

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт

Экономика и менеджмент

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

и.о. зав. кафедрой ЭиМ

_____ Т. Б. Коняхина

подпись инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Управление прибылью предприятия и пути повышения его эффективности
на примере ООО «Байлак»

тема

Руководитель

подпись, дата

должность, ученая степень

Е. Л. Прокопьева

инициалы, фамилия

Выпускник

подпись, дата

С. Ф. Лайкова

инициалы, фамилия

Абакан 2018

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме:
Управление прибылью предприятия и пути повышения его эффективности
на примере ООО «Байлак»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

Е. Л. Прокопьева
инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

Проектная часть
наименование раздела

Е. Л. Прокопьева
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

Н. Л. Сигачева
инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Управление прибылью предприятия и пути повышения его
эффективности на примере ООО «Байлак»

ВКР выполнена на 58 страницах, с использованием 4 иллюстраций, 19 таблиц, 14 формул, 2 приложения, 46 использованных источников, 12 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: конкурентоспособность, примененные ресурсы, потребленные ресурсы, экономичность, результативность, прибыль, рентабельность.

Автор работы (74-2)

подпись

С.Ф. Лайкова
инициалы, фамилия

Руководитель работы

подпись

Е. Л. Прокопьева
инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы – 2018

Целью данной работы явилось изучение порядка управления прибылью предприятия и пути повышения ее эффективности. В соответствии с поставленной целью в дипломной работе решены следующие основные задачи:

- выявить экономическое значение прибыли для эффективной деятельности предприятия;
- рассмотреть методики анализа прибыли и рентабельности предприятия;
- раскрыть методы управления прибылью предприятия;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Байлак»;
- разработать пути повышения эффективности деятельности ООО «Байлак».

Актуальность данной темы заключается в том, что важнейшей составной частью информации о финансовом положении организации являются данные о формировании финансовых результатов, возникающих в процессе хозяйственной деятельности коммерческих организаций. При этом в современных условиях хозяйствования в число важнейших объектов учетного наблюдения выдвигается собственный капитал, образующийся в результате получения организацией прибыли.

Разработанные рекомендации могут быть использованы в деятельности ООО «Байлак» Основной рекомендацией для предприятия является расширение системы сбыта, путем создания новых аптечных пунктов.

SUMMARY

The theme of the paper is «The management of the profit of the enterprise and ways to increase its efficiency on the example of LLC "Bailak"»

The paper includes 58 pages, 4 illustrations, 19 tables, 14 formulas, 2 annexes, 46 references, 12 sheets of illustrative material (slides).

Keywords: COMPETITIVENESS, RESOURCES USED, CONSUMPTION RESOURCES, ECONOMICITY, PERFORMANCE, PROFITABILITY, PROFITABILITY.

Author (74-2)

Signature S. L. Laykova
initials, surname

Supervisor

Signature E. L. Prokopyeva
initials, surname

Supervisor in English

Signature E.A. Nikitina
initials, surname

Year of the paper – 2018

The purpose of this paper is to study the order of profit management of the enterprise and ways to improve its efficiency. In accordance with the stated goal in the thesis the following main tasks are solved:

- To identify the economic importance of profit for the effective operation of the enterprise;
- consider the methods of analyzing the profit and profitability of the enterprise;
- to reveal methods of management of profit of the enterprise;
- to conduct an analysis of the financial and economic activities of the Ltd «Baylak»;

- to develop ways increase the efficiency of the Ltd Baylak. The relevance of this paper is in the fact that the most important component of information about the financial position of the organization is the data about formation of financial results arising in the process of economic activities of commercial organizations. At the same time, in the current conditions of management, own capital is formed among the most important objects of accounting observation, which is formed as a result of the organization's profit. The developed recommendations can be used in the activities of the Ltd «Baylak». The main recommendation for the company is the expansion of the sales system, by creating new pharmacy points.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

и.о. зав. кафедрой ЭиМ

_____ Т.Б. Коняхина

подпись инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2018 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студенту Лайковой Софье Федоровне

фамилия, имя, отчество

Группа 74-2 Направление 38.03.01 Экономика

номер

код

наименование

Тема выпускной квалификационной работы _____

Управление прибылью предприятия и пути повышения его эффективности на примере ООО «Байлак»

Утверждена приказом по институту № 395 от 08.05.2018

Руководитель ВКР Е. Л. Прокопьева к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент» ХТИ – филиал СФУ

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР бухгалтерский баланс ООО «Байлак», и отчет о финансовых результатах

Перечень разделов ВКР: Теоретическая часть 1 Теоретические основы

управления прибылью предприятия. Аналитическая часть 2 Анализ

финансово-хозяйственной деятельности ООО «Байлак». Проектная часть 3

Пути повышения эффективности деятельности ООО «Байлак»

Перечень иллюстративного материала: 1 титульный лист, 2 объект исследования, 3 цель и задачи работы, 4 методы управления прибылью 5 структура выручки от продаж ООО «Байлак» за 2016 год., 6 анализ финансовой устойчивости за 2015–2016 гг., 7 динамика показателей рентабельности ООО «Байлак» за 2015–2016 гг. 8 проект открытия новых аптечных пунктов 9 структура доходности по новым аптечным пунктам 10 показатели эффективности проекта.

Руководитель ВКР

подпись

Е. Л. Прокопьева

инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению

подпись

С. Ф. Лайкова

инициалы и фамилия студента

«08» 05 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
Теоретическая часть 1 Теоретические основы управления прибылью предприятия.....	9
1.1 Экономическое значение прибыли для эффективной деятельности предприятия.....	9
1.2 Методика анализа прибыли и рентабельности предприятия..	13
1.3 Методы управления прибылью предприятия.....	19
Аналитическая часть 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Байлак».....	25
2.1 Характеристика предприятия.....	25
2.2 Анализ имущественного и финансового положения предприятия.....	27
2.3 Анализ прибыли и рентабельности предприятия.....	34
2.4 Управленческий анализ.....	38
2.5 Заключительная оценка деятельности предприятия.....	39
Проектная часть 3 Пути повышения эффективности деятельности ООО «Байлак».....	41
3.1 Пути повышения прибыли на исследуемом предприятии.....	41
3.2 Расчет технико-экономических показателей и оценка экономической эффективности предлагаемых мероприятий.....	49
Заключение.....	56
Список использованных источников.....	58
Приложения А–В.....	61

ВВЕДЕНИЕ

Управление финансово-хозяйственной деятельностью организации требует соответствующего информационного обеспечения. Данные о финансовом положении организации являются его важнейшей составной частью. Такая информация пользуется наибольшим спросом среди различных ее пользователей и обязательно учитывается при принятии любых управленческих решений. Поэтому достоверность информации о финансовом положении организаций, а также возможность ее получения в любой необходимый момент являются обязательными условиями в практике принятия управленческих решений в процессе их финансово-хозяйственной деятельности.

