**Содержание**

Стр.

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc274393501)

[1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПРИБЫЛИ И ЕЕ ВИДЫ 5](#_Toc274393502)

[2. АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ, РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ООО «ЛИНИЯ» 16](#_Toc274393504)

[2.1. Экономическая характеристика организации 16](#_Toc274393505)

[2.2. Анализ и оценка уровня и динамики показателей прибыли 20](#_Toc274393506)

[2.3. Анализ формирования прибыли ООО «Линия» 23](#_Toc274393507)

[2.4. Анализ распределения и использования прибыли организации 25](#_Toc274393508)

[3. НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ 29](#_Toc274393509)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35](#_Toc274393510)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 39](#_Toc274393511)

# Приложения

# ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях важнейшей характеристикой деятельности предприятия являются его результаты, которые определяют его конкурентоспособность, потенциал в деловом сотрудничестве, является гарантом эффективной реализации экономических интересов всех участников финансовых отношений: как самого предприятия, так и его партнеров.

Большинство экономических субъектов в рыночной экономике действует на принципах состязательности. Как показывает мировой опыт, банкротство отдельных субъектов является неизбежным следствием рыночной конкуренции. Особенно часто возникновение финансовых затруднений, могущих привести к банкротству, бывает связано с финансовым кризисом, который характерен для нынешней ситуации в России и мире. В таких условиях управление немыслимо без экономического анализа, основанного на изучении данных о результатах его деятельности и финансовом состоянии предприятия.

Современный финансовый анализ имеет определенные отличия от традиционного анализа финансово-хозяйственной деятельности. Прежде всего это связано с растущим влиянием внешней среды на работу предприятия. В частности, усилилась зависимость финансовых результатов от внешних экономических процессов, надежности контрагентов.

Стремясь получать квалифицированную оценку финансового положения и решить конкретные вопросы, руководители предприятий все чаще прибегают к помощи финансовых служб и привлекают специалистов для проведения финансового анализа. При этом они, как правило, уже не довольствуются констатацией величины показателей отчетности, а рассчитывают получить конкретное заключение о динамике результатов финансово-хозяйственной деятельности и причинах их изменения. Именно данное обстоятельство обуславливает актуальность темы курсовой работы.

Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия и формирования и использования прибыли предполагают всестороннее изучение технического уровня производства, качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции, обеспеченности производства материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами и эффективности их использования. Они основаны на системном подходе, комплексном учете разнообразных факторов, качественном подборе достоверной информации и являются важной функцией управления.

Цель анализа формирования, распределения и использования прибыли предприятия – повышение эффективности его работы на основе системного изучения всех видов его деятельности. В процессе анализа исследуются совокупность технологических, социально-экономических, правовых, экологических и иных процессов, закономерности формирования, построения и функционирования систем управления; принципы построения организационных структур, эффективность применяемых методов; информационное, материально-техническое и кадровое обеспечение.

Целью данной курсовой работы является оценка формирования и направлений использования прибыли на предприятии, как важнейшего показателя эффективности деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих задач:

* рассмотреть экономическую сущность прибыли и ее видов;
* провести анализ формирования, распределения и использования прибыли предприятия на ООО «Линия»;
* разработать направления увеличения прибыли организации.

В ходе выполнения курсовой работы использованы нормативные документы, учебники, публикации в периодической печати, статистические данные и бухгалтерская отчетность предприятия.

Курсовая работа по структуре содержит введение, 3 главы, заключение, список использованной литературы, приложения.

# 1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПРИБЫЛИ И ЕЕ ВИДЫ

Основными факторами экономического и социального развития предприятия является прибыль.

Прибыль как важнейшая категория рыночных отношений выполняет ряд важнейших функций.

Во-первых, прибыль является критерием и показателем эффективности деятельности предприятия. Иными словами, сам факт прибыльности уже свидетельствует об эффективной деятельности предприятий. Величина прибыли определяется многими факторами, некоторые из них зависят от усилий предприятий, другие не зависят.

Во-вторых, прибыль обладает стимулирующей функцией. Выступая конечным финансово-экономическим результатом предприятий, прибыль приобретает ключевую роль в рыночном хозяйстве. За ней закрепляется статус цели, что предопределяет экономическое поведение хозяйствующих субъектов, благополучие которых зависит как от величины прибыли, так и от принятого в национальной экономике алгоритма ее распределения, включая налогообложение.

Прибыль – основной источник прироста собственного капитала. В условиях рыночных отношений собственники и менеджеры, ориентируясь на размер прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, принимают решения по поводу дивидендной и инвестиционной политики, проводимых предприятием с учетом перспектив его развития.

Прибыль в рыночной экономике – движущая сила и источник обновления производственных фондов и выпускаемой продукции.

И наконец, прибыль является источником социальных благ для членов трудового коллектива. За счет прибыли, остающейся на предприятии после уплаты налога, выплаты дивидендов и других первоочередных отчислений (например, на создание резервных фондов), осуществляются материальное поощрение работников и предоставление им социальных льгот, содержание объектов социальной сферы.

В третьих, прибыль является источником формирования доходов бюджетов различных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов, а также экономических санкций, и используется на различные цели, определенные расходной частью бюджета и утвержденные в законодательном порядке.

Прибыль предприятия – основной фактор его экономического и социального развития. Этот вывод вытекает из цели предпринимательской деятельности.

Методологической основой анализа финансовых результатов предприятий в условиях рыночных отношений является принятая модель их формирования и использования.

Приступая к анализу финансовых результатов, следует различать прибыль от продажи, прибыль (убыток) до налогообложения и чистую прибыль (нераспределенную прибыль (убыток) отчетного периода).

Прибыль (убыток) до налогообложения представляет алгебраическую сумму прибыли (убытка) от продаж товаров (продукции, работ, услуг), прочих доходов и расходов.

Чистая (нераспределенная) прибыль определяется как разница между суммой прибыли (убытка) до налогообложения и платежами в бюджет из прибыли. Она выступает важнейшим источником доходов предприятия, направляемых на его развитие.

Важнейшими условиями роста прибыли от реализации являются увеличение объема производства, обеспечение ритмичности отгрузки продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества и конкурентоспособности, оптимизация запасов готовой продукции на складах, своевременная ее оплата покупателями, применение прогрессивных форм расчетов за продукцию (факторинг, овердрафт).

Фактически полученная в отчетном периоде прибыль может отличаться от прошлогодней или плановой в результате воздействия внешних и внутренних факторов. В связи с этим следует всесторонне изучить такие факторы и определить степень влияния каждого из них.

Деятельность любой фирмы целенаправлена, то есть предполагается, что будет получен определенный результат, зависящий от ресурсов, находящихся в распоряжение предприятия, степени учета факторов риска, состояния внешней и внутренней среды фирмы, условий во внешней среде (рис. 1).

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ресурсы предприятия |  | Учет риска |  | Влияние внешней среды |  | Влияние внутренней среды |
|  | | | | | | |
| Результат деятельности предприятия | | | | | | |

Рис.1. Влияние различных факторов на результат деятельности

предприятия

В результате влияния множества факторов социально - экономического и политического характера возникают проблемные ситуации, когда полученные результаты отличаются от ожидаемых.

