Введение

В условиях рыночной экономки и новых форм хозяйствования организации сталкиваются с рядом ранее не возникавших проблем. Одна из них квалифицированный выбор партнера на внутреннем и внешнем рынке, поскольку от этого зависит эффективность будущего сотрудничества. Основным, если не единственным, источником информации об устойчивости финансового положения партнера является бухгалтерская отчетность. В рыночной экономике отчетность организации базируется на обобщении данных бухгалтерского учета и является информационным звеном, связующим организацию с обществом и ее партнерами пользователями информации о деятельности организации. По данным отчетности проводится анализ результатов хозяйственной деятельности и на основании полученных результатов делается вывод об эффективности дальнейшего сотрудничества с этим партнером.

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Прибыль предприятия получают главным образом от реализации продукции, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных фондов, коммерческая деятельность на финансовых и валютных биржах и т.д.).

Розничная торговля является важнейшей отраслью хозяйственной деятельности. Основным показателем работы торговых предприятий является розничный товарооборот. В сфере розничной торговли заканчивается процесс обращения товаров, и они переходят в сферу личного потребления. Розничная торговля - реализация товаров непосредственно населению для личного потребления.

Розничная торговля подразделяется по формам собственности на государственную, коллективную, совместную, частную, смешанную.

Целью работы является анализ финансово-хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия.

Задачи работы:

1) рассмотреть организационную и производственную структуру предприятия;

2) провести анализ финансовой отчетности предприятия;

3) сделать вывод по проведенной работе.

Объектом исследования является ООО «Дилан-Маркет 2».

Предметом исследования является коммерческая деятельность ООО «Дилан-Маркет 2».

При написании данной работы были использованы следующие источники: нормативно-справочная литература, периодические издания, учредительные документы предприятия, финансовая отчетность предприятия, материалы интернета.

1 Характеристика деятельности ООО «Дилан-Маркет 2»

1.1 Организационно-правовая форма ООО «Дилан-Маркет 2»

На текущий момент ООО «Дилан-Маркет 2» является частным коммерческим предприятием и осуществляет свою деятельность в соответствии с Уставом предприятия, Конституцией РФ и действующим законодательством РФ [1].

ООО «Дилан-Маркет 2» является самостоятельным юридическим лицом, зарегистрировано в соответствии с Федеральным законом №14-ФЗ от 08.02.1998 г. «Об обществах с ограниченной ответственностью». Юридический адрес: 690080, Приморский край, г. Владивосток, ул. Командорская,11.

Торговые точки:

1) 690037, г. Владивосток, ул. Юмашева, д. 6а, тел. 44-20-56, 44-20-65

2) 690048, г. Владивосток, пр-т 100 лет Владивостоку, д. 38, тел. 33-18-71, 33-18-82

3) 690014, г. Владивосток, Народный проспект, д. 19, тел. 45-05-06, 45-05-56

4)690049, г. Владивосток, ул. Русская, д. 72,тел. 32-70-26

5) 692527, г. Уссурийск, Чичерина, 93,тел. (4234) 23-10-54

6) 692760, г. Артем, ул. Кирова 58/1Тел. (42337) 3-98-99

7) 692909, Находка, Находкинский проспект 104,Тел. (4236) 62-34-73

Целями деятельности ООО «Дилан-Маркет 2» являются расширение рынков товаров и услуг, извлечение прибыли.

Предметом деятельности ООО «Дилан-Маркет 2» являются:

- производство и реализация продукции пищевой промышленности;

- организация торгово-закупочной деятельности с использованием различным форм торговли, в том числе с организацией собственных торговых точек, специализированных и фирменных магазинов;

- оказание услуг в области маркетинга;

- осуществление операций на товарной бирже.

ООО «Дилан-Маркет 2» имеет самостоятельный баланс и расчетный счет, является самостоятельной хозяйственной единицей, действующей на основе полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости.

ООО «Дилан-Маркет 2», как и любое другое предприятие, осуществляющее финансово-хозяйственную деятельность, получает доход, с которого уплачивает различные налоги по упрощенной системе и платежи в бюджет. Средства, остающиеся у предприятия после уплаты этих налогов и платежей, поступают в его полное распоряжение.

Ассортимент алкомаркета ООО «Дилан-Маркет 2» представлен разнообразной алкогольной и безалкогольная продукцией. Данная продукция предназначена для широкого круга потребителей.

ООО «Дилан-Маркет 2» основан в 2007 году. За это время предприятие успело зарекомендовать себя надежным продавцом алкогольной продукции в Артемовском городском округе.

Основные принципы деятельности ООО «Дилан-Маркет 2»:

1) Поддержание всегда широкого ассортимента продукции.

2) Жесткий контроль за доставкой и хранением всей продукции.

3) Мгновенное реагирование на требования покупателей.

4) Гибкое ценообразование.

Предприятие постоянно заботится о расширении своего ассортимента. Идя навстречу своим покупателям, предприятие предлагает к продаже новые востребованные на алкогольном рынке позиции.

1.2 Анализ организационной структуры ООО «Дилан-Маркет 2»

Для предприятия ООО «Дилан-Маркет 2» характерна линейно-функциональная организационная структура.

Организационная структура ООО «Дилан-Маркет 2» представлена на рисунке 1.

Директор

Товаровед

Бухгалтер

Продавцы-консультанты

Рисунок 1 - Организационная структура ООО «Дилан-Маркет 2»

Многолетний опыт использования линейно-функциональных структур управления показал, что они наиболее эффективны там, где аппарату управления приходится выполнять множество рутинных, часто повторяющихся процедур и операций при сравнительной стабильности управленческих задач и функций: посредством жесткой системы связей обеспечивается четкая работа каждой подсистемы и организации в целом [5].

К достоинствам линейно-функциональной структуры управления можно отнести:

- более глубокая подготовка решений и планов, связанных со специализацией работников;

- освобождение главного линейного менеджера от глубокого анализа проблем;

- возможность привлечения консультантов и экспертов.

К недостаткам линейно-функциональной структуры управления относятся:

- отсутствие тесных взаимосвязей между производственными отделениями;

- недостаточно четка ответственность, так как готовящий решение, как правило, не участвует в его реализации;

- чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали, а именно: подчинение по иерархии управления, то есть, тенденция к чрезмерной централизации.

Непосредственное управление предприятием осуществляет директор ООО «Дилан-Маркет 2». В непосредственном подчинении директору находятся товаровед и бухгалтер.

Основную ответственность за осуществление бизнес-процессов по продаже продукции несет директор, он отвечает за закупку продукции и ее реализацию. На него одного возложены функции по поиску поставщиков и формированию клиентской базы, а также функции по проведению переговоров и заключению договоров. Если на первом этапе деятельности предприятия усилий одного человека по данным направлениям было достаточно, то на данный момент стоит задуматься над внедрением должности менеджера по продажам, который возьмет на себя блок по формированию клиентской базы, переговоры с потенциальными клиентами и подписание договоров. Это позволит директору более тщательно анализировать предложения от поставщиков, находить более выгодные варианты сотрудничества, что позволит не только уменьшить нагрузку на него, но и оптимизировать показатели себестоимости продаж. Исполнительские функции в рассматриваемых бизнес-процессах, таких как закупка, хранение и реализации продукции распределены оптимально.

В силу того, что предприятие относится к предприятиям малого бизнеса, оно не имеет возможности содержать дополнительных сотрудников для осуществления обеспечивающих бизнес-процессов. Именно поэтому, такие обеспечивающие процессы, как обеспечение безопасности и юридическое обслуживание переданы на аутсорсинг. Контроль за оперативным и качественным выполнением обеспечивающих функций также несет директор. На него же возложена ответственность за организацию административно-хозяйственного обеспечения деятельности компании. Он рассчитывает оптимальную сумму денежных средств, которую предприятие может позволить потратить на осуществление данного бизнес-процесса. Он же контролирует целевое использование выделенных денежных средств.

Немаловажную роль в процессе управления предприятием играют организационно-распорядительные методы управления, основанные на дисциплине, ответственности, власти, принуждении.

Сущность организационного регламентирования состоит в установлении правил, обязательных для выполнения и определяющих содержание и порядок организационной деятельности (положение о предприятии, устав фирмы, внутрифирменные стандарты, положения, инструкции, правила планирования, учета и т.д.).

Распорядительные методы реализуются в форме: приказа, постановления, распоряжения, инструктажа, команды, рекомендаций.

Поскольку участниками процесса управления являются люди, то социальные отношения и отражающие их соответствующие методы управления важны и тесно связаны с другими методами управления. В качестве примера применения социально-экономических методов управления можно рассмотреть следующие элементы кадровой политики ООО «Дилан-Маркет 2»:

-выплачиваются пособия при рождении ребенка;

- организуются и проводятся праздничные вечера (Новый год, 8 марта), профессиональные праздники (День торговли и т.д.);

- выплачиваются пособия при смерти родственников.

В качестве основных методов управления на рассматриваемом предприятии применяют экономические методы управления. В качестве основных методов управления здесь выступает система заработной платы и премирования. Причем, оплата труда персонала напрямую связана с результатами его деятельности в сфере ответственности или с результатами деятельности всей фирмы.

