

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТУВИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра экономики и менеджмента

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему: Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации

Выпускная квалификационная работа
студентка 3 курса 3-116-2 группы
экономического факультета
по направлению подготовки бакалавриата
38.03.01 «Экономика» профиль «Финансы
и кредит»

Тулус Чойганы Шолбановны

Научный руководитель
к.э.н., доцент Бадарчы Х.Б.

Работа допущена к защите
Зав. кафедрой
к.э.н., доцент Донгак Ч.Г.
«14» июня 2019 г.

Работа защищена в ГЭК «19» июня 2019 г.

С оценкой «хорошо»

Председатель ГЭК

Члены ГЭК Эрעה

ВВЕДЕНИЕ

Функционирование предприятия независимо от видов деятельности и форм собственности определяется его способностью приносить достаточный доход или прибыль. Прибыль - это конечный финансовый результат деятельности предприятия, характеризующий абсолютную эффективность его работы. В условиях рыночной экономики прибыль выступает важнейшим фактором стимулирования производственной и предпринимательской деятельности предприятия и создает финансовую основу для ее расширения, удовлетворения социальных и материальных потребностей трудового коллектива. Все выше изложенное и определило **актуальность** выпускной квалификационной работы на тему: «Разработка мероприятий по улучшению результатов деятельности организации».

Цель исследования - анализ финансово-хозяйственной деятельности организации и разработка мероприятий по повышению эффективности управления финансовыми результатами.

Для достижения поставленной цели были решены следующие **задачи**:

- изучены теоретические основы анализа финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия;
- проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности организации;
- разработка мероприятий по повышению финансового результата деятельности организации.

Объект исследования -Общество с ограниченной ответственностью «Стройматериалы» (далее - ООО «Стройматериалы») г. Кызыла Республики Тыва, ул.Оюна–Курседи 69.

Предмет исследования – анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Стройматериалы».

Информационной базой служит бухгалтерская отчетность исследуемого предприятия за 2013-2015 гг.

Теоретической основой для написания выпускной квалификационной работы послужили законодательные и правовые акты РФ по анализу финансовых результатов, труды отечественных и зарубежных ученых, экономистов и практиков. Необходимостью формирования и содержанием прибыли и рентабельности организации занимались многие ученые, такие как Шеремет А.Д., Баканов М.И., Гиляровская Л.Т., Крейнина М.Н., Ковалев В.В., Донцова Л.В., Крицмен М. П., С. Дж. Браун, П. Ревентлоу и другие.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

В первой главе рассмотрены сущность, содержание и задачи финансовых результатов предприятия, основные показатели и порядок формирования прибыли предприятия, а так же методика анализа финансовых результатов.

Во второй главе дана Общая характеристика производственно-хозяйственной деятельности ООО «Стройматериалы», а так же проведен анализ уровня и динамики прибыли, рентабельности и деловой активности предприятия.

В третьей главе предложены мероприятия по повышению финансового результата деятельности предприятия и дана их оценка эффективности по улучшению финансовых результатов.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Сущность, содержание и задачи финансовых результатов организации

Под управлением финансовыми результатами организации, понимают комплекс мероприятий по управлению кредитно-денежными отношениями организации, реализуемых в определенном порядке ответственной структурой для решения взаимосвязанных задач восстановления, укрепления и расширения финансов [14,с.43].

В общем плане текущие задачи по управлению финансовыми результатами определяются хозяйственной деятельностью организации, что зафиксировано практически в каждом уставе - улучшение финансовых результатов или максимизация прибыли.

К конкретным задачам по улучшению финансового результата можно отнести [22, с.55]:

- оптимизация затрат (оценка размеров и структуры, выявление резервов, рекомендации по снижению и др.);
- оптимизация доходов (соотношение прибыли и налогов, распределение прибыли и др.);
- обеспечение дополнительных доходов организации (от непрофильной реализационной и финансовой деятельности, основных фондов, долгосрочных финансовых вложений);
- совершенствование расчетов с контрагентами (повышение денежной составляющей в объеме продаж);
- совершенствование финансовых взаимоотношений с дочерними обществами.

Регулирование финансовых результатов производственной деятельности, т.е. определение оптимальных вариантов формирования

отдельных элементов себестоимости производства, распределения затрат, ценообразования, налогообложения и т.д. Как отмечает Гиляровская Л.Т., эффективность производственной и финансовой деятельности выражается в финансовых результатах.

Финансовый результат - это обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования.

Финансовый результат отражает изменение собственного капитала за определенный период в результате производственно-финансовой деятельности организации. Таким образом, показатель прибыли или убытка по итогам отчетного периода является конкретным выражением характеристики финансового результата деятельности предприятия [22, с.11].

Для выявления финансового результата необходимо выручку сопоставить с затратами на производство и реализацию: когда выручка превышает затраты, (или превышение дохода над расходами) тогда финансовый результат свидетельствует о получении прибыли.

Как считают Маркарьян Э.А. и Герасименко Г.П., прибыль - это конечный финансовый результат деятельности предприятия, характеризующий его эффективность. В условиях рыночной экономики прибыль выступает важнейшим фактором стимулирования производственной и предпринимательской деятельности [34, с.76].

Прибыль – это часть добавленной стоимости, которую непосредственно получают предприятия после реализации продукции (работ, услуг) как вознаграждение за вложенный капитал и риск предпринимательской деятельности.

При равенстве выручки и затрат удастся лишь возмещать затраты – прибыль отсутствует, а следовательно, отсутствует и основа развития хозяйствующего субъекта. Когда затраты превышают выручку, субъект хозяйствования получает убытки это область критического риска, что ставит хозяйствующего субъекта в критическое финансовое положение, не

исключающее банкротство. Убытки высвечивают ошибки, просчеты в направлениях использования финансовых средств организации производства, управления и сбыта продукции [29,с.33].

Предприятие в данное экономически-нестабильное время должно стремиться если не к получению максимальной величины прибыли, то к той величине прибыли, которая обеспечит стабильное положение предприятия на рынке, конкурентоспособность. Решение данных задач предполагает не только знание источников формирования прибыли, но и определение методов оптимального их использования.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современных рыночных отношениях предприятия приобрели самостоятельность и несут полную ответственность за результаты своей хозяйственной деятельности перед совладельцами, акционерами, работниками, банками и кредиторами. Известно, что без получения прибыли предприятие не может развиваться в рыночной экономике, за исключением организаций, финансируемых за счёт государства или других источников. Поэтому задача улучшения финансового результата является жизненно важной для хозяйствующего субъекта. Анализ финансовых показателей позволяет выявить возможности улучшения финансового положения и по результатам расчётов принять экономически обоснованные решения.

1.2 Основные показатели и порядок формирования прибыли организации

Система показателей финансовых результатов включает в себя не только абсолютные, но и относительные показатели эффективности хозяйствования. К ним относятся показатели рентабельности. Рассчитываются и анализируются рентабельность продукции, активов, капитала. Чем выше уровень этих показателей рентабельности, тем выше эффективность хозяйствования предприятий.

Таким образом, Э.А. Маркарьян, отмечает, что основными задачами анализа финансовых результатов деятельности предприятия являются:

- оценка динамики абсолютных и относительных показателей финансовых результатов (прибыли и рентабельности);
- определение направленности и размера влияния отдельных факторов на динамику прибыли и уровень рентабельности;
- оценка эффективности бизнеса;
- определение оптимальной величины прибыли (предельный анализ).

Обобщенная информация о финансовых результатах представлена в бухгалтерской отчетности:

- форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках»;
- данные аналитического бухгалтерского учета к счету 90 «Продажи», счету 91 «Прочие доходы и расходы» и счету 99 «Прибыли и убытки» [30].

Финансовые результаты представляют отдельный раздел Плана счетов, который так и называется «Финансовые результаты». В нем отражаются данные о полученных доходах и произведенных в целях получения этих доходов расходах в разрезе основной и прочей деятельности предприятия.

Судить о том, какой конечный финансовый результат получен по итогам продаж (продукции, работ, услуг), можно только очистив его от причитающихся государству косвенных налогов и себестоимости. Превышение выручки над налоговыми расходами и затратами, ее формирующими даст положительный результат, называемый прибылью от продаж. Для этого рассмотрим схему формирования прибыли, которую представил Д.В. Лысенко [33, с. 213].

Обратная ситуация покажет убыток от продаж. Таким образом, конечным финансовым результатом от продаж выступает прибыль (или убыток), полученная по итогам доходов от продаж, уменьшенная на величину

налоговых расходов и расходов по выпуску продукции (выполнению работ, оказанию услуг) [27,с.79].

Убытки по результатам деятельности, как констатирует Л.Н. Чечевицына, показывают ошибки, просчеты в направлениях использования средств, ставят хозяйствующий субъект в критическое финансовое положение, не исключающее банкротство.

Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции (работ, услуг), снижение затрат. Прибыль сигнализирует, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы деятельности.

Прибыль отражает экономический эффект, полученный в результате деятельности субъекта хозяйствования. Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социального и материального характера трудового коллектива. За счет прибыли выполняются внешние финансовые обязательства перед бюджетом, банками, внебюджетными фондами и другими организациями. Она характеризует степень деловой активности и финансового благополучия. По прибыли определяют уровень отдачи авансированных средств в доходность вложений и активов [37,с.83].

Одной из важнейших проблем распределения прибыли как до перехода на рыночные отношения, так и в условиях их развития является оптимальное соотношение доли прибыли, аккумулируемой в доходах бюджета и остающейся в распоряжении хозяйствующих субъектов. С развитием приватизации и акционирования организации имеют право использовать полученную прибыль по своему усмотрению, кроме той её части, которая подлежит обязательным вычетам, налогообложению и другим направлениям в соответствии с законодательством.

Распределение и использование прибыли является важным хозяйственным процессом, обеспечивающим как покрытие потребностей организаций, так и формирование доходов Российского государства.

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

В зависимости от объективных условий общественного производства на различных этапах развития российской экономики система распределения прибыли менялась и совершенствовалась.

Большое значение в процессе управления финансовыми результатами отводится экономическому анализу.

В процессе анализа необходимо изучить состав прибыли, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год [23,с.64].

В процессе анализа используются следующие показатели прибыли:

- маржинальная прибыль (разность между выручкой (нетто) и прямыми производственными затратами по реализованной продукции);
- прибыль от реализации продукции, товаров, услуг (разность между суммой маржинальной прибыли и постоянными расходами отчетного периода);
- общий финансовый результат до выплаты процентов и налогов (брутто-прибыль) включает финансовый результат от реализации продукции, работ и услуг, доходы и расходы от финансовой и инвестиционной деятельности, внереализационные и чрезвычайные доходы и расходы;
- чистая прибыль - это та ее часть, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты процентов, налогов, экономических санкций и прочих обязательных отчислений;
- прибыль - это часть чистой прибыли, которая направляется на финансирование прироста активов;
- потребляемая прибыль - та ее часть, которая расходуется на выплату дивидендов, персоналу предприятия или на социальные программы.

Рассмотрим основные факторы влияющие на формирование прибыли предприятий.

Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема реализации продукции (VP); ее структуры ($УД_i$); себестоимости (C_i) и уровня среднереализационных цен ($Ц_i$):

$$\Pi = \sum [VP_{\text{Побщ}} * УД_i (Ц_i - C_i)] , \quad (1)$$

Объем реализации продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли.

Структура реализованной продукции может также оказывать и положительное, и отрицательное влияние на сумму прибыли. Если увеличится доля более рентабельных видов продукции в общем объеме ее реализации, то сумма прибыли возрастет. Напротив, при увеличении удельного веса низкорентабельной или убыточной продукции общая сумма прибыли уменьшится.