Представление об эффективности работы предприятия дает финансовая отчетность. Это совокупность определенных форм отчетности, составленных на основе данных бухгалтерского (финансового) учета (см. прил.). Финансовая отчетность позволяет оценить имущественное состояние, финансовую устойчивость, платежеспособность фирмы и другие результаты, необходимые для обоснования многих решений (например, о целесообразности предоставления или продления кредита, о надежности деловых связей).

По данным отчетности определяются потребности в финансовых ресурсах, оценивается эффективность структуры капитала, делаются прогнозы финансовых результатов. Решаются и другие задачи, связанные с управлением финансовыми ресурсами и финансовой деятельностью.

Обеспечение эффективного управления прибылью предприятия определяет ряд требований к этому процессу, основными из которых является [4, с.22]:

1. Интегрированность с общей системой управления предприятием. В какой бы сфере деятельности предприятия не принималось управленческое решение, оно прямо или косвенно оказывает влияние на прибыль. Управление прибылью непосредственно связано с производственным менеджментом, инновационным менеджментом, менеджментом персонала, инвестиционным менеджментом, финансовым менеджментом и некоторыми другими видами функционального менеджмента. Это определяет необходимость органической интегрированности системы управления прибылью с общей системой управления предприятием.
2. Комплексный характер формирования управленческих решений. Все управленческие решения в области формирования и использования прибыли теснейшим образом взаимосвязаны и оказывают прямое или косвенное воздействие на конечные результаты управления прибылью. В ряде случаев это воздействие может носить противоречивый характер. Так, например, осуществление высокоприбыльных финансовых вложений может вызвать дефицит финансовых ресурсов, обеспечивающих производственную деятельность, и как следствие — существенно уменьшить размер операционной прибыли. Поэтому управление прибылью должно рассматриваться как комплексная система действий, обеспечивающая разработку взаимозависимых управленческих решений, каждое из которых вносит свой вклад в результативность формирования и использования прибыли по предприятию в целом.

3. Высокий динамизм управления. Даже наиболее эффективные управленческие решения в области формирования и использования прибыли, разработанные и реализованные на предприятии в предшествующем периоде, не всегда могут быть повторно использованы на последующих этапах его деятельности. Прежде всего, это связано с высокой динамикой факторов внешней среды на стадии перехода к рыночной экономике, и в первую очередь — с изменением конъюнктуры товарного и финансового рынков. Кроме того, меняются во времени и внутренние условия функционирования предприятия, особенно на этапах перехода к последующим стадиям его жизненного цикла. Поэтому системе управления прибылью должен быть присущ высокий динамизм, учитывающий изменение факторов внешней среды, ресурсного потенциала, форм организации и управления производством, финансового состояния и других параметров функционирования предприятия.

4. Многовариантность подходов к разработке отдельных управленческих решений. Реализация этого требования предполагает, что подготовка каждого управленческого решения в сфере формирования, распределения и использования прибыли должна учитывать альтернативные возможности действий. При наличии альтернативных проектов управленческих решений их выбор для реализации должен быть основан на системе критериев, определяющих политику управления прибылью предприятия. Система таких критериев устанавливается самим предприятием.

5. Ориентированность на стратегические цели разви­тия предприятия. Какими бы прибыльными не казались те или иные проекты управленческих решений в текущем периоде, они должны быть отклонены, если они вступают в противоречие с миссией (главной целью деятельности) предприятия, стратегическими направлениями его развития, подрывают экономическую базу формирования высоких размеров прибыли в предстоящем периоде.

С учетом содержания процесса управления прибылью и предъявляемых к нему требований формируются его цели и задачи.

Главной целью управления прибылью является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Эта главная цель призвана обеспечивать одновременно гармонизацию интересов собственников с интересами государства и персонала предприятия.

Исходя из этой главной цели, система управления прибылью призвана решать следующие основные задачи (табл. 1).

Таблица 1

Система основных задач, направленных на реализацию главной цели управления прибылью

|  |  |
| --- | --- |
| Главная цель управления прибылью | Основные задачи управления  прибылью, направленные на реализацию главной цели |
| ОБЕСПЕЧЕНИЕ  МАКСИМИЗАЦИИ  БЛАГОСОСТОЯНИЯ  СОБСТВЕННИКОВ  ПРЕДПРИЯТИЯ  В ТЕКУЩЕМ  И  ПЕРСПЕКТИВНОМ  ПЕРИОДЕ | Обеспечение максимизации размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре. Обеспечение оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска.  Обеспечение высокого качества формируемой прибыли. Обеспечение выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия. Обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде. Обеспечение постоянного возрастания рыночной стоимости предприятия.  Обеспечение эффективности программ участия персонала в прибыли |

Обеспечение максимизации размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре. Эта задача реализуется путем оптимизации состава ресурсов предприятия и обеспечения их эффективного использования. Основными естественными ограничителями размера прибыли выступают максимально возможный уровень использования ресурсного потенциала и сложившаяся конъюнктура товарного и финансового рынков.

Обеспечение оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска. Как уже отмечалось, между этими двумя показателями существует прямо пропорциональная связь. С учетом отношения менеджеров к хозяйственным рискам формируется допустимый их уровень, определяющий агрессивную, умеренную (компромиссную) или консервативную политику осуществления тех или иных видов деятельности или проведения отдельных хозяйственных операций. Исходя из заданного уровня риска в процессе управления должен быть максимизирован соответствующий ему уровень прибыли.

3. Обеспечение высокой) качества формируемой прибыли. В процессе формирования прибыли предприятия должны быть в первую очередь реализованы резервы ее роста за счет операционной деятельности и реального инвестирования, обеспечивающих основу перспективного развития предприятия. В рамках операционной деятельности основное внимание должно быть уделено обеспечению роста прибыли за счет расширения объема выпуска продукции и освоения новых перспективных ее видов.

4. Обеспечение выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия.

Этот уровень при успешной деятельности предприятия должен быть не ниже средней нормы доходности на рынке капитала, при необходимости возмещать повышенный предпринимательский риск, связанный со спецификой деятельности предприятия, а также инфляционные потери.

5. Обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде.

Так как прибыль является основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов предприятия, ее размер определяет потенциальную возможность создания фондов производственного развития, резервного и других специальных фондов, обеспечивающих предстоящее развитие предприятия. При этом в самофинансировании развития предприятия прибыли должна отводиться главенствующая роль.

6. Обеспечение постоянного возрастания рыночной стоимости предприятия. Эта задача призвана обеспечивать максимизацию благосостояния собственников в перспективном периоде. Темп возрастания рыночной стоимости в значительной степени определяется уровнем капитализации прибыли, полученной предприятием в отчетном периоде. Каждое предприятие исходя из условий и задач хозяйственной деятельности само определяет систему критериев оптимизации распределения прибыли на капитализируемую и потребляемую ее части.

7. Обеспечение эффективности программ участия персонала в прибыли. Программы участия персонала в прибыли, призванные гармонизировать интересы собственников предприятия и его наемных работников, должны с одной стороны эффективно стимулировать трудовой вклад этих работников в формирование прибыли, а с другой стороны — обеспечивать достаточно приемлемый уровень их социальной защиты, которую государство в современных условиях полностью обеспечить не в состоянии [4, с.26].