2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Дилан-Маркет 2»

2.1 Технико-экономическая характеристика ООО «Дилан-Маркет 2»

Динамика технико-экономических показателей производственно-хозяйственной деятельности за 2009-2010 годы представлена в таблице 1, для расчета данных показателей были использованы формы бухгалтерской отчетности:

- №1 «Бухгалтерский баланс» на 31 декабря 2007 года (Приложение А);

- №2 «Отчет о прибылях и убытках» за 2007 год (Приложение Б);

- №1 «Бухгалтерский баланс» на 31 декабря 2008 года (Приложение В);

- №2 «Отчет о прибылях и убытках» за 2008 год (Приложение Г);

Таблица 1 – Анализ технико-экономических показателей ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007- 2009 года

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007 | 2008 | 2009 | Отклонение | | | |
| абсолютное, тыс. руб. | | относительное, % | |
| 2008 к 2007 | 2009 к 2008 | 2008 к 2007 | 2009 к 2008 |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), тыс. руб. | 79417 | 130591 | 163295 | +51174 | +32704 | 164,44 | 125,04 |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб. | 58868 | 101560 | 127043 | +42692 | +25483 | 172,52 | 125,09 |
| Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. | 5480 | 11659 | 16715 | +6179 | +5056 | 212,76 | 143,37 |
| Фонд оплаты труда,тыс. руб. | 6200 | 7500 | 8100 | +1300 | +600 | 119,05 | 108 |
| Среднегодовая стоимость ОФ, тыс. руб. | 323 | 869 | 2359 | +546 | +1490 | 269,04 | 271,46 |
| Фондоотдача, руб./руб. | 245,9 | 150,3 | 69,2 | -95,6 | -81,1 | 61,12 | 46,04 |
| Рентабельность продаж, % | 5,9 | 8,3 | 8,7 | +2,4 | +0,4 | 140,68 | 104,82 |
| Чистая прибыль (убыток) отчетного периода, тыс. руб. | 4670 | 10798 | 14143 | +6128 | +3345 | 231,22 | 130,98 |
| Затраты на 1 руб. реализованной продукции, руб. | 0,74 | 0,78 | 0,78 | +0,04 | - | 105,41 | 100 |
| Выработка на 1 работника, тыс. руб. | 9927 | 16324 | 18144 | +6397 | +1820 | 164,44 | 111,15 |

Проанализировав данные технико-экономических показателей видно, что выручка от реализации в динамике за три периода постоянно возрастает. Если рассматривать выручку от реализации за 2008 год, то в сравнении с 2007 годом произошло значительное изменение показателя, а именно увеличение на 51174 тыс. руб. или 64,44%. В 2009 году этот показатель увеличился на 32704 тыс. руб. или 25,04% по сравнению с 2008 годом. Изменения показателя произошли за счет увеличения объемов реализуемой продукции, а также за счет роста цен на реализуемую продукцию. Затраты предприятия возрастают на протяжении трех периодов. В 2009 году затраты увеличиваются на 42692 тыс. руб. или 72,52% по отношению к 2008 году. Их увеличение связано с ростом всех составляющих компонентов совокупных затрат предприятия, а именно увеличением стоимости закупаемых товаров и ростом фонда оплаты труда. Также видно, что прибыль от продаж постоянно увеличивается. В 2008 году по сравнению с 2007 годом прибыль резко возросла на 6179 тыс. руб. или на 112,76%. В 2009 году происходит увеличение на 5056 тыс. руб. по сравнению с 2008 годом. Можно сказать, что предприятие ответственно относится к ведению финансовой деятельности. Фондоотдача в 2008 году резко снизилась на 95,6 тыс. руб. или 38,88% по сравнению с 2007 годом, а в 2009 году снижение составило 81,1 тыс. руб. или 53,96%. Изменение этого показателя в 2008 году связано с тем, что выручка возросла на 64,44%, и также основные производственные фонды увеличились на 169,04%. В 2009 году относительное отклонение выручки и основных производственных фондов еще больше различно, оно составляет увеличение выручки на 25,04%, основные производственные фонды увеличились на 171,46%. Рентабельность продаж характеризует размер прибыли на 1 руб. выручки, в данном случае рентабельность продаж в 2008 году составила 40,68%, а в 2009 году 4,82%. Соответственно рост рентабельности составил 1 пункт процента или в 2008 году на каждый рубль выручки было получено 41 копейка, а в 2009 году всего 5 копеек. Чистая прибыль – это конечный результат деятельности предприятия. Прибыль предприятия увеличилась на 6128 тыс. руб. или 131,22 % в 2008 году по сравнению с 2007 годом. В 2009 году прибыль увеличилась на 3345 тыс. руб. или 30,98% по сравнению с предыдущим периодом. Затраты на 1 рубль реализованной продукции в 2008 году по сравнению с 2007 годом увеличились на 4 копейки, а в 2009 году по сравнению с 2008 годом затраты остались неизменными, так как у предприятия сформировались определенные отношения с поставщиками. Выработка на 1 работника в 2008 году по сравнению с 2007 годом увеличилась на 6397 тыс. руб. или на 64,44%, в 2009 году по сравнению с 2008 годом выработка увеличилась на 1820 тыс. руб. ли на 11,15%.

Ни одно предприятие не может функционировать без персонала. Хозяйственная ситуация в Росси резко меняется. Работать приходится в новой атмосфере, для которой характерна особенно жесткая конкуренция во всех ее проявлениях, в том числе в борьбе за качество и профессионализм рабочей силы. К персоналу предъявляется много требований, среди которых быстрая реакция на спрос, борьба за потребителя, умение приспосабливаться к частым изменениям структуры производства и функциональных обязанностей [7]. Качественная структура трудового потенциала предприятия характеризуется рядом группировок работников по таким признакам, как пол, возраст, стаж работы на предприятии, образование, квалификация, характер механизации труда и др. На данный момент, численность работников ООО «Дилан-Маркет 2» составляет 9 человек. Состав и структура работников предприятия представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Состав и структура работников ООО «Дилан-Маркет 2» в динамике с 2009 по 2010 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Категории работников | 2008 | | 2009 | |
| чел. | % | чел. | % |
| Руководящий персонал | 1 | 12,5 | 1 | 11,1 |
| Административный персонал | 1 | 12,5 | 2 | 22,2 |
| Торговый персонал | 4 | 50 | 4 | 44,5 |
| Технический обслуживающий персонал | 2 | 25 | 2 | 22,2 |
| Всего | 8 | 100,00 | 9 | 100,00 |

Проанализировав состав и структуру персонала видно, что в 2008 году наибольший удельный вес составляет торговый персонал - продавцы-консультанты 50%, руководящий персонал в лице директора составляет 12,5 %, административный персонал в лице товароведа также составляет 12,5%, технический персонал составляет 25 %. В 2009 году наблюдается увеличение состава персонала, на работу был принят бухгалтер. Удельный вес руководящего персонала снизился на 1,4% и составил 11,1%, удельный вес административного персонала составил 22,2%, произошло увеличение на 9,7%, доля торгового персонала составила 44,5%, доля технического персонала составила 22,2%.

Организационную ответственность за подбор кадров (определение штатного расписания) и наделение их функциональными обязанностями входит в компетенцию директора ООО «Дилан-Маркет 2»».

Критерием эффективности при сравнении различных вариантов организационной структуры служит возможность наиболее полного и устойчивого достижения конечных целей системы управления при относительно меньших затратах на ее функционирование. В связи с этим, оценка эффективности управления трудовыми ресурсами необходима для определения достижимости целей, стоящих перед предпринимательской структурой. В этой связи задача предпринимательских структур заключается в организации работы таким образом, чтобы она в максимальной степени соответствовала потребностям сотрудников, позволяла активизировать их работу и повысить ее эффективность, обеспечивающую достижение повышения конкурентоспособности при наименьших затратах. Повышение  эффективности управления трудовыми ресурсами является важным условием повышения эффективности управления предпринимательской структурой в целом. При этом эффективность управления трудовыми ресурсами должна быть полностью охарактеризована системой взаимосвязанных показателей, исчисление которых основано на единых методологических принципах и учитывает их сопоставимость и соразмерность применительно к различным производственным условиям. Повышение эффективности управления трудовыми ресурсами как фактора повышения конкурентоспособности предпринимательских структур требует от них осознания и необходимости проведения анализа хозяйственной деятельности.

Повышение эффективности управления трудовыми ресурсами предполагает нахождение наилучших организационных форм, методов, технологий управления в целях достижения предпринимательской структурой определенных экономических результатов в соответствии с заданным критерием или системой критериев, в которых определение уровня интенсивности труда имеет одно из самых важных значений.

Для анализа показателей эффективности использования трудовых ресурсов ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007-2009 отчетный год составим таблицу 3.

Таблица 3 - Анализ показателей эффективности использования трудовых ресурсов ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007- 2009 года

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Период | | | Отклонение | | | | |
| Абсолютное, тыс. руб. | | Относительное, % | | |
| 2007 | 2008 | 2009 | 2008 к 2007 | 2009 к 2008 | 2008 к 2007 | 2009 к 2008 | |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), тыс. руб. | 79417 | 130591 | 163295 | +51174 | +32704 | 164,44 | 125,04 | |
| Численность работающих, чел. | 8 | 8 | 9 | 0 | +1 | 100,00 | 112,5 |
| Фонд оплаты труда, руб. | 6200 | 7500 | 8100 | +1300 | +600 | 119,05 | 108 |
| Среднемесячная зарплата, руб. | 3720 | 4000 | 4150 | +280 | +150 | 107,5 | 103,75 |
| Производительность труда, тыс. руб./чел | 9927,13 | 16323,88 | 18144 | +6396,75 | +1820,12 | 164,4 | 111,15 |

Производительность труда в 2007 году составила 9927,13 тыс. руб./чел., в 2008 году – 16323,88 тыс. руб./чел, в 2009 году – 18144 тыс. руб./чел. В 2008 году по сравнению с 2007 годом произошло увеличение показателя на 6396,75 тыс. руб./чел. или на 64,4%. В 2009 году по сравнению с 2008 годом рост показателя составил 1820,12 тыс. руб./чел. или 11,15%. В то же время средняя заработная плата работника за месяц составила в 2007 году – 3720 тыс. руб., в 2008 году – 4000 тыс. руб., в 2009 году – 4150 тыс. руб. Среднемесячная заработная плата также обнаруживает тенденцию к росту: в 2008 году по сравнению с 2007 годом наблюдается увеличение среднемесячной заработной платы на 280 тыс. руб. на 7,5%, в 2009 году по сравнению с 2008 годом – на 150 тыс. руб., или 3,75%. Темпы роста производительности труда в 2007- 2009 года существенно ниже темпов роста заработной платы, что свидетельствует о преобладании экстенсивного типа развития и низкой эффективности использования трудовых ресурсов предприятия.

Для повышения эффективности использования персонала ООО «Дилан-Маркет 2» прежде всего, необходимо повысить производительность труда. Основным резервом увеличения производительности труда работников является увеличение розничного товарооборота.

2.2 Анализ состава и динамики структуры финансовой отчетности ООО «Дилан-Маркет-2»

**2.2.1 Анализ динамики состава и структуры актива и пассива баланса**

Устойчивость финансового положения предприятия в значительной степени зависит от целесообразности и правильности вложения финансовых ресурсов в активы. В процессе функ­ционирования предприятия и величина активов, и их структура претерпевают постоянные из­менения. Наиболее общее представление об имевших место качественных изменениях в струк­туре средств и их источников, а также динамике этих изменений можно получить с помощью вертикального и горизонтального анализа отчетности.

