и предприятий особенно обострилось после кризиса и поставило ряд предприятий в безвыходное положение – получение прибыли в условиях кризиса является достаточно сложной задачей. С другой стороны, именно кризис показал, что ведение экономики в условиях нереального соотношения между доходами и расходами, шаткой банковской системы неизбежно ведет к банкротству. В связи с этим, предприятия вынуждены сокращать свои расходы, совершенствовать процесс своей деятельности, тщательнее прогнозировать свои финансовые результаты и, получив их, выбирать только те направления их использования, которые могут обеспечить наиболее весомые дивиденды.

Грамотное, эффективное управление формированием прибыли предусматривает построение на предприятии соответствующих организационно-методических систем обеспечения этого управления, знание основных механизмов формирования прибыли, использование современных методов её анализа и планирования. Особое внимание менеджерами предприятия уделяется вопросам управления доходами и расходами, налоговыми платежами, ресурсами предприятия и рисками. Современные системы обеспечения управления процессом формирования прибыли позволяют оптимизировать воздействие вышеприведенных факторов на конечный результат.

Распределение прибыли является составной и неразрывной частью общей системы распределительных отношений и, пожалуй, наравне с распределением дохода физических лиц, самой главной. Поэтому, наряду с формированием прибыли на каждом предприятии должно быть обеспечено эффективное управление её распределением. Необходимо при этом иметь в виду, что каждый цикл распределения прибыли отчетного периода это одновременно и процесс обеспечения эффективных условий её формирования на расширенной основе в предстоящем периоде, реализации целей стратегического развития предприятия. Специалисты уделяют особое внимание вопросам оптимизации пропорций распределения прибыли на капитализируемую и потребляемую её части, а также управлению своевременной уплатой налогов и других обязательных платежей из прибыли.

На это большое влияние оказывает ставка налога на прибыль. Согласно данным Госкомстата России, в структуре налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ доля налога на прибыль снизилась с 21,9% в 1999 году до 14,7% в 2002 году по отношению к общей массе налоговых поступлений. Одной из причин явилось снижение ставки налога на прибыль до уровня 24%, следовательно, предприятия получили возможность большую часть прибыли направлять на финансирование в основной капитал, о чем свидетельствуют следующие статистические данные из вышеуказанного источника: инвестиции в основной капитал за счёт прибыли предприятия возросли с 15,9% в 1999 году до 20,5% в 2002 году по отношению к общему объёму инвестиций, осуществляемых за счёт собственных и заёмных средств.

Прибыль является источником материального благосостояния членов трудового коллектива, социального и производственного развития предприятия, поэтому каждое предприятие стремится к её максимизации. Однако, чтобы сознательно и целенаправленно принимать организационно-технические и хозяйственно-управленческие решения, создавать благоприятные условия реализации планов и программ оптимизации прибыли, необходимо знать основные резервы и пути воздействия на её величину.

Другими словами, надо чётко представлять, от чего она зависит, какие основные прибылеобразующие факторы и параметры оказывают своё влияние на прибыль, каково количественное влияние каждого из них на конечный результат деятельности предприятия.

Цель настоящего исследования состоит в теоретическом обосновании и исследовании механизма управления прибылью на примере конкретного предприятия.

В соответствии с поставленной целью, в дипломной работе решаются следующие задачи:

– исследована экономическая сущность прибыли в условиях рыночного хозяйства и механизм ее формирования;

– проведен анализ показателей прибыли и доходности конкретного предприятия;

– разработаны меры для увеличения и предложены пути регулирования прибыли предприятия.

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «АРТКОЛОР».

Предметом дипломного исследования является финансово-экономический механизм формирования, планирования и регулирования прибыли организаций (предприятий) в условиях рыночной экономики.

Теоретической и методологической основой исследования формирования и регулирования прибыли организаций, а также управлением доходами и расходами организации (предприятия) послужили труды зарубежных и отечественных экономистов и практиков в области экономической теории, управления затратами, теории рынка, управления и планирования прибыли, финансов и других областях экономики.

Среди них отечественные авторы: Баканов М.И., Басовский Л.Е., Гиляровская Л.Т., Жданов С.А.,  Ковалёва A.M., Котляров С.А., Кондраков Н.Н., Лапуста М.Г., Николаева С.А., Прыкин Б.В., Савицкая Т.В., Скалай Л.Т., Трубочкина М.Г., Шеремет А.Д. и другие специалисты.

Зарубежный опыт планирования и регулирования прибыли организации исследуется в работах ученых-специалистов в области управления С.Дж. Брауна, К. Друри, М.П. Крицмена и других специалистов.

# 1. Экономическая сущность прибыли и механизм ее формирования в современных условиях

## 1.1 Сущность и функции прибыли

Прибыль является важнейшей категорией рыночной экономики.

Существует несколько трактовок понятия прибыль. Например, К. Маркс в «Капитале» определил прибыль как модифицированную, затемняющую свою сущность прибавочную стоимость. Источником прибавочной стоимости автор «Капитала» полагал эксплуатацию, неоплаченный прибавочный труд наемных рабочих. По Марксу, это внешняя форма проявления сущности буржуазного экономического строя, буржуазных производственных отношений. Таким образом – эксплуатация – это главное, что лежит в самой основе марксистской трактовке прибыли.

Современная экономическая мысль рассматривает прибыль как доход от использования факторов производства, т.е. труда, земли и капитала. Отрицая прибыль как результат эксплуатации, присвоения неоплаченного наемного труда, можно выделить следующие определения прибыли.

Во-первых, прибыль – это плата за услуги предпринимательской деятельности.

Во-вторых, прибыль – это плата за новаторство, за талант в управлении фирмой.

В-третьих, прибыль – это плата за риск, за неопределенность результатов предпринимательской деятельности. Риск может быть связан с выбором того или иного управленческого, научно-технического или социального решения, с тем или иным вариантом природно-климатических условий. Риск может быть связан и с непредсказуемыми обстоятельствами – стихийные бедствия, межнациональные и межгосударственные конфликты и т.п. Результаты риска могут быть кардинально различны – большая прибыль и, наоборот, ее уменьшение или даже разорение фирмы.

В-четвертых, это так называемая монопольная прибыль. Она возникает при монопольном положении производителя на рынке или при естественной монополии. Монопольная прибыль по большей части неустойчива.

В качестве прибыли в рыночной экономике понимают вознаграждение за использование специфического фактора производства – предпринимательства. Предпринимательство является специфическим фактором, так как в отличие от капитала и земли – неосязаемо и не выступает в материально-вещественной форме. Поэтому с данных позиций довольно трудно определить количественно полученную предприятием прибыль.

В микроэкономике понятие прибыль определяется как величина, определяемая как разница между общей выручкой и общими издержками, разница между доходами и расходами.

Являясь важнейшей экономической категорией и основной целью деятельности любой коммерческой организации, прибыль отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства, и выполняет ряд функций[[1]](#footnote-1).

Во-первых, прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Получение прибыли на предприятии означает, что полученные доходы превышают все расходы, связанные с его деятельностью.

Во-вторых, прибыль обладает стимулирующей функцией. Это связано с тем, что прибыль является одновременно не только финансовым результатом, но и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Поэтому предприятие заинтересованно в получении максимальной прибыли, так как это является основой для расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия.

В-третьих, прибыль является одним из важнейших источников формирования бюджетов разных уровней.

В условиях рыночной экономики основа экономического развития – прибыль, важнейший показатель эффективности работы предприятия, источники его жизнедеятельности.

Прибыль является одним из основных источников развития предприятия в условиях рыночных отношений. Сущность прибыли наиболее полно выражается в ее функциях. В отечественной литературе нет единого мнения по вопросу о функциях прибыли; в разных источниках насчитывается от двух до шести функций. Большинство экономистов выделяют три функции, наиболее соответствующие природе прибыли. Это функции обобщающего оценочного показателя деятельности, воспроизводственная и стимулирующая функции.

В соответствии с первой функцией прибыль характеризует результат деятельности хозяйствующего субъекта. Прибыль представляет собой итог его деятельности, который зависит от уровня себестоимости, качества и количества выпускаемой продукции, производительности труда, степени использования производственных фондов, организации управления, материально – технического снабжения и прочих доходов, а главное – от того, насколько эта продукция удовлетворяет потребности потребителя, то есть имеет ли она спрос. Величина прибыли складывается под воздействием многих факторов и отражает практически все стороны деятельности хозяйствующего субъекта.

Необходимо, однако, подчеркнуть противоречивость прибыли как обобщающего показателя деятельности. Как отечественная, так и зарубежная практика показывает, что рост прибыли может являться не только следствием эффективной экономической деятельности. Он может быть достигнут, например, за счет монопольного положения производителя.

Эффективность хозяйственной деятельности выражается экономической категорией рентабельности. Рентабельность в общем виде выступает как доходность, прибыльность. То есть получение прибыли позволяет говорить об эффективности организации и осуществления хозяйственной деятельности. Однако масса прибыли еще не позволяет в достаточной мере оценить, насколько эффективно осуществляется деятельность предприятия. Для такой оценки служат относительные показатели рентабельности как отношения полученной прибыли к авансированным и затраченным на производство продукции средствам.

Наряду с оценочной функцией прибыль выполняет функцию стимулирования. Стимулирующая функция прибыли проявляется не только в направлении части ее на экономическое стимулирование, а связана со всем процессом формирования, распределения и использования прибыли. При этом прибыль служит как бы «узлом» взаимоувязки интересов общества, организации и отдельных работников.

Заинтересованность в росте прибыли означает, следовательно, заинтересованность в комплексном использовании всех направлений и методов улучшения результатов хозяйственной деятельности, снижения издержек производства, экономии живого и овеществленного труда, в более полной мобилизации внутренних резервов. Кроме того, она заинтересовывает не просто в производстве продукции с возможно меньшими индивидуальными затратами, а той продукции, которая удовлетворяет потребности в ней общества, имеет спрос. То есть, чем более эффективна хозяйственная деятельность, тем большей является прибыль и, следовательно, тем больше средств можно использовать для финансирования расширенного воспроизводства, социального развития и материального поощрения участников хозяйственной деятельности.

Еще одной функцией прибыли является воспроизводственная функция, в которой она выступает как один из основных источников ресурсов расширенного воспроизводства. Раскрытие экономической природы прибыли, объективных общеэкономических закономерностей и предпосылок ее образования и существования необходимо, но недостаточно для понимания механизма формирования прибыли корпораций в современных условиях.

Механизм формирования прибыли является одной из составляющих хозяйственного механизма, действующего в обществе на определенном историческом этапе его развития. Хозяйственный механизм определяет условия функционирования хозяйствующих субъектов в обществе и, таким образом, условия и общий порядок формирования финансовых результатов их деятельности.

Таким образом, понятие прибыли как финансового результата деятельности выражает определенную форму реализации экономических отношений по поводу образования, распределения и использования в денежной форме части стоимости прибавочного продукта, сложившихся на определенном этапе развития общества, в определенной экономической системе, и реализующихся через созданный в ней хозяйственный механизм[[2]](#footnote-2).

Такой подход позволяет разграничивать понятия прибыли как экономической категории и как финансового результата деятельности хозяйствующего субъекта.

С точки зрения управления и, в первую очередь, функции анализа финансово – хозяйственной деятельности такое разграничение понятий позволяет ясно представлять не только объективные основы протекания процессов формирования прибыли, но и конкретную форму их организации. Появляется возможность не только определить факторы, оказывающие влияние на процесс формирования финансовых результатов, но и границы их управляемости, позволяет выделить среди них зависящие и не зависящие от хозяйствующего субъекта, производственные и непроизводственные и т.п. Из понимания финансовых результатов, как динамичного явления, зависящего от хозяйственного механизма, следует и практическая необходимость учитывать изменение способов определения прибыли, для обеспечения сопоставимости финансовых результатов в различные периоды времени.

Отсюда возникает интерес к информации о финансовых результатах предприятия, и появляется проблема поиска способа формирования и раскрытия информации о прибылях и убытках, которые оно получает при осуществлении своей деятельности.

Прибыль как финансовый результат выступает в следующих основных видах: валовой, налогооблагаемой и чистой прибыли.

Под формированием финансовых результатов понимается определенная последовательность (алгоритм, методика), конечной целью которой является определение значения показателя валовой прибыли (убытка) и ее производных (налогооблагаемой, чистой и нераспределенной прибыли, непокрытого убытка).

Модель хозяйственного механизма организации, основанная на налогообложении прибыли, в условиях рыночных отношений, по сути дела, является моделью формирования и распределения финансовых результатов. В связи с этим формирование и распределение финансовых результатов понимается как двуединый одновременный процесс, при котором распределение одного из финансовых результатов, например прибыли до налогообложения, через уплату обязательных платежей по своей сути является формированием нового финансового результата – чистой прибыли.

## 1.2 Формирование финансовых результатов в современных условиях

Основной объем информации о финансовых результатах деятельности предприятий дает бухгалтерская отчетность. При ее формировании для удовлетворения потребностей в данной информации существует несколько категорий прибыли:

* валовая прибыль,
* прибыль от продаж,
* прибыль от обычной деятельности,
* налогооблагаемая прибыль,
* чистая прибыль,
* нераспределенная прибыль и др.

В зависимости от той или иной категории прибыли используется та или иная методика ее расчета[[3]](#footnote-3).

Методика расчета финансового результата нормативно закреплена в законодательстве РФ. Рассмотрим, что именно регламентирует тот или иной нормативно-правовой акт при расчете прибыли.