Себестоимость продукции обратно пропорциональна прибыли: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, и наоборот.

Изменение уровня среднереализационных цен прямо пропорционально прибыли: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот.

Расчет влияния этих факторов на сумму прибыли можно выполнить способом цепной подстановки, используя данные, приведенные в табл. 1.1.

Сначала нужно найти сумму прибыли при фактическом объеме продаж и базовой величине остальных факторов. Для этого следует рассчитать индекс объема реализации продукции, а затем базовую сумму прибыли скорректировать на его уровень.

Индекс объема продаж исчисляют путем сопоставления фактического объема реализации с базовым в натуральном (если продукция однородная), условно-натуральном или стоимостном выражении (если продукция неоднородна по своему составу):

$$I_{pn} = \frac{VP_i}{VP_0}, \quad (2)$$

где:

I_{pn} - индекс объема продаж;

VP_i - фактический объем продаж;

VP_0 - базовый объем продаж.

Таблица 1.1

Исходные данные для факторного анализа прибыли от реализации продукции, тыс. руб.

Показатель	Базисный период	Данные базисного периода, пересчитанные на объем продаж отчетного периода	Отчетный период
Выручка (нетто) от реализации продукции, товаров, услуг (В)	$\sum(VP_{i0} \times C_{i0})$ $\sum(VP_{i1} \times C_{i0})$ $\sum(VP_{i1} \times C_{i1})$		
Полная себестоимость реализованной продукции (З)	$\sum(VP_{i0} \times C_{i0})$ $\sum(VP_{i1} \times C_{i0})$ $\sum(VP_{i1} \times C_{i1})$		
Прибыль (П)	х	х	х

Затем следует определить сумму прибыли при фактическом объеме и структуре реализованной продукции, но при базовом уровне себестоимости и цен. Для этого из условной выручки нужно вычесть условную сумму затрат:

$$\sum(VP_{i1} * C_0) - \sum(VP_{i1} * C_{i0}), \quad (3)$$

где:

VP - объем реализации продукции,

C_i - себестоимость,

Ц_i - уровень среднереализационных цен.

Требуется подсчитать также, сколько прибыли предприятие могло бы получить при фактическом объеме реализации, структуре и ценах, но при базовом уровне себестоимости продукции. Для этого из фактической суммы выручки следует вычесть условную сумму затрат:

$$\sum (VP\Pi_{i1} \times C_{i1}) - \sum (VP\Pi_{i1} \times C_{i0}), \quad (4)$$

Итак, наличие чистой прибыли, создающей стимулирующие условия хозяйственного развития предприятий и организаций при переходе к рынку, является важным фактором дальнейшего укрепления и расширения их коммерческой деятельности.

На уровень показателей рентабельности, которые, по сути, являются обобщающими, влияет целый ряд показателей, которые отражают различные аспекты деятельности предприятия. Задачей финансового анализа является количественно оценить влияние каждого показателя на рентабельность. Регулируя размер показателей с учетом их взаимосвязи можно достичь желаемого уровня рентабельности.

Основные показатели рентабельности, рассчитываются по выходным данным финансового отчета (форма №1 - «Баланс» и форма №2 - «Отчет о финансовых результатах»).

Рентабельность (от немецкого *rentabel*-доходный) - это относительный показатель прибыли, который отражает отношение полученного эффекта (дохода, прибыли) от использованных ресурсов. Состояние деятельности является рентабельным, если на протяжении определенного периода денежные поступления компенсируют понесенные убытки, образуется и накапливается прибыль.

Затратные показатели рентабельности характеризуют доходность понесенных затрат в процессе деятельности. Для их расчета используются показатели чистой прибыли, общей прибыли, прибыли от реализации продукции, которые соотносятся с общей суммой затрат на производство и

реализацию, себестоимостью реализованной продукции т.д. Общая формула затратных показателей рентабельности имеет вид:

$$R_B = \frac{\Pi}{З} * 100, \quad (5)$$

где:

R_B -рентабельность;

Π -прибыль;

$З$ -затраты.

Показатели рентабельности, рассчитанные по такому подходу, характеризуют эффективность использования средств, использованных в процессе производства, а именно сколько предприятие получает прибыли с каждого рубля, затраченной на выполнение определенного вида деятельности.

Доходные показатели рентабельности рассчитываются как отношение прибыли от реализации продукции к чистому доходу предприятия:

$$R_p = \frac{\Pi}{ЧД} * 100, \quad (6)$$

где:

Π - прибыль;

$ЧД$ - чистый доход предприятия.

Этот показатель характеризует эффективность коммерческой деятельности и показывает, какую сумму прибыли получает предприятие с каждого рубля продажи. Рентабельность реализации рассчитывается, в общем, по предприятию и по отдельным видам продукции.

Для расчета приведенных показателей рентабельности в числителе показателей могут отображаться не только сумма прибыли, но и сумма чистого прироста денежных средств. Данные показатели свидетельствуют о возможности предприятия рассчитаться с кредиторами и собственниками денежных средств.

Показатели рентабельности, которые рассчитываются таким способом, широко применяются в странах с рыночной экономикой. Такой подход является приоритетным, потому что операции с денежными средствами обеспечивают платежеспособность и является существенным показателем здорового финансового состояния предприятия. Разновидность показателей рентабельности определяет альтернативность поиска путей ее повышения.

Рассмотрим основные способы расчета рентабельности используемых при анализе рентабельности в оценке финансовых результатов предприятия (табл. 1.2).

Таблица 1.2

Характеристика рентабельности

Наименование показателя %	Формула	Характеристика
Рентабельность продукции(R_z), или коэффициент окупаемости затрат	$R_z = \frac{\Pi_{RP}}{Z_{RP}},$ где: Z_{RP} - затраты по реализованной продукции	Показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Может быть рассчитан по отдельным видам продукции и в целом по предприятию
Рентабельность реализованной продукции($R_{об}$)	$R_{об} = \frac{\Pi_{RP}}{B_{RP}},$ где: Π_{RP} -прибыль от реализации B_{RP} - полученная выручка	Характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж.

Коэффициенты рентабельности отражают, насколько прибыльна деятельность предприятия. Эти коэффициенты рассчитываются как отношение полученной прибыли к затраченным средствам либо как отношение полученной прибыли к объему реализованной продукции. Поскольку можно назвать несколько показателей прибыли (прибыль от реализованной продукции, прибыль от операционной деятельности, налогооблагаемая прибыль, прибыль от обычной деятельности и чистая прибыль предприятия), то можно рассчитать целый ряд показателей

рентабельности (прибыльности) в зависимости от целей проводимого анализа.

Проводить анализ прибыли и рентабельности продукции (работ, услуг).
А.Д. Шеремет предлагает в следующей последовательности [36,с.54]:

1. Формируется ряд показателей, в которых проявляются финансовые результаты организации». При этом выделяются такие показатели, как валовая прибыль, прибыль (убыток) от продаж» прибыль (убыток от продаж и прочей деятельности, прибыль (убыток) до налогообложения (общая бухгалтерская прибыль), прибыль (убыток) от обычной деятельности, чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода).

2. Анализ на предварительном этапе проводится как по абсолютным показателям прибыли, так и по ее относительным показателям, например, по отношению прибыли к выручке от продажи - по рентабельности продаж.

3. Углубленный анализ осуществляется путем исследования влияния на величину прибыли и рентабельность продаж различных факторов, которые подразделяются на группу внешних и группу внутренних факторов.

4. Изучается качество прибыли - обобщенная характеристика структуры источников формирования прибыли.

5. Осуществляется маржинальный анализ прибыли.

Большой интерес представляет методика маржинального анализа прибыли, широко используемая в западных странах. В отличие от традиционной методики анализа прибыли, применяемой на отечественных предприятиях, она позволяет полнее изучить взаимосвязи между показателями и точнее измерить влияние факторов.

По методике факторного анализа прибыли, применяемой в нашей стране, обычно используют следующую модель: $\Pi = \text{ВРП} (\text{Ц} - \text{С})$.

При этом исходят из предположения, что все приведенные факторы изменяются сами по себе, независимо друг от друга. Данная модель не

учитывает взаимосвязь объема производства (реализации) продукции и ее себестоимости. Обычно при увеличении объема производства (реализации) себестоимость единицы продукции снижается, так как возрастает только сумма переменных расходов, а сумма постоянных затрат остается без изменения. И, наоборот, при спаде производства себестоимость изделий возрастает из-за того, что больше постоянных расходов приходится на единицу продукции.

В зарубежных странах для обеспечения системного подхода при изучении факторов изменения прибыли и прогнозирования ее величины используют следующую модель:

$$\Pi = \text{ВРП} * (\text{Ц} - \text{б}) - \text{А} , \quad (7)$$

где:

б - переменные затраты на единицу продукции,

А - постоянные затраты на весь объем продаж данного вида продукции.

Эта формула применяется для анализа прибыли от реализации отдельных видов продукции. Она позволяет определить изменение суммы прибыли за счет количества реализованной продукции, цены, уровня удельных переменных и суммы постоянных затрат.

В отличие от методики анализа прибыли, применяемой в нашей стране, рассмотренная методика позволяет более правильно исчислить влияние факторов на изменение суммы прибыли, так как она учитывает взаимосвязь объема производства (продаж), себестоимости и прибыли.

Методика маржинального анализа прибыли несколько усложняется в условиях многопродуктового производства, когда кроме рассмотренных факторов необходимо учитывать и влияние структуры (удельного веса) реализованной продукции.

Для изучения влияния факторов на изменение суммы прибыли от реализации продукции в целом по предприятию можно использовать следующую модель:

$$\Pi = \frac{\text{сумма прибыли}}{VP_{\text{Побщ}}} * \frac{U_i(C_i - B_i)}{A}, \quad (8)$$

Если бы сравнить результаты факторного анализа прибыли, сделанные обычным способом и маржинальным методом, то они будут значительно отличаться друг от друга. По методике маржинального анализа прибыль более существенно зависит от объема и структуры продаж, так как эти факторы влияют одновременно и на себестоимость продукции. Из-за уменьшения общего объема производства и реализации продукции больше приходится постоянных затрат на единицу продукции.

Таким образом, методика маржинального анализа позволяет исследовать и количественно измерить не только непосредственные, но и опосредованные связи и зависимости. Использование этого метода в финансовом менеджменте отечественных предприятий позволит более эффективно управлять процессом формирования финансовых результатов.

Методика анализа рентабельности, применяемая на многих российских предприятиях, также не учитывает взаимосвязи «затраты-объем-прибыль». По данной методике уровень рентабельности не зависит от объема продаж, так как с изменением последнего происходит равномерное увеличение прибыли и суммы затрат. В действительности, и прибыль, и издержки предприятия не изменяются пропорционально объему реализации продукции, поскольку часть расходов является постоянной.

На основе данных показателей одного вида продукции можно провести факторный анализ одного вида продукции (например, изделие Б), для чего будет использована следующая факторная модель:

$$P_i = \frac{VP\Pi_i(C_i - b_i) - A_i}{VP\Pi_i \times b_i + A_i}, \quad (9)$$

По данной методике объем продаж влияет на рентабельность, то есть за счет уменьшения объема производства и реализации продукции рентабельность изделия Б либо снижется, либо увеличивается. Этот метод более достоверен, так как он учитывает взаимосвязь объема продаж, себестоимости и прибыли.