Все рассмотренные задачи управления прибылью теснейшим образом взаимосвязаны, хотя отдельные из них и носят разнонаправленный характер (например, максимизация уровня прибыли при минимизации уровня риска; обеспечение достаточного уровня удовлетворения интересов собственников предприятия и его персонала; обеспечение достаточного размера прибыли, направляемой на прирост активов и на потребление и т.п.). Поэтому в процессе управления прибылью отдельные задачи должны быть оптимизированы между собой.

В среде предпринимателей весьма распространено мнение, что приоритетной задачей управления прибылью является обеспечение ее максимизации. Такое мнение следует рассматривать как весьма спорное. Дело в том, что максимизация прибыли на конкретном этапе деятельности предприятия не обеспечивает автоматически возрастания его рыночной стоимости (т.е. роста благо­состояния собственников в перспективном периоде). Так, полученная высокая сумма прибыли может быть полностью израсходована на цели потребления, в результате чего предприятие будет лишено основного внутреннего источника формирования финансовых ресурсов для обеспечения своего развития (а неразвивающееся предприятие теряет в перспективе свою конкурентную позицию на рынке, что приводит к снижению его рыночной стоимости). Кроме того, высокая сумма прибыли предприятия может достигаться при высоком уровне хозяйственных рисков и угрозе банкротства в последующем периоде, что также может обусловить снижение его рыночной стоимости. Поэтому в рыночных условиях максимиза­ция суммы прибыли предприятия может выступать как важная, но не приоритетная задача в рассмотренной их системе.

Как и каждая управляющая система, управление прибылью реализует свою основную цель и главные задачи путем осуществления определенных функций. Конкретизация функций управления прибылью в значительной степени определяется отраслевыми особенностями предприятий, их размерами, а также конкретными организационно-правовыми формами деятельности.

Таким образом, в рыночной экономике роль прибыль и рентабельности, как фактора экономического роста предприятия возрастает.

Эффективность производственной, инвестиционной и финан­совой деятельности организации характеризуется ее финансовы­ми результатами. Общим финансовым результатом является при­быль, которая обеспечивает производственное и социальное раз­витие организации.

Изучение прибыли проводится с целью:

* оценки выполнения плана по прибыли;
* определения состава и структуры прибыли в динамике;
* выявления и количественного измерения влияния факторов, формирующих прибыль;
* определение резервов роста прибыли и разработки рекомендаций по наиболее эффективному формированию и использованию прибыли.

Нa сумму прибыли организации влияют внешние и внутрен­ние факторы.

К внешним относят факторы, не зависящие от деятельности организации, но влияющие на финансовые результаты: состоя­ние рынка, нормы амортизации, цены и тарифы на производ­ственные ресурсы, уровень развития внешнеэкономических свя­зей, нарушение дисциплины со стороны деловых партнеров и т.п.

Внутренние факторы определяют показатели деятельности организации и ее финансовые результаты. Внутренние факторы подразделяются на:

* факторы первого порядка или составляющие элементы при­были: величина прибыли от продаж, наличие операционных и внереализационных доходов и расходов, сумма налога на при­быль и отложенных налоговых активов и обязательств;
* факторы второго порядка непосредственно определяют размер прибыли от продаж: объем реализованной продукции; цена, струк­тура, себестоимость продукции; наличие других затрат; качество продукции; политика ценообразования на предприятии и т.п.

При изучении прибыли основное внимание обращается на анализ влияния внутренних факторов на прибыль, так как он позволяет определить внутренние резервы роста прибыли.

Для расчета влияния внутренних факторов первого порядка просчитываются все доходы и расходы предприятия в базисном и отчетном периодах и определяется влияние изменения каждого вида доходов и расходов на изменение различных видов прибыли.

В соответствии с отчетом о прибылях и убытках (ф. № 2) в общую сумму доходов включаются: выручка; проценты к полу­чению; доходы от участия в других организациях; прочие доходы; отложенные нало­говые обязательства.

К общей сумме расходов относятся: себестоимость продан­ных товаров, продукции, работ, услуг; коммерческие расходы; управленческие расходы; проценты к уплате; прочие расходы; отложенные налого­вые активы и текущий налог на прибыль.

При изучении влияния внутренних факторов первого поряд­ка на прибыль просчитываются:

* величина расходов на 1 руб. доходов организации: расходы периода/доходы периода;
* величина доходов на 1 руб. расходов организации: доходы периода/расходы периода;
* расходы по основной деятельности на 1 руб. выручки от про­дажи продукции.

Таким образом, проведение комплексной диагностики прибыли и рентабельности деятельности позволяет сделать выводы о действительном положении дел на предприятии.

# 2. АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ, РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ООО «ЛИНИЯ»

## 2.1. Экономическая характеристика организации

Общество с ограниченной ответственностью «Линия» (далее – ООО «Линия») является коммерческой организацией, осуществляющей розничную торговлю продовольственными товарами в г. Чебоксары.

Общество осуществляет любые виды хозяйственной деятельности, за исключением запрещенных законодательством РФ и ЧР.

Основной целью ООО «Линия», согласно Устава, является получение прибыли.

Основными видами деятельности ООО «Линия» являются:

- розничная торговля продовольственными товарами;

- торгово-закупочная;

- коммерческо-посредническая деятельность.

Особенности действующей структуры управления ООО «Линия» связана с его организационно-правовой формой.

Высшим органом управления предприятием является собрание учредителей. Руководство текущей деятельностью предприятия осуществляет директор, который принимает решения по вопросам внутренней деятельности, представляет его интересы, совершает сделки, утверждает штаты, издает приказы и дает указания, обязательные для исполнения всеми работниками. Директор несет ответственность перед учредителями за причиненные убытки.

Управление предприятием требует слаженной, надежной деятельности, а также взаимодействия всех звеньев и уровней управления, которое осуществляется на основе действующей структуры управления. Организационная структура управления представлена на рис. 2.

Собрание учредителей

Собрание

### Директор

Заместитель директора

Главный бухгалтер

Бухгалтерия

Заведующий секцией

Заведующий секцией

Вспомогательный персонал

Продовольственные отделы

Промтоварный отдел

Рис. 2. Организационная структура управления ООО «Линия»

Для эффективного управления предприятием образована линейно-функциональная структура управления с учетом специфики организационно-правовой формы предприятия.

Преимущества линейно-функциональной структуры управления: более глубокая подготовка решений и планов, связанных со специализацией работников; освобождение главного линейного менеджера от глубокого анализа проблем; возможность привлечения консультантов и экспертов.

Недостатки линейно-функциональной структуры управления: отсутствие тесных взаи­мосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными отделе­ниями; недостаточно четкая ответственность, так как готовящий решение как правило не участвует в его реализации; чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали, а именно подчинение по иерархии управления, т.е. тенденция к чрезмерной централизации.