Важнейшей составной частью информации о финансовом положении организации являются данные о формировании финансовых результатов, возникающих в процессе хозяйственной деятельности коммерческих организаций. При этом в современных условиях хозяйствования в число важнейших объектов учетного наблюдения выдвигается собственный капитал, образующийся в результате получения организацией прибыли.

Пристальный интерес к проблемам формирования различных показателей финансовых результатов в бухгалтерском учете появился только в последнее десятилетие. До этого вопросам учета финансовых результатов не уделялось должного внимания, поскольку категория прибыли и ее производные являлись проблемами в большей степени техническими, а не экономическими. Поэтому происходило сознательное ретуширование роли прибыли как долговременного источника финансового обеспечения деятельности, а развивалась функция прибыли как одного из многих оценочных показателей эффективности деятельности организаций в отчетном периоде. Тем не менее, именно в тот период были разработаны качественные методики учета формирования различных финансовых результатов отчетного периода, а в развитие их и соответствующие учетные модели.

Рыночные условия хозяйствования резко усилили значимость информации о финансовых результатах, выдвинув их из числа одних из некоторых в самые важные и самые необходимые оценочные показатели, при этом значительно расширив их круг. Появилась целая совокупность взаимосвязанных показателей финансовых результатов, формирование каждого из которых преследует свои цели и задачи, но которые так или иначе, связаны с воздействием на величину прибыли.

Изменение подходов к пониманию категорий доходов и расходов, возникающих в деятельности организаций, а также признание роли прибыли как главенствующей составной части собственного капитала, порождают появление дефиниций финансовых результатов, принципиально новых для отечественной теории и практики. Кроме того, решение вопросов, связанных с предоставлением в бухгалтерское отчетности полной, достоверной и нейтральной, по отношению к различным группам пользователей, информации о финансовых результатах ставит свои проблемы.

Прибыль, как основная категория предпринимательства, всегда порождала различные взаимоотношения по поводу ее распределения между предпринимательством и властью – государством. Поэтому мощнейшее воздействие на механизм формирования информации о финансовых результатах оказывает налогообложение прибыли.

Таким образом, в современной практике деятельности хозяйствующих субъектов налицо существование двух систем учета, основная функция которых – определение финансового результата – в значительной степени дублируется.

Таким образом, актуальность темы выпускной квалификационной работы связана не только с их резко возросшей ролью в экономическом развитии организаций, но и неразрешенностью многих проблем общеэкономического плана.

Целью данной работы явилось изучение порядка управления прибылью предприятия и пути повышения ее эффективности. В соответствии с

поставленной целью в конкурентоспособность, примененные ресурсы, потребленные ресурсы, экономичность, результативность, прибыль, рентабельность калаврской работе решены следующие основные задачи:

- выявить экономическое значение прибыли для эффективной деятельности предприятия;
- рассмотреть методики анализа прибыли и рентабельности предприятия;
- раскрыть методы управления прибылью предприятия;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Байлак»;
- разработать пути повышения эффективности деятельности ООО «Байлак».

Объектом исследования послужило ООО «Байлак». Предмет исследования доходы и расходы организации. В работе были использованы методы: структурно-динамический, коэффициентный, а также применялся горизонтальный и вертикальный анализ.

Информационную базу исследования составляет совокупность специальной и научной литературы, законы и нормативные документы, статистические данные; экономические исследования по теме; справочная и периодическая литература; монографии по вопросам аудита и бухгалтерского учета.

В первой главе настоящей работы рассмотрена экономическая сущность прибыли. Так же раскрыты методики анализа прибыли рентабельности и методы управления прибылью. Во второй главе производится оценка и анализ финансового состояния ООО «Байлак». В третьей главе приводятся пути повышения эффективности деятельности ООО «Байлак».

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Экономическое значение прибыли для эффективной деятельности предприятия

Прибыль – выражает основную часть денежных накоплений, создаваемых предприятиями всех форм собственности. Она характеризует, как экономическая категория финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Является показателем, полно отражающим эффективность производства, объем и основное качество произведенной продукции, производительность труда, уровень себестоимости. Так же прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства при любой форме собственности.

Прибыль – один из основных финансовых показателей плана и оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятий. За счет прибыли финансируются мероприятия по научно-техническому и экономическому развитию предприятий, увеличение фонда оплаты труда их работников. [37, с.101]

Прибыль является не только обеспечивает внутривозможных потребности предприятий, но и приобретает большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов [33, с.52]

Прибыль – систематически воспроизводимый ресурс коммерческой организации, основная цель развития бизнеса. Сущность рассматриваемой экономической категории заключается в том, что необходимый уровень прибыли :

- внутренний и основной источник текущего, среднесрочного и долгосрочного развития предприятия;
- главный и основной показатель увеличения рыночной стоимости организации;

- показатель кредитоспособности;
- основной интерес собственника, так как он обеспечивает возможность увеличения, приумножения капитала;
- оценка кредитоспособности предприятия при возможном стабильном и устойчивом уровне прибыли;
- гарант выполнения организацией своих обязательств перед государством, является источником социальных потребностей общества.

Поддержание возможного уровня прибыли – закономерность нормальной работы организации в сложившихся рыночных отношениях.

Выделим основные виды прибыли, в зависимости от классификационного признака:

1) По порядку формирования:

- валовая прибыль;
- маржинальный доход;
- прибыль налогообложения;
- чистая прибыль.

2) По источнику формирования:

- прибыль от реализации;
- прибыль от реализации имущества.

3) По видам деятельности:

- прибыль от основной деятельности;
- инвестиционной прибыль;
- прибыль от финансовой деятельности.

4) По периодичности получения:

- регулярная прибыль;
- чрезвычайная прибыль.