Горизонтальный анализ отчетности заключается в построении одной или нескольких ана­литических таблиц, в которых абсолютные показатели дополняются относительными темпами роста (снижения). Как правило, берутся базисные темпы роста за смежные периоды (годы), что позволяет анализировать не только изменения отдельных показателей, но и прогнозировать их значения. Ценность ре­зуль­татов горизонтального анализа существенно снижается в условиях ин­фляции. Горизонтальный и верти­кальный анализы взаимодополняют друг друга. Эти виды анализа ценны при межхозяйственных сопоставлениях, т. к. позволяют сравнивать отчетность совершенно разных по роду деятельности и объемам производства предприятий. С помощью горизонтального анализа, представленного в таблице 4, исследуется динамика баланса, абсолютное и относительное изменение его величины.

Таблица 4 - Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Дилан-Маркет 2» за 2008 отчетный год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | На начало периода | На конец периода | Отклонение | |
| Абсолютное,  (+, -) | Относительное,  (%) |
| Актив | | | | |
| I Внеоборотные активы | 323 | 1222 | 899 | 378,3 |
| 1 Основные средства | 323 | 1192 | 869 | 369,04 |
| 2 Незавершенное строительство | - | 30 | 30 | - |
| II Оборотные активы | 14216 | 22596 | +8380 | 159 |
| 1 Запасы, в том числе: | 13227 | 20591 | +7364 | 155,7 |
| - сырье, материалы и другие материальные ценности | 90 | 67 | -23 | 74,4 |
| - готовая продукция и товары для перепродажи | 13216 | 20488 | 7272 | 155,02 |
| - расходы будущих периодов | 11 | 36 | +25 | 327,3 |
| 2 Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты) | 674 | 1489 | +815 | 220,9 |
| 3 Денежные средства | 315 | 516 | +201 | 163,8 |
| Баланс | 14539 | 23818 | +9279 | 163,8 |
| Пассив | | | | |
| III Капитал и резервы | 2856 | 1654 | -1202 | 57,9 |
| 1 Уставной капитал | 30 | 30 | 0 | 100 |
| 2 Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | 2826 | 1624 | -1202 | 57,5 |
| V Краткосрочные обязательства | 11683 | 22164 | +10481 | 189,7 |
| 1 Займы и кредиты | 8000 | 1000 | -7000 | 12,5 |
| 2 Кредиторская задолженность, в том числе: | 3683 | 21164 | +17997 | 574,6 |
| - поставщики и подрядчики | 3167 | 20903 | +17736 | 660,02 |
| - задолженность перед персоналом организации | 345 | 34 | -311 | 9,9 |
| - задолженность перед государственными внебюджетными фондами | 63 | 123 | +60 | 195,2 |
| - задолженность по налогам и сборам | 108 | 104 | -4 | 96,3 |
| Баланс | 14539 | 23818 | +9279 | 163,8 |

В результате проведения горизонтального анализа бухгалтерского баланса видно, что предприятие имеет тенденцию к росту. Величина внеоборотных активов на конец 2008 года увеличилась на 899 тысяч рублей или на 278,3% по сравнению с началом года, это связано с тем, что увеличилась величина основных средств на 869 тысяч рублей или на 269,04%, произошло за счет приобретения нового товарного оборудования. Увеличение количества основных средств расценивается, как положительная тенденция, поскольку происходит расширенное воспроизводство основных фондов предприятия, что в свою очередь положительно отражается на эффективности деятельности предприятия. На конец года в балансе предприятия добавилась статья 130 «Незавершенное строительство», которая составила 30 тысяч рублей.

Величина оборотных активов на конец 2008 года составила 22596 тысяч рублей, произошло увеличение на 8380 тысяч рублей или на 59% по сравнению с началом периода. Величина суммы запасов увеличилась на 7364 тысячи рублей или на 55,7%,это связано с тем, что произошло увеличение товаров для продажи, также предприятие увеличило ассортимент продаваемой продукции. Поскольку на конец 2008 года увеличилось количество оборотных средств предприятия, то соответственно возросла сумма налога на добавленную стоимость по балансу. Наличие долгосрочной задолженности (свыше 12 месяцев) можно расценивать, как отрицательную тенденцию, поскольку присутствуют дебиторы, оказывающие большую финансовую нагрузку для других подобных предприятий отрасли. Очевиден рост долгосрочной дебиторской задолженности (с 674 тыс. руб. до 1489 тыс. руб.), следовательно необходимо проводить реструктуризацию дебиторской задолженности и осуществлять более качественный подход к реализации продукции с целью предотвращения появления новых дебиторов предприятия.

За отчетный 2008 год на предприятии произошел рост денежных средств (с 315 тыс. руб. до 516 тыс. руб.) на 201 тысячу рублей или на 63,8% – средств предприятия, обладающих абсолютной ликвидностью. С одной стороны рост денежных средств является положительной тенденцией, с другой стороны - для повышения эффективности работы предприятия необходимы вложения временно свободных денежных средств в расширение производства, в разработку новой продукции, в рекламу предприятия.

На конец 2008 года произошел рост валюты баланса (с 14539 тыс. руб. до 23818 тыс. руб.) на 9279 тысяч рублей ли на 63,8%, что характеризует повышение активности деятельности предприятия ООО «Дилан-Маркет-2» на рынке города Артем.

Величина собственного капитала на конец 2008 года уменьшилась на 1202 тысячи рублей или на 42,1% по сравнению с началом года, это связано с тем, что уменьшилась величина нераспределенной прибыли на 1202 тысячи рублей или на 42,1%. Долгосрочные обязательства на предприятии отсутствуют. Также произошел рост краткосрочных обязательств. Проанализируем за счет каких статей пассива баланса произошло данное увеличение. Доля краткосрочных банковских кредитов и займов снизилась на 7000 тыс. рублей, это означает, что предприятие в своей деятельности стало меньше прибегать к помощи финансово-кредитных учреждений.

Однако, рост кредиторской задолженности является негативной тенденцией на предприятии. Кредиторская задолженность возросла на 17997 тыс. руб. Данная задолженность представлена задолженностью перед поставщиками и подрядчиками, которая увеличилась на 17736 тыс. руб., задолженность перед государственными внебюджетными фондами увеличилась на 60 тыс. руб., задолженность перед персоналом организации снизилась на 311 тыс. руб., задолженность по налогам и сборам также снизилась на 4 тыс. руб. Сравнивая уровень роста дебиторской задолженности (на 815 тыс. руб.) и уровень роста кредиторской задолженности (на 17997 тыс. руб.) видно, что предприятие не выполняет своих обязательств перед кредиторами, что негативно характеризует выбранную политику взаимодействия со сторонними организациями на предприятии ООО «Дилан-Маркет 2».

Вертикальный анализ показывает структуру средств предприятия и их источников. Есть две причины, обуславливающие необходимость и целесообразность проведения такого анализа: с одной стороны - переход к относительным показателям позволяет проводить межхозяйствен­ные срав­нения экономического потенциала и результатов деятельности предприятий, различа­ющихся по вели­чине используемых ресурсов и другим объемным показателям; с другой сторо­ны - относительные показатели в определенной степени сглаживают негативное влияние ин­фляционных процессов, которые могут существенно искажать абсолютные показатели фи­нан­совой отчетности и тем самым затруднить их сопоставление в динамике. Вертикальному анали­зу можно подвергнуть либо исходную отчетность, либо модифици­рованную отчетность (с укрупненной или трансформированной номенклатурой статей).

С помощью вертикального анализа, представленного в таблице 5, исследуется структура баланса, абсолютное и относительное изменение его величины.

Таблица 5 – Вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Дилан-Маркет 2» за 2008 отчетный год

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | На начало периода тыс. руб. | Удельный вес, % | На конец периода, тыс. руб. | Удельный вес, % | Отклонение | |
| Абсолютное  (+, -) | Относительное % |
| Актив | 14539 | 100 | 23818 | 100 |  | 100 |
| I Внеоборотные активы | 323 | 2,22 | 1222 | 5,13 | 2,91 | 230,94 |
| 1 Основные средства | 323 | 2,22 | 1192 | 5,00 | 2,78 | 225,27 |
| 2 Незавершенное строительство |  | 0 | 30 | 0,13 | 0,13 |  |
| II Оборотные активы | 14216 | 97,78 | 22596 | 94,87 | -2,91 | 97,02 |
| 1 Запасы, | 13227 | 90,98 | 20591 | 86,45 | -4,52 | 95,03 |
| в том числе: |  |  |  |  |  |  |
| - сырье, материалы и другие материальные ценности | 90 | 0,62 | 67 | 0,28 | -0,34 | 45,44 |

Продолжение таблицы 5

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| - готовая продукция и товары для перепродажи | 13216 | 90,90 | 20488 | 86,02 | -4,88 | 94,63 |
| - расходы будущих периодов | 11 | 0,08 | 36 | 0,15 | 0,08 | 199,77 |
| 2 Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты) | 674 | 4,64 | 1489 | 6,25 | 1,62 | 134,85 |
| 3 Денежные средства | 314 | 2,16 | 516 | 2,17 | 0,01 | 100,31 |
| Пассив | 14539 | 100 | 23818 | 100 | 0,00 | 100,00 |
| III Капитал и резервы | 2856 | 19,64 | 1654 | 6,94 | -12,70 | 35,35 |
| 1 Уставной капитал | 30 | 0,21 | 30 | 0,13 | -0,08 | 61,04 |
| 2 Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | 2826 | 19,44 | 1624 | 6,82 | -12,62 | 35,08 |
| V Краткосрочные обязательства | 11683 | 80,36 | 22164 | 93,06 | 12,70 | 115,80 |
| 1 Займы и кредиты | 8000 | 55,02 | 1000 | 4,20 | -50,83 | 7,63 |
| 2 Кредиторская задолженность, | 3683 | 25,33 | 21164 | 88,86 | 63,53 | 350,77 |
| в том числе: |  |  |  |  |  |  |
| - поставщики и подрядчики | 3167 | 21,78 | 20903 | 87,76 | 65,98 | 402,89 |
| - задолженность перед персоналом организации | 345 | 2,37 | 34 | 0,14 | -2,23 | 6,02 |
| - задолженность перед государственными внебюджетными фондами | 63 | 0,43 | 123 | 0,52 | 0,08 | 119,18 |
| - задолженность по налогам и сборам | 108 | 0,74 | 104 | 0,44 | -0,31 | 58,78 |

В результате проведения вертикального анализа бухгалтерского баланса видно, удельный вес стоимости внеоборотных активов предприятия за изученный период существенно увеличился. На 1-е января 2008 г. удельный вес основных средств составлял 2,22 % от итога (валюты) баланса. На 31 декабря 2008 г. данный показатель составлял 5 %, произошло увеличение на 2,78%, при этом в абсолютных размерах стоимость основных средств возросла с 323 тыс. руб. до 1222 тыс. руб. На конец 2008 у предприятия появилась новая статья «Незавершенное строительство» удельный вес, которой составил 2,5%. В целом же доля внеоборотных активов в общей величине валюты баланса увеличилась с 2,22 до 5,13 %, что составило 2,91 %. За указанными изменениями, как представляется, скрываются следующие обстоятельства: предприятие освободилось от излишних основных средств; благодаря практическому уменьшению доли внеоборотных активов и увеличению их стоимости в абсолютном исчислении имущество предприятия более ликвидным не стало. В то же время увеличение незавершенного строительства как по абсолютным размерам, так и по удельному весу свидетельствует о том, что предприятие ведет крупное по масштабам строительство новых объектов.