Таблица 1. Регламентация формирования финансового результата российских организаций

|  |  |
| --- | --- |
| Что регламентирует | Регулирующий нормативный документ |
| Цель определения финансового результата деятельности организации | Федеральный закон от 21.11.1996 №129-ФЗ «О бухгалтерском учете» |
| Определение понятий доходы и расходы, формирующих финансовый результат | Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации,  Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99,  Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 |
| Распределение доходов и расходов по видам (от основной деятельности и прочие) | Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99,  Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 |
| Сопоставление доходов и расходов в разрезе видов деятельности и определение финансового результата по видам деятельности.  Определение финансового результата деятельности организации в целом путем сопоставления финансовых результатов по видам, определение **бухгалтерской прибыли** | План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по его применению |
| Корректировка финансового результата с учетом требований налоговых органов (определение **налогооблагаемой прибыли**) | Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль» ПБУ 18/02,  гл. 25 НК РФ |
| Расчет налоговых платежей из прибыли | План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по его применению,  Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль» ПБУ 18/02,  гл. 25 НК РФ |
| Определение разницы между бухгалтерской прибылью и налоговыми платежами из прибыли (определение **чистой прибыли** (убытка) отчетного периода) |
| Представление финансового результата в отчетных формах | Федеральный закон от 21.11.1996 №129‑ФЗ «О бухгалтерском учете»,  Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации,  Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99). |

В учете и отчетности прибыль понимается как мера превышения доходов над расходами отчетного периода.

## 1.3 Классификации доходов и расходов организации

В соответствии с ПБУ 9/99 «доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества)»[[4]](#footnote-4).

Расходы организации – это «уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества)»[[5]](#footnote-5).

Следует отметить, что сохранение величины собственного капитала является обязательным условием признания полученной в отчетном периоде прибыли. Механизм отечественной концепции поддержания капитала базируется на понятии чистых активов.

Под стоимостью чистых активов акционерного общества понимается величина, определяемая путем вычитания из суммы активов акционерного общества, принимаемых к расчету, суммы его пассивов, принимаемых к расчету.

Таким образом, для правильного определения категорий «доходы» и «расходы», а соответственно, и для правильного исчисления прибыли необходимо руководствоваться Положениями по бухгалтерскому учету и принципом сохранения собственного капитала. При этом нужно учитывать правило «Доходы всегда очевидны, а расходы всегда сомнительны» (итальянский бухгалтер Д. Дзаппа (1879–1960)).

Это правило исходит из того, что доходы фиксируются документами и поступлением активов, в то время как величину расходов определяет администрация, выбирая правила оценки запасов и списывая их на затраты производства, используя различные варианты начисления амортизации и формирования резервов. Таким образом, доходы носят объективный, а расходы в некоторой степени субъективный характер.

Для определения оттока активов в качестве расхода необходимо, чтобы этот отток повлек за собой уменьшение капитала организации. А капитал организации будет уменьшен, если оттоку (истощению) активов не соответствует адекватное (на ту же самую величину) сокращение обязательств или поступление других активов, либо если обязательства прирастают без адекватного притока активов[[6]](#footnote-6).

Исходя из этого, следует различать понятия расходов и затрат. В отличие от расходов затраты в момент их признания не оказывают влияния на прибыль. Осуществление затрат не уменьшает капитал организации. Затраты осуществляются в течение определенного периода. Завершение периода накопления затрат определяется тем моментом, когда соблюдены условия признания активов, ради которых были осуществлены данные затраты, или когда становится очевидным, что понесенные затраты уменьшают экономические выгоды организации без создания какого-либо объекта имущества. Таким образом, по окончании периода накопления затраты приводят к образованию активов либо расходов.

Если в результате производственного процесса по каким-либо причинам не было получено продукции, то эти затраты переходят в категорию расходов (прочих).

В данной ситуации становится очевидным, что понесенные затраты уменьшают экономические выгоды организации без создания какого-либо объекта имущества, т.е. происходит потеря потенциальной возможности имущества прямо или косвенно способствовать притоку денежных средств или их эквивалентов в организацию.

Налоговое законодательство также разграничивает понятия расходов и затрат и приводит в качестве критериев признания затрат расходами производство их для осуществления деятельности, направленной на получение дохода, их экономическую обоснованность и документальное подтверждение.

Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 (с учетом изменений, внесенных Приказом Минфина России от 18.09.2006 №116н «О внесении изменений в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету») выделяет следующие виды расходов: расходы по обычным видам деятельности и прочие расходы. При этом указывается, что «расходы по обычным видам деятельности формируют: расходы, связанные с приобретением сырья, материалов, товаров и иных материально-производственных запасов; расходы, возникающие непосредственно в процессе переработки (доработки) материально-производственных запасов для целей производства продукции, выполнения работ и оказания услуг и их продажи, а также продажи (перепродажи) товаров»[[7]](#footnote-7).

Для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с обычными видами деятельности организации, а также для определения финансового результата по ним планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предусмотрен счет «Продажи».

Для обобщения информации о прочих доходах и расходах предназначен счет «Прочие доходы и расходы»[[8]](#footnote-8).

При этом в ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99 предлагается перечень таких доходов и расходов.

Приказами Минфина России от 18.09.2006 №115н и №116н в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету внесены изменения, вступающие в силу начиная с годовой бухгалтерской отчетности за 2006 г. Согласно ПБУ 9/99 «Доходы организации» (с изм. от 18.09.2006) прочими доходами являются:

1. поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации (если поступления не являются доходами по обычным видам деятельности);
2. поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности;
3. поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам);
4. прибыль, полученная организацией в результате совместной деятельности (по договору простого товарищества);
5. поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров;
6. проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке;
7. штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
8. активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;
9. поступления в возмещение причиненных организации убытков;
10. прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;
11. суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности;
12. курсовые разницы;
13. поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т.п.): стоимость материальных ценностей, остающихся от списания не пригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и т.п.

Согласно ПБУ 10/99 «Расходы организации» прочими расходами являются:

1. расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации (в организациях, предметом деятельности которых не является предоставление за плату во временное пользование своих активов по договору аренды);
2. расходы, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности (в организациях, предметом деятельности которых не является предоставление за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности);
3. расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (в организациях, предметом деятельности которых не является участие в уставных капиталах других организаций);
4. расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), товаров, продукции;
5. проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов);
6. расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями;
7. отчисления в оценочные резервы, создаваемые в соответствии с правилами бухгалтерского учета (резервы по сомнительным долгам, под обесценение вложений в ценные бумаги и др.), а также резервы, создаваемые в связи с признанием условных фактов хозяйственной деятельности;
8. штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
9. возмещение причиненных организацией убытков;
10. убытки прошлых лет, признанные в отчетном году;
11. суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, не реальных для взыскания;
12. курсовые разницы;
13. перечисление средств (взносов, выплат и т.д.), связанных с благотворительной деятельностью, расходы на осуществление спортивных мероприятий, отдыха, развлечений, мероприятий культурно-просветительского характера и иных аналогичных мероприятий;
14. расходы, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации имущества и т.п.);
15. сумма уценки активов;
16. прочие расходы.

Таким образом, «прочими» теперь называют доходы (расходы), которые некогда именовались «операционными», «внереализационными» и «чрезвычайными». Поэтому со всей уверенностью можно говорить о том, что происходит сближение бухгалтерского и налогового учетов.

Если сравнивать классификацию доходов и расходов в Налоговом Кодексе и бухгалтерском учете, то можно легко заметить, что в Налоговом Кодексе изначально существовало всего два их вида: «от реализации» и «внереализационные». Таких категорий доходов (расходов), как «операционные», или «чрезвычайные», Налоговый кодекс не предусматривает, объединяя эти понятия с внереализационными.

Изменения в ПБУ 9/99 и 10/99 позволяют фирмам не проводить дальнейшую классификацию поступлений и затрат, которые не относятся к обычным видам деятельности. Расходы и доходы от не основной деятельности следует просто считать «прочими».

Четкая классификация доходов и расходов является базой обоснованного определения чистого результата деятельности за определенный период. Помимо этого, классификация необходима для:

1. определения, из какого источника получена основная часть доходов и прибыли отчетного периода;
2. разделения производственной себестоимости продукции и непроизводственных расходов, в том числе расходов по управлению и реализации, а также расходов по финансовой деятельности;
3. разделения постоянных и переменных расходов в целях управленческого и финансового анализа.

Стоянова Е.С. в своем учебнике «Финансовый менеджмент» приводит несколько другую классификацию доходов и расходов организации[[9]](#footnote-9).

Для определения источника получения доходов вся деятельность предприятия разделяется на:

• основную или операционную деятельность (производство и реализация продукции, работ и услуг предприятия);

* финансовую деятельность (получение кредитов и выдача их другим предприятиям; участие предприятия в деятельности других компаний; операции предприятия на финансовых рынках, курсовые разницы и др.);
* чрезвычайные статьи (операции, не являющиеся характерными для деятельности предприятия).

Такое деление весьма важно, поскольку оно позволяет определить, каков удельный вес доходов, полученных как от основной деятельности предприятия, так и из других источников, в особенности из таких, которые вообще не являются характерными для деятельности данного предприятия и не могут рассматриваться как постоянный источник получения его доходов.

Таким образом, в системе финансового управления необходимо иметь следующие показатели:

Показатели доходов и прибыли:

а) чистая выручка от реализации продукции (работ, услуг) – это валовая выручка от реализации за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов, возвращенных товаров и ценовых скидок. Именно этот показатель является реальной базой для последующего расчета показателей прибыли и оценки рентабельности предприятия;

б) валовая прибыль от реализации – чистая выручка от реализации за вычетом производственных расходов на реализованную продукцию. Этот показатель позволяет анализировать эффективность производственной деятельности предприятия;

в) прибыль (убыток) от основной деятельности (операционная прибыль или операционный убыток) – валовая прибыль от реализации за вычетом расходов по управлению и расходов по сбыту. Этот показатель отражает влияние расходов по управлению и сбыту на финансовый результат от реализации;

г) прибыль от финансовой деятельности – сальдо доходов и расходов по финансовой деятельности. Этот показатель необходим для того, чтобы отделить прибыль от производственно-хозяйственной деятельности предприятия от таких источников прибыли, как получение процентов и дивидендов предприятием, операции с иностранной валютой и др.

д) прибыль от обычной хозяйственной деятельности – сумма прибылей от основной хозяйственной деятельности и прибылей от финансовой деятельности;

е) чрезвычайные прибыли;

ж) прибыль (убыток) до уплаты налога. Этот показатель является точкой перехода от бухгалтерской прибыли к налогооблагаемой прибыли. Бухгалтерская (или отчетная) прибыль – это прибыль, рассчитанная в соответствии с требованиями бухгалтерского учета. Основная цель определения бухгалтерской прибыли – показать эффективность деятельности предприятия за отчетный период. Бухгалтерский учет для того и существует, чтобы собрать и обработать информацию о доходах и расходах предприятия, а также о чистом результате его деятельности для принятия управленческих решений на будущие периоды. После того, как эта цель достигнута, полученный результат (прибыль до уплаты налога) должен корректироваться в соответствии с налоговым законодательством страны. Таким образом, налогооблагаемая прибыль – это бухгалтерская прибыль, пересчитанная согласно налоговым требованиям;

з) чистая прибыль (чистый убыток) – прибыль после уплаты налога. В условиях рыночной экономики это важнейший показатель деятельности предприятия. Именно он находится в центре внимания управляющих предприятия и финансовых рынков. От его динамики зависит само существование предприятия, рабочие места для его работников, выплата дивидендов в акционерной компании.

Разделение производственной себестоимости и общехозяйственных расходов периода, а также расходов по сбыту необходимо, чтобы оценить, какое влияние на конечные результаты оказала производственная деятельность предприятия, а также его административная и внепроизводственная деятельности. Так, невысокое значение показателя «Валовая прибыль от реализации продукции» свидетельствует о том, что предприятию требуется внести изменения в производственный процесс с целью повышения его эффективности. Невысокое значение показателя «Прибыль от основной деятельности» (операционная прибыль) при хорошем уровне валовой прибыли от реализации отражает проблемы предприятия в системе общехозяйственного управления производственным процессом и сбытом.

Разделение постоянных и переменных расходов важно для целей финансового планирования. Основная задача здесь заключается в том, чтобы определить, как должны измениться постоянные и переменные расходы при планируемых темпах роста объема реализованной продукции с учетом того, что только переменные затраты изменяются пропорционально росту или падению объема производства и реализации.

Показатели расходов организации:

а) себестоимость реализованной продукции. В данную статью включаются только производственные расходы предприятия на реализованную продукцию, такие, как расходы на материалы, заработную плату и производственные накладные расходы;

б) общехозяйственные и коммерческие расходы;

в) расходы по финансовой деятельности. Их особенно важно рассчитать для того, чтобы показать долю расходов, приходящуюся на обслуживание долга предприятия. В условиях рыночной экономики этот показатель необходим для оценки жизнеспособности предприятия: высокий удельный вес таких расходов может привести предприятие к банкротству;

г) чрезвычайные расходы.

Сравнивая предусмотренное ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99 деление расходов и доходов организации на доходы от обычных видов деятельности прочие с группировкой по МСФО, некоторые авторы отмечают, что она не обеспечивает представление в отчетности информации о типологии видов деятельности, а также получаемых от них выгод, т.е. не соответствует финансовой идее, которая способствует удовлетворению интересов пользователей[[10]](#footnote-10).

Доход в МСФО представляет собой приращение экономических выгод в течение отчетного периода, происходящее в форме притока или увеличения активов или уменьшения обязательств, что выражается в увеличении капитала, не связанного с вкладами участников акционерного капитала. В МСФО увеличение экономических выгод трактуется как увеличение активов или уменьшение обязательств, в результате чего и происходит приращение капитала.

Расход в МСФО представляет собой уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода, происходящее в форме оттока или истощения активов или увеличения обязательств, ведущих к уменьшению капитала, не связанных с его распределением между участниками акционерного капитала. В МСФО уменьшение экономических выгод трактуется как уменьшение активов или увеличение обязательств, в результате чего происходит уменьшение капитала. Это полностью согласуется с определением капитала как части активов, остающейся после вычета обязательств предприятия. Таким образом, уменьшение капитала произойдет в том случае, когда уменьшатся активы либо увеличатся обязательства.

Исследования, проведенные некоторыми экономистами[[11]](#footnote-11), показали, что для определения конечного финансового результата деятельности организаций является группировка доходов и расходов, которая представлена в международных стандартах финансовой отчетности (МСФО). В МСФО группировка осуществляется в зависимости от трех видов деятельности: операционной, инвестиционной и финансовой. Это позволяет обеспечить контроль, во-первых, за степенью риска вложений капитала, во-вторых, за эффективностью операций. Кроме того, подобная классификация позволит определить рентабельность активов по каждому из видов деятельности.