Рассмотрим основных конкурентов ООО «Линия» по данным табл. 1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Таблица 1  Основные конкуренты ООО «Линия» | | |
| Вид рынка | Основные конкуренты | Сильные стороны |
| Рынок продовольственных товаров (рынок чистой конкуренции) | Мини-рынок Московского района  (по улице Афанасьева) | Возможность установления более низких цен благодаря тому, что рынок не несет больших расходов по содержанию торгово-производственной базы. |
| Рынок продовольственных товаров | Магазин «Майолика» | Сильные стороны по отношению к ООО «Линия» отсутствуют |
| - | Супермаркет «Бон-аппетит» | Современная форма обслуживания, большая площадь торгового зала |
| - | Супермаркет «Столица» | Современная форма обслуживания, большая торговая площадь |
|  | Супермаркет «Саяны» | Современная форма обслуживания, большая торговая площадь |
| - | Магазин «Табачок» | Современная форма обслуживания |

Отрицательной стороной месторасположения ООО «Линия» является присутствие поблизости крупных супермаркетов с более современной, чем у исследуемого магазина, формой обслуживания. ООО «Линия» проигрывает своим конкурентам, таким как супермаркет «Саяны», «Бон-аппетит», «Столица», в таких определяющих во многом успех магазина факторах, как размеры торговых площадей, форма обслуживания – в супермаркетах практикуется такая более современная форма обслуживания, как самообслуживание.

По отношению к двум магазинам-конкурентам позиции ООО «Линия», на наш взгляд, более сильные: это магазин «Майолика» и «Табачок». Например, даже при том, что магазин «Табачок» по многим параметрам исходных условий деятельности находится в более выгодных условиях по отношению к исследуемому торговому предприятию, он имеет не больше количества покупателей по причине того, что не ассоциируется с продовольственным магазином в силу своего специфического наименования.

Магазин «Майолика», на наш взгляд, имеет нерациональную планировку торговой площади, неудобен для совершения покупок и также мало ассоциируется с магазином продуктовым опять же в силу своего не очень удачного названия, не несущего прохожим и малознакомым с этой местностью людям никакой информации о специфике своего ассортимента.

В современных условиях, когда предприятия находятся на полном самофинансировании, правильное определение потребности в оборотных средствах имеет особое значение.

Таблица 2

Система показателей обеспеченности ООО «Линия» оборотными средствами за 2008-2009 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 г. | 2009 г. | Изменение  (+; -) | Темп изменения, % |
| 1. Сумма оборотных средств, тыс. руб.  2. Объем продаж, тыс. руб.  -за год  -однодневный  3. Оборачиваемость, в днях  4. Оборачиваемость, в разах | 2284  21807  60,6  36,4  9,9 | 2323  22418  62,3  34,0  10,6 | 39  611  6,3  29,8  -44,4 | 113,7  102,8  102,8  106,6  107,1 |

Среднегодовая сумма оборотных средств ООО «Линия» изменилась за год в сторону увеличения на 39 тыс. руб. или на 13,7 % и составила 323,1 тыс. руб. в 2009 г. Оборачиваемость в 2009 г. ускорилась на 2,4 дн. и составила 34 дн.

Величина оборачиваемости в днях является одним из показателей ликвидности, так как она выражает скорость, с которой запасы могут быть обращены в наличность. В нашем случае данный показатель достаточно низок. Оборачиваемость составляет 34 дня, это говорит нам, что в среднем, за год капитал превращается в наличные денежные средства примерно 11 раз.

Таблица 3

Эффективность использования основных фондов

ООО «Линия» за 2008-2009 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 г. | 2009 г. | Изменение (+,-) | Темп изменения, % |
| 1.Среднесписочная численность, чел.  2.Объем продаж, тыс.руб.  3.Прибыль чистая, тыс.руб.  4.Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс.руб.  5.Фондоотдача, руб./руб.  6.Фондоемкость руб./руб.  7.Фондовооруженность, тыс. руб. | 35  21807  892  64,9  336,0  0,003  1,9 | 44  22418  1216  73,5  305,0  0,003  1,6 | -  611  178  -15,6  93,4  -0,001  -0,4 | 125,7  102,8  136,3  113,3  81,5  100,0  84,2 |

Показатель фондоотдачи характеризует, сколько приходится продукции и услуг в денежном выражении на 1000 руб. основных фондов. В данном случае, в 2009 г. показатель фондоотдачи составил 305 тыс. руб., что меньше аналогичного показателя за 2008 г. на 31.

Показатель фондоемкости, обратный фондоотдаче, характеризует стоимость основных средств, приходящихся на единицу продукции. В 2009 г. он составлял 0,003. На уровень фондоотдачи влияет не только сумма реализованной продукции, товаров и услуг, которая зависит от эффективности использования мощности предприятия, рабочего времени, ритмичности работы, но и структуры основных фондов. В нашем случае, показатели фондоотдачи и фондоемкости характеризуют достаточно эффективное использование основных средств; но существует возможность повысить степень их загрузки, использовать более новое и модернизированное оборудование.

# 2.2. Анализ и оценка уровня и динамики показателей прибыли

В условиях рыночной экономики прибыль выступает важнейшим фактором стимулирования производственной и предпринимательской деятельности. Конечным финансовым результатом деятельности предприятия, характеризующим его эффективность является прибыль. За счет прибыли погашаются долговые обязательства предприятия перед бюджетом и инвесторами. Сумма прибыли определяется объемом продаж, качеством, ассортиментом и конкурентоспособностью продукции на внешнем и внутреннем рынках, уровнем затрат и инфляционными процессами.

Таблица 4

Динамика финансовых результатов деятельности ООО «Линия» за 2008-2009 гг.

(тыс. руб.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 г. | 2009 г. | Изменение.  (+,-) | Темп изменения, % |
| 1. Выручка от продажи продукции, работ и услуг  2. Себестоимость продаж  3. Коммерческие расходы  4. Прибыль от продаж  5. Прочие доходы  6.Прочие расходы  7. Прибыль до налогообложения  8. Налог на прибыль  9. Чистая прибыль | 21807  20638  -  1169  122  117  1174  282  892 | 22418  21041  -  1377  245  311  1531  315  1216 | 611  403  -  208  123  194  357  33  324 | 102,8  102,0  -  117,8  2,0 р.  2,7 р.  130,4  111,7  136,3 |

По данным табл. 4, можно отметить, что за рассматриваемый период возросла выручка от продаж товаров, работ и услуг (на 2,8 %). В то же время на 403 тыс. руб. увеличилась себестоимость проданной продукции, товаров и услуг. Итогом явилась прибыль от продаж в сумме 1377 тыс. руб. Общий результат от финансово-хозяйственной деятельности предприятия – чистая прибыль в сумме 1216 тыс. руб. Таким образом, финансовые результаты деятельности ООО «Линия» за исследуемый период улучшились.

Для характеристики эффективности использования финансовых ресурсов в мировой практике используют показатели рентабельности вложений всех средств, чистых активов, функционирующих средств, собственного капитала. Рентабельность вложений в общем виде определяется по стоимости совокупных или чистых активов, имеющихся в распоряжении предприятия.

Рассмотрим рентабельность вложений в предприятие по данным таблицы 5.