При уменьшении удельного веса труднореализуемых внеоборотных активов (основных средств) удельный вес среднереализуемых оборотных активов (материалов) также уменьшился на 2,98 % - с 97,78 до 94,87 % валюты баланса. Удельный вес запасов сократилась на 4,52%. При этом произошло уменьшение сырья, материалов и других материальных ценностей на 0,34%. Также сократилась доля готовой продукции и товаров для перепродажи на 4,88%: с 90,90 до 86,02 % валюты баланса. Произошло увеличение удельного веса расходов будущего периода на 0,08%. В то же время резко увеличилась доля дебиторской задолженности на 1,62%. Доля свободных денежных средств увеличилась на 0,01%.

Существенно изменились источники формирования (т.е. финансирования) имущества предприятия. В начале изученного периода за счет капитала и резервов (т.е. за счет собственных средств предприятия) было сформировано 19,64% всех активов. К концу 2008 г. удельный вес собственных источников уменьшился до 6,94 % всех пассивов, т.е. более чем вдвое. При этом доля краткосрочных заемных средств весьма существенно возросла. Удельный вес в общей сумме пассивов (источников формирования активов) краткосрочных кредитов (т.е. со сроком возврата до одного года) увеличилась с 80,86 до 93,06%. В целом же увеличение привлеченных источников (краткосрочных пассивов) было весьма значительным. При этом удельный вес займов и кредитов сократился с 55,02 до 4,2%. А доля кредиторской задолженности увеличилась с 25,33 до 88,86%, если рассматривать более подробно, то видно, что значительную долю занимает задолженность перед поставщиками и государственными внебюджетными фондами на 65,98% и 0,08 % соответственно, доля задолженности перед персоналом организации и по налогам и сборам сократилась на 2,23% и 0,31% соответственно.

Подведя итог, можно, таким образом, сделать вывод о том, что за рассмотренный период структура баланса хозяйства существенно ухудшилась, хотя в ней и возросла доля отдельных более ликвидных активов - дебиторской задолженности, которую вполне вероятно удастся превратить в "живые деньги". Для формирования активов предприятие стало в крупных масштабах привлекать чужие деньги, что облегчает и делает более быстрым его экономический рост, но и создает угрозы его финансовому положению.

**2.2.2 Анализ динамики состава и структуры отчета о прибылях и убытках**

При анализе динамики показателей прибыли в первую очередь оценивается рост показателей прибыли за анализируемый период, затем отмечаются положительные и негативные изменения в динамике финансовых результатов.

При анализе структуры прибыли отчетного периода необходимо проанализировать удельный вес ее отдельных составляющих. Позитивным считается высокий удельный вес прибыли от продаж продукции. На предприятиях, испытывающих финансовые трудности, в составе прибыли до налогообложения, как правило, высока доля внереализационных доходов. Такие предприятия обеспечивают самофинансирование реализацией собственного имущества или сдачей его в аренду.

Прибыль от реализации товарной продукции в общем случае находится под воздействием таких факторов, как изменение; объема реализации; структуры продукции; отпускных цен на реализованную продукцию; цен на сырье, материалы, топливо, тарифов на энергию и перевозки; уровня затрат материальных и трудовых ресурсов.

Анализ бухгалтерского баланса ООО «Дилан-Маркет 2» показал положительную тенденцию в работе, что подтверждается результатами горизонтального анализа «Отчет о прибылях и убытках» представленных в таблице 6.

Таблица 6 - Горизонтальный анализ «Отчет о прибылях и убытках» ООО «Дилан-Маркет 2» за 2008 отчетный год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | На начало периода | На конец периода | Отклонения | |
| Абсолютное, (+;-) | Относительное, % |
| Доходы по обычным видам деятельности | | | | |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавлен6ую стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) | 79417 | 210008 | +130591 | 264,4 |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | (58868) | (160428) | +101560 | 272,5 |
| Валовая прибыль | 20549 | 49580 | +29031 | 241,3 |
| Коммерческие расходы | (15069) | (32441) | +17372 | 215,3 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 5480 | 17139 | +11659 | 312,8 |
| Прочие доходы и расходы | | | | |
| Прочие доходы | - | 242 | +242 | - |
| Прочие расходы | (303) | (728) | +425 | 240,3 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 5177 | 16653 | +11476 | 321,7 |
| Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи | (507) | (1185) | +678 | 233,7 |
| Чистая прибыль (убыток) отчетного периода | 4670 | 15468 | +10798 | 331,2 |

Выручка на конец 2008 года возросла на 130591 тыс. руб. (с 79417 тыс. руб. до 210008 тыс. руб.). Произошел рост себестоимости на 101560 тыс. руб. (с 58868 тыс. руб. до 160428 тыс. руб.). Рост себестоимости происходит на предприятии более быстрыми темпами, следовательно, в перспективе на 2010 год предприятию ООО «Дилан-Маркет 2» необходимо уделить повышенное внимание мероприятиям по снижению себестоимости (выбору более дешевых поставщиков, сокращению транспортных затрат, оптимизации форм оплаты труда).

Увеличение коммерческих расходов, то есть расходов по реализации товара, по упаковке, транспортировке, рекламе увеличились на 17372 тыс. руб. (с 15069 тыс. руб. до 32441 тыс. руб.), что отрицательно характеризует работу руководства предприятия. Увеличение обусловлено тем, что предприятие недавно открылось и требует затрат на рекламу и создание имиджа. Как видно из таблицы 6 в отчетном периоде у предприятия имеется прибыль от продаж в размере 17139 тыс. руб., произошло увеличение данного показателя на 11659 тыс. руб. Чистая прибыль растет быстрее, чем прибыль от реализации, прибыль от финансово-хозяйственной деятельности и прибыль отчетного периода. Это свидетельствует об использовании организацией механизма льготного налогообложения. Вместе с тем динамика финансовых результатов включает и негативные изменения. Опережающими темпами растут расходы периода (произошло увеличение на 425 тыс. руб.).

Изменения в структуре прибыли отчетного периода характеризуются данными таблицы 7.

Таблица 7 – Вертикальный анализ «Отчет о прибылях и убытках» ООО «Дилан-Маркет 2» за 2008 отчетный год

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | На начало периода, тыс. руб. | Удель  ный вес, % | На конец периода, тыс. руб. | Удельный вес, % | Отклонение | |
| Абсолютное (+, -) | Относительное % |
| Доходы по обычным видам деятельности | | | | | | |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавлен6ую стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) | 79417 | 100 | 210008 | 100 | - | - |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | (58868) | 74,1 | (160428) | 76,4 | +2,3 | 103,1 |
| Валовая прибыль | 20549 | 25,9 | 49580 | 23,6 | -2,3 | 91,1 |
| Коммерческие расходы | (15069) | 25,6 | (32441) | 20,2 | -5,4 | 78,9 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 5480 | 26,7 | 17139 | 34,7 | 8 | 130 |

Продолжение таблицы 7

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Прочие доходы и расходы | | | | | | |
| Прочие доходы | - | - | 242 | 0,5 | +0,5 | - |
| Прочие расходы | (303) | 0,5 | (728) | 2,2 | +1,7 | 440 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 5177 | 25,2 | 16653 | 33,6 | +8,4 | 133,3 |
| Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи | (507) | 0,9 | (1185) | 0,7 | -0,2 | 77,8 |
| Чистая прибыль (убыток) отчетного периода | 4670 | 22,8 | 15468 | 31,2 | +8,4 | 136,8 |

Как следует из данных таблицы, в отчетном периоде произошли положительные изменения в структуре прибыли. Возросла доля прибыли от реализации товаров (продукции, работ, услуг). Возросла также против предшествующего периода доля прибыли, остающейся в распоряжении предприятия (чистой прибыли). В целом предприятие в 2008 году сработало с прибылью.

2.3 Анализ финансового состояния ООО «Дилан-Маркет 2»

Развитие рыночных отношений поставило хозяйствующие субъекты различных организационно-правовых форм в такие жесткие экономические условия, которые объективно обусловливают проведение ими сбалансированной заинтересованной политики по поддержанию и укреплению финансового состояния, его платежеспособности и финансовой устойчивости. Оценка финансового состояния является частью финансового анализа. Она характеризуется определенной совокупностью показателей, отраженных в балансе по состоянию не определенную дату. Финансовое состояние характеризует в самом общем виде изменения в размещении средств и источников их покрытия. Финансовое состояние является результатом взаимодействия всех производственно-хозяйственных факторов.

Финансовое состояние проявляется в платежеспособности хозяйствующего субъекта, в способности вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков в соответствии хозяйственными договорами, возвращать кредиты, выплачивать зарплату, вносить платежи в бюджет.

Основная цель анализа финансового состояния заключается в том, чтобы на основе объективной оценки использования финансовых ресурсов выявить внутрихозяйственные резервы укрепления финансового положения и повышения платежеспособности.

Произведем анализ финансовой устойчивости предприятия на основе финансовых коэффициентов. Финансовые коэффициенты представляют собой относительные показатели финансового состояния предприятия [21].

Исходные данные для расчета финансовых коэффициентов представлены в таблице 8.