5) По характеру использования:

- прибыль, направленная на дивиденды;
- нераспределенная.

Главная цель в процессе управления прибылью – максимизация благосостояния собственников в текущем и долгосрочном периодах. Это означает обеспечение:

- максимально возможной величины прибыли, которая будет соответствовать ресурсам предприятия и рыночной структуре;
- пропорциональной уровню сформированности прибыли и допустимому урону риска;
- качество формируемой прибыли;
- увеличение рыночной цены предприятия;
- оптимальная программа работы персонала в распределении прибыли.

Формирование прибыли происходит в процессе ведения хозяйственной деятельности предприятия, что учитывается при организации бухгалтерского учета и формирования отчетности.

Формирование валовой прибыли осуществляется после разности между выручкой от реализации продукции и фактической себестоимостью продукции. Данная прибыль служит для покрытия коммерческих и управленческих расходов. Валовая прибыль носит название «брутто-прибыли» от реализации продукции.

Так же у организации возникают прочие расходы. В состав прочих расходов включаются налоги, относимые на счет финансового результата, затраты по банковскому обслуживанию, и другие расходы.

Финансовый результат от прочей деятельности может увеличивать либо уменьшать прибыль от продаж, тем самым формируя прибыль до налогообложения.

Прибыль от обычной деятельности формируется как прибыль до налогообложения минус налог на прибыль. В процессе этого формируется нераспределенная (чистая) прибыль, за счет которой выплачиваются начисленные дивиденды по привилегированным и обычным акциям.

В сложившихся рыночных отношениях существует и действует большой перечень нормативно-правовой документации по составу и учету финансовых результатов.

Прибыль является конечным финансовым результатом финансово-хозяйственной деятельности предприятия, которая представляет собой разность между возникшими доходами и затратами на производство и реализацию продукции, если возникает убыток, он корректирует величину прибыли. Прибыль формируется под воздействием различных компонентов, имеющих как положительный так и отрицательный знак.

Прибыль играет стимулирующую роль в развитии предприятия, многие хозяйствующие субъекты стремятся извлечь высокую прибыль преследуя цель увеличить фонд заработной платы в ущерб производственному и социальному развитию коллектива. Вместо производства низкорентабельной, но имеющей большой спрос продукции, предприятия увеличивают производство более выгодной для них и более дорогой высокорентабельной продукции.

Во многих случаях рост прибыли обусловлен достаточно необоснованным ростом цен на продукцию. Стремясь любыми путями получить желаемую прибыль, с целью увеличить фонд оплаты труда, приводят к росту денежной массы в обращении, не обеспеченной товарными ресурсами.

Что влияет на рост цен, возникновение инфляции, и как следствие эмиссия денежной массы. Таким образом, абсолютное увеличение прибыли предприятия не всегда объективно отражает повышение эффективности производства в результате достижений трудового коллектива. [33, с.48]

Предприятие считается рентабельным, если величина выручки от реализации достаточна не только для покрытия величины затрат на производство и реализацию продукции, но и для формирования величины прибыли. [33, с.104]

К основным факторам роста прибыли можно отнести: увеличение объема и реализации продукции по средствам внедрения научно-

технических разработок, которые приведут к повышению производительности труда, снижению себестоимости и улучшению качества продукции.

Основным и главным источником денежных накоплений предприятия – выручка от реализации, именно часть, которая остается после вычета материальных, трудовых и денежных затрат на производство и реализацию продукции. Следовательно важной задачей каждого предприятия является – получение большей величины прибыли при наименьших затратах, путем соблюдения режима экономии в использовании средств производства и оптимизации их использования.

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

И так, прибыль как основная форма денежных накоплений представляет собой разницу между выручкой от реализации по соответствующим ценам и фактической себестоимостью. Рост прибыли зависит в первую очередь от уменьшения затрат на производство продукции, а также от увеличения объема реализованной продукции.

1.2 Методика анализа прибыли и рентабельности предприятия

Основной целью анализа финансовых результатов является расчет величины чистой прибыли, стабильность всех элементов балансовой прибыли, возможности их изменений и использование данных для прогноза прибыли и оценки платежеспособности предприятия.

А так же можно выделить следующие задачи:

- системный контроль выполнения плана по реализации продукции и получению прибыли предприятия;
- выявление объективных и субъективных факторов влияющих на объем реализации продукции и финансовые результаты;

- выделение резервов повышения объема реализации продукции и суммы прибыли предприятия;
- анализ и оценка работы предприятия по использованию возможностей по увеличению объема реализации продукции, прибыли и рентабельности;
- мероприятия направленные на использование данных выявленных резервов.

Финансовый результат выражается в изменении величины его собственного капитала за отчетный период. Стабильный рост собственного капитала предприятием может быть оценено комплексом показателей финансовых результатов.

Все показатели формирующие финансовый результат отражены в форме «Отчет о финансовых результатах» годовой финансовой отчетности.

Финансовые результаты характеризуются системой абсолютных и относительных показателей.

По данным формы «Отчет о финансовых результатах» могут быть рассчитаны следующие показатели финансовых результатов:

- валовая прибыль от реализации продукции;
- прибыль (убыток) от продаж;
- прибыль (убыток) до налогообложения;
- прибыль (убыток) от обычной деятельности (остающейся в распоряжении организации после уплаты налога на прибыль и иных обязательных платежей).

В данной форме отражаются показатели за текущий год и за аналогичный период прошлого года.

Показатели финансовых результатов характеризуют эффективность хозяйствования предприятия по всем сферам деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Пользователи показателей финансовых результатов различны. К ним можно отнести администрацию, которую интересует величина полученной прибыли, налоговые органы интересуют достоверная информация о факторах и всех видах

налогооблагаемой прибыли. Инвесторов интересуют вопросы, характеризующие качество получаемой прибыли т.е. устойчивость и надежность получения прибыли на ближайшую и долгосрочную перспективы.

Основными и обязательными направлениями анализа финансовых результатов являются следующие:

- анализ отклонений по каждому показателю за анализируемый период («горизонтальный анализ»);
- оценка и структурный анализ, изменения по структуре («вертикальный анализ» показателей);
- анализ в динамике изменения показателей за ряд отчетных периодов («трендовый анализ»);
- выделение факторов и причин изменений показателей прибыли и их оценка.