Таблица 5

Показатели рентабельности ООО «Линия» за 2008-2009гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 г. | 2009 г. | Отклонение (+,-) |
| Рентабельность активов, % |  |  |  |
| - к прибыли до налогообложения | 16,5 | 20,7 | 4,2 |
| - к чистой прибыли | 13,2 | 14,9 | 1,7 |
| Рентабельность чистых активов, % |  |  |  |
| - к прибыли до налогообложения | 50,7 | 72,6 | 21,9 |
| - к чистой прибыли | 40,6 | 52,3 | 11,7 |
| Рентабельность собственного капитала, % |  |  |  |
| - к прибыли до налогообложения | 20,4 | 24,9 | 4,5 |
| - к чистой прибыли | 16,4 | 17,9 | 1,5 |
| Рентабельность функционирующих средств, % | 16,5 | 20,7 | 4,2 |

По данным табл. 5 наблюдается повышение значений всех показателей рентабельности. Рентабельность собственного капитала предприятия повысилась на 4,5 пункта, что связано с опережающим темпом прибыли до налогообложения по сравнению с ростом собственного капитала. Повышение рентабельности собственного капитала при одновременном росте рентабельности всех активов предприятия свидетельствует об эффективном использовании средств в 2008-2009 гг., что особенно наглядно проявляется в повышении показателя рентабельности функционирующих средств.

На изменение уровня рентабельности активов может оказывать влияние изменение рентабельности реализованной продукции и оборачиваемости активов.

Для более детального выяснения причин изменения рентабельности активов следует рассмотреть факторы, влияющие на изменение рентабельности.

# 2.3. Анализ формирования прибыли ООО «Линия»

В процессе анализа изучим динамику, выполнение плана прибыли от реализации продукции и определим факторы изменения ее суммы.

Таблица 6

Исходные данные для факторного анализа

прибыли от продажи в 2009 г., тыс. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | План | План, пересчитанный на фактический объем продаж | Факт |
| Выручка от продажи | 22000 | 22200 | 22418 |
| Себестоимость продаж | 20800 | 20950 | 21041 |
| Прибыль от продажи | 1200 | 1250 | 1377 |

Расчет влияния факторов на сумму прибыли можно выполнить способом цепных подстановок, используя данные таблицы. План по сумме прибыли от реализации продукции в отчетном году перевыполнен на 177 тыс. рублей (1377-1200), или на 14,8%.

Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо плановую прибыль умножить на процент перевыполнения плана по реализации продукции в оценке по плановой себестоимости и результат разделить на 100:

1200 х ⋅ 14,8 % / 100 = + 177 тыс. рублей.

Влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли устанавливают сравнением фактической суммы затрат с плановой, пересчитанной на фактический объем продаж:

21041 – 20950 = 91 тыс. рублей.

Изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на товары устанавливается сопоставлением фактической выручки с условной, которую бы предприятие получило за фактический объем реализации продукции при плановых ценах:

22418 – 20950 = + 1468 тыс. рублей.

Эти же результаты можно получить и способом цепной подстановки, последовательно заменяя плановую величину каждого фактора фактической.

Выполнение плана по реализации исчисляют сопоставлением фактического объема реализации с плановым. На данном предприятии выполнение плана по реализации составляет 101,9 %. Если бы не изменилась величина остальных факторов, сумма прибыли не увеличилась бы на 14,8% и составила 1377 тыс. рублей (1200 х⋅ 114,8% / 100).

Затем следует определить сумму прибыли при фактическом объеме и структуре реализованной продукции, но при плановой себестоимости и плановых ценах. Для этого необходимо от условной выручки вычесть условную сумму затрат. Прибыль при таких условиях составит 1250 тыс. рублей (22200 – 20950).

Нужно подсчитать также, сколько прибыли предприятие могло бы получить при фактическом объеме реализации, структуре и ценах, но при плановой себестоимости продукции. Для этого от фактической суммы выручки следует вычесть условную сумму затрат. Сумма прибыли в данном случае получится 1468 тыс. рублей (22418 – 20950).

По данным расчета можно установить, как изменилась сумма прибыли за счет каждого фактора.

Изменение суммы прибыли за счет:

объема реализации продукции: 1377 – 1200 = + 177 тыс. руб.

структуры товарной продукции: 1250 – 1377 = - 127 тыс. руб.

средних цен реализации: 1468 – 1250 = + 218 тыс. руб.

себестоимости реализованной продукции: 1377 – 1468 = - 91 тыс. руб.

Результаты расчетов показывают, что план прибыли превышен в основном за счет увеличения объема продаж на 177 тыс. рублей и за счет увеличения среднереализационных цен на 218 тыс. рублей.

Изменение структуры товарной продукции способствовало снижению суммы прибыли на 127 тыс. рублей. В связи с повышением себестоимости продукции сумма прибыли уменьшилась на 91 тыс. рублей.

Таким образом, следует отметить улучшение основных показателей рентабельности деятельности ООО «Линия». Это связано с позитивной тенденцией в соотношении темпов роста себестоимости и выручки от продаж, что в итоге привело к снижению прибыли от оказания услуг.

# 2.4. Анализ распределения и использования прибыли организации

Распределение и использование прибыли является важным хозяйственным процессом, обеспечивающим покрытие потребностей руководителей и формирование доходов государства.

Механизм распределения прибыли должен быть построен таким образом, чтобы всемерно способствовать повышению эффективности производства, стимулировать развитие новых форм хозяйствования.

С развитием приватизации и акционирования предприятия имеют право использовать полученную прибыль по своему усмотрению, кроме той части, которая подлежит обязательным вычетам, налогообложению и другим направлениям в соответствии с законодательством.

Экономически обоснованная система распределения прибыли должна гарантировать выполнение финансовых обязательств перед государством и максимально обеспечить производственные, материальные и социальные нужды предприятий.

Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, используется им самостоятельно и направляется на дельнейшее развитие деятельности предприятия. Никакие органы, в том числе государство, не имеют права вмешиваться в процесс использования, удовлетворения материальных и социальных потребностей трудовых коллективов.

Наряду с финансированием производственного развития прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, направляется на удовлетворение потребительских и социальных нужд. Так, из это прибыли выплачиваются единовременные поощрения и пособия уходящим на пенсию, а также надбавки к пенсиям, дивиденды по акциям и вкладам членов трудового коллектива в имущество предприятий, производятся расходы по оплате дополнительных отпусков сверх установленной законом продолжительности, оплачивается жилье, оказывается материальная помощь. Кроме того, осуществляются расходы на бесплатное питание или питание по льготным ценам. Обеспечивая производственные, материальные и социальные потребности за счет чистой прибыли, предприятие должно стремиться к установлению оптимального соотношения между фондом накопления и потребления с тем, чтобы учитывать условия рыночной конъюнктуры и вместе с тем стимулировать и поощрять результаты труда работников предприятия.

Прибыль используется в случаях нарушения предприятием действующего законодательства для уплаты различных штрафов и санкций.

Итак, наличие чистой прибыли, создающей стимулирующие условия хозяйственного развития предприятия при переходе к рынку, является важным фактором дальнейшего укрепления и расширения предпринимательской деятельности.

Основная задача анализа использования прибыли состоит в выявлении тенденций и пропорций, сложившихся в распределении прибыли за отчетный период по сравнению с планом в динамике. По результатам анализа разрабатываются рекомендации по изменению пропорций в распределении прибыли и наиболее рациональному ее использованию.

В процессе анализа необходимо изучить динамику доли прибыли, которая идет на самофинансирование предприятия и материальное стимулирование работников, и таких показателей, как сумма самофинансирования и сумма капитальных вложений на одного работника, сумма зарплаты и выплат на одного работника, сумма прибыли на одного работника, один рубль основных производственных фондов.