Таблица 8 - Исходные данные для расчета основных финансовых показателей ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007 - 2009 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Методика расчета | 2007 год | 2008 год | 2009 год |
| 1.Внеоборотные активы | Итог I раздела баланса | 323 | 869 | 2409 |
| 2.Запасы (с НДС) | Стр. 210 + стр. 220 | 13227 | 7364 | 28154 |
| 3. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения | Стр. 250 + стр. 260 | 315 | 201 | 1123 |
| 4. Оборотные активы | Итог II раздела баланса | 14216 | 8380 | 31386 |
| 5. Капитал и резервы | Итог III раздела баланса | 2856 | 1624 | 7935 |
| 6.Долгосрочные обязательства | Итог IV раздела баланса | - | - | - |
| 7.Краткосрочные обязательства | Итог V раздела баланса | 11683 | 10481 | 25860 |
| 8. Баланс | Валюта баланса | 14539 | 9279 | 33795 |

Финансовую устойчивость предприятия характеризуют коэффициенты автономии, финансовой зависимости, финансовой устойчивости, маневренности, коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками формирования, коэффициент инвестирования.

Коэффициент автономии (Кавт) – одна из важнейших характеристик устойчивости финансового состояния предприятия, его независимости от заемных источников средств. Коэффициент автономии определяется как отношение капитала и резервов к валюте баланса.

Кавт **=** Итог III раздела баланса / Валюта баланса, (1)

Нормальное минимальное значение коэффициента автономии оценивается обычно на уровне 0,5 т.е.: Кавт ≥ 0,5.

Кавт2007 = 2856 тыс. руб. / 14539 тыс. руб. = 0,20

Кавт2008 = 1624 тыс. руб. / 9279 тыс. руб. = 0,18

Кавт2009 = 7935 тыс. руб. / 33795 тыс. руб. = 0,23

Коэффициент финансовой зависимости (Кф/з) является финансовой характеристикой, дополняющей коэффициент автономии, и определяется как частное от деления величины обязательств предприятия на величину его собственных средств.

Кф/з**=** (Итог IV раздела баланса + Итог V раздела баланса) / Итог III раздела баланса, (2)

Кф/з 2007= 11683 тыс. руб. / 2856 тыс. руб. = 4,09

Кф/з 2008 = 10481 тыс. руб. / 1624 тыс. руб. = 6,45

Кф/з 2009= 25860тыс. руб. / 7935 тыс. руб. = 3,26

Коэффициент финансовой устойчивости определяется как отношение суммы собственного и долгосрочного заемного капиталов к итогу баланса.

Кф/у = (Итог III раздела баланса + Итог IV раздела баланса)/ Валюта баланса, (3)

Кф/у 2007= (2856 тыс. руб. +0)/14539 тыс. руб.=0,2

Кф/2008 = (1654 тыс. руб. +0)/23818 тыс. руб.=0,07

Кф/у 2009= (7935 тыс. руб. +0)/33795 тыс. руб. = 0,23

Коэффициент маневренности (Кмн) – еще одна важная характеристика устойчивости финансового состояния предприятия. Коэффициент маневренности показывает, какая часть собственных средств предприятия находится в мобильной форме, позволяющей относительно свободно маневрировать этими средствами. Высокое значение коэффициента положительно характеризует финансовое состояние предприятия. Оптимальной (рекомендуемой) величиной коэффициента считается значение, равное 0,5 (Кмн = 0,5).

Коэффициент маневренности определяется как отношение собственных оборотных средств предприятия к общей величине капитала и резервов.

Кми = (Итог III раздела баланса - Итог I раздела баланса) / Итог III раздела баланса, (4)

Кми2007 = (2856 тыс. руб. – 323 тыс. руб.) / 2856 тыс. руб. = 0,89

Кми2008= (1624 тыс. руб. –869 тыс. руб.) / 1624 тыс. руб. = 0,46

Кми2009= (7935 тыс. руб. – 2409 тыс. руб.) / 7935 тыс. руб. = 0,70

Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками финансирования (Коб.зап). Коэффициент определяется как отношение величины собственных оборотных средств к стоимости запасов предприятия.

Коб зап = (Итог III раздела баланса – Итог I раздела баланса) / Стр. 210, (5)

Коб зап 2007=(2856 тыс. руб. – 323 тыс. руб.) / 13227 тыс. руб. = 0,19

Коб зап 2008 = (1624 тыс. руб. –869 тыс. руб.)/ 7364 тыс. руб. = 0,10

Коб зап 2009 =(7935 тыс. руб. – 2409 тыс. руб.) / 28154 тыс. руб. = 0,20

Нормальные значения коэффициента определены статистически в пределах:

Коб зап ≥ 0,6 - 0,8

Полученные расчетные значения коэффициентов свидетельствуют о несоответствии полученных значений критериальным.

Коэффициент инвестирования

Кинв = Итог III раздела баланса / Итог I раздела баланса, (6)

Кинв2007= 2856 тыс. руб. / 323 тыс. руб. = 8,84

Кинв2008= 1624 тыс. руб. / 869 тыс. руб. = 1,87

Кинв2009= 7935 тыс. руб. / 2409 тыс. руб. = 3,29

В таблице 9 представлены коэффициенты финансовой устойчивости ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007 - 2009 года.

Таблица 9 - Коэффициенты финансовой устойчивости ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007 – 2009 гг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007 год | 2008 год | 2009 год | Абсолютное изменение | |
| 2008 к 2007 | 2009 к 2008 |
| Коэффициент автономии | 0,20 | 0,18 | 0,23 | -0,02 | +0,05 |
| Коэффициент финансовой зависимости | 4,06 | 6,45 | 3,26 | +2,39 | -3,19 |
| Коэффициент финансовой устойчивости | 0,2 | 0,07 | 0,23 | -0,13 | +0,16 |
| Коэффициент маневренности | 0,89 | 0,46 | 0,70 | -0,43 | +0,24 |
| Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками формирования | 0,19 | 0,10 | 0,20 | -0,09 | +0,10 |
| Коэффициент инвестирования | 8,84 | 1,87 | 3,29 | -6,97 | +1,42 |

Проанализировав коэффициенты финансовой устойчиости видно, что финансовая устойчивость предприятия повышается. Значения коэффициента автономии, соответствующие приведенному ограничению, означают, что все обязательства предприятия не могут быть покрыты за счет его собственных средств. Из расчетных данных следует, что предприятие не обладает достаточной степенью финансовой самостоятельности, так как, значение коэффициента автономии ниже критериального. Положительным моментом может являться увеличение данного показателя в 2009 году по сравнению с результатами 2007 года.

В 2009 году наблюдается сокращение плеча финансового рычага с 6,45 до 3,26, что свидетельствует о снижении финансовой зависимости от внешних инвесторов на конец исследуемого периода. Как видно из таблицы, рассматриваемое предприятие может достаточно свободно маневрировать частью собственных средств, независимо от внешних источников финансирования. Положительным моментом является тенденция роста данного коэффициента.

Платежеспособность предприятия характеризуется на основе анализа расчетных коэффициентов ликвидности [23].

Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал) равен отношению величины наиболее ликвидных активов к сумме наиболее срочных обязательств и краткосрочных пассивов. Под наиболее ликвидными активами подразумеваются денежные средства предприятия и краткосрочные финансовые вложения. Краткосрочные обязательства предприятия включают: краткосрочные кредиты и займы, кредиторскую задолженность и прочие краткосрочные пассивы.

К ал **=** , (7)



Нормальные значения коэффициентов: Кал ≥ 0,2 – 0,7

Кал2007 = 315 тыс. руб. / 11683 тыс. руб. = 0,03

Кал2008 = 201 тыс. руб. / 10481 тыс. руб. = 0,02

Кал2009 = 1123 тыс. руб. / 25860 тыс. руб. = 0,04

Коэффициент критической ликвидности характеризует платежные возможности предприятия при условии погашения дебиторской задолженности. Он рассчитывается как частное от деления суммы оборотных активов за минусом запасов на сумму краткосрочных обязательств.

Ккл = (Итог II раздела баланса – стр. 210) / Итог V раздела баланса, (8)

Ккл2007 = (14216 тыс. руб. – 13227 тыс. руб.) / 11683 тыс. руб. = 0,08

Ккл2008 = (8380 тыс. руб. – 7364 тыс. руб.) / 10481 тыс. руб. = 0,10

Ккл2009 = (31386 тыс. руб. – 28154 тыс. руб.) / 25860 тыс. руб. = 0,12

Коэффициент текущей ликвидности представляет собой отношение стоимости оборотных средств предприятия к величине его краткосрочных обязательств. Коэффициент характеризует платежные возможности предприятия, оцениваемые при условии своевременных расчетов с дебиторами, благоприятного сбыта готовой продукции, а также реализации в случае необходимости части материальных оборотных средств.

Ктл = Итог II раздела баланса / Итог V раздела баланса, (9)

Ктл2007 = 14216тыс. руб. / 11683 тыс. руб. = 1,22

Ктл2008 = 8380 тыс. руб. / 10481 тыс. руб. = 0,80

Ктл2009 = 31386 тыс. руб. / 25860 тыс. руб. = 1,21

В таблице 10 представлены коэффициенты лквидности ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007 - 2009 года.

Таблица 10 - Коэффициенты ликвидности ООО «Дилан-Маркет 2» за 2009 - 2010 гг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007 год | 2008 год | 2009 год | Абсолютное изменение | |
| 2008 к 2007 | 2009 к 2008 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,03 | 0,02 | 0,04 | -0,01 | +0,02 |
| Коэффициент критической ликвидности | 0,08 | 0,10 | 0,12 | +0,02 | +0,02 |
| Коэффициент текущей ликвидности | 1,22 | 0,80 | 1,21 | -0,42 | +0,41 |

Из расчетных значений коэффициента абсолютной ликвидности следует, что предприятие на протяжении 2007 – 2009 гг. не имело текущей платежной способности, но наблюдается тенденция роста текущей платежной способности.

При условии своевременных расчетов с покупателями и заказчиками платежные возможности анализируемого предприятия велики: коэффициент критической ликвидности увеличивается с 0,08 в 2007 году до 0,12 в 2009 году.

Из расчетных данных следует, что предприятие, при условии своевременного расчета с дебиторами, благоприятной конъюнктуре рынка, в перспективе обладает текущей ликвидностью, более того, платежные способности предприятия к концу анализируемого периода повышаются, о чем свидетельствует рост показателей ликвидности в 2009 году по сравнению с 2007 годом.

Основные фонды – это часть производственных фондов, которая вещественно воплощена в средствах труда, сохраняет в течение длительного времени свою натуральную форму, переносит по частям стоимость на продукцию и возмещается только после проведения нескольких производственных циклов. Для характеристики эффективности использования основных средств предприятия составим таблицу 11 [14].