Указанная группировка доходов и расходов имеет экономический смысл, поскольку происходит разграничение долгосрочного и краткосрочного периодов. Так, инвестиционная деятельность предполагает передачу ресурсов третьим лицам в целях извлечения доходов в течение долгосрочного периода; финансовая – размещение средств организации на краткосрочной основе; операционная деятельность связана с производством и реализацией продукции, выполнением работ и оказанием услуг. Аналогичная классификация предусмотрена и в отношении расходов.

## 1.4 Управление прибылью через повышение доходов и сокращение расходов организации

В целом в процессе формирования доходов организации ведущее значение имеет прибыль от реализации продукции (работ, услуг), сравнительно небольшую роль играет прибыль от прочей реализации, а также от реализации основных фондов и другого имущества и усиливающееся в условиях развития предпринимательства значение внереализационных доходов и расходов.

Очевидно, что управление прибылью подразумевает такие воздействия на факторы финансово-хозяйственной деятельности, которые способствовали бы, во-первых, повышению доходов и, во-вторых, снижению расходов.

В рамках решения первой задачи – повышение доходов– должны проводиться оценка, анализ и планирование: выполнения плановых заданий и динамики продаж в различных разрезах; ритмичности производства и продаж; достаточности и эффективности диверсификации производственной деятельности; эффективности ценовой политики; влияния различных факторов (фондовооруженность, загруженность производственных мощностей, сменность, ценовая политика, кадровый состав и др.) на изменение величины продаж; сезонности производства и продаж, критического объема производства (продаж) по видам продукции и подразделениям и т.п. Результаты планово-аналитических расчетов обычно оформляются в виде традиционных таблиц, содержащих плановые (базисные) и фактические (ожидаемые) значения объемов производства и продаж и отклонения от них в натуральных и стоимостных показателях, а также в процентах.

Поиск и мобилизация факторов повышения доходов находится в известном смысле в компетенции высшего руководства компании, а также ее маркетинговой службы; роль финансовой службы сводится в основном к обоснованию разумной ценовой политики, оценке целесообразности и экономической эффективности нового источника доходов, контролю за соблюдением внутренних ориентиров по показателям рентабельности в отношении действующих и новых производств.

Вторая задача – снижение расходов– подразумевает оценку, анализ, планирование и контроль за исполнением плановых заданий по расходам (затратам), а также поиск резервов обоснованного снижения себестоимости продукции[[12]](#footnote-12). Себестоимость продукции (работ, услуг) представляет собой стоимостную оценку ресурсов предприятия, использованных в процессе производства и реализации данной продукции.

Когда речь идет об осуществлении конкретного производственного процесса, относительно большую значимость имеют отдельные виды активов, средств, расходов. Так, для изготовления некоторого вида продукции можно использовать ту или иную материально-техническую базу, различные виды сырья, материалов и полуфабрикатов, разнообразные технологии производства, схемы снабжения и сбыта и т.п. Поэтому очевидно, что в зависимости от выбранной концепции организации и реализации производственного процесса уровень себестоимости может ощутимо варьировать и оказывать существенное влияние на прибыль предприятия. Именно этим определяется значимость методик анализа и управления себестоимостью как в системе управленческого учета, так и с позиции управления деятельностью предприятия в целом[[13]](#footnote-13).

Управление себестоимостью продукции представляет собой рутинный повторяющийся процесс, в ходе которого постоянно пытаются изыскать возможности обоснованного сокращения расходов и затрат. В рамках одного производственного цикла и в наиболее общем виде этот процесс может быть представлен в виде достаточно очевидных последовательных процедур:

* прогнозирование и планирование затрат (определяются долго- и краткосрочные тенденции изменения отдельных видов затрат, задаются их ориентиры, обеспечивающие выход на определенные значения показателей прибыли и рентабельности);
* нормирование затрат (устанавливаются технически обоснованные нормативы в натуральных и стоимостных оценках по отдельным видам затрат, технологическим процессам, центрам ответственности);
* учет затрат (учитываются затраты в заданной номенклатуре статей);
* калькулирование себестоимости (распределяются фактические расходы и затраты на объекты калькулирования себестоимости, т.е. исчисляется фактическая себестоимость продукции);
* анализ затрат и себестоимости (анализируются фактические затраты в сравнении с плановыми заданиями и нормативами, выявляются факторы, повлекшие значимые отклонения, определяются резервы снижения себестоимости);
* контроль и регулирование процесса управления затратами (вносятся текущие изменения в систему управления затратами в случае отклонения от запланированной динамики затрат, уточняются системы планирования и нормирования).

Важнейшими факторами роста прибыли являются увеличение объема производства и реализации продукции, внедрение научно-технических разработок, а, следовательно, повышение производительности труда, снижение себестоимости, улучшение качества продукции. В условиях развития предпринимательской деятельности создаются объективные предпосылки реального претворения в жизнь указанных факторов.

Рост доходов зависит, прежде всего, от снижения расходов на производство продукции, а также от увеличения объема реализованной продукции.

Процесс управления активами, направленный на возрастание прибыли, характеризуется в финансовом менеджменте категорией левериджа, т.е. некоторого фактора, небольшое изменение которого может привести к существенному изменению результирующих показателей.

Существует три вида левериджа, определяемые путем перекомпоновки и детализации статей «Отчета о прибылях и убытках» организации:

1. производственный;
2. финансовый;
3. производственно-финансовый.

Логика такой группировки заключается в следующем: частая прибыль представляет собой разницу между выручкой и расходами двух типов – производственного и финансового характера. Они не взаимосвязаны, однако величиной и долей каждого из них можно управлять.

Величина чистой прибыли зависит от многих факторов. С позиции финансового управления деятельностью организации на нее оказывают влияние:

1. рациональность использования предоставленных организации финансовых ресурсов;
2. структура источников средств.

Первый момент находит отражение в структуре основных и оборотных средств и эффективности их использования.

Основными элементами себестоимости продукции являются постоянные и переменные расходы, причем соотношение между ними может быть различным и определяется технической и технологической политикой, выбранной на предприятии. Изменение структуры себестоимости может существенно повлиять на величину прибыли. Инвестирование в основные средства сопровождается увеличением постоянных расходов и, по крайней мере теоретически, уменьшением переменных расходов. Однако зависимость носит нелинейный характер, поэтому найти оптимальное соотношение переменных и постоянных расходов нелегко. Эта взаимосвязь и характеризуется категорией производственного левериджа.

Итак, производственный леверидж – это потенциальная возможность влиять на валовой доход путем изменения структуры себестоимости и объема выпуска.

Второй момент находит отражение в соотношении собственных и заемных средств как источников долгосрочного финансирования, целесообразности и эффективности использования последних. Использование заемных средств связано для организации с определенными, порой значительными, издержками. Каким должно быть оптимальное сочетание собственных и привлеченных долгосрочных финансовых ресурсов, как оно повлияет на прибыль? Эта взаимосвязь характеризуется категорией финансового левериджа.

Таким образом, финансовый леверидж – это потенциальная возможность влиять на прибыль организации путем изменения объема и структуры долгосрочных пассивов.

Исходным является производственный леверидж, представляющий собой взаимосвязь между совокупной выручкой организации, его валовым доходом и расходами производственного характера. К последним относятся совокупные расходы организации, уменьшенные на величину расходов по обслуживанию внешних долгов. Финансовый леверидж характеризует взаимосвязь между чистой прибылью и величиной доходов до выплаты процентов и налогов, т.е. валовым доходом. Обобщающим критерием является производственно-финансовый леверидж, для которого характерна взаимосвязь трех показателей: выручки, расходов производственного и финансового характера и чистой прибыли.

Прибыль является основным фактором экономического и социального развития не только для организации, но и для экономики страны в целом. Поэтому экономически обоснованное планирование прибыли на организации имеет очень большое значение.

Прибыль планируется раздельно по видам, а именно[[14]](#footnote-14):

1) прибыль от продажи продукции и товаров;

1. прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера;
2. прибыль от реализации основных средств;
3. прибыль от реализации другого имущества и имущественных прав;
4. прибыль от оплаты выполненных работ, оказанных услуг и т.д.;
5. прибыль (убыток) от внереализационных операций.

Основными методами планирования прибыли являются:

1. метод прямого счета;
2. аналитический метод;
3. метод совмещенного расчета.

Метод прямого счета. Данный метод наиболее распространен на организациях в современных условиях хозяйствования. Он применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции. Сущность его состоит в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции в соответствующих ценах за вычетом НДС и акцизов и полной ее себестоимостью. Расчет плановой прибыли (П) ведется по формуле:

**П = (О \* Ц) – (О \* С),**

где О – объем выпуска продукции в планируемом периоде в натуральном выражении;

Ц – цена за единицу продукции (за вычетом НДС и акцизов);

С – полная себестоимость единицы продукции.

Прибыль по товарному выпуску (Пттп планируется на основе сметы затрат на производство и реализацию продукции, в которой определяется себестоимость товарного выпуска планируемого периода:

**Птп = Цтп – Стп**

где Цтп – стоимость товарного выпуска планируемого периода в действующих ценах реализации (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

Стп – полная себестоимость товарной продукции планируемого периода.

Следует отличать плановый размер прибыли в расчете на товарный выпуск от прибыли, планируемой на объем реализуемой продукции. Прибыль на реализуемую продукцию (Прп) в общем виде рассчитывается по формуле:

**Прп = Врп – Срп**

где Врп – планируемая выручка от реализации продукции в действующих ценах (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

Срп – полная себестоимость реализуемой в предстоящем периоде продукции.

Более детально прибыль от объема реализуемой продукции в плановом периоде определяется по формуле:

**Прп = Пон + Птп – Пок**

где Пон – сумма прибыли от остатков нереализованной продукции на начало планового периода;

Птп – прибыль от объема выпуска товарной продукции в плановом периоде;

Пок – прибыль от остатков нереализованной продукции в конце планового периода.

Данная методика расчета применима для укрупненного прямого метода планирования прибыли, когда легко определить объем реализуемой продукции в ценах и по себестоимости[[15]](#footnote-15).

Разновидностью метода прямого счета является метод поассортиментного планирования прибыли. При этом методе прибыль суммируется по всем ассортиментным позициям. К полученному результату прибавляется прибыль в остатках готовой продукции, не реализованных на начало планируемого периода.

Аналитический метод. Этот метод применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу, так как он позволяет выявить влияние отдельных факторов на плановую прибыль. При аналитическом методе прибыль рассчитывается не по каждому виду выпускаемой в планируемом году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно. Исчисление прибыли аналитическим методом включает три последовательных этапа:

1. определение базовой рентабельности как частного от деления ожидаемой прибыли за отчетный год на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период;
2. исчисление объема товарной продукции в планируемом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли от реализации товарной продукции исходя из базовой рентабельности;
3. учет влияния на плановую прибыль различных факторов (снижения себестоимости сравнимой продукции, повышения ее качества и сортности, изменения ассортимента, цен и т.д.).

После выполнения расчетов по всем трем этапам определяется прибыль от реализации товарной продукции.

Кроме прибыли от реализации товарной продукции, в составе прибыли, как было отмечено ранее, учитывается прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера, прибыль от реализации основных фондов и другого имущества, а также планируемые внереализационные доходы и расходы.

После расчета прибыли (убытков) по остальным видам деятельности, а также внереализационных доходов и pacxoдов с учетом прибыли от реализации товарной продукции определяется валовая (общая) прибыль организации.

Метод совмещенного расчета. В этом случае применяются элементы первого и второго способов. Так, стоимость товарной продукции в ценах планируемого года и по себестоимости отчетного года определяется методом прямого счета, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества, изменение ассортимента, цен и тому подобное выявляется с помощью аналитического метода.

Получение определенной массы прибыли определяет эффективность производства, однако сама масса прибыли не характеризует, насколько эффективно работает организация. Для этого необходимо массу прибыли соотнести с затратами организации.

Несмотря на кажущуюся обыденность текущего планирования, его значение очень велико. Бесперебойная работа организации требует постоянного контроля, ориентиров на достигнутые результаты, непрерывных поставок материалов, непрерывного сбыта продукции. Правильным планированием можно добиться высокой эффективности управления ресурсами организации, исключения возможных ситуаций финансовой несостоятельности, кардинального повышения финансового здоровья и устойчивости к экономическим потрясениям. Гибкое планирование – это разработка единой системы взаимосвязанных текущих планов, позволяющей постоянно контролировать состояние организации, терпимой к внесению корректив по ходу деятельности, являющейся единым согласованным предписанием и индикатором работы для всех отделов фирмы.

Существенной методологической особенностью системы управления расходами в рамках CVP-анализа является использование зависимости величины расходов от объема реализации товара. Суммарные переменные расходы увеличиваются с ростом объемов, а постоянные расходы на единицу продукции уменьшаются. При уменьшении объемов реализации наблюдаются противоположные тенденции.

Измерение и анализ расходов является первым этапом системы управления расходами. Это целостная аналитическая процедура, которая включает в себя следующие этапы:

1. сбор данных по расходам на основании принятой системы центров затрат и центров прибыли;
2. выделение переменной части всех видов расходов, приходящейся на единицу продукции (на основании информации об расходах в течение последних 6–10 месяцев);
3. локализацию постоянных расходов по видам продукции с использованием АВС-метода;
4. проведение стандартного анализа безубыточности, который выражается в оценке точки безубыточности, запаса безопасности и прибыльности для каждого вида продукции;

5) проведение целевого планирования прибыли, которое позволяет оценить объем продаж для достижения заданной величины прибыли и оценку резерва безопасности для планируемого объема реализации.

В реальной практике нельзя ограничиваться только этой аналитической процедурой. Данная процедура должна использоваться непрерывно в процессе деятельности организации.

Существенной частью системы является совместный анализ двух дополнительных факторов:

1. производственных возможностей организации (внутренний фактор);
2. цен и потребностей рынка (внешний фактор).