Для анализа рентабельности продукции в целом по предприятию используется следующая факторная модель:

$$P = \frac{VPI_{общ} \times V_{дф} (C_i - b_i) - A_i}{\text{сумма } (VPI_{общ} \times V_{дф} \times b_i) + A} , \quad (10)$$

Преимущество рассмотренной методики анализа показателей рентабельности состоит в том, что при ее использовании учитывается взаимосвязь элементов модели, в частности объема продаж, издержек и прибыли. Это обеспечивает более точное исчисление влияния факторов и как следствие - более высокий уровень планирования и прогнозирования финансовых результатов.

Обобщая сказанное, можно отметить, что методологический подход к содержанию экономического анализа финансовых результатов деятельности предприятия должен заключаться в следующем: анализ финансовых результатов следует проводить, соблюдая логику движения от общего к частному и далее, к определению влияния частного на общее. Иначе говоря, сначала анализируются обобщающие показатели финансовых результатов в их динамике, затем изучается их структура, определяется изменение в анализируемом периоде по отношению к базисному периоду или к бизнес-плану. Далее, выявляются факторы, действие которых привело к изменениям, показатели, с помощью которых можно дать количественную оценку влияния факторов на изменение финансовых результатов. На следующем этапе осуществляется детальный анализ финансовых результатов на основе углубленного изучения частных показателей и выявления резервов роста прибыли.

1.3 Методика анализа финансовых результатов

Методика анализа финансовых результатов разработана в целях обеспечения единого методологического подхода к анализу финансового состояния предприятия. Результатом такого анализа является комплексная оценка финансового состояния предприятия, позволяющая не только определить платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия на момент проведения анализа, но и своевременно сигнализировать о негативных тенденциях в деятельности предприятия.

Источниками информации для анализа деятельности предприятия является бухгалтерская отчетность, в некоторых случаях, при анализе деятельности контрагентов, возможно использование публикуемой отчетности.

В составе бухгалтерской отчетности для анализа должны быть представлены следующие документы:

- бухгалтерский баланс (форма № 1 по ОКУД);
- отчет о прибылях и убытках (форма № 2 по ОКУД).

Применение методики заключается в проведении анализа на основании аналитических таблиц. Показатели бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках позволяют сделать общую оценку предприятия, проанализировать динамику оценочных показателей, структуру статей баланса, основные направления хозяйственно-финансовой деятельности предприятия, выявить тенденции в изменении финансового состояния и факторы, влияющие на эти изменения.

Используются стандартные приемы финансового анализа: горизонтальный и вертикальный анализ, коэффициентный анализ, а также сравнение с нормативными значениями.

Горизонтальный анализ проводится для получения общего представления о развитии предприятия, он позволяет оценить и проследить

динамику относительного изменения различных групп активов и пассивов по сравнению с предшествующим периодом: произошло ли изменение удельного веса какого-либо из разделов баланса или группы статей.

Цель вертикального анализа заключается в расчете долей и выявлении тех строк баланса, которые имеют наибольший удельный вес в валюте баланса.

В связи с большой зависимостью ряда показателей от специфики предприятий, отраслевой принадлежности и невозможностью установления оптимальных значений для каждого конкретного случая, оценка результатов показателей рентабельности, оборачиваемости и финансовых результатов основана на сравнении их значений в динамике.

Данная методика представляет интерес как для коммерческих предприятий в целях проведения внутреннего финансового анализа, так и для потенциальных контрагентов и акционеров предприятия - для оценки его финансовой устойчивости и принятия необходимых управленческих решений в отношении данного предприятия.

Финансовое состояние предприятия с точки зрения краткосрочной перспективы характеризуется показателями ликвидности и платежеспособности, т.е. способностью своевременно и в полном объеме производить расчеты по краткосрочным обязательствам.

Ликвидность предполагает наличие у предприятия оборотных средств в размере, достаточном для погашения обязательств. Платежеспособность означает наличие у предприятия денежных средств и их эквивалентов, достаточных для погашения кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения. Основными признаками платежеспособности являются:

- наличие в достаточном объеме средств на расчетном счете;
- отсутствие просроченной кредиторской задолженности.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени убывающей ликвидности, с

краткосрочными обязательствами по пассиву, сгруппированных по степени срочности их погашения.

Активы предприятия в зависимости от скорости превращения их в деньги делятся на 4 группы (табл. 1.3).

Таблица 1.3

Группировка активов по степени ликвидности

Наименование показателя	Содержание показателя
А1. Наиболее ликвидные активы	Денежные средства предприятия + краткосрочные финансовые вложения
А2. Быстрореализуемые активы	Дебиторская задолженность+ прочие активы
А3. Медленно реализуемые активы	Запасы +НДС
А4. Труднореализуемые активы	Итог раздела 1 актива баланса

Пассивы баланса группируются по степени срочности их оплаты (табл.1.4).

Таблица 1.4.

Группировка пассивов по сроку погашения

Наименование показателя	Содержание показателя
П1. Наиболее срочные обстоятельства	Кредиторская задолженность, прочие пассивы + ссуды, не погашенные в срок
П2. Краткосрочные пассивы	Краткосрочные займы и кредиты + прочие краткосрочные обстоятельства
П3. Долгосрочные пассивы	Долгосрочные кредиты и заемные средства
П4. Постоянные пассивы	Собственный (акционерный) капитал, находящийся постоянно в распоряжении предприятия

Для анализа ликвидности баланса составляется таблица (табл. 1.5). В графы этой таблицы фиксируются данные на начало и конец отчетного периода из сравнительного аналитического баланса по группам актива и пассива. При сопоставлении итогов этих групп определяются абсолютные величины платежных излишков или недостатков на начало и конец отчетного периода.

Таблица 1.5.

Структура активов и пассивов по классу ликвидности

Актив	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода	Пассив	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода	Платежный излишек или недостаток	
1	2	3	4	5	6	7=2-5	8=3-6
A1 Наиболее ликвидные активы			П1 Наиболее срочные обязательства				
A2 Быстро реализуемые активы			П2 Краткосрочные пассивы				
A3 Медленно реализуемые активы			П3 Долгосрочные пассивы				
A4 Трудно реализуемые активы			П4 Постоянные пассивы				
Баланс			Баланс				

Проводимый по изложенной схеме анализ ликвидности баланса является приближенным. В целях детального анализа баланса применяются наиболее значимые показатели ликвидности, представленные в таблице «Группа показателей ликвидности и платежеспособности» (табл. 1.6).

Таблица 1.6.

Группа показателей ликвидности и платежеспособности.

№	Наименование показателя	Рекомендуемое значение	Пояснение
1.	К1 Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия)	Минимальное значение -1; Допустимое значение - 1,0-1,5; Оптимальное значение - более 1,5.	-дает общую оценку обеспеченности предприятия оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочной задолженности, показывая, сколько рублей текущих активов предприятия приходится на один рубль краткосрочных обязательств
2.	К2 Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	Допустимое значение - 0,5 - 0,8 Оптимальное значение - более 0,8.	- характеризует долю текущих активов и дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты, покрываемую текущими обязательствами
3.	К3 Коэффициент абсолютной ликвидности	Оптимальное значение - 0,1	- наиболее жесткий критерий ликвидности баланса предприятия, характеризующий долю наиболее срочных обязательств
4.	К4 Коэффициент обеспеченности собственными средствами	Рекомендуемое значение - не менее 0,1	- характеризует часть собственного капитала предприятия, которая используется для покрытия текущих активов

Динамика показателей характеризуется величинами абсолютной и относительной разницы, при этом относительная величина рассчитывается как процентное отношение абсолютного отклонения к значению на начало периода.

Одной из основных задач анализа финансовых результатов является изучение, обобщение и мобилизация резервов их роста, повышения стимулирующей роли доходов и прибыли в результатах хозяйственной и другой деятельности предприятий. Чтобы обеспечить стабильный рост прибыли, необходимо постоянно искать резервы ее увеличения. А.Н. Гаврилова предлагает резервы увеличения прибыли определять по каждому виду продукции, выполненных работ и предоставленных услуг. Затем А.Н. Гаврилова отмечает, что основными источниками увеличения прибыли по обычным видам деятельности являются увеличение объема реализации

продаж, снижение их себестоимости, повышение их качества, реализация их на более выгодных рынках сбыта [21,с.73].

Теоретические вопросы анализа формирования и использования прибыли, методология позволяют провести детальный анализ на примере исследуемого предприятия - ООО «Стройматериалы».

Глава 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «СТРОЙМАТЕРИАЛЫ»

2.1 Общая характеристика производственно-хозяйственной деятельности организации

Торговое предприятие ООО «Стройматериалы» осуществляет свою торгово-хозяйственную деятельность на потребительском рынке с 10.04.2005 года. Адрес нахождения предприятия: г. Кызыл, ул. Оюна-Курседи 69. По своей организационно-правовой форме является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, расчетный счет, круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание его место нахождения Общества. Общество вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, а также зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации и действуют на основе полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости.

За 11 лет существования предприятия наработан богатый опыт строительных и монтажных работ. Создана хорошая материальная база и диспетчерская служба.

Сотрудничество с ООО «Стройматериалы» - это гарантии надежности, а также высокого качества строительных материалов. Вся предлагаемая ими продукция обладает сертификатами качества, соответствует требованиям как российских, так и мировых норм и стандартов.

Основные клиенты компании: торговые компании, оптовые базы, рынки и магазины строительных материалов, строительные организации, прорабы, частные лица, предприятия и учреждения.

Основные поставщики: ведущие производители строительных материалов России.

Условия поставки: доставка транспортом компании или самовывозом с территории торговой базы.

Коллектив компании: профессионалы, готовые в любой момент проконсультировать при выборе товара, сопроводить сделку купли-продажи, доставку товара.

Перспективы компании: оптимизация и расширение ассортимента, работа над улучшением цен на товары, непрерывное повышение уровня качества оказываемых услуг.

ООО «Стройматериалы» осуществляет следующие функции: оптовая и розничная торговля строительными материалами.

Общество осуществляет свою деятельность на основании любых, за исключением запрещенных законодательством, операций, в том числе путем:

- проведение работ и оказание услуг по заказам юридических лиц и граждан, как в России, так и за рубежом на основании заключенных договоров или в инициативном порядке на условиях, определяемых договоренностью сторон;
- поставок продукции, выполнения работ, оказания услуг в кредит, оказания финансовой или иной помощи на условиях, определенных договоренностью сторон;
- участия в деятельности других юридических лиц путем приобретения их акций, внесение паевых взносов;
- создания совместных предприятий с иностранными лицами и гражданами в соответствии с действующим законодательством;
- осуществления совместной деятельности с другими юридическими лицами для достижения общих целей.

Центральным звеном в структуре управления является директор, назначенный учредителем ООО «Стройматериалы» и сам являющийся учредителем предприятия, который действует на основании устава. Директор организует всю работу предприятия и несет полную ответственность за его состояние и деятельность.

Структура предприятия - линейно-функциональная. Основные функциональные блоки - это торговые места, осуществляющие процесс продаж строительных материалов, которые подчинены заведующему торговой точки. Линейно-функциональная структура управления является наиболее оптимальной в условиях торговли, и ее изменение может быть оправдано только изменением целей организации.

2.2 Анализ уровня и динамики прибыли

Проведение анализа показателей прибыли будем производить согласно методике Савицкой Г.В. [41,с.34] Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности предприятия получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов.

Ниже в табл. 2.1 приведен анализ динамики и структуры актива и пассива баланса (Приложение 1).

Активы организации ООО «Стройматериалы» за анализируемый период возросли на 7406 тыс. руб. Увеличение активов произошло за счет роста внеоборотных активов на 612тыс. руб., оборотных активов на 6794 тыс. руб. Данное увеличение связано с ростом товарооборота предприятия, что повлекло необходимость расширения торговых площадей и открытием новой торговой точки продажи строительных материалов.