Кроме того, в процессе анализа необходимо изучить выполнение плана по использованию прибыли, для чего фактические данные об использовании прибыли по всем направлениям сравниваются с данными плана и выясняются причины отклонения от плана по каждому направлению использования прибыли.

Основными факторами, определяющими размер отчислений в фонды накопления и потребления, могут быть изменение суммы чистой прибыли и коэффициента отчислений прибыли в соответствующие фонды.

Механизм распределения прибыли должен быть построен таким образом, чтобы всемерно способствовать повышению эффективности производства.

Предприятие, обеспечивая производственные, материальные и социальные потребности за счет чистой прибыли должно стремиться к установлению оптимального соотношения между фондом накопления и потребления с тем, чтобы учитывать условия рыночной конъюнктуры и вместе с тем стимулировать и поощрять результаты труда работников предприятия.

Анализируя изменение суммы отчислений чистой прибыли в фонды специального назначения, необходимо знать факторы формирования этих фондов. Основным фактором является чистая прибыль. Поэтому с увеличением чистой прибыли повышаются отчисления в фонды.

Рыночные условия хозяйствования определяют приоритетные направления собственной прибыли. Развитие конкуренции вызывает необходимость расширения производства, его совершенствования, удовлетворения материальных и социальных потребностей трудовых коллективов.

Направления использования чистой прибыли определяются предприятием самостоятельно и, как правило, включают отчисления в резервный капитал, фонды накопления, фонды потребления и фонд социальной сферы, отвлечения на благотворительные и другие цели. Рассмотрим динамику и структуру отчислений от прибыли ООО «Линия» по данным таблицы 7.

Таблица 7

Распределение чистой прибыли ООО «Линия» за 2008-2009 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 г. | | 2009 г. | |
| сумма,  тыс.р. | уд.вес,  % | сумма,  тыс.р. | уд.вес,  % |
| 1. Чистая прибыль – всего,  в т.ч. использовано: | 550 | 100,0 | 732 | 100,0 |
| 1.1. Отчисления в резервный капитал и фонды | 124 | 22,6 | 153 | 20,9 |
| 1.2. Отчисления в фонды накопления | 157 | 28,5 | 280 | 38,3 |
| 1.3. Отчисления в фонд потребления | 189 | 34,4 | 225 | 30,7 |
| 1.4. На благотворительные и другие цели | 80 | 14,5 | 74 | 10,1 |

Как следует из данных таблицы 7, чистая прибыль в 2009 году увеличилась на 182 тыс. рублей. Соответственно увеличились отчисления в фонды. Рост отчислений в фонд потребления составил 36 тыс. рублей, отчисления в резервный фонд возросли на 29 тыс.руб. Вместе с тем, изменилась структура отчислений: снизилась по сравнению с прошлым годом доля отчислений в резервный фонд (на 1,7 п.п.) при увеличении доли отчислений в фонд накопления (на социальное развитие, материальное поощрение) на 9,8 пункта. Незначительно снизилась доля отчислений на благотворительные и другие цели.

Таким образом, происходит повышение удельного веса реинвестированной прибыли, обеспечивающей расширение предпринимательской деятельности, что заслуживает положительной оценки.

# НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

Для достижения требований оптимальности ассортимента предприятие должно проводить стратегическую ассортиментную политику, учитывая потребности населения различных социальных групп. С этой целью должны проводиться маркетинговые исследования широкого круга потребителей, определяться основные направления формирования ассортимента, к которым относятся: расширение, стабилизация, обновление, совершенствование, гармонизация и диверсификация ассортимента.

С начала февраля в ООО «Линия» предлагается проводить реализацию товаров со скидками.

Приведем расчет эффективности предоставления скидок на товары, реализуемые ООО «Линия».

Таблица 8

Расчет дополнительного среднедневного объема реализации за счет внедрения системы скидок ООО «Линия»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименова-ние | Скидка, % | Количество купленных товаров | | Средняя цена товара, руб. | | Объем реализации, руб. | | Прирост руб. |
| до пред. скидок | после пред. скидок | до пред скидок | после пред. скидок | до пред. скидок | после пред. скидок |
| Продовольственные товары | 5 | 259 | 283 | 53 | 50 | 13727 | 14150 | +423 |

Выручка от реализации товаров в ООО «Линия» составит 31085,4 руб. в день после внедрения системы скидок, дополнительный доход составит 423 руб. в день, что за месяц позволит получить дополнительно 12690 руб.

Если рассматривать хозяйственные отношения в ООО «Линия» в общем, то, необходимо улучшить организацию оплаты за товар, т.к. иногда случается, так что за неуплату товара его соответственно не доставляют, в связи с этим возникает неудовлетворение покупательского спроса. Улучшить график завоза на некоторые товары, т.к. периодически происходят задержки поступления некоторых товаров.

Проанализируем, как оценивается и выбирается потенциальный поставщик по доставке товаров на примере мясокомбинатов (табл. 3.2).

Из табл. 9 видно что, ассортимент товаров у всех поставщиков примерно одинаковый.

Таблица 9

Выбор и оценка потенциальных поставщиков в «Линия»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерии выбора | Ядринский мясокомбинат | Чебоксарский мясокомбинат | Вурнарский мясокомбинат | Звениговский мясокомбинат |
| Ассортимент | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Условия поставки | 5 | 4 | 4 | 2 |
| Цена | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Форма оплаты | 5 | 5 | 4 | 3 |
| Качество продукции | 5 | 5 | 5 | 5 |
| ИТОГО | 24 | 23 | 22 | 18 |

Наиболее подходящие условия поставки у Ядринского, Чебоксарского и Вурнарского мясокомбинатов. Цена проктически одинаковая, форма оплаты более подходящая у Ядринского и Чебоксарского мясокомбината. Качество продукции одинаковое у всех. Таким образом, по сумме баллов в качестве поставщика выбран Ядринский мясокомбинат и Чебоксарский мясокомбинат.

Успех в работе на предприятии (рост уровня и качественных показателей торговли, его конкурентоспособность) в современных условиях зависит не только от торговых процессов. Большая роль в этом отводится совершенствованию уровня руководства предприятия и управленческой деятельности.

В настоящее время самообслуживание является одним из прогрессивных и эффективных методов продажи. На основе проведенного анализа нами разработан проект магазина самообслуживания.

Главная цель проекта – организация конкурентоспособного магазина самообслуживания с широким ассортиментом предлагаемых товаров продовольственной группы.

В магазине планируется реализовать продукцию товарных групп продовольственных товаров, представленных более 3000 наименованиями. Начало продажи товаров планируется на 01 января 2011 г.

При принятии положительного решения о финансировании проекта по созданию магазина, для его успешной реализации потребуется выполнение следующих этапов и работ (табл. 10).

Таблица 10

Этапы организации магазина самообслуживания

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название | Дата начала этапа | Дата завершения этапа |
| Реконструкция и ремонт помещения | 01.11.2010 | 31.12.2010 |
| Приобретение холодильного оборудования | 18.11.2010 | 31.12.2010 |
| Приобретение торгового оборудования | 18.11.2010 | 31.12.2010 |
| Приобретение программного обеспечения | 18.11.2010 | 31.12.2010 |
| Формирование товарных запасов | 25.11.2010 | 31.12.2010 |
| Продажа сформированного ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров | 01.01.2011 | ... |

Для организации деятельности магазина самообслуживания необходимо приобрести:

1) реконструкция и ремонт помещения – 350 000 руб.;

2) холодильное оборудование – 555000 руб.;

3) торговое оборудование - 185 500 руб.;

4) программное обеспечение – 188 000 руб.