При проведении этого непрерывного анализа и планирования методика несколько меняется. Организация непрерывно собирает информацию о переменных расходах, желая использовать наиболее свежую информацию для анализа и планирования. Вместе с тем постоянные расходы приходится планировать исходя из двух факторов:

1. прогноза консервативной части расходов, т.е. той части постоянных расходов, которая исторически сложилась на протяжении прежних периодов деятельности организации;
2. прогноза дополнительных объемов постоянных расходов, которые являются следствием дополнительных потребностей организации.

Выводы, сделанные на основе этой процедуры, должны стать источником для неудовлетворенности руководства организации состоянием расходов. Базовой философией деятельности организации должно стать стремление постоянно снижать свои расходы, не ухудшая при этом качества продукции. Данная философия присуща японскому менеджменту, что во многом предопределило успех японского предпринимательства.

В то же время необходимо организовать деятельность по контролю и снижению расходов. Известны три основных подхода к снижению расходов:

1. анализ структуры затрат и снижение критических видов расходов;
2. анализ сравнительных показателей;
3. анализ проводников затрат.

Рассмотрим каждый из трех подходов отдельно.

Сущность первого подхода базируется на известном принципе Парето, который в интерпретации расходов формулируется следующим образом: 20% видов из общей номенклатуры расходов организации порождает 80% суммарной величины валовых расходов. Руководствуясь этим принципом, организация выбирает те расходы, которые являются наиболее весомыми в общей массе расходов и пытается сокращать именно эти расходы, достигая тем самым наибольшего эффекта в снижении себестоимости.

Второй подход, основанный на анализе сравнительных показателей, является в последнее время очень модным, и не только в области управления расходами. Общее название подхода произносится как бенчмаркинг от английского слова «bench-marking», буквально – «анализ ориентиров». В соответствии с этим подходом организация выбирает некоторый ориентир для достижения определенного уровня расходов, который выбирается из совокупности показателей других организаций, имеющих более высокие экономические показатели. Логика этого пути очевидна: если кто-то смог достичь такого уровня расходов, то почему данное организация не сможет сделать этого. Иногда в качестве ориентира организация выбирает свой собственный уровень расходов, который имел место несколько лет назад.

Следует признать, что, обладая очевидной рациональностью, первые два пути не обладают достаточной конструктивностью. В этом смысле третий подход выгодно отличается от первых двух.

Сущность этого подхода состоит в анализе проводников (или носителей) затрат (cost drivers), т.е. процессов, которые порождают соответствующие расходы. При использовании этого подхода наибольший эффект достигается, когда объект анализа расходов максимально детализирован. При анализе путей снижения расходов с помощью проводников затрат наиболее рационально локализировать отдельный законченный блок анализа в рамках центра затрат, т.е. отдельного подразделения организации, производящего товарную продукцию или являющегося вспомогательным. Метод проводников затрат предусматривает обратную связь, когда оценивается эффективность усилий организации, направленных на снижение расходов. Процесс управления расходами является замкнутым, т.е. никогда не останавливается.

Концепция стратегического управления расходами (в дальнейшем – SCM, от английского «Strategic Cost Management») появилась сравнительно недавно и в настоящее время часто используется ведущими консалтинговыми фирмами в качестве рекомендаций для практического использования. Основные положения этой системы восходят к основам стратегии организации и базируются на фундаментальных понятиях и принципах стратегического менеджмента.

Появление SCM явилось результатом слияния трех направлений стратегического менеджмента:

1. анализа цепочек ценностей;
2. стратегического позиционирования;
3. анализа и управления факторами, определяющими затраты.

Под цепочкой ценностей понимается согласованный набор видов деятельности, создающих ценность для организации, начиная от исходных источников сырья для поставщиков данного организации вплоть до готовой продукции, доставленной конечному пользователю, включая обслуживание потребителя.

Стратегическое позиционирование влияет на процессы управления расходами организации в зависимости от его стратегического выбора создания конкурентных преимуществ. Согласно Портеру организация может добиться успеха в конкурентном соперничестве:

1. либо поддерживая низкие затраты (лидерство на основе затрат);
2. либо предлагая потребителям разнообразную, превосходящую конкурирующую продукцию (стратегия дифференциации продукции).

Совершенно очевидно, что подходы к управлению расходами будут различаться в зависимости от стратегического позиционирования.

Затратообразующие факторы рассматриваются в рамках CSM более широко, чем в предыдущем разделе. Их список далеко не исчерпывается носителями расходов, которые соответствуют определенным этапам бизнес-процессов и элементам деятельности. Эти факторы подразделяются на структурные и функциональные и имеют достаточно высокую степень общности.

Существенное отличие традиционного подхода к управлению расходами от SCM состоит в принципиально ином отношении к процессу управления расходами. Можно говорит о том, что меняется парадигма управления расходами. Отметим основные различия в мировоззренческом отношении традиционной системе и SCM.

Целью в рамках традиционного подхода является снижение расходов любыми путями как основной способ удержания и завоевания конкурентных преимуществ. В рамках SCM эта цель также имеет место, но планирование системы управления затратами резко меняется в зависимости от основного стратегического позиционирования организации: лидерство по затратам или дифференциация продукции. Более того, в рамках каждого из стратегических направлений возможно планирование увеличения значения расходов на каком-либо участке цепочки ценностей, если это вызовет адекватное снижения расходов для других участков либо принесет фирме некоторое другое конкурентное преимущество.

В традиционном подходе производится оценка суммы затрат (себестоимости), приходящихся на единицу продукции или производственное подразделение. Таким образом, акцент делается на внутреннее положение организации. Концепция добавленной ценности (или стоимости) играет ключевую роль. Напомним, что согласно этой концепции все виды деятельности, приводящие к расходам, подразделяются на приносящие дополнительную ценность (и, следовательно, их наличие оправданно) и не приносящие дополнительную ценность. Последние рассматриваются как наиболее перспективные с точки зрения снижения затрат. В рамках SCM стоимость рассматривается с точки зрения различных этапов общей цепочки ценностей, частью которой являются организация и его подразделения. Концепция же добавленной стоимости рассматривается как очень узкая и даже опасная.

В рамках традиционной системы расходы рассматриваются главным образом как функция объема продукции. И в связи с этим производится обстоятельный анализ переменных, постоянных и смешанных расходов. Объем продукции рассматривается как критический фактор образования затрат. С позиций SCM затраты прежде всего зависят от стратегического выбора. И в этой связи затраты являются функцией гораздо более общих структурных и функциональных факторов.

Основная задача системы мониторинга заключается в регулярной оценке состояния организации с использованием некоторого ограниченного набора финансовых показателей в отношении расходов организации. Эти показатели должны наилучшим образом характеризовать состояние организации на ограниченном промежутке времени.

Стратегические цели в различных вариантах формулируются в следующем виде:

1) проникновение на рынок продукции;

2) захват рынка;

3) увеличение рентабельности продаж;

4) рост объемов продаж;

5) увеличение рыночной стоимости организации.

Тактические цели определяют более конкретные задачи повышения эффективности бизнеса:

1) снижение себестоимости продукции (контроль использования человеческих, материальных и финансовых ресурсов);

2) увеличение загрузки оборудования (контроль ВЕР);

3) уменьшение количества работающих (контроль расходов на зарплату);

4) снижение налоговых платежей (контроль налогооблагаемой базы);

5) управление переменными и постоянными расходами (контроль изменения прибыли за счет объема продаж);

6) оптимизацию состава оборудования (контроль затрат на содержание и ремонт оборудования);

7) обоснование рациональной организационной структуры организации (контроль затрат на содержание вспомогательных подразделений);

8) обоснование цен на продукцию (контроль объемов продаж и уровня рентабельности).

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы

1. Расходы предприятия обусловлены его производственно-хозяйственной (основной), инвестиционной и финансовой деятельностью. Расходы подразделяются на связанные или не связанные с извлечением прибыли и принудительные.

2. Расходы классифицируются в целях повышения управляемости финансовым результатом, а также в целях планирования и прогнозирования затрат.

3. Предприятие получает доходы от основной деятельности: выручку от реализации продукции (работ, услуг, товаров), от инвестиционной деятельности и от финансовой деятельности. Выручка от реализации продукции служит основным источником благосостояния предприятия, из выручки покрываются расходы предприятия и получают прибыль.

4. Прибыль предприятия – основная цель предпринимательской деятельности. Это часть добавленной стоимости, полученной в результате реализации продукции (товаров), выполнения работ, оказания услуг. Прибыль обладает стимулирующей функцией, является критерием и показателем эффективности деятельности предприятия, источником формирования бюджетов различных уровней, социального и производственного развития самого предприятия. Прирост прибыли обеспечивается ростом объема продаж, снижением себестоимости, своевременным обновлением ассортимента продукции.

5. Распределение прибыли раскрывает стратегические задачи предприятия. Оставляя прибыль на предприятии, собственники (акционеры) решают задачу конкурентной борьбы, обеспечивают рост объема продаж, обновление продукции, диверсификацию деятельности, внедрение новых достижений научно-технического прогресса, создают финансовые резервы. Выплата дивидендов акционерам обеспечивает доход на вложенный капитал, тем самым стимулируются дальнейшие инвестиции и наращивание совокупного капитала. Государство, получая свою долю от прироста капитала в виде налогов, имеет финансовые источники для выполнения своих функций.

# 2. Анализ показателей прибыли и рентабельности в оценке деятельности ООО «АРТ-КОЛОР» и управлении финансами

## 

## 2.1 Технико-экономическая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «АРТ-КОЛОР». ИНН 6901079409 / КПП 690101001

Юридический (почтовый) адрес предприятия: 170000, г. Тверь, Россия, ул. Озерная, 14. Телефон: (4822) 43–16–87.

Общество зарегистрировано налогоплательщиком Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №1 по Тверской области №69/000963627. Свидетельство серии 69 №000961778 от 17.06.2005 г. выдано Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №1 по Тверской области.

Общество внесено в Единый государственный реестр юридических лиц в соответствии с требованиями Федерального закона от 08.08.01 №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц». Выдано свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц о юридическом лице, зарегистрированном до 1 июля 2002 года за основным государственным регистрационным номером 1056900087188.

Уставный капитал Общества составляет 12 тыс. рублей. Вкладами Участников общества – являются денежные средства, здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности.

Высшим органом управления общества является собрание Учредителей. Руководство текущей деятельностью Общества осуществляется Директором. Общество раз в год проводит годовое собрание Учредителей независимо от других собраний. Собрание созывается Директором общества, ревизионной комиссией или по требованию не менее 2 участников. Собрание избирает из числа участников ревизионную комиссию для контроля за финансово-хозяйственной деятельностью общества.

Основными видами деятельности общества являются: оптовые продажи и дистрибьюция профессиональной косметики для волос.

Общая площадь имеющегося помещения – 35 квадратных метров, торговая площадь – 15 квадратных метров.

Среднесписочная численность работников на 01 января 2007 года составляет 8 человек.

ОАО «АРТ-КОЛОР» самостоятельно распоряжается полученной прибылью, остающейся в его распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей. Общество выполняет все обязательства, вытекающие из законодательства России и заключенных договоров.

Общество имеет право приобретать или арендовать имущество за счет своего дохода, амортизационных отчислений, кредитов банка и других источников согласно действующего законодательства. Реализует свою продукцию, работы, услуги, отходы производства и другие материальные ценности по тарифам, ценам, установленным самостоятельно или на договорной основе.

Самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы производственного и социального развития, исходя из спроса на продукцию, работы, услуги, наличие финансовых, материальных и трудовых ресурсов. Общество самостоятельно устанавливает форму, степень оплаты труда своих работников, а также другие виды их доходов, обеспечивает безопасные условия труда, несет ответственность за ущерб, принесенный здоровью и трудоспособности работников, устанавливает для своих работников дополнительные отпуска, пенсии и другие льготы, осуществляет социальное и медицинское страхование. Общество самостоятельно определяет структуру органов управления и затраты на их содержание, управление обществом осуществляется директором.

Прекращение деятельности общества может осуществляться в виде его ликвидации или реорганизации (слияние, присоединение, разделение, выделения, преобразования в иную организационно-правовую форму).

Учетная политика ООО «АРТ-КОЛОР» разработана в соответствии с:

1. Федеральным законом «О бухгалтерском учете» №129 – ФЗ от 21.11.96 г. (в редакции от 29.07.98 г.)

2. Положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика предприятия» ПБУ 1/98 от 09.12.98 г.

Организационная структура ООО**«**АРТ-КОЛОР**»** представлена на рис. 1:

**Собрание учредителей**

**Директор**

1 человек

**Торговый представитель**

2 человека

**Главный бухгалтер**

1 человек

**Технолог**

**Менеджер по продажам**

Рис. 1. Организационная структура ООО «АРТ-КОЛОР»

Некоторые вопросы учетной политики ООО «АРТ-КОЛОР»:

1. Бухгалтерский учет осуществляется под руководством главного бухгалтера.

2. Требования главного бухгалтера при осуществлении избранной учетной политики являются обязательными для всех работников организации.

3. Начисление амортизации основных средств производить в соответствии с ПБУ 6/01 и другими нормативами.

4. Фактическая стоимость списываемых в производство товарно-материальных ценностей определяется по средней себестоимости материалов.

5. Учет товаров производится по покупной стоимости.

6. Учет издержек ведется с разделением на счете 44 «Расходы на продажу».:

7. Затраты на капитальный и текущий ремонт автотранспорта относится на себестоимость того отчетного периода, в котором производятся ремонтные работы.

8. Расходы, произведенные в отчетном периоде, но относящиеся к будущим отчетном периодам, следует отражать на отдельном счете 97 «Расходы будущих периодов» с отнесением в себестоимость по мере наступления периода к которому они относятся.

9. Для целей налогообложения выручку от реализации продукции предприятие определяет по мере ее оплаты.

При безналичных расчетах – по мере поступления средств за товары на расчетный счет предприятия, а при расчетах наличными деньгами – по поступлению средств в кассу.

Под выручкой от реализации продукции следует понимать выручку от фактически выполненных работ, подтвержденных и подписанных актом выполненных работ.

10. Доходы, полученные в отчетном году, но относящиеся к будущим отчетном периодам необходимо отражать на отдельном счете 98 «Доходы будущих периодов», с отнесением на прибыль отчетного периода в зависимости от периода, к которому они относятся.