Таблица 2.1.

Анализ динамики и структуры актива и пассива баланса, тыс.руб.

Показатели	2013	2014	2015	Изменение (+,-)	В процентах к итогу		
					за 2013г.	за 2014г.	за 2015г.
1	2	3	4	5	6	7	8
АКТИВ							
1. Внеоборотные активы	2177	2462	2789	612	11,72	12,61	10,73
2. Оборотные активы, из них:							
- запасы;	15173	15703	19017	3844	92,48	92,04	81,97
- НДС по приобретенным ценностям;	99	99	98	-1	0,61	0,58	0,42
- дебиторская задолженность;	661	246	3271	2610	4,03	1,44	14,10
- денежные средства	473	1013	814	341	2,88	5,94	3,51
Итого по разделу 2	16406	17061	23200	6794	100	100	100
БАЛАНС	18583	19523	25989	7406			
ПАССИВ							
3. Капиталы и резервы	7223	7877	9548	2425	38,87	40,35	36,74
4. Долгосрочные обязательства	-	-	-	-	-	-	-
4. Краткосрочные обязательства, из них:							
- займы и кредиты;	9985	9385	11385	1642	87,90	80,65	69,25
- кредиторская задолженность;	1375	2251	5056	3681	12,10	19,35	30,75
Итого по разделу 5	11360	11636	16441	5081	100	100	100
БАЛАНС	18583	19523	25989	7406			

Из таблицы анализа активов и пассивов мы видим, что идет общий рост валюты баланса ввиду увеличения производства. В активе запасы увеличились на 3844 тыс.руб., что так же связано с ростом продаж и расширением ассортимента строительных материалов. Рост дебиторской задолженности в 2013 г. на 2610 тыс.руб. произошел за счет роста задолженности с покупателями и заказчиками, т.е. часть товаров ООО «Стройматериалы» были проданы в кредит предприятия, в 2013 году произошло их не значительное снижение, за счет приобретения новых товаров. Наибольшую долю в структуре активов занимают запасы, в нашем

случает это свидетельствует о затоваривании, что отрицательно сказывается на финансовой деятельности предприятия.

Основная масса денежных средств предприятия аккумулирована на счетах в банке, в 2012 г. их рост связан увеличением деловой активности.

В то же время в пассиве баланса на 2425 тыс.руб. возросли «капитал и резервы», что является позитивным моментом, означающий рост собственных средств предприятия, тем самым происходит увеличение прибыли ООО «Стройматериалы».

Рост кредиторской задолженности носит отрицательный характер, так к 2015 г. темп роста составил 124%, что в стоимостном выражении составляет 2805 тыс.руб., это приводит к снижению оборачиваемости кредиторской задолженности, увеличиваются сроки возврата задолженности, ухудшается финансовое состояние предприятия. В пассиве баланса наибольшую долю занимают займы и кредиты, в 2013 году произошло их снижение до 69,25% и рост кредиторской задолженности до 30,75%.

Несмотря на незначительные отрицательные моменты из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что ООО «Стройматериалы» увеличивает производство, прибыль и успешно расширяется.

Расчет показателей финансовой устойчивости и платежеспособности ООО «Стройматериалы» представлен в табл. 2.2.

Таблица 2.2

Расчет показателей финансовой устойчивости
ООО«Стройматериалы» за 2013 - 2015 гг.

Показатели	2013	2014	2015	Изменения
Собственные и приравненные к ним источники средств, тыс. руб.	7223	7887	9548	5081
Краткосрочные обязательства	11360	11636	16441	7406
Всего итог баланса, тыс. руб.	18583	19523	25989	0,15
Соотношение заемных и собственных средств, тыс. руб.	1,57	1,48	1,72	-0,03
Коэффициент автономии, %	0,39	0,40	0,36	
Коэффициент маневренности,	0,69	0,69	0,70	0,01
Оборотные активы, тыс. руб.	16406	17061	23200	6794
Коэффициент мобильности, %	0,03	0,05	0,04	0,01

Собственные и приравненные к ним источники средств капитал и резервы (итог третьего раздела бухгалтерского баланса) плюс долгосрочные обязательства (итог четвертого раздела бухгалтерского баланса). Иногда (при использовании уточненной методики) к этой сумме прибавляют доходы будущих периодов и резервы предстоящих расходов (строки в пятом разделе).

За 2013 год: 7223 тыс.руб.

За 2014 год: 7887 тыс.руб.

За 2015 год: 9548 тыс.руб.

В 2013 году, по сравнению с предыдущими, собственные и приравненные к ним источники средств увеличились на 2325 тыс. руб. Рост данного показателя связан с привлечением в оборотный капитал предприятия заемных средств.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств.

2013 г. = $11360/7223 = 1,57$

2014 г. = $11636/7887 = 1,48$

2015 г. = $16441/9548 = 1,72$

Данный коэффициент показывает сколько заемных средств предприятие привлекло на 1 рубль собственного капитала. Показатель соотношения заемных и собственных средств не соответствует нормативному значению ни в одном из рассматриваемых периодов, наибольший показатель 1,72 в 2015 году и значительно вырос по сравнению с 2014 г. Следовательно, темпы роста заемного капитала ООО «Стройматериалы» выше темпов роста собственного капитала.

Коэффициент автономии, %.

Кавт.2013 = 0,39

Кавт.2014 = 0,40

Кавт.2015 = 0,36

Коэффициент автономии снизился до 0,36, что означает снижение финансовой независимости ООО «Стройматериалы», однако данное предприятие не является фондоемким, поэтому небольшое уменьшение данного коэффициента не прогнозирует повышения риска финансовых затруднений в будущие периоды и не снижает гарантии погашения предприятием своих обязательств.

Коэффициент маневренности собственных средств, %.

Кмсс 2013 = 0,69

Кмсс 2014 = 0,69

Кмсс.2015 = 0,70

Коэффициент увеличился на 0,01 к 2013 г., данный факт положительно характеризует ООО «Стройматериалы», и означает, что большая часть собственных средств предприятия вложена не в основные средства и иные внеоборотные активы, а в оборотные средства, а следовательно собственные средства являются мобильными.

Коэффициент мобильности, %.

$$K_{м2013} = 473/16406 = 0,03$$

$$K_{м2014} = 1013/17061 = 0,05$$

$$K_{м2015} = 814/23200 = 0,04$$

Коэффициент показывает, что у предприятия достаточно высокая мобильность, т.е. ООО «Стройматериалы» имеет возможность относительно свободно маневрировать основными средствами.

Проведем анализ платежеспособности ООО «Стройматериалы» за 2013 - 2015 гг. исходя из коэффициентов ликвидности (табл. 2.3).

Таблица 2.3

Анализ платежеспособности ООО «Стройматериалы» исходя из
коэффициентов ликвидности

Показатели	2013	2014	2015	Изменен ия
1	2	3	4	5
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения, тыс. руб.	473	1013	814	341
Краткосрочная дебиторская задолженность, тыс. руб.	661	245	3271	2610
Итого легкорезализуемых активов, тыс. руб.	16406	17061	23200	6794
Запасы, тыс. руб.	15173	15703	19017	3844
НДС по приобретенным ценностям, тыс. руб.	99	99	98	-1
Итого оборотных активов для покрытия текущей задолженности, тыс. руб.	16406	17061	23200	6794
Краткосрочные обязательства (без учета доходов будущих периодов и резервов предстоящих расходов), тыс. руб.	11360	11636	16441	5081
Коэффициент абсолютной ликвидности, %	0,04	0,09	0,05	0,1
Коэффициент срочной ликвидности, %	0,10	0,11	0,24	0,14
Коэффициент текущей ликвидности, %	1,44	1,47	1,41	-0,3

По данным табл. 2.3 можно сделать следующие выводы. Наблюдается увеличение дебиторской задолженности к 2015 г. на 2610 тыс.руб. за счет накопившегося долга перед поставщиками и заказчиками. Так же возрос уровень запасов на предприятии, что так же характеризует его платежеспособность с плохой стороны. Так нереализованная часть материалов и товаров препятствует закупу нового ассортимента. Но в целом

по коэффициентам ликвидности можно сказать о стабильной платежеспособности предприятия.

Ликвидность баланса - основа платежеспособности и ликвидности предприятия. Иными словами, ликвидность - это способ поддержания платежеспособности.

Таблица 2.4.

Структура активов и пассивов по классу ликвидности, тыс.руб.

Актив	2013	2014	2015	Пассив	2013	2014	2015	Платежный излишек или недостаток		
1	2	3	4	5	6	7	8	9=2-6	10=3-7	11=4-8
A1	473	1013	814	П1	1375	2251	5056	-902	-1238	-4242
A2	661	246	3271	П2	9985	9385	11385	-9324	-9139	-8114
A3	15272	15802	19115	П3	0	0	0	15272	15802	19115
A4	2177	2462	2789	П4	7223	7887	9548	-5046	-5425	-6759
Баланс	18583	19523	25989	Баланс	18583	19523	25989	х	х	х

Из табл. 2.4 видно, что разность наиболее ликвидных активов (A1) и наиболее срочных обязательств (П1), которая отражает соотношение текущих платежей и поступлений для ООО «Стройматериалы» за весь анализируемый период имеет отрицательное значение, что говорит о том, что часть полученных от кредиторов предприятием средств используется для покрытия собственных затрат предприятия.

Разность быстро реализуемых активов (A2) и краткосрочных обязательств (П2) отражает соотношение текущих платежей и поступлений ООО «Стройматериалы». За период 2013 - 2015 гг. данный показатель так же имеет отрицательное значение.

Разность медленно реализуемых активов (A3) и долгосрочных обязательств (П3) для ООО «Стройматериалы» показывает тенденцию увеличения текущей ликвидности в недалеком будущем.

Разность труднореализуемых активов (А4) и постоянных пассивы (П4) означает, что собственных средств ООО «Стройматериалы» должно быть достаточно для покрытия потребности во внеоборотных активах.

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс считается абсолютно ликвидным, если имеют место соотношения:

$$A1 > П1, A2 > П2, A3 > П3, A4 < П4.$$

Исходя из того, что $A1 < П1$, $A2 < П2$, $A3 > П3$, $A4 < П4$ баланс можно назвать условно ликвидным (выполняются 2 признака из 4х абсолютно ликвидного баланса) на протяжении всего анализируемого периода. ООО «Стройматериалы» не использует краткосрочных заемных средств и не имеет, по сути, собственный капитал (Приложение 1), при этом имеет долгосрочные финансовые обязательства и долгосрочные заемные средства.

Таблица 2.5.

Группа показателей ликвидности и платежеспособности

Наименование показателя	2013	2014	2015
К1 Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия)	1,44	1,47	1,41
К2 Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	0,10	0,11	0,24
К3 Коэффициент абсолютной ликвидности	0,04	0,09	0,05
К4 Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,31	0,32	0,29

1) Коэффициент текущей ликвидности. Коэффициент незначительно снизился, но говорить о значительном финансовом риске нет оснований. Коэффициент дает оценку ликвидности активов, показывая,

сколько рублей текущих активов предприятия приходится на один рубль текущих обязательств.

2) Коэффициент быстрой (срочной) ликвидности характеризует способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счет оборотных активов.

Коэффициент текущей ликвидности находится в допустимом интервале, в то время как коэффициент быстрой ликвидности недопустимо низок, то это значит, что предприятие ООО «Стройматериалы» может восстановить свою техническую платежеспособность за счет продажи своего складского запаса и дебиторской задолженности, однако вследствие этого оно, возможно, лишится возможности нормально функционировать.