Таблица 11 – Анализ показателей эффективности использования основных средств ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007 – 2009 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Период | | | Абсолютное изменение (+;-) | | Темп роста, % | |
| 2007 год | 2008 год | 2009 год | 2008 к 2007 | 2009 к 2008 | 2008 к 2007 | 2009 к 2008 |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), тыс. руб. | 79417 | 130591 | 163295 | +51174 | +32704 | 164,44 | 125,04 |

Продолжение таблицы 11

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Прибыль (убыток) от продаж отчетного года, тыс. руб. | 5480 | 11659 | 16715 | +6179 | +5056 | 212,76 | 143,37 |
| Численность работающих, чел. | 8 | 8 | 9 | 0 | +1 | 100 | 112,5 |
| Среднегодовая стоимость ОФ, тыс. руб. | 161,5 | 434,5 | 1179,5 | +273 | +745 | 269,04 | 271,5 |
| Фондоотдача, руб. | 491,7 | 300,6 | 138,4 | -191,1 | -162,2 | 61,1 | 46,04 |
| Фондоемкость, руб. | 0,002 | 0,003 | 0,007 | +0,001 | +0,004 | 150 | 233,3 |
| Фондорентабельность, %. | 33,9 | 26,8 | 14,17 | -7,1 | -12,63 | 79,1 | 52,9 |

Фондоотдача – показатель выпуска продукции, приходящейся на 1 рубль стоимости основных фондов. Данный показатель характеризует эффективность использования основных средств предприятия. Фондоотдача в 2008 году резко снизилась на 191,1 тыс. руб. или 38,9% по сравнению с 2007 годом, а в 2009 года снижение составило 162,2 тыс. руб. или 53,96%.

Эффективность использования основных средств предприятия также можно охарактеризовать показателем фондоемкости. Фондоемкость – показатель обратный фондоотдаче. В 2007 году на рубль выручки от продажи товаров приходилось 0,002 рубля стоимости основных средств, в 2008 году – 0,003 рублей, в 2009 году – 0,007 рублей. Увеличение фондоемкости (уменьшение фондоотдачи) означает снижение эффективности использования основных средств.

Рентабельность основного капитала рассчитывается делением прибыли от продаж на среднегодовую стоимость основных средств. Данный показатель снижается с 33,9% до 26,8% в 2008 году по сравнению с 2007 годом и до 14,17% в 2009 году.

Таким образом, можно сделать вывод о не эффективном использования основных средств за анализируемый период в ООО «Дилан-Маркет 2».

Наряду с основными фондами для работы предприятие имеет огромное значение наличие оптимального количества оборотных средств. Оборотные средства – это совокупность денежных средств, авансируемых для создания оборотных производственных фондов и фондов обращения, обеспечивающих непрерывный кругооборот денежных средств. Для характеристики эффективности использования оборотных средств предприятия составим таблицу 12 [15].

Таблица 12 – Анализ показателей эффективности использования оборотных средств ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007 - 2009 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Период | | Отклонения | |
| На начало периода | На конец периода | Абсолютное, (+; -) | Относительное, % |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб. | 7434,5 | 11624,5 | 4190 | 156,4 |
| Оборачиваемость текущих активов, обороты | 10,68 | 18,07 | 7,39 | 169,2 |
| Продолжительность оборота текущих активов, дни | 17,1 | 10,13 | -6,97 | 59,2 |
| Коэффициент загрузки средств в обороте, руб. | 0,09 | 0,06 | -0,03 | 0,7 |
| Оборачиваемость дебиторской задолженности, раз | 136,7 | 212,45 | 75,75 | 155,4 |
| Период погашения дебиторской задолженности, дни | 1,34 | 0,86 | -0,48 | 64,2 |
| Коэффициент оборачиваемости запасов, обороты | 8,9 | 15,58 | 6,68 | 175,1 |
| Срок хранения запасов, дни | 20,56 | 11,75 | -8,81 | 57,2 |
| Рентабельность оборотных активов, % | 75 | 144,56 | 69,56 | 192,7 |

Среднегодовую стоимость оборотного капитала определяем по формуле средней простой арифметической на основании данных бухгалтерского баланса. В 2008 года среднегодовая стоимость оборотного капитала составила 8380 тыс. руб., что меньше чем в 2008 году на 41%. Среднегодовая стоимость оборотного капитала имеет тенденцию роста на протяжении анализируемого периода с 8380 тыс. руб. до 31386 тыс. руб. (на 120,8%) в 2009 году по сравнению с 2007 годом.

Проанализировав динамику чистого оборотного капитала можно сказать что на предприятии наблюдается благоприятная ситуация, предприятие генерирует больше постоянных расходов, чем это необходимо для финансирования постоянных расходов.

Рентабельность оборотных средств рассчитывается как отношение прибыли от продаж к среднегодовой стоимости оборотных средств. Тенденцию к увеличению за 2007-2009 гг. обнаруживает показатель рентабельности оборотного капитала. В 2007 году на каждый рубль оборотного капитала было получено 38,55 копеек чистой прибыли, во 2008 года по сравнению с 2007 годом рентабельность увеличилась на 100,58 пункта и составила 260,9%, в 2009 году рентабельность оборотного капитала увеличилась на 38,2% по сравнению с 2007 годом.

Таким образом, деятельность ООО «Дилан-Маркет 2» за период 2007 – 2009 гг. характеризуется ростом выручки от продаж, ростом рентабельности продаж, ростом рентабельности основных и оборотных средств.

Однако исследуемое предприятие имеет и негативную (особенно для торговых предприятий) тенденцию – снижение коэффициента оборачиваемости оборотного капитала, снижение фондоотдачи.

Поэтому, несмотря на положительную тенденцию изменения отдельных показателей, характеризующих организационно – экономическую деятельность, нельзя сделать однозначный вывод о повышении или снижении эффективности деятельности предприятия.

Смысл любой предпринимательской деятельности состоит в достижении положительного экономического эффекта в виде абсолютного показателя - прибыли или относительного - рентабельности. Тем самым рентабельность выступает главным объектом и целью финансового менеджмента предприятий. Чем больше уделяется внимания рентабельности, тем успешнее функционирует предприятие.

Рентабельность - один из основных стоимостных качественных показателей эффективности деятельности предприятия, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования средств в процессе производства и реализации продукции (работ, услуг). Так или иначе, рентабельность представляет собой соотношение дохода и капитала, вложенного в создание этого дохода. К показателям рентабельности можно отнести:

1) Экономическую рентабельность (коэффициент рентабельности активов). Этот показатель характеризует, насколько эффективно предприятие использует все имеющиеся у него активы. Не случайно данный показатель имеет синонимы: прибыль на капитал, рентабельность (доходность) совокупного капитала. Рассчитывается как отношение суммы балансовой прибыли и процента за кредит, относящегося на себестоимость к средней величине активов. Экономическая рентабельность ООО «Дилан-Маркет 2» за 2009 год составляет 86,83%. В ООО «Дилан-Маркет 2» в 2009 отчетном году на каждый рубль, вложенный в активы, приходится 86,83 копеек чистой прибыли.

2) Финансовую рентабельность (рентабельность собственного капитала). Синонимы: прибыль на акционерный капитал, рентабельность (доходность) собственного капитала. Данный показатель отражает эффективность (отдачу) использования собственного капитала. Рассчитывается как отношение прибыли находящейся в распоряжении предприятия к средней величине собственного капитала. Финансовая рентабельность ООО «Дилан-Маркет 2» за 2009 год составляет 72,15%. Достаточно высокий показатель рентабельности собственного капитала говорит об эффективном вложении средств предприятия.

3) Коммерческую рентабельность (рентабельность продаж). Показывает, какова прибыль на 1 руб. продаж продукции, товаров, работ, услуг. Рассчитывается как отношение прибыли от реализации к выручке (нетто) от реализации. Коммерческая рентабельность ООО «Дилан-Маркет 2» за 2009 год составляет 8,16%. Это говорит о том, что спрос на продукцию несколько возрос. Таким образом, в 2009 отчетном году с каждого рубля реализованной продукции предприятие получало прибыли 8,16 копеек.

4) Рентабельность текущих затрат (рентабельность продукции, рентабельность реализованной продукции). Показывает, какова прибыль на 1 руб. затрат, осуществленных на производство и реализацию товарной продукции. Рассчитывается как отношение прибыли от реализации к себестоимости реализованной продукции. Рентабельность текущих затрат ООО «Дилан-Маркет 2» за 2009 год составляет 10,7%.

В ООО «Дилан-Маркет 2» в 2009 отчетном году на каждый рубль затрат, осуществленных на реализацию товара приходится 10,7 копеек чистой прибыли.

Основные фонды - это средства труда, которые многократно участвуют в производственном процессе, сохраняя при этом свою натуральную форму, постепенно изнашиваясь, переносят свою стоимость по частям на вновь создаваемую продукцию. К ним относят фонды со сроком службы более одного года и стоимостью более 100 минимальных месячных заработных плат. Основные фонды подразделяются на производственные и непроизводственные фонды.

Производственные фонды участвуют в процессе изготовления продукции или оказания услуг (станки, машины, приборы, передаточные устройства и т.д.).  
Непроизводственные основные фонды не участвуют в процессе создания продукции (жилые дома, детские сады, клубы, стадионы, поликлиники, санатории и т.д.).

Состав и динамика основных средств за 2007 и 2008 года представлены в приложении К и приложении Л соответственно.

В 2007 году ОС на начало года было 323 тыс. руб., поступило и выбыло 323 тыс. руб., из них:

- здания на начало года было 200 тыс. руб., поступило 3 тыс. руб. и выбыло 22 тыс. руб., на конец года сумма составила 175 тыс. руб.;

- машины и оборудование на начало года было 100 тыс. руб., поступило 10 тыс. руб. и выбыло 5 тыс. руб., на конец года сумма составила 105 тыс. руб.;

- транспортные средства на начало года было 23 тыс. руб., поступило 25 тыс. руб. и выбыло 5 тыс. руб., на конец года сумма составила 43 тыс. руб.

В 2008 году ОС на начало года было 12 тыс. руб., поступило и выбыло 8 тыс. руб., из них:

- здания на начало года было 175 тыс. руб., поступило 105 тыс. руб. и выбыло 3 тыс. руб., на конец года сумма составила 277 тыс. руб.;

- машины и оборудование на начало года было 105 тыс. руб., поступило 697 тыс. руб. и выбыло 10 тыс. руб., на конец года сумма составила 792 тыс. руб.;

- транспортные средства на начало года было 43 тыс. руб., поступило 100 тыс. руб. и выбыло 20 тыс. руб., на конец года сумма составила 123 тыс. руб.