11. Начисление и выплаты дивидендов учредителей производить в конце отчетного периода за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

12. ООО «АРТ-КОЛОР» на основании бухгалтерских регистров составляет ежеквартальную отчетность для представления в налоговую инспекцию.

## 2.2 Цели и задачи анализа прибыли и источники информации для анализа

Анализ прибыли – важнейшая стадия работы, предшествующая планированию и прогнозированию финансовых ресурсов предприятия, эффективного их использования. Результаты анализа служат основой для принятия управленческих решений на уровне руководства предприятием и являются исходным материалом дня работы финансовых менеджеров.

В задачи анализа финансовых результатов входят

• оценка динамики показателей прибыли до налогообложения и чистой прибыли;

• изучение составных элементов формирования прибыли до налогообложения;

• выявление и измерение влияния факторов, воздействующих на прибыль;

• анализ показателей рентабельности;

• выявление и оценка резервов роста прибыли, способов их мобилизации.

Отчетность о финансовых результатах содержит важнейшие показатели эффективной хозяйственной деятельности предприятия. Эти данные наряду с балансом организации составляют основную информацию, необходимую организациям, взаимодействующим с организацией, акционерам, дебитором и кредиторам, банком, налоговым органам.

К ним относятся: нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода (стр. 470 ф. №1), валовая прибыль (убыток) от финансово-хозяйственной деятельности (стр. 029 ф. №2), прибыль (убыток) от продаж (стр. 050 ф. №2), прибыль (убыток) до налогообложения (стр. 140 ф. №2), чистая прибыль (убыток) отчетного периода (стр. 190 ф. №2).

Поэтому в составе квартальной и годовой бухгалтерской отчетности организации помимо баланса представляют отчет о прибылях и убытках за соответствующий период (форму №2).

Анализ динамики прибыли до налогообложения, темпов ее прироста в сопоставлении с динамикой величины и прироста чистой прибыли представляет значительный интерес. Результаты анализа могут свидетельствовать о снижении темпов прироста чистой прибыли по сравнению с прибылью до налогообложения, и наоборот. Полезную информацию можно почерпнуть из анализа динамики доли чистой прибыли в балансовой. Если доля чистой прибыли растет, это свидетельствует об оптимальной величине уплачиваемых налогов, заинтересованности предприятия в результатах работы и эффективном хозяйствовании[[16]](#footnote-16).

Хорошие аналитические возможности заключены в таблице, составленной по данным о величине прибыли до налогообложения, ее составных частей (прибыль от реализации продукции, работ, услуг; сальдо финансовых результатов от прочих доходов и расходов) за ряд лет.

Поскольку прибыль от реализации продукции занимает наибольший удельный вес в структуре прибыли до налогообложения, то анализ факторов, ее определяющих, имеет значение для выявления резервов роста всей прибыли до налогообложения.

При стабильных экономических условиях хозяйствования основной путь увеличения прибыли от реализации продукции состоит в снижении себестоимости в части материальных затрат.

В отраслях, ориентированных на конечного потребителя, решающее значение имеют объемы производства и реализации продукции, определяемые спросом, уровень себестоимости, но без ущерба для качества потребительских товаров.

На величину прибыли от реализации продукции влияет состав и размер нереализованных остатков на начало и конец отчетного периода. Значительная величина остатков приводит к неполному поступлению выручки и недополучению ожидаемой прибыли.

Резервом увеличения прибыли до налогообложения может быть прибыль, полученная от реализации основных фондов и иного имущества предприятия. Имеет смысл освободиться от излишнего и не установленного оборудования, предварительно взвесив, что выгоднее – продать его или сдать в аренду.

Финансовый результат от реализации иного имущества предприятия может быть и положительным, и отрицательным. Это зависит от состава и продажной цены реализуемых активов.

Если речь идет о материальных активах, то следует исходить не столько из возможности получения прибыли, сколько из наличия запасов, которые из-за изменения экономической конъюнктуры, ассортимента выпускаемой продукции и по другим причинам оказываются ненужными или по величине превышают уровень, достаточный для запланированного выпуска продукции.

Эта работа является одним из направлений финансового менеджмента, и должна проводиться на основании анализа структуры материальных активов. Безусловно, лучше продать их по цене, превышающей учетную стоимость, но и в ином случае предприятие получит денежные средства, которые можно вовлечь в оборот.

Важнейшим вопросом управления процессом формирования прибыли является планирование прибыли и других финансовых результатов с учетом выводов экономического анализа.

Главной целью при планировании является максимизация доходов, что позволяет обеспечивать финансирование большего объема потребностей предприятия в его развитии. При этом важно исходить из величины чистой прибыли. Задача максимизации чистой прибыли предприятия тесно связана с оптимизацией величины уплачиваемых налогов в рамках действующего законодательства, предотвращением непроизводительных выплат.

## 2.3 Анализ динамики и структуры прибыли по данным «Отчета о прибылях и убытках»

Рассмотрим процесс расчета прибыли организации[[17]](#footnote-17). Расчет выполняется за отчетный и аналогичный период предыдущего года. На основе этой таблицы затем проведем горизонтальный и вертикальный анализ прибыли, определим динамику основных показателей, формирующих прибыль, и оценим их влияние на изучаемый показатель.

Таблица 2. Процесс формирования и расчета прибыли, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2005 | 2006 | Отклонение | |
| Абсол. | В% |
| 1 | 2 | 3 | 4=ст. 3 – ст. 2 | 5=ст. 4 / ст. 3 |
| Выручка от продаж | 3591 | 4490 | 899 | 20,02 |
| Себестоимость проданной продукции | 2579 | 3470 | 891 | 25,68 |
| **Валовая прибыль** | **1012** | **1020** | **8** | **0,78** |
| Коммерческие расходы | 18 | 26 | 8 | 30,77 |
| Управленческие расходы | 0 | 0 | 0 |  |
| **Прибыль от продаж** | **994** | **994** | **0** | **0,00** |
| Сальдо прочих доходов и расходов | -54 | -56 | -2 | 3,57 |
| **Прибыль до налогообложения** | **940** | **938** | **-2** | **-0,21** |
| Налог на прибыль | 225 | 225 | 0 | 0,00 |
| **Чистая (нераспределенная прибыль)** | **715** | **713** | **-2** | **-0,28** |

Из расчетов видно, что прирост выручки в ООО «АРТ-КОЛОР» в 2006 году составил 899 тыс. руб., или 20%.

Прирост себестоимости проданных товаров оказался почти таким же по абсолютной величине и составил 891 тыс. руб., а в процентном соотношении – 25,68%.

В результате прирост валовой прибыли составил всего 8 тыс. руб.

По этим данным уже можно отметить тревожную для предприятия ситуацию. Опережающий рост себестоимости продаж «съел» увеличение выручки, и прирост валовой прибыли оказался очень небольшим.

Перейдем к горизонтальному анализу прибыли.

Таблица 3. Горизонтальный анализ «Отчета о прибылях и убытках», тыс. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2005 | 2006 | 2006 в % к данным 2005 |
| 1 | 2 | 3 | 4=ст. 2 / ст. 3 |
| Выручка от продаж продукции | 3591 | 4490 | 125,03% |
| Себестоимость проданной продукции | 2579 | 3470 | 134,55% |
| Валовая прибыль | 1012 | 1020 | 100,79% |
| Расходы периода | 18 | 26 | 144,44% |
| Прибыль от продаж | 994 | 994 | 100,00% |
| Прибыль до налогообложения | 940 | 938 | 99,79% |
| **Чистая (нераспределенная прибыль)** | **715** | **713** | **99,72%** |

Произведенные расчеты с использованием метода горизонтального анализа по данным формы №2 позволяют сделать следующие выводы.

По отношению к предыдущему периоду чистая прибыль составила 99,7%. Выручка от продаж составила 125%, валовая прибыль – на 100,7%. Но так как расходы составили 144%, что существенно выше темпов роста выручки, то прибыль от продаж осталась на прежне уровне. Прибыль до налогообложения составила 99,79% от уровня 2005 года.

Чистая прибыль растет медленнее, чем прибыль от продаж, что свидетельствует о нерациональной налоговой политике предприятия. Прибыль растет медленнее, чем выручка от реализации продукции, что говорит об относительном увеличении затрат на производство.

Изменения в структуре прибыли анализируются с использованием методов вертикального анализа. Соответствующие расчеты по данным формы №2 представлены в таблице 4.

Таблица 4. Вертикальный анализ «Отчета о прибылях и убытках»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Наименование показателя | 2005 | 2006 | Уровень в % к выручке | | Отклонения уровня, % |
| 2005 | 2006 |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6=5–4 |
| 1 | Выручка (нетто) от продажи товаров | 3591 | 4490 | 100 | 100 | 0 |
| 2 | Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | 2579 | 3470 | 72% | 77% | 5 |
| 3 | Валовая прибыль | 1012 | 1020 | 28% | 23% | -5 |
| 4 | Коммерческие расходы | 18 | 26 | 1% | 1% | 0 |
| **5** | **Прибыль (убыток) от продаж** | **994** | **994** | 28% | 23% | -6 |
| 6 | Прочие расходы | 54 | 56 | 2% | 1% | -1 |
| **7** | **Прибыль (убыток) до налогообложения** | **940** | **938** | 26% | 21% | -5 |
| 8 | Текущий налог на прибыль | 225,6 | 225,12 | 6% | 5% | -1 |
| **9** | **Чистая прибыль (убыток) отчетного периода** | **715** | **713** | 20% | 16% | -4 |

Уровень отношения в % к выручке рассчитывается следующим образом:

Ур% с/ст = Себестоимость проданных товаров / Выручка (нетто) от продажи товаров \* 100%

Таким образом, получаем: Ур% 2005 с/ст = 2579 / 3591 \* 100% = 72%

Ур% 2006 с/ст = 3470 / 4490 \* 100% = 77%

Уровень себестоимости к выручке вырос на 5%.

Аналогичным образом рассчитывается уровень отношения остальных показателей, приведенных в таблице.

Все остальные расчеты по уровню к выручке показали отрицательные значения, что говорит о снижении прибыльности деятельности организации.

Данные вертикального анализа, таким образом, подтверждают данные горизонтального анализа, и подтверждают сделанные ранее выводы о значительном росте издержек в ООО «АРТ-КОЛОР».

Теперь перейдем к анализу чистой прибыли.

Таблица 5. Анализ чистой прибыли, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Показатели | 2005 | 2006 | Отклонение |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5=4–3 |
| 1 | Выручка от продаж продукции | 3591 | 4490 | 899 |
| 2 | Прибыль от продаж | 994 | 994 | 0 |
| 3 | Прочие расходы | 56 | 54 | -2 |
| 4 | Прибыль до налогообложения | 938 | 940 | 2 |
| 5 | Налог на прибыль | 225,12 | 225,6 | 0,48 |
| 6 | Чистая прибыль | 712,88 | 714,4 | 1,52 |
| 7 | **Удельный вес чистой прибыли**  **(п. 1 / п. 6) \* 100%** | **5,04** | **6,28** | **1,24** |
| 8 | **Чистая прибыль на 1 руб. оборота**  **(п. 6 / п. 1) \* 100%** | **19,85** | **15,91** | **-3,94** |

В отчетном периоде чистая прибыль по сравнению с предыдущим годом увеличилась на 1,52 тыс. рублей. Удельный вес чистой прибыли в выручке вырос на 1,24%, тогда как чистая прибыль на рубль оборота снизилась почти на 4%. На уменьшение чистой прибыли повлияло увеличение себестоимости и управленческих расходов организации.

Таким образом, возможный резерв увеличения чистой прибыли составляет 1,52 тыс. рублей, за счет увеличения прибыли до налогообложения и прибыли от продаж. Увеличить прибыль до налогообложения и прибыль от продаж можно за счет снижения таких факторов как коммерческие расходы, прочие расходы.

## 2.4 Факторный анализ прибыли

Методика расчета влияния факторов на прибыль от обычной деятельности выполняется в следующей последовательности.

1. Расчет влияния фактора «Выручка от продажи».

Расчет влияния этого фактора нужно разложить на две части. Так как выручка организации – это произведение количества и цены реализуемой продукции, то сначала рассчитаем влияние на прибыль от продаж цены, по которой продавалась продукция или товары, а затем рассчитаем влияние на прибыль изменения физической массы проданной продукции.

При проведении факторного анализа необходимо учитывать влияние инфляции. По данным управленческого учета цены на продукцию в отчетном периоде возросли по сравнению с базисным в среднем на 30%.

Тогда индекс цены Jц = (100+30)/100= 1,30

Следовательно, выручка от продажи в отчетном периоде в сопоставимых ценах будет равна

B' = B1/Jц,

где В' – выручка от продажи в сопоставимых ценах;

В1 – выручка о продажи продукции в отчетном периоде.

Для анализируемой организации выручка в сопоставимых ценах составит:

B' = B1/Jц = 4490 / 1,30 = 3453,85

∆ Вц = В1 – B' = 4490 – 3453,85 = 1 036

Следовательно, выручка от продажи продукции в отчетном году по сравнению с прошедшим периодом увеличилась за счет роста цены на 1036 тыс. руб.

∆ В кол-во товаров = B' – B0 = 3453,85 – 3591 = -137

Следовательно, выручка от продажи продукции в отчетном году по сравнению с прошедшим периодом сократилась за счет количества проданных товаров на 137 тыс. руб.

Сокращение количества реализуемой продукции привело к уменьшению выручки в отчетном периоде на 137 тыс. руб., а общий прирост выручки (899 тыс. руб.) получился за счет повышения цен на 30%. В данном случае прирост качественного фактора перекрыл негативное влияние количественного фактора.

Расчет влияния фактора «Цена»

Для определения степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от продажи необходимо сделать следующий расчет:

∆ П П(Ц) = (∆ Вц \* R 0P) / 100

∆ П П(Ц) = (1036\* 0,262) / 100 = 2,71

R0p – рентабельность продаж в базисном периоде (табл. 8).

Таким образом, прирост цен на продукцию в отчетном периоде по сравнению с прошедшим периодом в среднем на 30% привел к увеличению суммы прибыли от продажи на 2,71 тыс. руб.