Рассмотрим каждый вид анализа. Горизонтальный анализ выявляет изменения составляющих прибыли за определенный период времени. Вертикальный анализ определяет удельный вес доходов и расходов, формирующих финансовый результат, структура финансового результата. Трендовый анализ анализирует изменения финансового результата за ряд лет. Порядок формирования прибыли позволяет выявлять факторы роста финансового результата.

Важной составной частью анализа финансовых результатов является анализ порядка формирования прибыли. Анализ прибыли непосредственно связан с порядком ее формирования.

Общая сумма прибыли, полученная предприятием за определенный период времени, формируется и отражается, как было отмечено выше, в форме «Отчет о финансовых результатах», который состоит из:

- валовой прибыли;
- прибыль (убыток) от продажи продукции, работ, услуг;
- прибыль (убыток) от прочих доходов и расходов;
- сумма налоговых обязательств.

Валовая прибыль (убыток) рассчитывается как разность между суммой выручки от продажи продукции в действующих ценах (без налога на добавленную стоимость и акцизов) и величиной затрат на производство продукции, услуг, работ, включаемых в себестоимость, формула (1.1):

$$ВП(Y) = B - C, \quad (1.1)$$

где $ВП(Y)$ – валовая прибыль (убыток);

B – выручки от продажи продукции в действующих ценах (без налога на добавленную стоимость и акцизов);

C – величина затрат на производство продукции, услуг, работ, включаемых в себестоимость.

Прибыль (убыток) от продаж (реализации) определяется с учетом коммерческих и управленческих расходов, формула (1.2):

$$П(Y)_{пр} = ВП(Y) - Р_{ком} - Р_{упр}, \quad (1.2)$$

где $П(Y)_{пр}$ – прибыль (убыток) от продаж (реализации);

$Р_{ком}$ – коммерческие расходы;

$Р_{упр}$ – управленческие расходы.

Прибыль (убыток) до налогообложения определяется с учетом прочих доходов и расходов, формула (1.3):

$$П(Y)_{нал} = П_{пр} + Д_{пр} - Р_{пр}, \quad (1.3)$$

где $П(Y)$ – Прибыль (убыток) до налогообложения;

$Д_{пр}$ – прочие доходы не связанные с основной деятельностью;

$Р_{пр}$ – прочие расходы не связанные с основной деятельностью.

Полученная предприятием прибыль распределяется между государством и предприятием. После внесения налога на прибыль в федеральный, региональный и местные бюджеты в распоряжении предприятия остается прибыль (убыток) от обычной деятельности, формула (1.4):

$$П(Y)_{об} = П(Y)_{нал} - Н_{об}, \quad (1.4)$$

где $П(Y)_{об}$ – прибыль (убыток) от обычной деятельности;

$Н_{об}$ – налоговые обязательства.

Кроме абсолютных показателей, отражающих финансовые результаты, изучаются и относительные показатели. Все относительные показатели (показатели рентабельности) можно объединить в три группы:

1) группа – показатели, рассчитанные как отношение различных показателей прибыли к выручке от продаж. Сюда относят рентабельность продаж и рентабельность производственной деятельности.

2) группа – показатели, отражающие рентабельность используемых ресурсов (хозяйственных активов), к ним относят рентабельность авансированного капитала.

3) группа – показатели, рассчитанные как отношение чистого притока (оттока) денежных средств к выручке от продаж или к средней величине авансированного капитала.

После формирования финансового результата рассчитываются показатели рентабельности, которые характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

- показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов;
- показатели, характеризующие рентабельность продаж;
- показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Все эти показатели могут рассчитываться на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции и чистой прибыли.

Оценка экономической эффективности предприятия осуществляется путем расчета показателей рентабельности.

К ним относятся:

1) Рентабельность продаж – показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции, определяется по формуле (1.5):

$$R = \frac{\text{прибыль от реализации продукции}}{\text{выручка от реализации продукции}}, \quad (1.5)$$

Рост коэффициента рентабельности является следствием роста цен при постоянных затратах на производство реализованной продукции или снижения затрат на производство при постоянных ценах.

2) Рентабельность всего капитала фирмы – показывает эффективность использования всего имущества предприятия, определяется по формуле (1.6):

$$R = \frac{\text{Прибыль от реализации (Балансовая прибыль)}}{\text{Средний за период итог баланса – нетто}} \quad (1.6)$$

3) Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов – отражает эффективность использования основных средств и прочих внеоборотных активов, измеряемую величину прибыли, приходящийся на единицу стоимости средств, определяется по формуле (1.7):

$$R = \frac{\text{Прибыль от реализации (Балансовая прибыль)}}{\text{Средний за период величина основных средств или прочих внеоборотных активов}} \quad (1.7)$$

4) Рентабельность собственного капитала – показывает эффективность собственных средств, определяется по формуле (1.8):

$$R = \frac{\text{Прибыль от реализации (Балансовая прибыль)}}{\text{Средняя за период величина источников собственных средств предприятия по балансу}} \quad (1.8)$$

5) Рентабельность перманентного капитала – отражает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность фирмы на длительный срок (как собственного так и заемного), определяется по формуле (1.9).

$$R = \frac{\text{Прибыль от реализации (Балансовая прибыль)}}{\text{Средняя за период величина долгосрочных кредитов и займов}} \quad (1.9)$$

В процессе анализа следует изучить динамику перечисленных показателей рентабельности, выполнение плана по их уровню и провести межхозяйственные сравнения с предприятиями-конкурентами.

Уровень рентабельности производственной деятельности (окупаемость затрат), исчисленный в целом по предприятию, зависит от трех основных

факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации.

Таким образом, значение финансовых результатов заключается в формировании экономически обоснованной оценки достигнутых финансовых результатов, в выявлении резервов роста прибыли на этапе формирования и обеспечение рационального использования.

1.3 Методы управления прибылью предприятия

Как было отмечено выше, главной и основной целью управления прибылью является максимизация финансового результата, который позволит повысить устойчивость и платежеспособность предприятия на текущую и долгосрочную перспективу: [24, с.202]

- максимальной прибыли, соответствующей ресурсам организации и рыночной роли;
- эффективной пропорциональности между уровнем прибыли и уровнем допустимого риска;
- качество формируемой прибыли;
- выплата дивидендов на инвестированный капитал;
- достаточного объема инвестиций за счет прибыли в соответствии с задачами развития бизнеса;
- эффективность участия персонала в распределении прибыли.