Основные фонды учитываются в натуральном и стоимостном выражении. Учет основных фондов в натуральном выражении необходимы для определения технического состава и баланса оборудования; для расчета производственной мощности предприятия и его производственных подразделений; для определения степени его износа, использования и сроков обновления.

Исходными документами для учета основных фондов в натуральном выражении являются паспорта оборудования, рабочих мест, предприятия. В паспортах приводится подробная техническая характеристика всех основных фондов: год ввода в эксплуатацию, мощность, степень изношенности и т.д. В паспорте предприятия содержатся сведения о предприятии (производственный профиль, материально-техническая характеристика, технико-экономические показатели, состав оборудования и т.д.), необходимые для расчета производственной мощности.

2.4 Анализ объема и динамики товарооборота в ООО «Дилан-Маркет 2»

Товарооборот является важнейшим оценочным показателем торгового предприятия, измерителем эффективности деятельности. Объем продажи товаров характеризует конкурентные позиции предприятия на рынке, его долю в общем объеме продаж и степень устойчивости положения на рынке, способность продавать товары, пользующиеся спросом потребителей и обеспечивающие получение намеченных и стабильных результатов [12].

Анализ объема и динамики товарооборота торгового предприятия основывается на данных бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности.

Торговая деятельность предприятий характеризуется, прежде всего, степенью выполнения планов и динамикой товарооборота. Рассмотрим динамику товарооборота в ООО «Дилан-Маркет 2» за 1,5 года в таблице 13.

Таблица 13 - Динамика товарооборота в ООО «Дилан-Маркет 2» за 2007 - 2009 гг.,

В тысячах рублей

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарооборот | Период | | | Абсолютное изменение | | Темп роста, % | |
| 2007 год | 2008 год | 2009 год | 2008 к 2007 | 2009 к 2008 | 2008 к 2007 | 2009 к 2008 |
| 1 квартал | 10292 | 10524 | 10520 | 232 | -4 | 102,25 | 99,96 |
| 2 квартал | 6840 | 7408 | 7368 | 568 | -40 | 108,30 | 99,46 |
| 3 квартал | 12770 | 13994 | - | 1224 | - | 109,58 | - |
| 4 квартал | 10642 | 11120 | - | 478 | - | 104,49 | - |
| Итого за год | 40544 | 43046 | 17888 | 2502 | -44 | 106,17 | 41,56 |

Анализ динамики товарооборота свидетельствуют о наличии положительной динамики товарооборота ООО «Дилан-Маркет 2». Пики подъема и спада спроса на реализуемую продукцию ООО «Дилан-Маркет 2» совпадают с сезонностью продаж в рознице. В 2008 году товарооборот увеличился на 6,17%, а в 2009 году – уменьшился на 8,44%. Самым большим товарооборотом отличается 3 квартал каждого года в исследуемом периоде, наименьшим – 2 квартал.

Анализ выполнения плана и динамики оптового товарооборота проводят не только за год, но и по кварталам. Это помогает установить, как ритмично развивается реализация, как равномерно удовлетворяется спрос покупателей на товары. Для оценки равномерности и ритмичности развития товарооборота следует изучить выполнение плана и его динамику.

Важное значение при изучении деятельности предприятия имеет анализ ритмичности производства продукции.Ритмичность – равномерный выпуск продукции в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренных планом.

Ритмичная работа является основным условием своевременного выпуска и реализации продукции. Неритмичность ухудшает все экономические показатели: снижается качество продукции; увеличиваются объем незавершенного производства и сверхплановые остатки готовой продукции на складах, и, как следствие, замедляется оборачиваемость капитала; не выполняются поставки по договорам, и предприятие платит штрафы за несвоевременную отгрузку продукции; несвоевременно поступает выручка; перерасходуется фонд заработной платы в связи с тем, что в начале месяца рабочим платят за простои, а в конце – за сверхурочные работы. Все это приводит к повышению себестоимости продукции, уменьшению суммы прибыли, ухудшению финансового состояния предприятия.[25]

ООО «Дилан-Маркет 2» равномерно удовлетворяет спрос покупателей на товары.

Для оценки выполнения плана по ритмичности используются прямые и косвенные показатели. Прямые показатели – коэффициент ритмичности, коэффициент вариации, коэффициент аритмичности, удельный вес производства продукции за каждую декаду (сутки) к месячному выпуску, удельный вес произведенной продукции за каждый месяц к квартальному выпуску, удельный вес выпущенной продукции за каждый квартал к годовому объему производства, удельный вес продукции, выпущенной в первую декаду отчетного месяца к третьей декаде предыдущего месяца. Косвенные показатели ритмичности – наличие доплат за сверхурочные работы, оплата простоев по вине хозяйствующего субъекта, потери от брака, уплата штрафов за недопоставку и несвоевременную отгрузку продукции, наличие сверхнормативных остатков незавершенного производства и готовой продукции на складах [20].

3 Маркетинг в ООО «Дилан-Маркет 2»

3.1 Поставщики товаров, описание форм поставки товаров

Одним из этапов коммерческой деятельности является выявление и изучение источников поступления, выбор поставщиков, каналов продвижения товаров. Очень важно выявить, изучить и выбрать наиболее подходящие источники поступления товаров, в которых будет осуществляться закупка. Многообразие поставщиков зависит от разнообразия ассортимента вырабатываемых товаров. Возникает необходимость всестороннего изучения источников поступления товара с точки зрения ассортимента и объема производимых товаров, условий поставки и других факторов [11].

Коммерческие работники должны посещать производственные предприятия, т.е поставщиков изготовителей, для знакомства с объемом ассортиментом и качеством выпускаемой продукции, а также для изучения производственных возможностей потенциальных поставщиков. Следует постоянно следить и анализировать рекламные объявления в средствах массовой информации, проспекты, каталоги и другая информация о производстве.

Тщательный анализ полученной информации позволит торговому предприятию составить необходимое представление об источниках поступления товаров.

Кроме учета работы с постоянными поставщиками, следует вести учет и повседневно регистрировать производителей товаров, еще не связанных договорными отношениями.

К поставщикам товаров относятся конкретные предприятия различных источников поступления, т.е. тех или иных отраслей народного хозяйства, различной производственно-экономической деятельности, вырабатывающих товары и услуги. В связи с большим многообразием поставщиков товаров применяется их классификация по различным признакам.

В ООО «Дилан-Маркет 2» поставщиков классифицируют по территориальному признаку:

1) Местные поставщики: ООО "МД ВЛАДИВОСТОК", ООО «Дилан», «ООО Мозель-Владивосток», ООО «Вектор Влад», ООО «ТД Арго-1».

2) Внутриобластные – зачастую поставляют товар непосредственно розничным торговым предприятиям, минуя оптовые базы: ООО «Уссурийский бальзам», ООО «Марти», ООО «Гепард», ООО «Русь-импорт», ООО «ВДК», ООО «НВТ».

3) Внеобластные поставщики: ООО «Самотлор», ООО «ТД Мегополис», ООО «Алко ДВ».

4) Республиканские поставщики: ООО"Арома ДВ", ООО "АКВА-ТРЕЙД", ООО "Приморский кондитер", ООО "Гранд".

5) Внереспубликанские поставщики: ОАО "ДальФуд", ОАО "ЕЙЛАН", ООО "Кока-Кола" Эйч Би Си Евразия, ООО "Компания Стимул".

Закупка товара является важной составляющей частью коммерческой деятельности торговых предприятий. Они дают возможность сформировать необходимый торговый ассортимент товаров для торговой сети, осуществлять воздействие торговли на производство в соответствии с требованиями покупательского спроса. Правильно организационные закупки товаров являются необходимым условием создания оптимальных товарных запасов, повышения товарооборачиваемости, получения прибыли и удовлетворения спроса населения. Весь процесс закупочной работы состоит из предварительных, собственно-закупочных и заключительных коммерческих операций [10].

К предварительным операциям по закупке в ООО «Дилан-Маркет 2» относятся:

- Изучение покупательского спроса

- Изучение источников поступления и поставщиков товаров

- Составление заявок и заказов на поставку товаров

- Разработка преддоговорных требований к поставщикам и условиям поставки.

Собственно-закупочные операции в ООО «Дилан-Маркет 2» включают в себя:

- Заключение договоров и разовых сделок на поставку товаров

- Уточнение развернутого ассортимента поставляемых товаров

- Приемку товаров и их оплату поставщикам

Заключительные операции по закупкам подразделяются:

- Оперативный учет выполнения договора поставки

- Оформление и предъявление штрафных санкций за нарушение договора поставки

- Контроль за ходом выполнения закупочной работы.

Технология закупки товаров торговыми предприятиями зависит от источников поступления товаров.

3.2 Покупатели продукции, группировка покупателей по сегментам рынка

Сегментирование – процесс деления всех потенциальных покупателей на достаточно большие группы таким образом, что каждая из них предъявляют отличные от других требования к товарам и услугам.

Сегмент – особым образом выделенная часть рынка, группа потребителей, продуктов или предприятий обладающих определенными признаками.

Цель сегментации: максимально удовлетворить запросы потребителей, а также рационализация затрат предприятия.

Основополагающей предпосылкой сегментирования рынка является следующее: не все покупатели обладают потребностями в одном и том же товаре или услуге. По этой причине редко когда удается применить единую маркетинговую или сбытовую программу для привлечения сразу всех потенциальных покупателей. Сегментирование рынка позволяет найти баланс между неоднородностью покупателей с одной стороны и ограниченностью ресурсов поставщиков – с другой стороны [17].

Суть сегментирования рынка состоит в следующем: определяются подгруппы покупателей со схожими потребностями, некоторые из этих групп выбираются для дальнейшей работы и им предлагаются тщательно разработанные сбытовые и маркетинговые программы, подчеркивающие отличительный имидж продукта или позиционирующие торговую марку.

Деление рынка на сегменты или объединение покупателей в группы, можно разбить на две основные стадии:

Стадия №1 – с помощью переменных сегментирования потребители, демонстрирующие одинаковые запросы к продукту и потребительское поведение, группируем воедино. При выборе признаков сегментации следует остановиться на тех, что позволяют четко различать разные запросы относительно продукта.

Стадия №2 – после того как с помощью одной или нескольких переменных сегментирования будут определены рыночные сегменты, необходимо сделать все возможное, чтобы понять характеристики покупателей из этих сегментов.