Расчет влияния фактора «Количество проданной продукции (товаров)»

Влияние на сумму прибыли от продажи (ПП) изменения количества проданной продукции можно рассчитать следующим образом:

∆ П П(К) = ([(В1‑В0) – ∆ Вц] \* R0p) / 100=

где ∆ П П(К) – изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «количества проданной продукции»;

В1 и В0 – соответственно выручка от продажи в отчетном (1) и базисном (0) периодах;

∆ Вц – изменение выручки от продажи под влиянием цены;

R0p – рентабельность продаж в базисном периоде (табл. 7).

Для анализируемой организации:

∆ П П(К) = (((4490–3591) – 1036)\* 0,262) / 100 = -0,359

Таким образом, влияние получилось отрицательным, т.е. в результате сокращения в отчетном периоде объема полученной выручки в сопоставимых ценах сумма прибыли от продажи уменьшилась на 0,359 тыс. руб., т.к. на выручку помимо цены влияет и количество реализуемых товаров:

Расчет влияния фактора «Себестоимость проданной продукции»осуществляется следующим образом:

∆ П П(С) = В1 \* (УС1‑УС0) / 100

где УС1 и УС0 – соответственно уровни себестоимости в отчетном и базисном периодах (см. табл. 4)

∆ П П(С) = (4490\* (-0,0546)) / 100 = -2,55

Здесь при анализе нужно быть внимательным, так как расходы – это факторы обратного влияния по отношению к прибыли.

Если мы посмотрим таблицу 4, то увидим, что себестоимость в отчетном периоде увеличилась на 891 тыс. руб., а уровень ее по отношению к выручке от продажи увеличился на 5,46%. Поэтому рост себестоимости привел к уменьшению суммы прибыли от продажи на 2,55 тыс. руб.

Расчет влияния фактора «Коммерческие расходы»

Для расчета используется формула, аналогичная предыдущей:

∆ П П(КР) = В1 \* (УКР1 – УКР0) / 100

где УКР1 и УКР0 – соответственно уровни коммерческих расходов в отчетном и базисном периодах. (см. табл. 4)

∆ П П(КР) = 4490 \* (-0,0008)/100 = -0,2

Таким образом, перерасход по коммерческим расходам на 8 тыс. руб. в отчетном периоде и незначительное повышение их уровня на 0,08% привели к уменьшению суммы прибыли от продажи на 0,2 тыс. руб.

Следовательно, становится очевидным, что влияние этого фактора на рост затратности и сокращение прибыльности производства в ООО «АРТ-КОЛОР» незначительно.

Аналогично рассчитывается влияние остальных факторов.

Расчет влияния фактора «Прочие расходы»

∆ П П(ПР) = В1 \* (УПР1 – УПР0) / 100

где УПР1 и УПР0 – соответственно уровни прочих расходов в отчетном и базисном периодах.

∆ П П(ПР) = 4490 \* (-0,0026)/100 =-0,7

Расчет влияния фактора «Текущий налог на прибыль»

∆ П П(НП) = В1 \* (УНП1 – УНП0) / 100

где УНП1 и УНП0 – соответственно уровни текущего налога на прибыль в отчетном и базисном периодах.

∆ П П(НП) = 4490 \* (-0,0127)/100 =-0,9

Таким образом, теперь можно обобщить влияние всех факторов, воздействующих на прибыль от продажи и, следовательно, на прибыль отчетного периода.

Таблица 6. Сводная таблица влияния факторов на чистую прибыль отчетного периода

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатели-факторы** | **Сумма, тыс. руб.** |
| 1. Количество проданной продукции (работ, услуг) | -0,36 |
| 2. Изменение цен на реализованную продукцию | 2,71 |
| 3. Себестоимость проданной продукции, товаров, работ, услуг | -2,55 |
| 4. Коммерческие расходы | -0,2 |
| 6. Прочие доходы / расходы | -0,7 |
| 7. Налог на прибыль | -0,9 |
| **Совокупное влияние факторов** | **2,0** |

Из данных таблицы видно, что совокупное влияние факторов составило 2,0 тыс. руб., что соответствует данным таблицы 2.

## 2.5 Анализ показателей рентабельности

По абсолютной сумме прибыли не всегда можно судить об уровне доходности предприятия, так как на ее размер влияет не только качество работы, но и масштабы деятельности. Поэтому для характеристики эффективности работы предприятия наряду с абсолютной суммой прибыли используют относительный показатель – уровень рентабельности.

Идея показателя рентабельности состоит в том, чтобы продемонстрировать, насколько окупаются затраты, которые несет организация в ходе осуществления своей деятельности. Но, оказывается, на этот вопрос нельзя ответить однозначно – все зависит от коэффициента, который применяется для расчетов.

Говоря о рентабельности деятельности организации, мы определяем, сколько прибыли приносит каждый рубль затрат, поэтому критерием окупаемости затрат выступает прибыль организации.

Цели предпринимательской деятельности – не только получение прибыли, но и обеспечение высокой рентабельности продукции. Рентабельность продукции отражает степень доходности предприятия, она определяется как процентное отношение прибыли от реализации продукции к затратам на её производство и реализацию.

Финансовый результат (прибыль или убыток) деятельности предприятия есть разница между суммами его доходов и расходов, которая исчисляется за определенный временной отрезок – отчетный период – месяц, квартал, год. Следовательно, для определения финансового результата мы должны соотнести доходы и расходы предприятия, относящиеся к тому периоду, за который и исчисляется прибыль или убыток.

Исходя же из принципа временной определенности фактов хозяйственной жизни, основой для определения рентабельности должен служить не баланс, а отчет о прибылях и убытках, где развернуто показываются декапитализированные доходы и расходы предприятия и полученный посредством их сопоставления финансовый результат (прибыль или убыток).

Формула расчета коэффициента рентабельности в этом случае принимает следующий вид:



где R – коэффициент рентабельности;

Р – величина прибыли;

D – сумма декапитализированных (списанных) за отчетный период расходов.

Таблица 7. Данные для расчета рентабельности

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Показатель** | **2005** | **2006** | **Отклонения** |
| 1 | Прибыль от реализации продукции (работ, услуг), тыс. руб. | 3591 | 4490 | 899 |
| 2 | Себестоимость реализованных товаров | 2579 | 3470 | 891 |
| 3 | Рентабельность продукции, %  (п. 1 / п. 2 \* 100) | 139,2 | 129,3 | -9,9 |

Из таблицы видно, что рентабельность продукции по сравнению с прошлым годом снизилась на 9,9% из-за увеличения затрат, связанных с продажей продукции на 891 тыс. рублей.

Рентабельность собственных средств показывает эффективность использования собственного капитала, указывает на величину прибыли полученной с каждого рубля, вложенного в предприятия, собственниками.

Для достижения высоких темпов роста оборота нужно повышать возможности увеличения рентабельности собственных средств.

Рентабельность – в общем смысле, это отношение результатов к затратам.

Исходя из состава имущества предприятия, в которое вкладываются капиталы, и проводимых предпринимателями хозяйственных и финансовых операций существует система показателей рентабельности.

Основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы:

* показатели рентабельности капитала (активов)
* показатели рентабельности продукции
* показатели, рассчитанные на основе потоков наличных денежных средств.

Показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций.

Первая группа показателей рентабельности формируется как отношение прибыли к различным показателям авансированных средств, из которых наиболее важными являются: все активы предприятия; инвестиционный капитал (собственные средства + долгосрочные обязательства); акционерный (собственный) капитал.

Данные показатели специфичны тем, что отвечают интересам всех участников бизнеса предприятия. Например, администрацию предприятия интересует отдача (доходность всех активов (всего капитала)); собственников и учредителей – доходность акций и т.д.

Вторая группа показателей формируется на основе расчета уровней рентабельности по показателям прибыли, отражаемым в отчетности предприятия.

Данные показатели характеризуют прибыльность продукции базисного (К0) и отчетного (К1) периодов. Например, рентабельность продукции по прибыли от продаж.

Третья группа показателей рентабельности формируется аналогично первой и второй группам, однако вместо прибыли в расчет принимается чистый приток денежных средств.

Данные показатели дают представление о степени возможности предприятия расплатиться с кредиторами, заемщиками и акционерами денежными средствами в связи с использованием имеющего место денежного потока.

Основные показатели рентабельности торговых предприятий.

Показатель рентабельности собственного капитала позволяет инвесторам оценивать потенциальный доход от вложения средств в акции и другие ценные бумаги. На основе показателя можно определить период (число лет), в течение которого полностью окупаются средства, вложенные в торговое предприятие. Рентабельность собственного капитала рассчитывается как отношение чистой прибыли к собственному капиталу.

Рентабельность активов рассчитывается как отношение балансовой прибыли к общей сумме активов, данный показатель используется в качестве основного (обобщающего) и позволяет оценить эффективность суммарных капиталовложений по финансовым источникам вне зависимости от сравнительных размеров источников этих средств.

Рентабельность производственных фондов торгового предприятия определяется по соотношению суммы (валовой, чистой) и средней стоимости основных и материальных оборотных средств, умноженному на 100.

Наряду с показателями товарооборота, капитала, основных и оборотных средств для расчета уровня рентабельности (коэффициентов) применяются и другие показатели: издержки обращения, торговая площадь, численность персонала, каждый из которых подчеркивает определенный аспект результатов деятельности торгового предприятия.

Уровень рентабельности, исчисленный отношением суммы прибыли от реализации товаров к сумме издержек обращения, показывает эффективность текущих затрат. Увеличение или сокращение издержек обращения непосредственно влияет на уменьшение или рост прибыли. Этот показатель рентабельности определяет эффективность торговой сделки по товарам.

Рентабельность, рассчитанная по отношению к численности занятых на предприятии работников, характеризует эффективность использования рабочей силы и показывает размер полученной прибыли в расчете на одного работника (отношение балансовой прибыли к среднесписочной численности работников).

Отношение прибыли от реализации товаров к величине торговой площади предприятия характеризует размер полученной прибыли в расчете на 1 кв. м. площади магазина. Рациональное использование торговой площади позволит повысить размер прибыли.

Проведем анализ рентабельности ООО «АРТ-КОЛОР».

Таблица 8. Анализ рентабельности

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **2005** | **2006** | **Отклонение** |
| 1. Выручка от реализации, тыс. руб. | 3591 | 4490 | 899 |
| 2. Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. | 2579 | 3470 | 891 |
| 3. Прибыль от продаж, тыс. руб. | 994 | 994 | 0 |
| 4. Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 940 | 938 | -2 |
| 5. Чистая прибыль, тыс. руб. | 715 | 713 | -2 |
| 6. Рентабельность расходов, тыс. руб. (п. 3 / п. 2) | 0,384 | 0,286 | -0,098 |
| 7. Рентабельность продаж (п. 3 / п. 1) | 0,262 | 0,221 | -0,041 |
| 8. Общ. прибыль до налогообложения на 1 руб. оборота (п. 4 / п. 1 \*100) | 26,18 | 20,89 | -5,286 |
| 9. Чистая рентабельность (п. 5 / п. 1) | 0,199 | 0,159 | -0,04 |

Рентабельность рассчитывается по формулам:

Rрасх = Прибыль от продаж / Себестоимость;

Rпродаж = Прибыль от продаж / Выручка;

Общая прибыль на 1 руб. оборота = Прибыль до налогообложения / Выручка \* 100;

Rчист= Чистая прибыль / Выручка;

Как видно из расчетов, в ООО «АРТ-КОЛОР» за отчетный год снизился уровень рентабельности.

При повышении выручки растет себестоимость, что приводит к росту валовой прибыли. Поэтому надо выявить возможные резервы для более эффективного повышения валовой прибыли. Следует снижать издержки за счет уменьшения коммерческих, управленческих, непроизводительных и прочих расходов.

# 3. Пути увеличения прибыли в ООО «АРТ-КОЛОР»

## 

## 3.1 Недостаточный объем получаемой прибыли как причина ухудшения финансового состояния организации. Рычаги оптимизации прибыли

Потенциальная возможность предприятия сохранять (достигать) приемлемое финансовое состояние определяется объемом получаемой прибыли. Основные составляющие, от которых зависит объем прибыли предприятия, – это цены и объемы реализации продукции, уровень производственных издержек и доходы от прочих видов деятельности.

Анализ доходов и затрат от основной и прочих видов деятельности был проведен с использованием отчета о финансовых результатах, показателей прибыльности, величины накопленного капитала.

Рассмотрим причины, способствовавшие росту затрат и снижению прибыли предприятия, и пути исправления ситуации.

1. Одной из причин снижения прибыли стали недостаточные усилия по продвижению своего товара. Речь идет о недостаточности рекламы на выставках, а так же о банальной пассивности торговых представителей, отвечающих за привлечение заказов. Зачастую вместо поиска клиентов, использования новых форм рекламы, рассылок информации они просто фиксируют полученные и выполненные заказы.

2. Другая причина – рыночная ситуация. Она такова, что спрос на продукцию предприятия ограничен и расширение рынка сбыта в ближайшее время не прогнозируется, можно говорить о необходимости торговли новыми видами товаров и услуг. Предложение нового товара, пользующегося спросом на рынке, позволит увеличить объемы реализации, но потребует затрат на проведение маркетинговых исследований, поиск поставщиков, рекламу (в этом случае необходимо определить объем затрат, который не приведет к ухудшению состояния компании).

3. Третья причина заключается в том, что продвижение товаров в целом организовано на должном уровне, и предприятие заняло максимально возможную долю рынка, но прибыль все равно невысока.

Причиной данной ситуации являются высокие затраты.

а) Одна из причин высоких затрат – высокие цены на закупаемые товары, устанавливаемые поставщиками. В этом случае вариант снижения затрат – поиск поставщиков, устанавливающих более низкие цены. В большинстве случаев альтернативные поставщики существуют; ведение, оперативное пополнение базы возможных поставщиков товаров и использование данной информации – реальная мера по сокращению затрат предприятия.

б) Причиной возникновения высоких затрат стали не только поставщики, но и само предприятие. В частности, это следующие виды затрат:

– расширение штата торговых представителей привело к росту затрат на оплату труда;

– увеличение процентной ставки премирования торговых представителей так же способствовало росту этих расходов;

– помимо роста затрат собственно на оплату труда, эти мероприятия повлекли за собой увеличение расходов, связанных с отчислениями на социальное страхование (взносы в Пенсионный фонд, Фонд социального страхования, Фонд обязательного медицинского страхования);

– увеличение более чем в два раза транспортных расходов, вызванное ростом цен на бензин.