Прибыль формируется в процессе хозяйственной деятельности организации, что находит отражение в бухгалтерском учете и отчетности.

Управление прибылью – это процесс разработки и принятия решений по основам принятия решений о порядке формирования, распределения и использования величины прибыли.

Процесс формирования прибыли связан с управлением доходами, расходами, ресурсами предприятия. Управление распределением и

использованием прибыли связано на прямую с разработкой налоговой, дивидендной политикой, а также политикой формирования капитала.

Целью управления прибылью является максимизация капитала собственников предприятия в определенных условиях текущего периода и в перспективе.

Исходя из поставленной цели управление прибылью решает следующие задачи:

1) Максимизация размера формируемой прибыли соответственно создаваемым ресурсам предприятия и рыночным условиям хозяйствования.

2) Оптимизация соотношения между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска.

3) Обеспечение высокого качества формируемой прибыли.

4) Обеспечение необходимого уровня прибыли на инвестируемый капитал собственникам предприятия.

5) Создание оптимального объема финансовых средств за счет прибыли соответственно поставленным задачам развития предприятия в текущем периоде.

6) Регулярный рост рыночной стоимости предприятия.

7) Обеспечение эффективности программ участия персонала в прибыли.

Все выше перечисленные задачи связанные с управлением прибылью тесно взаимосвязаны каждая между собой. Хотя одни из них носят не связанный характер, такие например как, максимизация прибыли и минимизация уровня риска; обеспечение интересов собственников и персонала предприятия). В процессе управления прибылью необходима оптимизация отдельных задач между собой.

Общий механизм формирования прибыли от реализации продукции тесно взаимосвязан с объемом производства и реализации продукции, доходов и расходов. Данная система получила название: взаимосвязь издержек, объема реализации и прибыли (Cost-Volume-Profit Relationships, или CVP), которая позволяет определить роль и влияние отдельных факторов в формировании

финансового результата и обеспечить эффективное управление этим процессом.

Использование системы CVP в процессе управления прибылью предприятие решать ряд следующих задач:

1) Выявление объема производства и реализации продукции, обеспечивающей безубыточную деятельность (точку безубыточности).

Аналитический метод нахождения точки безубыточности, который заключается в определении минимального объема реализации, обеспечивающего нулевую прибыльность бизнеса. Формулу для определения минимально необходимого для безубыточности торгового бизнеса объема реализации можно записать в следующем виде:

$$ТБУ = З_{\text{пост}} + З_{\text{пер}}, \quad (1.10)$$

где ТБУ – точка критического объема реализации, обеспечивающего безубыточность;

$З_{\text{пост}}$ – постоянные затраты;

$З_{\text{пер}}$ – переменные затраты.

Если торговое предприятие реализует одно наименование товара по единым ценам, то его товарооборот можно представить как произведение цены на количество проданных товаров:

$$Ц * K = З_{\text{пост}} + K * З_{\text{пер, на ед, товара}}, \quad (1.11)$$

где Ц – цена товара;

К – количество проданного товара.

В этом случае критический объем реализации выражают в количестве единиц проданного товара:

$$\frac{З_{\text{пост}}}{Ц - З_{\text{пер, на ед, товара}}}, \quad (1.12)$$

где М – маржинальный доход.

Для определения критического объема реализации в стоимостном выражении умножим правую и левую части этого уравнения на цену и преобразуем выражение: [24, с.206]

$$\frac{\text{---}}{\text{---}}, \quad (1.13)$$

Для нахождения точки безубыточности многопрофильного торгового предприятия необходим иной подход, так как невозможно определить цену и издержки каждого товара. Анализ следует проводить исходя из относительной величины маржинального дохода, выраженного в процентах к объему реализации. В этом случае критическая величина товарооборота будет выражена не в количественном, а в стоимостном измерении:

$$\text{ТБУ} = Z_{\text{пост}} / M, \quad (1.14)$$

где M – маржинальный доход в процентах к объему реализации.

2) Определение плановой (целевой) суммы прибыли от реализации продукции при заданных плановых значениях постоянных расходов, объема производства, цены единицы продукции, величины переменных расходов на единицу продукции.

3) Определение предела безопасности и запаса финансовой прочности.

Предел (маржа) безопасности – определяется как разница между объемом производства, обеспечивающим получение целевой прибыли и критическим объемом производства.

Запас финансовой прочности – определяется как разница между выручкой от реализации обеспечивающим получение целевой прибыли, и критической (пороговой) выручки. Определяется в рублях.

4) Выявление возможных приростов суммы прибыли от реализации продукции при оптимальном соотношении постоянных и переменных расходах.

Высокая доля постоянных затрат в общей сумме указывает на то, что предприятие значительно позже достигает точку безубыточности.

При дальнейшем увеличении объемов производства и реализации, после преодоления точки безубыточности предприятие будет получать большую сумму прибыли на каждый процент прироста объемов деятельности по сравнению с другими, у которых первоначально доля постоянных расходов была низкой.

Это указывает на то, что за счет постоянных расходов их относительная величина на единицу будет снижаться в большей степени.

В определенных ситуациях выявление механизма операционного рычага имеет ряд особенностей, которые имеет смысл учитывать в процессе его использования для управления прибылью.

1) Положительное действие эффекта финансового рычага возникает только тогда, как предприятие преодолело точку безубыточности.

2) После преодоления точки безубыточности, начинает работать процесс взаимодействия, чем выше коэффициент, тем больше сила воздействия на прирост прибыли, который будет обладать предприятие, наращивая объемы производства продукции.

3) Положительное (наибольшее) воздействие операционного рычага достигается в зоне, максимально приближенной к точке безубыточности.

4) Механизм операционного рычага имеет и обратную взаимосвязь – при любом снижении объема реализации продукции в еще большей степени уменьшается размер прибыли от продаж.

5) Эффект операционного рычага стабилен только в текущий период времени.

В процессе управления прибылью предприятие может принять следующие решения:

- увеличивать объем производства;
- сокращать переменные расходы на единицу продукции;
- сокращать постоянные расходы;
- увеличивать или уменьшать цены на продукцию;
- изменять соотношение постоянных и переменных расходов в общей их сумме.

Выделенные решения возможно принимать в совокупности и при соответствующем экономическом обосновании.