На заключительном подготовительном этапе будет проводиться работа по формированию товарных запасов продовольственных товаров.

С 01 января 2011 г. планируется начать продажу товаров.

Магазин «Линия» в течение первого месяца проекта предусматривает закупку холодильного и технологического оборудования, программного обеспечения для организации торгово-технологического процесса магазина по типу самообслуживания. Структура оборота магазина на 90 % представлена продовольственными товарами и на 10% непродовольственными товарами. Прогнозируемый ежемесячный оборот составляет 2 000 000 руб., его состав по магазину приведен в табл. 11.

Таблица 11

Ежемесячный объем продаж товаров в ООО «Линия»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Дата начала продаж | Объем продаж, руб. |
| Продовольственные товары | 01.01.2009 г. | 1 800 000 |
| Непродовольственные товары | 01.01.2009 г. | 200 000 |
| Итого |  | 2 000 000 |

Средняя торговая надбавка прията 20 %, ежемесячно на формирование товарных запасов будет затрачиваться:

- по продовольственной группе – 1 500 000 руб.;

- по непродовольственным товарам – 166 667 руб.

Цены, принятые для расчета взяты по принципу предела нижних цен основных конкурентов и ниже предела сложившихся рыночных.

На настоящий момент времени имеется здание общей площадью 266,8 кв. м, торговой площадью 113,4 кв.м. В результате ремонтных работ площадь торгового зала составит 185 кв.м.

В 2011 г. прогноз выручки составит 24000 тыс. руб. (2000000 х 12). Уровень себестоимости продаж в 2009 г. составил 93,9 % (21041/ 22418), следовательно себестоимость продажи в 2011 г. может составить 22536 тыс. руб. (24000 х 93,9 / 100). Тогда планируемая на 2011 г. прибыль составит 1464 тыс. руб. (24000 – 22539).

С момента организации деятельности магазина и начала продажи продовольственных товаров целесообразно принять план маркетинга на условиях конкуренции (принятия плана активной стратегии борьбы за потребителя - клиентов). При этом принцип построения стратегии маркетинга предусматривает борьбу за охват большего круга потребителей как перспективу развития предприятия в долгосрочном периоде. Реализация стратегического принципа основана на воздействии на потребительский рынок предлагаемого сектора производства всеми доступными средствами - качество обслуживания, оказание дополнительных услуг, оптимальная цена, реклама и другие эффективные инструменты справедливой конкурентной борьбы.

На первом этапе предусматривается внедрение на рынок посредством предоставления гибких цен на продукцию, что позволит ознакомить целевую аудиторию с ассортиментом товаров, их качеством.

Рекламная кампания в краткосрочном периоде позволит проинформировать целевые сегменты о возможности приобретения товаров посредством самообслуживания, убедить клиентов выгодности приобретения, а в долгосрочном периоде сформировать значительную группу постоянных клиентов.

Основными задачами, стоящими перед ООО «Линия» в маркетинговой политике являются:

1. анализ рациональности использования торговой площади и принятие решений о повышении эффективности ее использования, увеличение объемов деятельности;
2. анализ ценовой, сбытовой, рекламной стратегии предприятия и методов стимулирования сбыта, выявление их сильных и слабых сторон деятельности;
3. разработка и формирование кратко-, средне- и долгосрочных прогнозов по реализации товаров;
4. определение наиболее перспективных целевых сегментов рынка и разработка ориентированной на них стратегии;
5. разработка предложений по созданию (корректировке) элементов фирменного стиля, используемых средств рекламы.

С позиции маркетинга предприятие будет внедрять политику гарантированного качества. Реализации маркетинговой стратегии будет способствовать формированию и укрепления имиджа предприятия, а также позволит увеличивать оборот розничной торговли.

При разработке плана продажи продовольственных товаров в ООО «Линия» для определения оптимального варианта ценовой политики применен метод ценообразования в нижних пределах цен конкурентов. Применение такого метода ценообразования в сочетании с высоким качеством товара и достойного уровня обслуживания обеспечит стабильную работу магазина.

Эффективная деятельность торгового предприятия гарантирует устойчивый рост прибыли, которая будет направляться как на социальное развитие трудового коллектива и повышение его уровня жизни, так и на развитие с последующим ростом доли на рынке продажи продовольственных товаров.

Данный проект можно признать эффективным и рекомендовать к финансированию, так как чистый приведенный доход имеет положительное значение.

Внедрение перечисленных мероприятий будет способствовать повышению конкурентоспособности и позволит повысить эффективность коммерческой работы ООО «Линия».

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общество с ограниченной ответственностью «Линия» является коммерческой организацией, осуществляющей розничную торговлю продовольственными товарами в г. Чебоксары.

Среднегодовая сумма оборотных средств ООО «Линия» изменилась за год в сторону увеличения на 39 тыс. руб. или на 13,7 % и составила 323,1 тыс. руб. в 2009 г. Оборачиваемость в 2008 г. по сравнению с 2005 г. замедлилась и составила 36,4 дн., а в 2009 г. ускорилась на 2,4 дн. и составила 34 дн.

Величина оборачиваемости в днях является одним из показателей ликвидности, так как она выражает скорость, с которой запасы могут быть обращены в наличность. В нашем случае данный показатель достаточно низок. Оборачиваемость составляет 34 дня, это говорит нам, что в среднем, за год капитал превращается в наличные денежные средства примерно 11 раз. По сравнению с 2008 г. показатель оборачиваемости ускорился на 2,4 дня, что является положительным фактором.

Показатель фондоотдачи характеризует, сколько приходится продукции и услуг в денежном выражении на 1000 руб. основных фондов. В данном случае, в 2009 г. показатель фондоотдачи составил 305 тыс. руб., что меньше аналогичного показателя за 2008 г. на 31.

Показатель фондоемкости, обратный фондоотдаче, характеризует стоимость основных средств, приходящихся на единицу продукции. В 2009 г. он составлял 0,003. На уровень фондоотдачи влияет не только сумма реализованной продукции, товаров и услуг, которая зависит от эффективности использования мощности предприятия, рабочего времени, ритмичности работы, но и структуры основных фондов. В нашем случае, показатели фондоотдачи и фондоемкости характеризуют достаточно эффективное использование основных средств; но существует возможность повысить степень их загрузки, использовать более новое и модернизированное оборудование.

Показатель фондовооруженности показывает, что на одного работника предприятия в 2009 г. приходилось 1,6 тыс.руб. стоимости основных средств, что на 15,8 % меньше аналогичного показателя за 2008 г.

За рассматриваемый период возросла выручка от продаж товаров, работ и услуг (на 2,8 %). В то же время на 403 тыс. руб. увеличилась себестоимость проданной продукции, товаров и услуг.