В целях оптимизации и сокращения этих затрат необходимо отказаться от фиксированных ставок при оплате труда и увязать размер вознаграждения с результатами деятельности. Возможно, следует перейти на газовое топливо, которое является более дешевым по сравнению с бензином.

4. Четвертая причина снижения прибыли связана с замедлением оборачиваемости капитала в связи с предоставлением отсрочек платежей.

Управление дебиторской задолженностью является составной частью общей системы управления оборотными активами коммерческой организации. Применительно к задолженности заказчиков (покупателей) за поставку товаров, оказанные услуги или выполненные работы оно является одновременно элементом маркетинговой политики организации, направленной на максимизацию объема прибыли, установление взаимовыгодных отношений. От управления дебиторской задолженностью в значительной мере зависит как оборачиваемость, так и рентабельность оборотных активов предприятия. В балансе (разд. II «Оборотные активы») остатки дебиторской задолженности обычно превышают общую сумму материально-вещественных активов, денежных средств и краткосрочных финансовых вложений. В то же время управление дебиторской задолженностью – средство увеличения объема продаж, предоставления заказчикам выгодных условий оплаты поставляемых товаров.

Управление дебиторской задолженностью должно способствовать расширению объема реализации продукции, финансовой устойчивости организации. Как и при управлении иными оборотными активами, принятию любых решений по управлению дебиторской задолженностью должен предшествовать анализ ее состава, уровня и динамики в предшествующем периоде.

В условиях острого недостатка оборотных средств, характерного для ООО «АРТКОЛОР», завышенные размеры дебиторской задолженности снижают мобильность оборотных активов, приводят к неоправданному росту продолжительности финансового цикла.

Предприятию необходимо проводить анализ дебиторской и кредиторской задолженности в целях регулирования их величины и соотношения, а так же условий возникновения.

Поскольку в общей сумме дебиторской задолженности преобладает задолженность заказчиков за поставленные им товары, то при анализе дебиторской задолженности целесообразно сопоставлять ее динамику с динамикой выручки от проданных товаров.

При этом необходимо увязать решение этого вопроса с решением рассмотренного выше третьего вопроса – оплатой труда торговых представителей, стимулируя их к сокращению сроков поступления платежей за товары.

При анализе темпы роста выручки от реализации продукции, работ, услуг (без НДС), по данным формы 2 «Отчет о прибылях и убытках», сопоставляются с темпами роста средних остатков дебиторской задолженности по балансу.

Являясь средством привлечения покупателей, отсрочка или рассрочка платежей за поставленную продукцию должна быть экономически эффективной, т.е. потери, вызванные отвлечением собственных средств из оборота, должны перекрываться выгодой от увеличения объема продаж. Если само предприятие для финансового обеспечения своей текущей деятельности, приобретения сырья и материалов пользуется краткосрочными ссудами банка, то понятно, что, пользуясь кредитами банка в среднем 40 дней, нецелесообразно предоставлять покупателям отсрочку платежа в среднем на 60 дней. Средний период предоставления кредита покупателям должен быть меньше среднего периода, на который предприятие получает кредит в банке.

Предоставление заказчику отсрочки платежа всегда сопряжено с риском. Когда речь идет о постоянных покупателях, то риск невелик. Предоставление товарного кредита новому покупателю может быть обусловлено предоставлением обеспечения: банковской гарантии или поручительства компании с надежной деловой репутацией, залога, надежных векселей к погашению и т.д.

Отсрочка платежа должна сочетаться со стимулированием предоплаты системой скидок. Например, при полной предоплате предоставляются скидки 4% от стоимости поставленной продукции, при частичной предоплате в размере 50% стоимости отгруженной партии – скидки 3% и т.д. Система стимулов может сочетаться с системой штрафов, предусматриваемых в договорах за нарушение сроков оплаты. Однако по отношению к постоянным покупателям прибегать к штрафам нецелесообразно.

При решении вопроса о предоставлении заказчику отсрочки или рассрочки платежей за поставленную продукцию учитываются его платежеспособность, деловая репутация, опыт прежних взаимоотношений.

Если у предприятия много заказчиков, то их можно предварительно сгруппировать:

* надежные покупатели, им может быть предоставлена отсрочка платежа в запрашиваемых ими размере и сроках;
* покупатели, которым может быть предоставлен товарный кредит в ограниченном объеме;
* покупатели, которым может быть предоставлен коммерческий кредит только под надлежащее обеспечение;
* покупатели, кредитование которых сопряжено с высоким риском неплатежей и поэтому нецелесообразно.

Исходя из объективной оценки своих финансовых возможностей ООО «АРТКОЛОР» должно на каждый квартал определять предельную сумму отсрочек платежа, которая может быть предоставлена покупателям. В соответствии с картотекой покупателей (заказчиков), взаимоотношений с ними определяются целесообразность и условия предоставления отсрочки платежа и предусматриваются в договорах положения, побуждающие заказчиков избегать нарушения условий расчетов.

Для целей планирования дебиторской задолженности в ООО «АРТ-КОЛОР» целесообразна ее группировка по признаку возможности управления ею:

а) формируемая организацией в соответствии с маркетинговой политикой. С учетом финансового состояния организации определяется возможность предоставления заказчику товарного коммерческого кредита. Эта часть дебиторской задолженности поддается четкому планированию на год с разбивкой по кварталам, месяцам, а частично – по конкретным заказчикам;

б) складывающаяся в процессе делового оборота в результате нарушения заказчиками предусмотренных контрактами сроков платежей. Ее невозможно планировать, но можно прогнозировать исходя из сложившейся динамики.

К задачам финансового менеджмента относится поддержание рационального соотношения между уровнем и динамикой дебиторской и кредиторской задолженности. Рациональным следует считать соблюдение следующих соотношений[[18]](#footnote-18):

* общая сумма дебиторской задолженности должна превышать сумму кредиторской задолженности. Это – одно из условий обеспечения финансовой устойчивости предприятия. Кроме того, дебиторская задолженность – важнейший источник погашения кредиторской задолженности. Инкассация дебиторской задолженности по срокам и суммам должна сочетаться с планируемым погашением кредиторской задолженности;
* оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности должна быть сопоставима. Средняя продолжительность одного оборота в днях должна быть меньше, чем продолжительность оборота дебиторской задолженности, а среднее число оборотов дебиторской задолженности (отношение выручки от реализации – нетто к средним остаткам дебиторской задолженности) должно превышать оборачиваемость кредиторской задолженности (отношение себестоимости реализованной продукции к средней сумме остатков кредиторской задолженности).

На основе этой группировки и с учетом условий договоров с заказчиками на каждый квартал разрабатывается график ожидаемого поступления средств от реализации по следующей примерной форме (см. табл. 9).

Таблица 9. График поступления выручки от реализации товаров в ООО «АРТ-КОЛОР» во II квартале 2008 г. (тыс. руб.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяц | Остаток дебиторской задолженности на начало месяца | Планируемый объем реализации (отгрузки) | Ожидаемая сумма поступления выручки от продаж | Дебиторская задолженность на конец месяца |
| Апрель | 407 | 268 | 328 | 347 |
| Май | 347 | 350 | 367 | 330 |
| Июнь | 330 | 393 | 365 | 358 |

5. Пятая причина – большой отток товарного запаса, связанный с предоставлением товара на реализацию в салоны красоты.

Работники салонов рассматривают эту реализацию как дополнительный источник дохода, не являющийся для них основным, поэтому необходимо применять по отношению к ним политику стимулирования продаж основанную на объемах продаж и сроках реализации.

Это направление так же несет для ООО «АРТ-КОЛОР» риск возникновения сомнительных дебиторских долгов. Поэтому рекомендуется формирование резерва по сомнительным долгам, которое является одним из способов управления дебиторской задолженностью.

Создание резерва должно быть предусмотрено учетной политикой предприятия. Отчисления в резерв по сомнительным долгам относятся к внереализационным расходам и уменьшают облагаемую налогом прибыль. Расходы на формирование резервов по сомнительным долгам регламентируются ст. 269 НК РФ. Сумма резерва определяется по результатам инвентаризации дебиторской задолженности на последний день отчетного периода в следующем порядке:

Таблица 10. Определение суммы резерва по сомнительным долгам

|  |  |
| --- | --- |
| Срок возникновения задолженности, дней | Размер создаваемого резерва, (в % от суммы долга) |
| Свыше 90 | 100 |
| От 45 до 90 | 50 |
| До 45 | (резерв не создается) |

Резерв создается по каждому сомнительному долгу, не погашаемому в течение 45 дней, если он не обеспечен залогом, поручительством или банковской гарантией.

При этом общая сумма создаваемого резерва не может превышать 10% выручки от реализации последнего отчетного периода.

Резерв используется на покрытие убытков от списания безнадежных, нереальных к взысканию долгов в связи с истечением срока исковой давности.

Создание резерва смягчает отрицательные последствия списания безнадежных долгов, но не устраняет их. Поэтому ООО «АРТ-КОЛОР» необходима взвешенная политика финансовых взаимоотношений с заказчиками:

* предоставлять отсрочку или рассрочку платежа только при наличии уверенности в надежности заказчика;
* вести картотеку заказчиков и следить за динамикой их финансового состояния; при отсутствии информации от заказчика требовать предоплаты или поручительства.

6. Шестая причина – недостаточно эффективная система контроля деятельности работников со стороны директора. Следует помнить, что документально изложенные задания и отчеты приоритетны перед устными.

7. Седьмая причина состоит в том, что прибыль, заработанная предприятием, остается в его распоряжении не в полном объеме. Часть заработанной прибыли уходит на расходы непроизводственного характера. Сокращение непроизводственных расходов из прибыли также может стать путем оптимизации прибыли, и, следовательно, финансового положения компании.

На рис. 2 в обобщенном виде представлены рассмотренные выше причины снижения прибыльности организации.

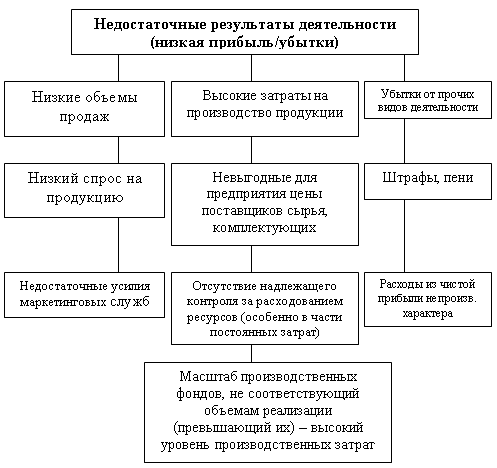


Рис. 2. Недостаточные результаты деятельности ООО «АРТ-КОЛОР»

## 3.2 Расчет влияния качества товара и просроченной дебиторской задолженности на величину прибыли

Резервы роста прибыли формируются за счет факторов, воздействующих на ее величину (объема проданной продукции, цены реализации, себестоимости продукции, качества и ассортимента товара, рынков сбыта и т.д.).

В дополнение к ранее проанализированным факторам рассмотрим, как повлияет на прибыль повышение качества товара.

Таблица 11. Влияние качества товара на изменение цены реализации в ООО «АРТ-КОЛОР» в декабре 2007 г

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Сорт товара | Цена реализации, руб. | Удельный вес, % | | | Изменение средней цены реализации, руб. |
| План | Факт | Факт к плану, +/- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | 241 | 78 | 87 | 9 | 21,7 |
| 2 | 215 | 20 | 13 | -7 | -15,1 |
| 3 | 203 | 2 | 0 | -2 | -4 |
| Всего: | - | 100 | 100 | - | 2,6 |

Полученный результат показывает, на сколько процентов увеличится прибыль при изменении выручки на один процент. Он называется эффектом операционного рычага и используется для анализа предпринимательского риска. Чем выше значение операционного рычага, тем выше чувствительность прибыли к изменению выручки, тем больший прирост обеспечивает один процент прироста выручки.

Величина операционного рычага зависит от структуры имущества предприятия. Если в составе активов фирмы основные средства занимают значительную долю, то данный показатель будет более чувствительным, так как имеет место высокий уровень постоянных издержек, связанных с содержанием основных средств. Высокая чувствительность наблюдается и при работе предприятия ближе к точке безубыточности. В таком случае необходимо постоянно контролировать масштабы производственной и сбытовой деятельности.

На формирование чистой прибыли оказывают влияние прочие доходы, расходы, что необходимо учитывать при подсчете резервов. Величину экономических потерь за счет списания просроченной дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, можно рассчитать по следующей формуле:



где ΔПдз – изменение прибыли за счет изменения просроченной дебиторской задолженности;

360 – период финансовой отчетности, из расчета 30 дней в месяце (30 х 12);

3 – срок исковой давности просроченной задолженности (лет);

Пдз – сумма просроченной дебиторской задолженности, тыс. руб.;

Рдз – рентабельность использования дебиторской задолженности;



ПОдз – фактический период оборачиваемости дебиторской задолженности, дней;



Пример. Просроченная дебиторская задолженность на предприятии ООО «АРТКОЛОР» в 2006 году составила 120 тыс. руб., рентабельность ее использования – 20%, период оборачиваемости – 180 дней. Таким образом, было недополучено прибыли на сумму 144 тыс. руб. (360×3×120×20)/(180×100%).

# Заключение

Работа предприятия в условиях перехода к рыночной экономике связана с повышением стимулирующей роли прибыли. Использование прибыли в качестве основного оценочного показателя способствует росту объема производства и реализации продукции, повышению его качества, улучшению использования имеющихся производственных ресурсов. Усиление роли прибыли обусловлено также действующей системой ее распределения, в соответствии с которой повышается заинтересованность предприятий в увеличении не только общей суммы прибыли, но и особенно той ее части, которая остается в распоряжении предприятии и используется в качестве главного источника средств, направляемых на производственное и социальное развитие, а также на материальное поощрение работников в соответствии с качеством затраченного труда.