На основании выше изложенного можно сделать вывод, что в современных условиях проблема роста прибыли предприятия и эффективной

его деятельности становится основополагающей для всех хозяйствующих субъектов.

В сложившихся рыночных условиях хозяйствования обеспечение прибыльности предприятия подразумевает увелечение доходов предприятия при снижении себестоимости выпускаемой продукции.

В целях увелечения доходов предприятие проводит оценку, анализ и планирование объема продаж, определяет ритмичность производства, определяет насколько эффективно производится диверсификация производства, соответствует ли ценовая политика условиям современного положения предприятия.

В настоящее время для предприятия важным является определение факторов повышения доходов, данная функция входит в компетенцию руководителей высшего звена, а также и маркетинговых служб. При помощи маркетинговой стратегии, ценовой политики, положением на рынке, качества представляемой продукции современное предприятие может увелечить доходы. Кроме этого важно соблюдать внутренний контроль рентабельности, как действующих производств, так и новых.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «БАЙЛАК»

2.1 Характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Байлак», создано в соответствии с Гражданским кодексом РФ и ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» №14-ФЗ от 08.02.98 г. для осуществления хозяйственной деятельности.

ООО «Байлак» является юридическим лицом и строит свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства РФ. Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «Байлак», сокращенное фирменное наименование Общества: ООО «Байлак». Общество является коммерческой организацией.

ООО «Байлак» вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории РФ и за ее пределами. Общество имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на его местонахождение. ООО «Байлак» имеет штампы и бланки со своим наименованием, собственную эмблему и другие средства визуальной идентификации.

ООО «Байлак» является собственником принадлежащего ему имущества и денежных средств, и отвечает по своим обязательствам собственным имуществом. Принятие новых участников в состав Общества осуществляется по решению Учредителя (единственного участника) Общества или Общего собрания (в случае если число участников будет более одного).

ООО «Байлак» зарегистрировано по адресу Республика Тыва, г.Кызыл, ул. Кочетова, д. 35.

Основными целями и предметом деятельности предприятия является удовлетворение общественных потребностей юридических и физических лиц в работах, товарах и услугах и получение прибыли. Основными видами

хозяйственной деятельности являются реализация лекарственных средств и медицинского оборудования, а также оказание консультационных услуг в области медицины. ООО «Байлак» оказывает и производит следующие виды услуг и продукции:

- розничная торговля фармацевтическими товарами;
- реализация готовых лекарственных форм;
- оказание консультационных услуг в области подбора медицинских препаратов при различных видах заболеваний;
- продажа детского питания, средств гигиены, гомеопатических средств.

Данное общество представлено сетью аптек «Аптека от склада». Готовые лекарственные формы приобретаются у российских фирм, а также эксклюзивных представителей иностранных компаний в России. Приготовление рецептурных средств осуществляется на специальном оборудовании. Кроме российских поставщиков ООО «Байлак» приобретает препараты через посредников в Италии, Болгарии и Франции. Оказание услуг в области консультаций персоналом, имеющим специальное медицинское образование.

Общий персонал ООО «Байлак» насчитывает 25 человек, из которых выполнением управленческих функций занято 2 человека, среди них: генеральный директор, главный бухгалтер. Основные посетители аптеки – это жители близлежащих районов и работники находящихся рядом предприятий. Потребителей обслуживают фармацевты и кассиры, прошедшие специальную подготовку.

ООО «Байлак» снимает в аренду следующие помещения: складское, санитарно-техническое хозяйство, производственное помещение, торговые залы. В каждом торговом зале торгуют определенной группой товаров. Каждый торговый зал имеет соответствующее его группе товаров торговое оборудование. В складских помещениях также каждой группе товаров отводится определенное место и проводится предпродажная подготовка товара.

2.2 Анализ имущественного и финансового положения предприятия

С целью формирования реальной величины имущества предприятия в целом и отдельных его слагаемых, а также ключевых укрупненных показателей, используемых в последующем ходе анализа финансового состояния ООО «Байлак» преобразуем исходную форму бухгалтерского баланса за 2016 г. в агрегированный аналитический баланс. Анализ уплотненного аналитического баланса позволяет достаточно оперативно провести оценку финансового положения предприятия.

Таблица 2.1 – Общий анализ структуры баланса за 2016 год, тыс. руб.

Актив	Сумма, тыс руб.	%	Пассив	Сумма, тыс руб.	%
Внеоборотные активы	—	—	Собственный капитал	-192	-28,9
Оборотные активы	663	100	Заемный капитал	855	128,9
Баланс	663	100	Баланс	663	100

По данным таблицы 2.1 можно сделать вывод, что валюта баланса уменьшилась на 789 тыс. руб. и составила 663 тыс. руб., значит, исследуемое предприятие относится к числу средних предприятий. В структуре актива имеется только величина оборотных активов, основные средства при необходимости арендуются. В структуре пассива наибольший удельный вес занимает заемный капитал 128,9 %. Собственный капитал представлен величиной убытка 192 тыс. руб. Что отрицательно отражается на работе предприятия.

Оценивая деловую активность предприятия, можно сказать, что она не нормативу, так как удельный вес заемного капитала превышает удельный вес собственного капитала 128,9 % и -28,9 % соответственно. Оборотные активы профинансированы за счет заемного капитала.

В таблице 2.2 представим структуру имущества ООО «Байлак» для определения имущественного потенциала предприятия.

Таблица 2.2 – Структура имущества ООО «Байлак»

Актив	2014 г.		2015 г.		2016 г.	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы	546	100	1452	100	663	100
Итого	546	100	1452	100	663	400

Из таблицы 2.2 видно, что за 2016 г. структура активов ООО «Байлак» представлена только величиной оборотных активов на 100 %. Величина активов предприятия уменьшилась на 789 тыс. руб.

Целью анализа активного капитала является формирование обоснованной оценки динамики активов, их состава и структуры, степени риска вложений капитала в них, а также в выявлении резервов улучшения состояния активов.