3) Коэффициент абсолютной ликвидности равен в 2013 году 0,04; в 2014 году 0,09 и в 2015 году, что говорит о невозможности погашения краткосрочной задолженности предприятия в ближайшее время. При этом прослеживается следующая закономерность: чем больше абсолютное значение высоколиквидных оборотных средств, тем больше вероятность при необходимости погасить кредиторскую задолженность, т.е. погасить задолженность за счет денежных средств.

4) Коэффициент обеспеченности собственными средствами характеризует достаточность у предприятия собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости. Данный коэффициент за анализируемый период составляет за 2013 г. - 0,31 (31%), за 2014 г. - 0,32 (32%), за 2015 г. - 0,29 (29%) и указывает на наличие у предприятия достаточного объема собственных оборотных средств (собственного оборотного капитала) является одним из главных условий его финансовой устойчивости, а так же на удовлетворительную структуру баланса.

Таблица 2.6

Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж

Показатели	2014	2015	Абсолютное изменение, тыс. руб.	Относительное изменение, %
1	2	3	4	5
Выручка от продажи продукции, работ или услуг	49 489	55 918	6 429	12,99%
Себестоимость	43 448	47 345	3 897	8,97%
Окончание таблицы 2.6				
1	2	3	4	5
Коммерческие расходы	4 631	6 323	1 692	36,54%
Управленческие расходы	0	0	0	0,00%
Прибыль от продаж	1 410	2 250	840	59,57%
Индекс изменения цен	1,00	1,15	0,15	15,00%
Объем реализации в сопоставимых ценах	49 489	48 624	-865	-1,75%

Таким образом, проведя анализ прибыли, платежеспособности ООО «Стройматериалы», а так же ликвидности баланса можно сделать следующие выводы. ООО «Стройматериалы» осуществляет свою деятельность не смотря на трудности в реализации товарной продукции со значительной прибылью. Возникшие проблемы в области погашения дебиторской задолженности разрешимы при применении особых мер по стабилизации финансового положения предприятия.

ООО «Стройматериалы» является торговым предприятием, поэтому факторный анализ прибыли проведем по прибыли от продаж за 2014 - 2015 гг. (табл. 2.6) на основе данных Отчета о прибылях и убытках (Приложение 2).

Определим влияние факторов на сумму прибыли ООО «Стройматериалы» следующим образом:

1. Для определения влияния объема продаж на прибыль необходимо прибыль предыдущего периода умножить на изменение объема продаж.

Выручка от реализации товаров предприятия в 2015 г. составила 55918 тыс. рублей. Для начала необходимо определить объем продаж в базисных ценах ($55918/1,15$), который составил 48624 тыс. руб. С учетом этого изменение объема продаж за анализируемый период составил 98,3% ($48624/49489*100\%$), т.е. произошло снижение объема реализованной продукции на 1,7%. За счет снижения объема продажи продукции прибыль от продажи продукции снизилась: $1410 * (-0,0175) = - 24,68$ тыс. руб. Следует отметить, что такой расчет является не совсем точным, так как цены на реализованную продукцию изменяются в течение всего отчетного периода.

2. Влияние ассортимента продаж на величину прибыли ООО «Стройматериалы» определяется сопоставлением прибыли 2015 г., рассчитанной на основе цен и себестоимости 2014 г., с прибылью 2014 г., пересчитанной на изменение объема реализации.

Прибыль 2015 г., исходя из себестоимости и цен 2014 г., можно определить с некоторой долей условности следующим образом:

- выручка от продажи 2015 г. в ценах 2014 г. - 48624 тыс. руб.;
- фактически реализованная продукция, рассчитанная по себестоимости 2014 г. ($43448*0,9825$) = 44221,88 тыс. руб.;
- коммерческие расходы 2014 г. 4631 тыс. руб.;
- управленческие расходы базисного периода 0 тыс. руб.;
- прибыль отчетного периода, рассчитанная по себестоимости и ценам 2014 г. ($48624-44221,88-4631-0$) = - 228,88 тыс. руб.

Таким образом, влияние сдвигов в структуре ассортимента на величину прибыли от продаж равно: $- 228,88 - (1410*0,9825) = -1614,2$ тыс. руб.

Произведенный расчет показывает, что в составе реализованной продукции увеличился удельный вес продукции с меньшим уровнем доходности.

3. Влияние изменения себестоимости на прибыль можно определить, сопоставляя себестоимость реализации продукции 2015 г. с затратами 2014 г., пересчитанными на изменение объема продаж: $47345 - (43448 * 0,9825) = 4657,34$ тыс. руб. Себестоимость реализованной продукции увеличилась, следовательно, прибыль от продажи продукции снизилась на ту же сумму.

4. Влияние изменения коммерческих и управленческих расходов на прибыль ООО «Стройматериалы» определим путем сопоставления их величины в 2015 г. и 2014 г. За счет снижения размера коммерческих расходов прибыль выросла на 1692 тыс. руб. ($6323 - 4631$), управленческие расходы - отсутствуют.

5. Для определения влияния цен реализации продукции на изменение прибыли необходимо сопоставить объем продаж отчетного периода, выраженного в ценах отчетного и базисного периода, т.е.: $55918 - 48624 = 7294$ тыс. руб.

Подводя итог, посчитаем общее влияние всех перечисленных факторов:

1. влияние объема продаж: - 24,68 тыс. руб.;
2. влияние структуры ассортимента реализованной продукции: - 1614,2 тыс. руб.;
3. влияние себестоимости: - 4657,34 тыс. руб.;
4. влияние величины коммерческих расходов +1692 тыс. руб.; влияние величины управленческих расходов 0 тыс. руб.;
5. влияние цен реализации +7294 тыс. руб.;

Общее влияние факторов + 2689,78 тыс. руб.

Значительный рост себестоимости товаров произошел в основном за счет повышения закупочных цен на материалы. Кроме этого, на сумму

прибыли оказало отрицательное влияние уменьшение объема продаж и негативные сдвиги в ассортименте продукции. Отрицательное воздействие перечисленных факторов было компенсировано повышением реализационных цен, а также снижение коммерческих расходов. Следовательно, резервами роста прибыли ООО «Стройматериалы» являются рост объема продаж, увеличение доли более рентабельных видов продукции в общем объеме реализации и снижение себестоимости товаров.

2.3 Анализ рентабельности и деловой активности организации

Анализ деловой активности позволяет охарактеризовать результаты и эффективность текущей основной производственной деятельности.

1) Оборачиваемость активов. Коэффициент оборачиваемости активов вычисляется как отношение выручки от реализации к средней за период стоимости активов. Этот показатель характеризует эффективность использования организацией всех имеющихся ресурсов, независимо от источников их образования, т.е. показывает, сколько раз за анализируемый период совершается полный цикл производства и обращения.

$$OA = \frac{BP}{(A_{нп} + A_{кп})/2}, \quad (12)$$

где:

BP - выручка от реализации за расчетный период;

A_{нп}, A_{кп} - величина активов на начало и конец периода.

$$OA_{2013} = \frac{39845}{(15515 + 18583)/2} = \frac{39845}{17049} = 2,34$$

$$OA_{2014} = \frac{49489}{(18583 + 19523)/2} = \frac{49489}{19053} = 2,60$$

$$OA_{2015} = \frac{55918}{(19523 + 25989)/2} = \frac{55918}{22756} = 2,46$$

Итак, значение коэффициента оборачиваемости активов равное 2 показывает, что организация в течение года получает выручку вдвое больше стоимости своих активов (активы за год «оборачиваются» 2 раза). Данный

показатель в анализируемом периоде держится приблизительно в одной шкале, что свидетельствует об эффективном управлении активами предприятия.

2) Оборачиваемость собственных средств. Данный коэффициент рассчитывается как отношение выручки от реализации к средней за период величине собственного капитала:

$$O_{ск} = \frac{ВР}{(СК_{нп} + СК_{кп})/2}, (13)$$

где:

СК_{нп}, СК_{кп}- величина собственных средств на начало и конец периода.

$$O_{СК} 2013 = \frac{39845}{(6531 + 7223)/2} = 5,79$$

$$O_{СК} 2014 = \frac{49489}{(7223 + 7887)/2} = 6,55$$

$$O_{СК} 2015 = \frac{55918}{(7887 + 9548)/2} = 6,41$$

Этот показатель значительно превышает уровень реализации над вложенным капиталом, и это влечет за собой увеличение кредитных ресурсов и возможность достижения того предела, за которым кредиторы начинают активнее участвовать в деле, чем собственники предприятия. В этом случае отношение обязательств к собственному капиталу увеличивается, растет также риск кредиторов, в связи с чем ООО «Стройматериалы» может иметь серьезные затруднения, обусловленные уменьшением доходов или общей тенденцией к снижению цен.

3) Оборачиваемость текущих активов. Коэффициент оборачиваемости текущих активов рассчитывается как отношение выручки от реализации к средней за период величине текущих активов.

$$O_{та} = \frac{ВР}{(ТА_{нп} + ТА_{кп})/2}, (14)$$

ТАнп, ТАкп - величина текущих активов на начало и конец периода.
(Итог 2 раздела баланса)

$$Ота_{2013} = \frac{39845}{(13651+16406)/2} = 2,65$$

$$Ота_{2014} = \frac{49489}{(16406+17061)/2} = 2,95$$

$$Ота_{2015} = \frac{55918}{(17061+23200)/2} = 2,78$$

Таким образом, можно сделать вывод, что не смотря на то , что предприятие ООО «Стройматериалы» частично зависимо от заемных средств, у него достаточно возможностей для увеличения прибыли при той же сумме капитала, а значит и больше возможности расплатиться по привлеченным средствам.

4) Оборачиваемость запасов. Данный коэффициент рассчитывается как отношение себестоимости продукции к средней за период величине запасов, незавершенного производства и готовой продукции на складе.

$$Оз = \frac{С}{(Знп+Зкп)/2}, (15)$$

где:

С - себестоимость продукции, произведенной в расчетном периоде;

Зкп, Знп - величина остатков запасов, незавершенного производства и готовой продукции на складе на начало и конец периода.

$$Оз_{2013} = \frac{35022}{(12642+15173)/2} = 2,52$$

$$Оз_{2014} = \frac{43448}{(15173+15703)/2} = 2,81$$

$$Оз_{2015} = \frac{47345}{(15703+19017)/2} = 2,73$$

Более нагляден и удобен для анализа обратный показатель - время обращения в днях. Он рассчитывается по формуле:

$$Поз = \frac{Тпер}{Оз}, (16)$$

Тпер - продолжительность периода в днях. (360 дней)

$$\text{ПОЗ 2013} = \frac{360}{2,52} = 142,8$$

$$\text{ПОЗ 2014} = \frac{360}{2,82} = 127,65$$

$$\text{ПОЗ 2015} = \frac{360}{2,73} = 131,87$$

Замедление оборачиваемости в 2015 году сопровождалось отвлечением средств из хозяйственного оборота, их относительно более длительным омертвлением в запасах. Кроме того, очевидно, что организация несла дополнительные затраты по хранению запасов, связанные не только со складскими расходами, но и с риском порчи и устаревания товара. Однако в целом по сравнению с 2014 годом намечается ускорение оборачиваемости запасов, что подтверждает их ликвидность.