Таким образом, прибыль играет решающую роль в стимулировании дальнейшего повышения эффективности производства, усиления материальной заинтересованности работников в достижении высоких результатов деятельности своего предприятия. Дальнейшее усиление распределительной и стимулирующей роли прибыли связано с совершенствованием механизма ее распределения.

В настоящей дипломной работе рассмотрены теоретические вопросы, касающиеся одной из важнейших категорий экономической прибыли, ее сущности, порядка формирования, а также изучена система показателей рентабельности торгового предприятия.

По данному вопросу можно сделать вывод, что в условиях рыночной экономики значение прибыли огромно. Стремление к ее получению ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя прибыль является сигналом, указывающим где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы. Свою роль играют и убытки. Они высвечивают ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

В ходе написания работы, был проведен анализ деятельности ООО «АРТКОЛОР» и основных показателей прибыли.

Основными видами деятельности общества являются: оптовые продажи и дистрибьюция профессиональной косметики для волос.

Общая площадь имеющегося помещения – 35 квадратных метров, торговая площадь – 15 квадратных метров.

Среднесписочная численность работников на 01 января 2007 года составляет 8 человек.

Проанализировав данные отчета о прибылях и убытках, можно сделать следующие выводы.

Замечается положительная тенденция в отчетном периоде по сравнению с предыдущим, отражающая то, что прибыль в отчетном периоде выросла и составила 4490 т.р., когда в аналогичном периоде предыдущего года она равнялась 3591 т.р.

Проведен также горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках, который свидетельствует о том, что по отношению к предыдущему периоду, выручка от продаж увеличилась на 125%, валовая прибыль – на 100,7%. Но так как расходы увеличились на 144%, что существенно ниже темпов роста выручки, а прибыль от продаж осталась на прежне уровне.

Вертикальный анализ отчета о прибылях и убытках свидетельствует о том, что изменения в структуре прибыли как положительные так и отрицательные: возросла доля валовой прибыли, но прибыль от продаж осталась прежней. Однако доля чистой прибыли уменьшилась.

В отчетном периоде чистая прибыль по сравнению с предыдущим уменьшилась на 2 тыс. рублей. На уменьшение чистой прибыли повлияло увеличение удельного веса чистой прибыли в отчетном периоде на 37,6%, и уменьшение прибыли до налогообложения на 39,8%. Таким образом, возможный резерв увеличения чистой прибыли составляет 2 тыс. рублей, за счет увеличения прибыли до налогообложения. Увеличить прибыль до налогообложения можно за счет снижения таких факторов как: уменьшение коммерчески расходов, внереализационных расходов.

Для более подробного исследования деятельности фирмы были рассчитаны показатели рентабельности, которые выражают экономическую эффективность деятельности фирмы.

Из рассчитанных показателей рентабельности можно сделать вывод.

Так рентабельность продаж в отчетном периоде снизилась по сравнению с прошлым периодом на 0,04% – такой показатель не очень значительный. Таким образом, уровень рентабельности снизился. Опережающими темпами растет себестоимость, что приводит к росту валовой прибыли.

Поэтому надо выявить возможные резервы для более эффективного повышения валовой прибыли. Следует снижать себестоимость за счет уменьшения расходов на управление, коммерческих расходов, прочих расходов.

В целях оптимизации и сокращения этих затрат необходимо отказаться от фиксированных ставок при оплате труда и увязать размер вознаграждения с результатами деятельности. Возможно, следует перейти на газовое топливо, которое является более дешевым по сравнению с бензином.

Повышение эффективности системы контроля деятельности работников со стороны директора с целью сокращения непроизводительных расходов.

Важная причина снижения прибыли связана с замедлением оборачиваемости капитала в связи с предоставлением отсрочек платежей.

Отсрочка платежа, часто используемая в ООО «АРТ-КОЛОР», должна сочетаться со стимулированием предоплаты системой скидок. Например, при полной предоплате предоставляются скидки 4% от стоимости поставленной продукции, при частичной предоплате в размере 50% стоимости отгруженной партии – скидки 3% и т.д. Система стимулов может сочетаться с системой штрафов, предусматриваемых в договорах за нарушение сроков оплаты. Однако по отношению к постоянным покупателям прибегать к штрафам нецелесообразно.

Исходя из объективной оценки своих финансовых возможностей ООО «АРТКОЛОР» должно на каждый квартал определять предельную сумму отсрочек платежа, которая может быть предоставлена покупателям. В соответствии с картотекой покупателей (заказчиков), взаимоотношений с ними определяются целесообразность и условия предоставления отсрочки платежа и предусматриваются в договорах положения, побуждающие заказчиков избегать нарушения условий расчетов.

В работе предложен график ожидаемого поступления средств от реализации по разработанной автором примерной форме.

Еще одна причина снижения прибыли – большой отток товарного запаса, связанный с предоставлением товара на реализацию в салоны красоты. По отношению к работникам салонов необходимо применять политику стимулирования продаж, основанную на объемах продаж и сроках реализации.

Это направление так же несет для ООО «АРТ-КОЛОР» риск возникновения сомнительных дебиторских долгов. Поэтому рекомендуется формирование резерва по сомнительным долгам, которое является одним из способов управления дебиторской задолженностью.

Резерв используется на покрытие убытков от списания безнадежных, нереальных к взысканию долгов в связи с истечением срока исковой давности.

Например, просроченная дебиторская задолженность на предприятии ООО «АРТКОЛОР» в 2006 году составила 120 тыс. руб., рентабельность ее использования – 20%, период оборачиваемости – 180 дней. Таким образом, было недополучено прибыли на сумму 144 тыс. руб. (360×3×120×20)/(180×100%).

В частности проведенная мной работа показала, что подробный анализ финансовых результатов помог найти пути более эффективного развития анализируемого предприятия. В ходе анализа были выявлены негативные тенденции. Руководству следует уделить этому должное внимание. Предложения, которые были внесены в эту дипломную работу, могут внести свой вклад в финансовое оздоровление фирмы.

# Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая и третья.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая.
3. О бухгалтерском учёте. Федеральный закон от 21 ноября 1996 года №129 – ФЗ. (в редакции изменений и дополнений, внесённых приказом Минфина российской Федерации от 30 июня 2006 года №86 – ФЗ).
4. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации: Приказ Минфина России от 29.07.1998 №34н.
5. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99, утв. приказом Минфина РФ от 06.07.99 №43н.
6. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/98 (утв. приказом Минфина РФ от 9 декабря 1998 г. №60н) (с изменениями от 30 декабря 1999 г.)
7. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 №32н.
8. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 №33н.
9. О формах бухгалтерской отчетности организаций. Приказ Минфина РФ от 22 июля 2003 г. №67н.
10. Инструкция по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций: Приказ Минфина России от 31.10.2000 №94н (с учетом Изменений в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету, утвержденные Приказом Минфина России от 18.09.2006 №115н).
11. Абрютина М.С. Экспресс-анализ финансово-экономической устойчивости предприятия. Индикатор финансово-экономической устойчивости. // Менеджмент в России и за рубежом. 2004. №4. С. 135-143.
12. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. – М.: ДИС, 2002.
13. Артеменко В.Г., Беллендир М.В. Финансовый анализ. – М.: ДИС, 2001
14. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. – М.: Экономика, 2004
15. Бурдина Е.Н. Анализ факторов, влияющих на изменение точки безубыточности и зону безопасности // Справочник экономиста, 2006. №4. с. 60–62.
16. Волкова О.И. Экономика предприятия. – М.: Инфра, 2005.
17. Горфинкель В.Л., Швандар В.А. Экономика предприятия. – М.: «Юнити», 2004
18. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия – М.: Инфра, 2007.
19. Добровенский В. Как оценить доходность предприятия? // Экономика и жизнь, 2006 – №35.
20. Ефимова О.В. Финансовый анализ. – М.: издательство «Бухгалтерский учет», 2005.
21. Ефимова О.В., Мельник М.В. Анализ финансовой отчетности. – М.: Изд-во ОМЕГА-Л, 2006.
22. Ефремова А.А. Различие понятий «расходы» и «затраты» в бухгалтерском учете // Бухгалтерский учет. – 2003. – №16. – С. 54.
23. Иващенко И.П. Экономическая эффективность фирмы // Экономика фирмы. 2006. №23 с. 360–384.
24. Игнатов А.В. Определение точки безубыточности на практике // Финансовый менеджмент. 2004. №10 с. 53–58.
25. Киперман Г.М. Управление дебиторской задолженностью. // «Финансовая газета. Региональный выпуск», 2006, №12
26. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 2004.
27. Ковалева А.М. Финансы. – М.: Финансы и статистика, 2003.
28. Колчина Н.В., Бурмистров Л.М., Поляк Г.Б. Финансы организации (предприятий). – М.: издательство «Проспект», 2004.
29. Лисицина Е.В., Токаренко Ч.С. Управление финансовыми резервами // Финансовый менеджмент, 2005, №6, с. 125–140.
30. Лушпов Н.А. Формула прибыли: учет различных видов деятельности. // Финансовый менеджмент, 2005, №11, с. 5–24.
31. Маевский В., Вяткин В.Н, Хриптон Дж., Казак А.Ю. Принятие финансовых решений: задачи, ситуации. // Вопросы экономики, 2004, №12, с. 152.
32. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ. – М.: «ПРИОР», 2007.
33. Матвеев П.С. Анализ деятельности фирмы. Микро- и макрофакторы. – М.: Эра, 2001
34. Нечитайло А.И. Учет финансовых результатов и распределения прибыли. М.: ФиС, 2005.
35. Новодворский В.Д., Марин В.В. Принцип сохранения капитала в отечественном бухгалтерском учете // Бухгалтерский учет. – 2002. – №18. – С. 52.
36. Побегуль И. Финансовый и статистический анализ. // Аудит и налогообложение, 2005, с. 36–42.
37. Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия. – М.: ЮНИТА – ДАНА, 2002.
38. Пучкова С.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации по данным отчетности // Бухгалтерская отчетность. 2003., с. 86–112.
39. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебн. пособие. – М.: новое издание, 2004.
40. Сафронов Н.А. Экономика предприятия. М., 2002.
41. Семеренко В.К., Казакова Р.П. Методы планирования прибыли предприятия // Справочник экономиста, 2005, №1. с. 977–85; №2. с. 99–103; №3. с. 68–78.
42. Тарбеева Е.М., Рыжова О.З. Оцениваем рентабельность финансово-хозяйственной деятельности компании // Главбух, 2005. с. 68–71.
43. Ткач В.И.; Романова С.В.; Чешаев А.С. Учет резервов предприятия. М., 2004.
44. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация. – М.: ИНФРА-М, 2005.
45. Уткин Э.А. Финансовое управление. М., 2005.
46. Федотова М. Как оценить финансовую устойчивость предприятия? М.: Финансы, 2003 – №6.
47. Хома В.И. Источники информации для финансового анализа // Вестник Моск. ун-та. Серия 6. Экономика. 2003. №4. С. 60–75.
48. Шишкоедова И.И. Методика финансового анализа предприятия // Экономический анализ, 2005, №4, с. 23–29.
49. Шишмарев Е.М. Прогнозирование прибыли // Экономический анализ, 2004, №4, с. 34–37.
50. Экономика торгового предприятия / под ред. А.И. Гребнева. М.: Экономика, 2006.
51. Ясменко Г.Н. Формирование финансовых результатов в современных условиях. // «Все для бухгалтера», 2007, №15

1. Горфинкель В.Л., Швандар В.А. Экономика предприятия. – М.: «Юнити», 2004 [↑](#footnote-ref-1)
2. Колчина Н.В., Бурмистров Л.М., Поляк Г.Б. Финансы организации (предприятий). – М.: издательство «Проспект», 2004 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ясменко Г.Н. Формирование финансовых результатов в современных условиях. // "Все для бухгалтера", 2007, №15 [↑](#footnote-ref-3)
4. Положение по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 №32н [↑](#footnote-ref-4)
5. Положение по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 №33н [↑](#footnote-ref-5)
6. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 2004 [↑](#footnote-ref-6)
7. Положение по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 №33н [↑](#footnote-ref-7)
8. Инструкция по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций: Приказ Минфина России от 31.10.2000 №94н (с учетом Изменений в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету, утвержденные Приказом Минфина России от 18.09.2006 №115н) [↑](#footnote-ref-8)
9. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика. М.: .ИЗД-ВО "Перспектива", 2005 [↑](#footnote-ref-9)
10. Липчиу Н.В. «Проблемы формирования конечных финансовых результатов деятельности организаций» // Экономический анализ: теория и практика, 2007, №7 [↑](#footnote-ref-10)
11. Там же [↑](#footnote-ref-11)
12. Речь идет именно об обоснованном снижении издержек производства и обращения. Как правило, в любом крупном предприятии разрабатываются технически (или научно) обосно­ванные нормативы по отдельным операциям и, кроме того, существуют разнообразные нормы в рамках технологического процесса (состав, структура и виды сырья и материалов, последова­тельность операций и др.). Экономия за счет нарушения технологического процесса, естествен­но, не может рассматриваться как обоснованная (вряд ли кто-то захочет кутать котлеты, в ко­торых доля мяса занижена в целях экономии затрат и снижения себестоимости). [↑](#footnote-ref-12)
13. Побегуль И.Финансовый и статистический анализ.//Аудит и налогооблажение.2005с. 36-42. [↑](#footnote-ref-13)
14. Шишмарев Е.М. Прогнозирование прибыли//Экономический анализ. 2004. №4 .с. 34-37 [↑](#footnote-ref-14)
15. Семеренко В.К., Казакова Р.П. Методы планирования прибыли организации // Справочник экономиста. 2005. №1. с. 977-85; №2. с. 99-103; №3. с. 68-78 [↑](#footnote-ref-15)
16. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ. – М.: «ПРИОР», 2007 [↑](#footnote-ref-16)
17. Отчет о прибылях и убытках ООО «АРТ-КОЛОР» приведен в приложении 6 [↑](#footnote-ref-17)
18. Киперман Г.М. Управление дебиторской задолженностью. // "Финансовая газета. Региональный выпуск", 2006, №12 [↑](#footnote-ref-18)