Итогом явилась прибыль от продаж в сумме 1377 тыс. руб. Общий результат от финансово-хозяйственной деятельности предприятия – чистая прибыль в сумме 1216 тыс. руб. Таким образом, финансовые результаты деятельности ООО «Линия» за исследуемый период улучшились.

Наблюдается повышение значений всех показателей рентабельности. Рентабельность собственного капитала предприятия повысилась на 4,5 пункта, что связано с опережающим темпом прибыли до налогообложения по сравнению с ростом собственного капитала. Повышение рентабельности собственного капитала при одновременном росте рентабельности всех активов предприятия свидетельствует об эффективном использовании средств в 2008-2009 гг., что особенно наглядно проявляется в повышении показателя рентабельности функционирующих средств.

Чистая прибыль в 2009 году увеличилась на 182 тыс. рублей. Соответственно увеличились отчисления в фонды. Рост отчислений в фонд потребления составил 36 тыс. рублей, отчисления в резервный фонд возросли на 29 тыс.руб. Вместе с тем, изменилась структура отчислений: снизилась по сравнению с прошлым годом доля отчислений в резервный фонд (на 1,7 п.п.) при увеличении доли отчислений в фонд накопления (на социальное развитие, материальное поощрение) на 9,8 пункта. Незначительно снизилась доля отчислений на благотворительные и другие цели.

Таким образом, происходит повышение удельного веса реинвестированной прибыли, обеспечивающей расширение предпринимательской деятельности, что заслуживает положительной оценки.

Следует отметить улучшение основных показателей рентабельности деятельности ООО «Линия». Это связано с позитивной тенденцией в соотношении темпов роста себестоимости и выручки от продаж, что в итоге привело к снижению прибыли от оказания услуг. Хотя дополнительный прирост операционных доходов обеспечил предприятию положительный итоговый результат в виде чистой прибыли, которая в 2005 году составила 114 тыс. рублей, в 2008 году – 892 тыс. руб., в 2009 г. – 1216 тыс. руб.

Руководству ООО «Линия» необходимо и дальше придерживаться принятой стратегии и разработать новые направления деятельности, которые позволят повысить эффективность деятельности предприятия в целом.

Если рассматривать хозяйственные отношения в ООО «Линия» в общем, то, необходимо улучшить организацию оплаты за товар, т.к. иногда случается, так что за неуплату товара его соответственно не доставляют, в связи с этим возникает неудовлетворение покупательского спроса. Улучшить график завоза на некоторые товары, т.к. периодически происходят задержки поступления некоторых товаров.

Наиболее подходящие условия поставки у Ядринского, Чебоксарского и Вурнарского мясокомбинатов. Цена проктически одинаковая, форма оплаты более подходящая у Ядринского и Чебоксарского мясокомбината. Качество продукции одинаковое у всех. Таким образом, по сумме баллов в качестве поставщика выбран Ядринский мясокомбинат и Чебоксарский мясокомбинат.

ООО «Линия» необходимо проводить работу по дальнейшему укреплению конкурентных позиций, используя имеющие резервы:

1. Необходимо увеличивать объемы деятельности по розничной торговле и общественному питанию, расширять ассортимент продукции и товаров; проводить гибкую ценовую политику, позволяющую вытеснять конкурентов с рынка.

1. Эффективнее использовать торговые и складские площади, посадочные места предприятия питания.
2. Снизить уровень издержек производства и обращения, минимизировать текущие затраты.
3. Эффективнее использовать оборотные средства, ускорить их оборачиваемость.

В качестве мер по стимулированию продаж в ООО «Линия», можно назвать следующее:

-организация системы скидок постоянным посетителям в зависимости от суммы заказа;

-работа над рекламным оформлением предприятия и организация рекламы в СМИ;

-рациональное размещение и выкладку товаров;

-предложение разнообразных дополнительных услуг посетителям (например, вызов такси, организация досуга).

То есть если руководство предприятия и дальше будет проводить гибкую политику по всем направлениям, то предприятие реально сможет укрепить конкурентные позиции и повысить рентабельность деятельности.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс РФ: Полн. тексты с изм и доп. На 1 ноября 2009 г.- М.: Проспект, 2009.- 416 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации // М.: Новая волна,2010. –890 с.
3. Проект Стратегии развития РФ до 2010 года. – М.: Центр стратегических разработок, 2004. – 87 с.
4. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2009. – 528 с.
5. Гершун А. Создание и реализация стратегии предприятия на базе системы взаимосвязанных показателей // Фин.газ. – 2009. Дек. (№ 50). – С.14-15.
6. Грузинов В.П. Экономика предприятия: Учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., доп. – М.: Финансы и статистика, 2007.- 207 с.
7. Егоров И.В. Управление товарными системами: Учебное пособие. – М.: Изд. – книготорговый центр «Маркетинг», 2008.- 644 с.
8. Жиделева В.В. Экономика предприятия: Учеб. пособие для вузов.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ИНФРА, 2009.-132 с.
9. Зайцев Н.Л. Экономика организации. М.: Экзамен,2010. –768 с.
10. Ивашкевич В. Оценка перспектив деятельности организации// Фин. газ.-2010.-№ 16 (апр.) - С. 6-7.
11. Кодацкий В.П. Прибыль. – М.: Финансы и статистика, 2009. –128 с.
12. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятий общественного питания: Учеб.-практ. Пособие. – Мн., «Финансы, учет и аудит», 2008. - 184 с.
13. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ: Учеб. пособие. – М.: ФБК-ПРЕСС,2007.-217 с.
14. Мумуладзе Р.Г. Менеджмент: Учеб. пособие. – М.: Издат. - торг. Корпорация «Дашков и К»: Палеотип, 2007.-176 с.
15. Раицкий К.А. Экономика предприятия: Учебн. для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд.- торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 1012 с.
16. Токарев В. Применение SWOT – анализа при разработке стратегии фирмы // Упр. компанией. – 2010. -№ 10. – С.56-59.
17. Управления организацией: Учебник /Под. ред. А. Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ИНФРА – М, 2008. – 669 с.
18. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Маркетинг, 2004. – 886 с.
19. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2008. – 448 с.
20. Чуев И.Н., Чечевицына Л.Н. Экономика предприятия: Учебник. – Издательско-торговая компания «Дашков и К», 2008. – 416 с.
21. Шепепенко Г.И. Экономика организации и планирование на предприятии. Учеб. Пособие для студентов экон.фак. и вузов. 2-е изд. доп и перераб. –Ростов\_на-Дону: Март, 2010.- 544с.
22. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. М.: Инфра-М, 2008. – 351 с.
23. Экономика предприятия: учебн. для вузов/ Под. ред. П.П.Табурчака, В.М. Тулина. – 3-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 316 с.
24. Экономика и организация деятельности предприятия: учебник /Под. общ. ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА – М, 2009.- 294 с.
25. Экономика предприятия: Учебник/Под ред. Проф. О.И. Волкова. -М.: ИНФРА-М, 2009.- 416 с.
26. Экономика предприятия/ Под ред. Е.Л. Кантора. – СПб.: Питер, 2009. – 352 с.
27. Экономика торгового предприятия: Учебн. для вузов / Под ред. Гребнева А.И. – М.: Экономика, 2008. – 238 с.
28. Юров В.Ф. Прибыль в рыночной экономике: вопросы теории и практики. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 142 с.