5) Оборачиваемость дебиторской задолженности. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности вычисляется как отношение выручки от реализации к средней за период величине дебиторской задолженности.

$$\text{ОДЗ} = \frac{\text{ВР}}{(\text{ДЗ}_{\text{нп}} + \text{ДЗ}_{\text{кп}})/2}, (17)$$

где:

ДЗ_{нп}, ДЗ_{кп} - дебиторская задолженность на начало и конец периода.

$$\text{ОДЗ 2013} = \frac{39485}{(661+616)/2} = 62,40$$

$$\text{ОДЗ 2014} = \frac{49489}{(246+661)/2} = 109,12$$

$$\text{ОДЗ 2015} = \frac{55918}{(3271+246)/2} = 31,80$$

Высокая оборачиваемость дебиторской задолженности отражает улучшение платежной дисциплины покупателей - своевременное погашение покупателями задолженности перед организацией и (или) сокращение продаж с отсрочкой платежа (коммерческого кредита покупателям). Динамика этого показателя во многом зависит от кредитной политики

предприятия, от эффективности системы контроля, обеспечивающей своевременность поступления оплаты.

Управление дебиторской задолженностью предполагает, прежде всего, контроль за оборачиваемостью средств в расчетах.

Рассчитывается по формуле:

$$\text{Подз} = \frac{T_{\text{пер}}}{O_{\text{дз}}}, (18)$$

$$\text{П ОДЗ 2013} = \frac{360}{62,4} = 5,77$$

$$\text{П ОДЗ 2014} = \frac{360}{109,12} = 3,30$$

$$\text{П ОДЗ 2015} = \frac{360}{31,80} = 11,32$$

Ускорение оборачиваемости рассматривается как положительная тенденция.

6) Оборачиваемость кредиторской задолженности. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности вычисляется как отношение себестоимости проданных товаров к средней за период величине кредиторской задолженности.

$$O_{\text{кз}} = \frac{C}{(K_{\text{Знп}} + K_{\text{Зкп}})/2}, (19)$$

где:

$K_{\text{Знп}}$, $K_{\text{Зкп}}$ - кредиторская задолженность на начало и конец периода.

$$O_{\text{КЗ 2013}} = \frac{35022}{(1504 + 1375)/2} = 24,32$$

$$O_{\text{КЗ 2014}} = \frac{43448}{(1375 + 2251)/2} = 23,96$$

$$O_{\text{КЗ 2015}} = \frac{47345}{(2251 + 5056)/2} = 12,96$$

Период оборота кредиторской задолженности рассчитывается:

$$\text{Покз} = \frac{T_{\text{пер}}}{O_{\text{кз}}}, (20)$$

$$\text{П ОКЗ 2013} = \frac{360}{24,32} = 14,80$$

$$\text{П ОДЗ 2014} = \frac{360}{23,96} = 15,02$$

$$\text{П ОДЗ 2015} = \frac{360}{12,96} = 27,78$$

Период оборота кредиторской задолженности характеризует среднюю продолжительность отсрочки платежей, предоставляемой предприятию поставщиками. Чем он больше, тем активнее организация финансирует текущую производственную деятельность за счет непосредственных участников производственного процесса (за счет использования отсрочки оплаты по счетам, нормативной отсрочки по уплате налогов и т.д.). Снижение оборачиваемости может означать как проблемы с оплатой счетов, так и более эффективную организацию взаимоотношений с поставщиками, обеспечивающую более выгодный, отложенный график платежей и использующую кредиторскую задолженность как источник получения дешевых финансовых ресурсов.

7) Фондоотдача основных средств.

$$K = \frac{BP}{(OCH_{нг} + OCH_{кг})/2}, (21)$$

где:

BP - выручка от реализации,

OCH_{нг}, OCH_{кг} - основные средства на начало и на конец года.

$$K_{2013} = \frac{39845}{(1864 + 2177)/2} = 19,72$$

$$K_{2014} = \frac{49489}{(2177 + 2462)/2} = 21,33$$

$$K_{2015} = \frac{55918}{(2462 + 2789)/2} = 21,30$$

Рост данного показателя свидетельствует о повышении эффективности использования основных средств.

Оценка рентабельности

1. Рентабельности актива. Этот коэффициент показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого рубля, вложенного в активы, и рассчитывается по формуле:

Рентабельность активов = Чистая прибыль (ф. №2)/Средняя стоимость актива *100 ,(22)

$$RA\ 2013 = \frac{692}{(15515+18583)/2} * 100 = 4,06$$

$$RA\ 2014 = \frac{664}{(18583+19523)/2} * 100 = 3,48$$

$$RA\ 2015 = \frac{1661}{(19523+25989)/2} * 100 = 7,30$$

Рентабельность активов - индикатор доходности и эффективности деятельности компании, очищенный от влияния объема заемных средств.

Причинами ухудшения рентабельности активов могут быть как снижение рентабельности продаж, так и замедление их оборачиваемости. Соответственно увеличение рентабельности активов говорит об увеличении продаж и ускорении оборачиваемости.

2. Рентабельность собственного капитала, показывает эффективность использования средств, принадлежащих собственникам организации. Служит основным критерием при оценке уровня котировки акций на бирже и рассчитывается по формуле:

$$RCK = \frac{\text{чистая прибыль (ф.2)}}{\text{источники собственных средств (итого графа 3)}} * 100 ,(23)$$

Более точный расчет подразумевает использование средней арифметической величины собственного капитала за тот период, за который берется чистая прибыль (как правило, за год) - к собственному капиталу на начало периода прибавляют собственный капитал на конец периода и делят на 2.

$$RCK\ 2013 = \frac{692}{(6521+7223)/2} * 100 = 10,06$$

$$RCK\ 2014 = \frac{664}{(7223+7887)/2} * 100 = 8,79$$

$$RCK\ 2015 = \frac{1661}{(7887+9548)/2} * 100 = 19,05$$

Показывает эффективность использования собственного капитала. Надо иметь в виду, что высокий коэффициент рентабельности собственного капитала может быть связан как с высокой инфляцией, так и с высоким риском компании.

3. Рентабельность продаж (оборота) показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля реализованной продукции, рассчитывается по формуле:

$$R_{\text{продаж}} = \frac{\text{прибыль от реализации (ф.2.200)}}{\text{объем продаж (2.110)}} * 100, (24)$$

$$R_{\text{продаж}}\ 2013 = \frac{1026}{39845} * 100 = 2,57$$

$$R_{\text{продаж}}\ 2014 = \frac{1410}{49489} * 100 = 2,84$$

$$R_{\text{продаж}}\ 2015 = \frac{2550}{55918} * 100 = 4,56$$

Данная формула показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Увеличение коэффициента свидетельствует о повышении спроса на продукцию организации.

Таким образом, проведя анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Стройматериалы» можно сделать вывод, что оптимальный уровень текущих активов позволит максимизировать прибыль при приемлемом уровне ликвидности и коммерческого риска. То есть текущие активы должны быть минимальны, но достаточны для успешной и бесперебойной работы предприятия. Рост заемных средств за 2015 г. на 2 000 тыс. руб. нельзя оценивать отрицательно. Несмотря на то, что коэффициент соотношения собственных средств к заемным не соответствует нормативу, у предприятия достаточно хорошие показатели по коэффициентам маневренности и мобильности, что говорит о слаженной

команде управления и хотя с определенной долей риска, но предприятие увеличило нераспределенную прибыль с 2013 по 2015г.г. на 2 325 тыс.руб.

Рекомендуется наращивать уровень собственных средств, а также привлекать долгосрочные заемные средства. Еще рекомендуется провести более глубокий анализ запасов и затрат и выявить причины их роста , так как отвлечение средств в излишние запасы - одна из основных причин неустойчивого финансового положения.

Анализ платежеспособности предприятия показал очень хорошие результаты. Хотя коэффициент абсолютной ликвидности низкий, то есть предприятие не может отвечать за свои обязательств в ближайшее время, в долгосрочном периоде у предприятия достаточно оборотных средств, которые могут быть им использованы для погашения своих краткосрочных обязательств. Исходя из проведенного анализа для ООО «Стройматериалы» рекомендуется удерживать имеющийся уровень платежеспособности, постепенно снижая долю краткосрочных кредитов и займов.

Глава 3. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ (на примере ООО «СТРОЙМАТЕРИАЛЫ»)

3.1 Факторинг как основное мероприятие по повышению финансового результата деятельности организации

Самая главная проблема у торговой организации ООО «Стройматериалы» это рост дебиторской задолженности и кредиторской, чтобы решить ее, применим мероприятие по управлению кредиторской и дебиторской задолженностью компании.

Следует отметить, что для ООО «Стройматериалы» оптимальной ситуацией считается равенство дебиторской и кредиторской задолженностей, так как кредиторская задолженность - источник финансирования дебиторской задолженности.

Чтобы постепенно снизить финансовую зависимость предприятия и укреплению финансовой деятельности предприятия, можно предложить мероприятие по управлению кредиторской и дебиторской задолженностью компании.

Анализируя финансовый анализ, можно сделать вывод, что у предприятия определенные проблемы с дебиторами, которые увеличивались в конце исследуемого периода.

Существуют различные общие рекомендации, которые позволяют управлять и распоряжаться дебиторской задолженностью.

1. Необходимо регулярно контролировать состояние расчетов с покупателями, особенно по отсроченным платежам.

2. Ставить определенные условия кредитования дебиторов, например:

- покупатель получает скидку 2% в случае оплаты оказанной услуги в течение 10 дней с момента её оказания;

- покупатель вносить полную стоимость, если оплата совершается в период с 11-го по 30-й день кредитного периода;
- в случае неуплаты в течение месяца покупатель будет вынужден дополнительно оплатить штраф, величина которого зависит от момента оплаты.

3. Нужно ориентироваться на наибольшее число покупателей, чтобы понизить риск неуплаты одним или несколькими покупателями.

Факторинг - это перепродажа дебиторской задолженности банку или факторинговой компании. Данный метод воздействия на дебиторскую задолженность может являться для ООО «Стройматериалы» самым простым и эффективным.

Факторинг - это комплекс финансовых услуг, который оказывается банком клиенту в обмен на уступку дебиторской задолженности.

Услуги включают:

- финансирование закупочной деятельности;
- страхование кредитных рисков;
- учет состояния дебиторской задолженности и регулярное предоставление соответствующих отчетов клиенту;
- контроль над своевременной оплатой и работа с дебиторами.

В соответствии с общепринятой международной практикой в структуре вознаграждения за оказание факторинговых услуг выделяются следующие четыре основных компонента (в Российской Федерации - три компонента):

1. Фиксированный сбор за обработку документов по поставке(обычно включает в проценты по комиссии).

2. Стоимость кредитных ресурсов, которые необходимы для финансирования поставщика. По факту это отображает процент за кредит и рассчитывает с сумму разницы между принятыми суммами по факторингу и остававшимися суммами долга. Ставка по таким кредитам обычно составляет 2% - 4% больше текущей банковской по краткосрочным ссудам.

3. Комиссия за финансовый сервис - этот вид комиссии, предусматривающий оказание Фактором следующих услуг:

- контроль над своевременной оплатой за услуги, которые были оказаны дебиторам;
- работа с дебиторами, которые задерживают платежи;
- учет текущего состояния дебиторской задолженности;
- предоставление клиенту отчетов;
- установление и регулярный пересмотр лимитов;
- контроль над лимитом;
- принятие ряда рисков;
- поддержание определенного уровня ликвидности, который обеспечивает возможность финансирования продавца в любой момент времени.

«Комиссия за финансовый сервис зависит от среднемесячного оборота клиента по факторингу и количества дебиторов, переданных на обслуживание. Оборот поставщика считается по факту» [20, с. 86].

Стоимость обработки документов и комиссия за финансовый сервис не зависят от размера досрочного платежа и от времени пользования денежными ресурсами, поэтому не могут рассчитываться в процентах годовых. Экономический смысл взимания указанных комиссий состоит в оплате Фактору услуг по обеспечению минимально рискованной политике кредитования поставщика услуг [34].