В процессе последующего анализа необходимо более детально изучить состав, структуру и динамику основного и оборотного капитала. Далее необходимо проанализировать изменения состава и динамики текущих активов как наиболее мобильной части капитала, от состояния которых в значительной степени зависит финансовое состояние предприятия. Данный анализ проведем в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Структура и динамика оборотных активов

Показатели	2014 г.		2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы:	546	100	1452	100	663	100	-789	-54,3
1. Запасы, в т.ч.:	536	98,2	1377	94,8	—	—	-1377	-100
2. Дебиторская задолженность	—	—	20	1,4	624	94,1	604	3020
3. Денежные средства	10	1,8	55	3,8	39	5,9	-16	-29,1

Как видно из данных таблицы 2.3, что наибольший удельный вес в оборотных активах в 2015 г. занимают запасы. В 2016 г. величина запасов полностью отсутствует. На их долю в 2015 г. приходилось 94,8 %, а в 2016 г. 0

% текущих активов. В структуре запасов наибольший удельный вес занимают товары для перепродажи 1377 тыс. руб., что отражает специфику предприятия. В 2016 г. значительно увеличилась доля дебиторской задолженности и составила 94,1 %, а доля денежных средств снизилась на 16 %, что свидетельствует о ухудшении финансовой ситуации.

В таблице 2.4 проведем анализ оборачиваемости оборотных средств ООО «Байлак» чтобы выявить срок обращения оборотных средств на предприятии.

Таблица 2.4 – Анализ оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.
1.Выручка от реализации продукции тыс. руб.	1055	1135	2082
2.Краткосрочные текущие активы тыс. руб.	546	1452	663
3.Оборачиваемость оборотных средств (1/2)	1,932	0,782	3,14
4.Продолжительность оборота (дн.)	186,3	460,4	114,6

На основании данных таблицы 2.4 можно сделать вывод, что на предприятии произошло увеличение выручки от реализации на 947 тыс. руб. Также произошло уменьшение величины текущих активов на 789 тыс. руб. Коэффициента оборачиваемости оборотных средств изменился значительно в сторону увеличения и составил 3,14 оборота. Продолжительность оборота в днях уменьшилась на 345,8 дней.

Расчет показателей оборачиваемости дебиторской задолженности проведем в таблице 2.5. Данная таблица позволит выявить долю дебиторской задолженности в выручке от реализации.

Таблица 2.5 – Оборачиваемость дебиторской задолженности

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонения
1. Дебиторская задолженность, тыс. руб.	—	20	624	604
2. Покупатели заказчики	—	20	624	604
3. Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	1055	1135	2082	947
4. Доля ДЗ в выручке от реализации	—	1,76	29,9	28,14
5. Оборачиваемость ДЗ (оборот)	—	56,8	3,3	-53,5
6. Период погашения ДЗ (дн.)	—	6,3	109,1	102,8

На основании данных таблицы 2.5 можно сделать вывод, что в ООО «Байлак» произошло увеличение дебиторской задолженности на 604 тыс. руб. Значительную долю в структуре дебиторской задолженности занимают покупатели и заказчики 100 %. Доля дебиторской задолженности в выручке от реализации увеличилась незначительно на 28,14 %.

Целью анализа финансовых ресурсов является формирование экономически обоснованной оценки динамики и структуры источников финансирования активов и выявление возможностей их улучшения.

Таблица 2.6 – Структура обязательств предприятия

Показатели	2014 г.		2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб	%	Сумма, тыс. руб	%	Сумма, тыс. руб	%	Сумма, тыс. руб	%
1. Всего источников	546	100	1452	100	663	100	-789	-54,3
1.1. собственных	69	12,6	-111	-7,6	-192	-28,9	-81	-72,9
1.2. заемных, из них	477	87,4	1563	107,6	855	128,9	-708	-45,3
1.2.1. краткосрочных	477	87,4	1563	107,6	855	128,9	-708	-45,3

На анализируемом предприятии (таблица 2.6) уменьшилась сумма заемного капитала. Однако в структуре доля собственных источников средств составляет отрицательную величину -28,9 %, а заемных соответственно уменьшилась на 708 тыс. руб., что свидетельствует о повышении степени финансовой зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов.

Привлечение заемных средств в оборот предприятия – явление нормальное, содействующее временному улучшению финансового состояния при условии, что эти средства не замораживаются на продолжительное время в обороте и своевременно возвращаются.

Проанализируем формирование заемного капитала по категориям кредиторов (таблица 2.7), чтобы выяснить какие категории кредиторов ссужают капитал во временное пользование предприятию и существуют ли объемные и структурные сдвиги заемного капитала.

Данные таблицы позволят выявить кредиторов, которые имеют наибольшую величину задолженности на данном предприятии. При выявлении кредиторов необходимо составить график ликвидации данных задолженностей.

Таблица 2.7 – Структура и динамика заемного капитала по категориям кредиторов

Показатели	2014 г.		2016 г.		2017 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб	% к итогу	Сумма, тыс. руб	% к итогу	Сумма, тыс. руб	% к итогу	Сумма, тыс. руб	%
1. Всего заемного капитала:	477	100	1563	100	855	100	-708	-45,30
1.1. Кредиторская задолженность	477	100	1563	100	855	100	-708	-45,30
1.2. Поставщики	206	43,2	1085	69,42	142	16,61	-943	-86,91
1.2.1. Работники предприятия	165	34,6	312	19,96	452	52,87	140	44,87
1.2.2. Соцстрах	20	4,2	12	0,77	21	2,46	9	75,00
1.2.3. Бюджет	86	18,0	154	9,85	240	28,07	86	55,84

Из данных таблицы 2.7 следует, что за отчетный год сумма заемных средств уменьшилась на 708 тыс. руб. или на 45,3 %. Произошли существенные изменения и в структуре заемного капитала: доля кредиторской задолженности, которая временно используется в обороте предприятия до момента наступления сроков ее погашения, уменьшилась на 708 тыс. руб. В структуре кредиторской задолженности наибольший удельный вес занимает задолженность перед персоналом предприятия, которая в 2016 г. составила 52,87 %, что повлекло за собой увеличение анлогов и взносов во внебюджетные фонды.

На уменьшение кредиторской задолженности повлияло увеличение дебиторской задолженности, так как дебиторская задолженность, это отвлечение денежных средств из оборота предприятия. На предприятии произошло уменьшение по всей структуре кредиторской задолженности.

На предприятии вся величина заемных источников представлена кредиторской задолженностью, заемных средств предприятие не привлекает.

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

обязательствами по пассиву, которые группируются по степени срочности их погашения.