### Основные характеристики покупателей:

- Демографические характеристики – возраст, размер семьи, раса, жизненный цикл семьи, пол, семейное положение, религия.

- Социально-демографические характеристики – доход, образование, род деятельности социальный класс.

- Географическое расположение - страна, регион, тип городской зоны (плотность населения), город (сельская местность), тип дома.

- Психологические характеристики – тип личности, образ жизни, принадлежность к определенному общественному классу, мотивы покупки, потребления, регион.

#### Типы поведения в отношении продукта:

- Покупательское поведение;

- Обстоятельства покупки;

- Искомые выгоды;

- Потребительское поведение и статус пользователя;

- Отношение к товару или услуге.

В дальнейшем, располагая детальными знаниями о покупателях, можно решить, какие их характеристики и атрибуты могут использоваться в качестве основы для новой группировки в целях более эффективного маркетинга и сбыта.

Группировать покупателей мы можем по следующим признакам для выделения сегмента на рынке:

1) Географические признаки: расположение района; динамика развития рынка; природно-климатические условия.

2) Психографические признаки: образ жизни; тип личности; принадлежность к определенному общественному классу.

3) Социально-демографические признаки: количественный и качественный состав семьи; этап жизненного цикла семьи; уровень дохода; род занятий; образование; религиозные убеждения; национальность.

4) Поведенческие признаки: отношение к товару; повод для совершения покупки; искомые выгоды; статус пользователя; интенсивность потребления; степень приверженности.

В ООО «Дилан-Маркет 2» основными покупателями магазина являются жители города Артема. В этот магазин приходят не только местные жители, но и жители близ лежащих районов. Всех покупателей магазина можно сгруппировать по следующим признакам:

1) По географическим признакам (расположение района или рынка, динамика развития рынка).

2) По социально-демографическим признакам (уровень дохода, род занятий).

3) По поведенческим признакам (степень приверженности, интенсивность потребления, искомые выгоды).

3.3 Порядок формирования цен на товары

Цена – многофункциональное экономическое явление, ведущая рыночная категория. Изменение цены часто влечет за собой серьезнейшие экономические, социальные, а также политические последствия. Поэтому во всесторонней и объективной информации о ценах, в глубоком анализе закономерностей и тенденций их изменения заинтересовано все общество, а не только властные структуры и маркетинговые службы [18].

Цена – сумма денег, уплачиваемая за одну единицу товара, эквивалент обмена товара на деньги.

Цена является критерием, определяющим покупательские восприятия, и влияет на решение о покупке товаров. Она оказывает влияние на коммерческие результаты и прибыль торгового предприятия и находится в тесном взаимодействии с факторами рынка.

Ей свойственны следующие признаки:

- Рассчитан на обоюдные интересы товаропроизводителя и торгового предприятия;

- Выступает как действенное средство конкурентной борьбы за потребителя на товарном рынке;

- Предопределяет объем производства и продаж товаров;

- Влияет на реакцию и поведение покупателей, их платежеспособность.

Особая роль в определении цены на реализуемые товары принадлежит к ценовой политике. Торговые предприятия, переходя на рыночное ценообразование, вынуждены сами формировать ценовую политику. Она часто оказывается не проработанной и содержит много ошибок. Ценовая политика большинства предприятий состоит в том, чтобы покрыть издержки и получить достаточную прибыль. Часто предприятия признают, что стараются продать товар как можно дороже. При этом заданные цены рассматриваются в отрыве от требований рынка и недостаточно структурируются по отдельным видам товаров и сегментам рынка. Данные обстоятельства означают, что в вопросах ценовой политики еще отсутствуют необходимые знания и опыт. Все это обуславливает необходимость изучения основополагающих принципов разработки ценовой политики и методов ценообразования цены [9].

Функция цены – обеспечение прибыли от реализации товаров.

При всем разнообразии подходов к определению цены товара следует выделить те, которые предоставляют интерес для использования в условиях рынка. Принимая во внимание сказанное, рассмотрим формирование цен на основе издержек, торговой наценки, спроса покупателей, ценовой конкуренции.

1) Определение цены с ориентацией на издержки. При этом способе составляющими цены являются суммарные издержки, включающие постоянные и переменные затраты на производство, продвижение и реализацию товаров.

2) Определение цены на основе торговой наценки. Шкала цены во многом зависит от торговой наценки, взимаемой за предоставление услуг по продаже товаров. В тех торговых предприятиях, где наценка на реализуемые товары составляет 12-15% по сравнению с 20-25% в других предприятиях, цена более гибка и приемлема, что стимулирует интересы покупателей. Такая политика ведет к расширению сбыта товаров. Следовательно, смещение торговой наценки в сторону снижения оправдана ростом объема продаж товара, что способствует получению необходимой прибыли.

3) Определение цены на основе спроса покупателей. Покупатель, делая выбор товара, исходит из соответствия цены его спросу, полезным свойствам и ценности. В этом случае позиции и мнения покупателей являются предпосылками установления цены на продаваемые товары.

4)Определение цены с учетом ценовой конкуренции. На установление цены существенное влияние оказывают конкурентное положение товара и ценовая конкуренция на рынке. Причем чем острее ценовая конкуренция, тем ниже при прочих равных условиях цена товара.

5) Ориентация на сравнительные цены продаваемых товаров позволяет устанавливать реальную рыночную позицию, занимаемую торговым предприятием.

В ООО «Дилан-Маркет 2» формирование цен на товары является свободным. Цены формируются на основании издержек. К издержкам мы можем отнести транспортные расходы, расходы на поставку, рекламу.

Также при формировании цен учитывается и торговая наценка, которая устанавливается на каждый товар. При определении торговой наценки в магазине ориентируются на спрос, покупательское отношение к товару. В ООО «Дилан-Маркет 2» на установление цены существенное влияние оказывает конкурентное положение. Магазин устанавливает свои цены ориентируясь на среднестатистические цены в Приморском крае, для того чтобы покупатель приобретал товар именно в этом магазине.

3.4 Анализ конкурентов ООО «Дилан-Маркет 2»

Влияние на организацию такого фактора как конкуренция невозможно оспаривать. Руководство каждого предприятия четко понимает, что если не удовлетворять нужды потребителей так же эффективно, как это делают конкуренты, предприятию долго не продержаться на плаву. Во многих случаях не потребители, а как раз конкуренты определяют, какого рода результаты деятельно­сти можно продать и какую цену можно запросить.

Недооценка конку­рентов и переоценка рынков приводят даже крупнейшие компании к значительным потерям и к кризисам. Важно понимать, что потребители — не единственный объект соперничества организаций. Последние могут также вести конкурентную борьбу за трудовые ресур­сы, материалы, капитал и право использовать определенные технические нововведе­ния. От реакции на конкуренцию зависят такие внутренние факторы, как условия работы, оплата труда и характер отношений руководителей с подчиненными.

Вместе с тем, нужно отметить, что конкуренция иногда тол­кает фирмы и на создание между ними соглашений различных типов от раздела рынка до кооперации между конкурентами. Анализ конкурентов ООО «Дилан-Маркет2» представлен в таблице 141.

Таблица 14 – Анализ конкурентов ООО «Дилан-Маркет 2»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ключевые факторы успеха | Вес | ООО «Дилан-Маркет 2» | Супермаркет «Юлия» | Супермаркет «Гурман» | Супермаркет «Центральный» |
| Ассортимент алкопродукции | 0,4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| Стоимость алкопродукции | 0,2 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| Маркетинг/распределение | 0,1 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| Месторасположение магазина | 0,2 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| Репутация компании/ имидж | 0,2 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| Итого | 1,0 | 22 | 20 | 21 | 21 |

В таблице 14 приведены наиболее распространенные параметры, характеризующие основные факторы конкурентоспособности. Каждому из этих параметров присвоена количественная оценка. Сделано это экспертным путем, а именно проранжированы все параметры от 1 до 5 баллов.

Согласно данных таблицы 11 по анализу конкурентной позиции ООО «Дилан-Маркет 2» основными конкурентами являются супермаркет «Гурман» и супермаркет «Центральный».

ООО «Дилан-Маркет по отношению к своим конкурентам имеет определенные преимущества:

-ассортимент алкопродукции;

-стоимости алкопродукции;

- достаточные торговые площади.

Слабой стороной ООО «Дилан-Маркет 2» являются:

- месторасположение магазина, отдален от центра города;

- по времен работы

ООО «Дилан-Маркет 2» считается лидером на рынке сбыта алкогольной продукции в г. Артеме, в связи с тем, что у него широкий ассортимент алкопродукции с приемлемым уровнем цен, разнообразным ассортиментом.

Заключение

Деятельность ООО «Дилан-Маркет 2» за период 2007 – 2009 гг. характеризуется ростом выручки от продаж, ростом рентабельности продаж, ростом рентабельности основных и оборотных средств. Однако, исследуемое предприятие имеет и негативную (особенно для торговых предприятий) тенденцию – снижение коэффициента оборачиваемости оборотного капитала, снижение фондоотдачи.

Для предприятия ООО «Дилан-Маркет 2» характерна линейно-функциональная организационная структура. Во главе фирмы стоит директор. В непосредственном подчинении директору находятся товаровед и бухгалтер.

Объем товарных ресурсов предприятия ООО «Дилан-Маркет 2» зависит от объема товарооборота и объема товарных запасов. При увеличении объема товарооборота размер товарных запасов пополняется, чтобы своевременно выполнять договорные обязательства перед покупателями, следовательно объем товарных ресурсов предприятия увеличивается.

Проведенный анализ финансового состояния ООО «Дилан-Маркет 2» показал, что финансовое состояние 2007 – 2009 гг. устойчивое, зависимость предприятия от внешних источников финансирования на протяжении анализируемого периода падает.

Анализ деятельности предприятия показал, что за последние 3 периода предприятие имеет устойчивую тенденцию к росту основных показателей, характеризующих коммерческую и финансовую эффективность, есть некоторые перекосы в организационном процессе, требующие изменений.

На предприятии действует система критериев для выбора поставщиков. Это - качество продукции, цена, надежность поставщика, качество обслуживания, условия платежа и другие.

Процесс управления закупками на ООО «Дилан-Маркет 2» состоит из четырех функциональных блоков:

1)Определение потребностей**.**

2) Формирование заказов (заключение контрактов) на закупку**.**

3) Контроль хода исполнения заказов.

4) Получение и проверка товара.