По окончании месяца комиссия за факторинговое обслуживание пересматривается и может быть изменена в соответствии с тарифным планом в зависимости от статистики основных показателей:

- объема дебиторской задолженности;
- переданного на факторинговое обслуживание;
- количества дебиторов;
- оборачиваемости дебиторской задолженности.

В среднем величина комиссионного сбора составляет 0,5% - 4% от сумм счетов.

С факторинговым обслуживанием связаны следующие дополнительные доходы и выгоды поставщика:

1. Получение дополнительной прибыли за счет увеличения объема продаж, приняв от фактора необходимые для этого оборотные средства.
2. Экономия денежных средств от неоправданных затрат, которые связаны с получением банковского кредита.

В отличие от банковского кредитования при факторинговом обслуживании, получая финансирование своих продаж, поставщик перестает нести следующие расходы:

- проценты за пользование кредитом;
- расходы по оформлению кредита, включающие регистрацию и страхование залога, оплату рабочего времени сотрудников на оформление и подготовку документов для кредитного отдела, уведомления налоговой инспекции о намерении открыть ссудный счет и т. д.
- расходы, связанные с непредвиденным ростом процентных ставок в стране;
- расходы на экстренную мобилизацию денежных средств при наступлении срока погашения кредита или выплаты процентов, включая упущенную выгоду, связанную с выводом этих средств из оборота.

Помимо этого, финансирование в рамках факторингового обслуживания выплачивается сверх банковского лимита кредитования, который может быть использован поставщиком, например, для целей открытия аккредитива без покрытия, получения гарантии, вексельного кредита и т. д.

3. Экономия за счет появления возможности закупать товар у своих поставщиков по более низким ценам. Такая возможность появляется за счет того, что клиент факторинговой компании, при получении значительной

части от суммы поставки в день поставки, и, теряя тем самым зависимость от соблюдения своими дебиторами платежной дисциплины, может пойти на сокращение срока отсрочки платежа при закупках товаров и потребовать от своих поставщиков лучших ценовых условий на закупаемый товар. Кроме того, он получает гарантию защиты от штрафных санкций со стороны кредиторов при несвоевременных расчетах с ними, вызванных кассовым разрывом.

4. Защита от потерь при неоплате или несвоевременной оплате дебиторами за оказанные им услуги.

5. Экономия на оплате дополнительных мест(включая офисное оборудование) и дополнительного рабочего времени сотрудников, ответственных за:

- контроль за дебиторской задолженностью;
- привлечение финансовых ресурсов.

6. Защита от упущенной выгоды от потери клиентов за счет невозможности при дефиците оборотных средств предоставлять покупателям конкурентные отсрочки платежа.

3.2 Оценка эффективности мероприятия по улучшению финансовых результатов

При рассмотрении предложения на рынке факторинговых услуг (в табл. 3.1 приведены наиболее выгодные варианты) можно сделать вывод.

Таблица 3.1

Условия факторингового обслуживания

Организация	Факторинговая программа	Стартовый лимит финансирования	Отсрочка платежа	Процент финансирования
InvoiceMarket	Программа Факторинга InvoiceMarket	1 руб.	до 120 дней	до 90 % от суммы поставки
ООО «Политекс»	Импортный факторинг	от 1 млн.руб.	до 180 дней	до 100% от суммы поставки
	Экспортный факторинг	Возможность финансирования до 100 % суммы поставки	До 120 дней	ставка от 11% годовых
	Реверсивный факторинг	От 10 млн. руб.	До 180 дней	до 100% от суммы поставки
	Факторинг без регресса	От 3 млн. руб.	До 180 дней	до 90% от суммы поставки
	Факторинг с регрессом	от 1 млн. руб.	До с180 дней	до 90 % от суммы поставки

Изучая данные табл. 3.1 можно наблюдать множественные предложения в области факторинговых услуг для предприятий. При этом организации оказывающие данные услуги дают возможность предприятиям выбирать программы исключительно по своим выгодным факторам. Изучив деятельность ООО «Стройматериалы» рекомендуется начать работу с ЗАО «Русская факторинговая компания». Отличительной особенностью данной факторинговой организации заключается в гибком лавировании между программами, т.е. при необходимости клиент может перейти от одной программы в другую.

Порядок работы при заказе факторинговых услуг ЗАО «Русская факторинговая компания»:

1. Подача заявки.
2. Принятие решения о постановки предприятия на обслуживание, при этом:
 - проводится анализ платежеспособности дебиторов

- устанавливаются лимиты, в рамках которых будет производиться финансирование поставок и покрытие финансовых рисков;
- подписывается двусторонний договор (приложение 3) между предприятием и ЗАО «Русская факторинговая компания».

3. Извещение дебиторов.

4. Предприятие производит поставку продукции на условиях отсрочки платежа и получает финансирование в любой день после предоставления документов, подтверждающих поставку.

Для ООО «Стройматериалы» предлагается использование программы «Реверсивный факторинг для закупок, товаров, комплектующих, сырья». Рассмотрим его преимущества.

Реверсивный факторинг для закупок сырья комплектующих, товара - это комплекс услуг, оказываемых как Покупателю, так и Поставщику.

В практическом смысле Реверсивный факторинг решает те же задачи, что и товарный кредит, однако помимо беззалогового финансирования этот вид факторинга включает в себя управление кредиторской задолженностью покупателя, управление дебиторской задолженностью и рисками поставщика, информационно-аналитическое обслуживание (юридический консалтинг).

Технология Реверсивного факторинга позволяет Покупателям приобретать необходимые для производства или перепродажи товары на выгодных условиях. Данная услуга отлично подходит предприятиям, для которых не применимы стандартные факторинговые продукты, товарные кредиты и прочие кредитные программы.

Произведем расчет размеров финансирования по программе Реверсивного факторинга:

Таблица 3.2.

Расчет размеров финансирования

Группа предприятий по сроку погашения	Задолженность, тыс. руб.	Срок погашения задолженности, дни	Размер финансирования, тыс. руб.	Комиссионное вознаграждение банка, тыс. руб.	Оставшаяся часть выплат предприятию, после погашения дебиторами задолженности, тыс. руб.
от 0 до 30 дней	112267,1	30	112270,00	1032,88	113302,88
от 30 до 60 дней	3090833,1	60	3090834,00	56871,35	3147705,35
от 60 до 90 дней	68468,95	90	68469,00	1889,7	70358,7

Краткосрочная задолженность ООО «Стройматериалы» в размере 3271 тыс. руб. на 2015 г. пройдет по договору факторинга с условиями: комиссия за фактор - 11% годовых от общей суммы.

В результате проведенного мероприятия, за счет ускорения оборачиваемости, сократится потребность в кредитных ресурсах, увеличится количество оборотов оборотных средств предприятия, а производственный цикл сократится.

Составим прогнозный баланс активов и пассивов ООО «Стройматериалы» и определим потребность во внешнем финансировании на основе следующей информации:

- Объем продаж 2013 г. составил - 55 918 тыс. руб;
- Подавляющая часть запасов предприятия - товары на складе;
- ООО «Стройматериалы» ожидает увеличения объема продаж на 20%, ускорения дебиторской задолженности на 5%, снижения материальных затрат в расчете на единицу продукции на 2%;
- Увеличение объема продаж обусловлено ростом физического объема продаж;
- В прогнозный баланс закладывается 10-процентный уровень рентабельности продаж по чистой прибыли и норма выплаты дивидендов 45% чистой прибыли;

- Увеличение объема продаж не требует роста внеоборотных активов.

Таблица 3.3.

Исходный баланс ООО «Стройматериалы» за 2014 - 2015 гг., тыс.руб.

Наименование показателя	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2016 г.
АКТИВ		
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Основные средства	2789	2462
Прочие внеоборотные активы		
Итого по разделу I	2789	2462
Окончание таблицы 3.4		
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Запасы	19017	15703
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	98	99
Дебиторская задолженность	3271	246
Расчеты с покупателями и заказчиками	3271	245
Расчеты по социальному страхованию		1
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)		
Денежные средства и денежные эквиваленты	814	1013
Прочие оборотные активы		
Итого по разделу II	23200	17061
БАЛАНС	25989	19523
ПАССИВ		
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ		
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	9538	7877
Итого по разделу III	9548	7887
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Заемные средства		
Прочие обязательства		
Итого по разделу IV		
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Заемные средства	11385	9385
Кредиторская задолженность	5056	2251
Расчеты с поставщиками и заказчиками	4795	309
Расчеты по налогам и сборам	30	70
Расчеты с персоналом по оплате	152	143
Расчеты с подотчетными лицами	79	1729
Прочие обязательства		
Итого по разделу V	16441	11636
БАЛАНС	25989	19523

Исходный балансовый отчет ООО «Стройматериалы» представлен в таблице 3.4.

Построение прогнозного баланса:

- а) Определим прогнозную величину денежных средств. Денежные средства изменяются пропорционально росту объема продаж:

$$814 * 1,2 = 978 \text{ тыс. руб.}$$

- б) Определим индекс изменения дебиторской задолженности $I_{дз}$ по ф.

$$I_{дз} = \frac{I_{оп}}{I_{кобдз}}, \quad (25)$$

где:

$I_{оп}$ - индекс объема продаж;

$I_{кобдз}$ - индекс коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности.

$$I_{дз} = 1,2 / 1,05 = 1,14.$$

Прогнозное значение дебиторской задолженности составит:

$$3271 * 1,14 = 3729 \text{ тыс. руб.}$$

$$3729 - 3271 = 458 \text{ тыс.руб.}$$

В результате передачи дебиторской задолженности по договору факторинга компании ЗАО «Русская факторинговая компания», дебиторская задолженность сократиться до 458 тыс.руб.

- с) Определим индекс изменения запасов. Ввиду того, что подавляющая часть запасов - это товары на складе, всю базисную балансовую величину запасов без большой погрешности можно рассчитать, исходя из темпа изменения затрат. Индекс изменения затрат, I_z , определим по формуле:

$$I_z = I_{оп} * I_{зуд}, \quad (26)$$

где:

$I_{мз уд}$ - индекс удельных материальных затрат

$$I_{мз} = 1,2 * 0,98 = 1,18.$$

Величина запасов составит: $19017 * 1,18 = 22440$ тыс. руб.

д) Прочие оборотные активы оставим без изменения - 98 тыс. руб.

е) Так как увеличение объема продаж не требует роста внеоборотных активов, их величина останется на уровне 2789 тыс. руб.

е) Кредиторская задолженность корректируется пропорционально росту объема продаж: $5056 * 1,2 = 6067$ тыс. руб. Благодаря высвободившейся сумме дебиторской задолженности на 3271 тыс.руб., данные средства могут быть направлены на погашение кредиторской задолженности. $6067 - 3271 = 2796$ тыс.руб.

а) Величина краткосрочных и долгосрочных займов, собственного (акционерного) капитала остается на прежнем уровне.

б) Нераспределенную прибыль на конец прогнозного периода, , определим по формуле:

$$\Pi_{\text{прогноз нераспр}} = \Pi_{\text{базовая нераспр}} + \text{ОП}_{\text{прогноз}} * R_{\text{продажЧП}} * (1 - N_{\text{дивид}}) \quad (27)$$

где:

ОП_{прогноз} - объем продаж по прогнозу, тыс. руб.;

R_{продажЧП} - рентабельность продаж по чистой прибыли, доли единицы;

N_{дивид}- норма выплаты дивидендов, доли единицы.

$$= 9538 + (55918 * 1,2) * 0,1 * (1 - 0,45) = 13229 \text{ тыс.руб.}$$

и) Составим прогнозный баланс в табл. 3.5.

Таблица 3.5

Прогнозный баланс ООО «Стройматериалы» на 2016 г., тыс.руб.

Наименование показателя	На 31 декабря 2016г.	На 31 декабря 2015 г.
АКТИВ		
I. Внеоборотные активы		
Основные средства	2799	2769
Прочие внеоборотные активы		
Итого по разделу I	2799	2769
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Запасы	22440	19016
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	98	94

Дебиторская задолженность	458	3271
Расчеты с покупателями и заказчиками	458	3271
Расчеты по социальному страхованию		
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)		
Денежные средства и денежные эквиваленты	978	814
Прочие оборотные активы		
Итого по разделу II	27245	23200
Баланс	26763	25989
ПАССИВ		
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ		
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	13229	9538
Итого по разделу III	13239	9548
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Заемные средства		
Прочие обязательства		
Итого по разделу IV		
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Заемные средства	11385	11385
Кредиторская задолженность	2796	5056
Расчеты с поставщиками и заказчиками		4795
Расчеты по налогам и сборам		30
Расчеты с персоналом по оплате		152
Расчеты с подотчетными лицами		79
Прочие обязательства		
Итого по разделу V	17452	16441
Баланс	27420	25989

а) Потребность во внешнем финансировании определяется разностью активов и пассивов. Для ООО «Стройматериалы» она равна 657 тыс. руб. (27420-26763). Сумма для данного предприятия не значительная и это значит, что у предприятия нет необходимости изыскивать дополнительные источники финансирования. Очевидно также то, что нет необходимости и направлять какую-то часть прибыли на увеличение капитала и резервов.

Произведем расчет, для прогнозного баланса, коэффициентов оборачиваемости кредиторской и дебиторской задолженности, а так же

рентабельности продаж, с целью оценки предлагаемого мероприятия по использованию факторинговых услуг.

Оборачиваемость дебиторской задолженности.

$$\text{ОДЗ 2015} = \frac{55918}{3271} = 17,10$$

$$\text{ОДЗ 2016} = \frac{55918}{(458+3271)/2} = 29,99$$

Оборачиваемость кредиторской задолженности.

$$\text{ОКЗ 2015} = \frac{55918}{1375} = 40,67$$

$$\text{ОКЗ 2016} = \frac{55918}{(3149,9+5056)/2} = 13,63$$

Благодаря факторингу компания расплатится с кредиторами и за счет ускорения оборачиваемости, сократится потребность в кредитных ресурсах, увеличится количество оборотов оборотных средств предприятия, а производственный цикл сократится.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в ходе исследования была достигнута цель выпускной квалификационной работы, а именно: изучены теоретические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности организации, проведен анализ финансовых результатов на примере ООО «Стройматериалы» и приведены рекомендации по улучшению финансовых показателей.

В первой главе выпускной квалификационной работы были рассмотрены сущность, основные понятия управления финансовыми результатами, система показателей финансовых показателей и основные направления по оптимизации финансовых результатов.

Во второй главе был проведен анализ финансовых результатов, дана краткая характеристика ООО «Стройматериалы».

Активы организации ООО «Стройматериалы» за анализируемый период возросли на 7406 тыс. руб. Увеличение активов произошло за счет роста внеоборотных активов на 612тыс. руб., оборотных активов на 6794 тыс. руб. Данное увеличение связано с ростом товарооборота предприятия, что повлекло необходимость расширения торговых площадей и открытием новой торговой точки продажи строительных материалов. Идет общий рост валюты баланса ввиду увеличения производства. В активе запасы увеличились на 3844 тыс.руб., что так же связано с ростом продаж и расширением ассортимента строительных материалов. Рост дебиторской задолженности в 2015 г. на 2610 тыс.руб. произошел за счет роста задолженности с покупателями и заказчиками, т.е. часть товаров ООО «Стройматериалы» были проданы в кредит. Основная масса денежных средств предприятия аккумулирована на счетах в банке, в 2014 г. их рост связан увеличением деловой активности предприятия, в 2015 году произошло их не значительное снижение, за счет приобретения новых товаров.

В то же время в пассиве баланса на 2425 тыс.руб. возросли «капитал и резервы», что является позитивным моментом, означающий рост собственных средств предприятия, тем самым происходит увеличение

прибыли ООО «Стройматериалы». Рост кредиторской задолженности носит отрицательный характер, так к 2015 г. темп роста составил 124%, что в стоимостном выражении составляет 2805 тыс.руб., это приводит к снижению оборачиваемости кредиторской задолженности, увеличиваются сроки возврата задолженности, ухудшается финансовое состояние предприятия. В пассиве баланса наибольшую долю занимают займы и кредиты, в 2015 году произошло их снижение до 69,25% и рост кредиторской задолженности до 30,75%.

Несмотря на незначительные отрицательные моменты из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что ООО «Стройматериалы» увеличивает производство, прибыль и успешно расширяется.

Наблюдается увеличение дебиторской задолженности к 2015 г. на 2610 тыс.руб. за счет накопившегося долга перед поставщиками и заказчиками. Так же возрос уровень запасов на предприятии, что так же характеризует его платежеспособность с плохой стороны. Так нереализованная часть материалов и товаров препятствует за купу нового ассортимента. Но в целом по коэффициентам ликвидности можно сказать о стабильной платежеспособности предприятия.

Факторинг - это перепродажа дебиторской задолженности банку или факторинговой компании. Данный метод воздействия на дебиторскую задолженность может являться для ООО «Стройматериалы» самым простым и эффективным.

Наиболее выгодное предложение исходит от Сбербанка России с ними и предлагается ООО «Стройматериалы» заключить договор на следующих условиях. ООО «Стройматериалы» предлагается сдать на инкассацию всю дебиторскую задолженность.

Благодаря факторингу компания расплатится с кредиторами и за счет ускорения оборачиваемости, сократится потребность в кредитных ресурсах, увеличится количество оборотов оборотных средств предприятия, а производственный цикл сократится.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993г. (с изменениями, внесенным Федеральным законом от 21.07.2012 г. № 5-ФКЗ).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации Часть 2. Федеральный закон от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (с изменениями, внесенным Федеральным законом от 17.05.2012 г. № 84-ФЗ).
3. Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 22.07.2008 № 157-ФЗ) // Российская газета - 30.07.2008.
4. Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (в редакции Федеральных законов от 28.06.2013 № 134-ФЗ, от 02.07.2013 № 185-ФЗ, от 23.07.2013 № 251-ФЗ, от 02.11.2013 N 292-ФЗ, от 21.12.2013 № 357-ФЗ, от 28.12.2013 № 425-ФЗ).
5. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 07.08.2001 № 119-ФЗ (ред. от 03.11.2006 № 183-ФЗ) // СЗ РФ. 13.08.2001. № 33 (часть I), ст. 3422
6. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации. Утверждено приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 29.07.1998 г. № 34н (в редакции приказа Минфина от 26.03.2012г. № 26н).
7. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятия и инструкция по его применению. Утвержден приказом Министерства финансов РФ от 31 октября 2000г. № 94н (в ред. Приказа Минфина РФ от 07.05.2003 № 38н)
8. Доходы организации ПБУ-9/99 (приказ МФ РФ от 06.05.99 № 32н, в ред. приказа Минфина от 27.11.2006 г. № 156н)
9. Расходы организации ПБУ-10/99 (приказ МФ РФ от 06.05.99 № 33н, в ред. приказа Минфина от 27.11.2006 г. № 156н)
10. Учетная политика организации ПБУ-1/98 (приказ МФ РФ от 09.12.98 № 60н).

11. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Под ред. О.В. Ефимовой, М.В. Мельник. - 2-е изд., испр. и доп. – М. 2011. - 408 с.
12. Бороненкова С.А. Управленческий анализ: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 384 с.
13. Бригхэм Юджин Ф. Энциклопедия финансового менеджмента / пер. с англ. - М. 2012.
14. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. 2011. - 512 с.
15. Бухгалтерский финансовый учет: Учебник для вузов / Под ред. проф. Ю.А. Бабаева. - М. 2012. - 525 с.
16. Буряковский В.В. Финансы предприятий: Учебник для ВУЗов / В.В. Буряковский. – М. 2013. - 450 с.
17. Вещунова Н.Л. Бухгалтерский и налоговый учет: учеб. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. 2011. - 848 с.
18. Воротников А.В. Экономическая выгода от мероприятий по охране труда. // Безопасность и охрана труда - 2014 - №1. С.10-11.
19. Васильев Л.С. Финансовый анализ: учебник / Л. С. Васильев, М. В. Петровская. - М. 2010. - 544 с.
20. Гаврилова А.Н. Финансы организаций: Учебное пособие / А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. - М. 2010. - 576 с.
21. Гинзбург А.И. Экономический анализ. 2-е изд. – СПб. 2013. - 208 с.
22. Гиляровская Л. Т. Экономический анализ: Учебник для вузов - 2-е изд., доп. - М. 2014. - 615 с.
23. Донцова Л.В., Никифорова Н.А., Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие. - 2-е изд. М. 2014. - 336 с.
24. Ефимова О.В. Финансовый анализ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2012. - 528 с.

25. Козлова Е.П. Бухгалтерский учет в организациях / Е.П. Козлова, Е.Н. Галанина. - 4-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2014. - 752 с.
26. Камышанов П.И. Бухгалтерская отчетность: составление и анализ / П.И. Камышанов, А.П. Камышанов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. 2013. - 214 с.
27. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 717 с.
28. Кожин В.Я. Бухгалтерский учет: учебник / В.Я. Кожин. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. 2012. - 815 с.
29. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник / Л.И. Кравченко. - 6-е изд. перераб. – М. 2014. - 526 с.
30. Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции: М. 2013. с. 720. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово - экономической деятельности предприятия. М. 2012. 471 с.
31. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово - экономической деятельности предприятия: Учебное пособие для вузов. М. 2012. - 471 с.
32. Любушин Н.П. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. – М. 2011. - 448 с.
33. Лысенко Д. В. Экономический анализ: учебник - М. 2010. - 376 с.
34. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян - Ростов н/Д. 2010. 560 с.
35. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. Управленческий анализ в отраслях: Ростов н/Д. 2014. 352 с.
36. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. Финансовый анализ: учебное пособие - 6-е изд. 2011. - 224 с.

- 37.Никольская Ю.П., Спиридонов А.А. Финансовая отчетность предприятия. - СПб.: Питер, 2012. - 256 с.
38. Романова Л.Е. Анализ о хозяйственной деятельности: Краткий курс лекций. - М. 2013. - 220 с.
39. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Г.В. Савицкая. - 7-е изд.М.2012. - 704 с.
40. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. 2011. - 536 с.
- 41.Чечевицина Л.Н. Экономический анализ: Учебное пособие. Изд. 2-е, доп. и перераб. - Ростов н/Д.2012. - 480 с.
42. Чернов В.А. Экономический анализ: Учебное пособие для вузов . М.2013. - 686 с.
- 43.Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. М. 2013. 343 с.
- 44.Шеремет А. Д. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учеб. пособие / А. Д. Шеремет. – 2-е изд., переаб. и доп. – М.: Институт профессиональных бухгалтеров России: Информационное агентство «ИПБ-БИНФА», 2005. – 310 с.
- 45.Экономический анализ: Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации: учебник / под ред. проф. Н. В. Войтоловского, проф. А. П. Калининой, проф. И. И. Мазуровой. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Высшее образование, 2008. – 513 с
- 46.Справочно-правовая система Консультант-плюс <http://www.cons-plus.ru>
- 47.Библиотека экономической и правовой литературы <http://eup.kulichiki.net/catalog/All-All.htm>
48. Гарант <http://www.garant.ru>
- 49.Официальный интернет портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>
- 50.Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/searchall.php>