Ликвидность баланса это степень покрытия долговых обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную наличность соответствует сроку погашения платежных обязательств. Она зависит от степени соответствия величины имеющихся платежных средств величине краткосрочных долговых обязательств.

Проведем группировку статей баланса предприятия (таблица 2.8) в целях выявления ликвидности баланса предприятия.

Таблица 2.8 – Группировка статей баланса

Актив	2014 г	2015 г	2016 г	Пассив	2014 г	2015 г	2016 г
Наиболее ликвидные активы, A_1	10	55	39	Наиболее срочные обязательства, $П_1$	477	1563	855
Быстро реализуемые активы, A_2	—	20	624	Краткосрочные обязательства, $П_2$	—	—	—
Медленно реализуемые активы, A_3	536	1377	—	Долгосрочные обязательства, $П_3$	—	—	—
Трудно реализуемые активы, A_4	—	—	—	Постоянные пассивы, $П_4$	69	-111	-192
Итого	546	1452	663	Итого	546	1452	663

Баланс считается абсолютно ликвидным, если:

$$A_1 > П_1; A_2 > П_2; A_3 > П_3; A_4 < П_4.$$

$$\begin{aligned} \text{Баланс за 2016 г.} \quad & 39 < 855; \\ & 624 > 0; \\ & 0 > 0; \\ & 0 < -192. \end{aligned}$$

Данные таблицы показывают, что на предприятии не соблюдается первое неравенство, третье и четвертое. Несоответствие по обеспечению наиболее ликвидным активам (A_1) на конец периода произошло за счет того, что у предприятия имеется недостаток денежные средства. На ООО «Байлак» значительная величина краткосрочных пассивов на конец периода 855 тыс. руб.

Второе неравенство соответствует нормативному соотношению $A2 > П2$. Величина краткосрочных кредитов и займов не превышает величину дебиторской задолженности, что положительно отразится на платежеспособности предприятия.

У данного предприятия стоимость труднореализуемых активов меньше стоимости собственного капитала. $A3 > П3$, то есть медленно реализуемые активы превышают краткосрочные обязательства. $П4$ не превышает $A4$ на конец отчетного периода, что показывает отсутствие у ООО «Байлак» собственных оборотных средств.

В случае, если одно или несколько неравенств в данной системе имеют противоположный знак, баланс не ликвидный. Баланс ООО «Байлак» не ликвидный.

Далее необходимо проанализировать платежеспособность ООО «Байлак». В условиях финансовой неустойчивости объективная и точная оценка финансово-экономического состояния предприятия приобретает первостепенное значение. Главным критерием такой оценки являются показатели ее платежеспособности.

Для оценки платежеспособности в краткосрочной перспективе рассчитаем следующие показатели: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент промежуточной ликвидности и коэффициент абсолютной ликвидности.

Таблица 2.9 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,021	0,035	0,046	$\geq 0,2$
Коэффициент быстрой ликвидности	—	0,013	0,73	$\geq 0,7$
Коэффициент текущей ликвидности	1,12	0,88	—	$\geq 2,0$

На основании таблицы 2.9 можно сделать вывод, что значение коэффициента абсолютной ликвидности признается достаточным, если он составляет 0,20-0,25. Если предприятие в текущий момент может на 20-25 %

погасить все свои долги, то его платежеспособность считается нормальной. На анализируемом предприятии в 2015 г. абсолютный коэффициент ликвидности составлял 0,035, а в 2017 г. – уже 0,046, значит платежеспособность нормальная.

В 2015 г. величина коэффициента быстрой ликвидности составляет 0,013, а в 2016 г. – 0,73. Однако оно не достаточно, так как большую долю ликвидных средств составляет дебиторская задолженность, часть которой трудно своевременно взыскать.

Коэффициент текущей ликвидности показывает степень, в которой текущие активы покрывают текущие пассивы. Превышение текущих активов над текущими пассивами обеспечивает резервный запас для компенсации убытков, которые может понести предприятие при размещении и ликвидации всех текущих активов, кроме наличности. Чем больше величина этого запаса, тем больше уверенность кредиторов, что долги будут погашены. Величина коэффициента в 2015 г. составляет 0,88, в 2016 г. величина коэффициента отсутствует, так как на предприятии нет величины текущих активов, что не удовлетворяет нормативному значению, так как уменьшилась величина краткосрочных обязательств в ООО «Байлак».

На основании данных расчетов можно сделать вывод, что ООО «Байлак» является не платежеспособным и финансово не устойчивым на среднесрочную перспективу, предприятие может погашать только текущие обязательства.

2.3 Анализ прибыли и рентабельности предприятия

Количественную оценку дадим на основании исследования динамики основных оценочных показателей деятельности предприятия (выручка и прибыль). Рассмотрим подробно показатели финансовых результатов в таблице 2.10 и выявим чистую прибыль предприятия.

Таблица 2.10 – Анализ финансовых результатов

№	Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
		Сумма, тыс руб.	Сумма, тыс руб.	Сумма, тыс руб.	Сумма, тыс руб.	%
1	Выручка	1055	1135	2082	947	83,44
2	Себестоимость продаж	985	902	1605	703	77,94
3	Валовая прибыль (убыток)	70	233	477	244	104,72
4	Коммерческие расходы	—	361	365	4	1,11
5	Управленческие расходы	—	50	102	52	104,00
6	Прибыль (убыток) от продаж	70	-178	10	188	-105,62
8	Прочие расходы	-	1	15	14	1400,00
9	Прибыль (убыток) до налогообложения	70	-179	-5	174	-97,21
10	Текущий налог на прибыль	11	—	—	—	—
11	Прочее	—	-11	-76	-65	590,91
12	Чистая прибыль (убыток)	59	-190	-81	109	-57,37

По данным таблицы 2.10 наблюдается увеличение выручки на 83,44 %, что свидетельствует о существенном повышении интенсивности использования авансированных средств. Однако значительное увеличение прибыли отражает улучшение эффективности их использования в части генерации прибыли. Итак, предприятие имеет в отчетном году увеличение выручки при увеличении прибыли, что позволяет говорить о повышении уровня деловой активности.

В 2015 г. и в 2016 г. предприятием получен убыток от основной деятельности на сумму 190 тыс. руб. и 81 тыс. руб. соответственно.

На предприятии себестоимость занимает значительный удельный вес в выручка от реализации. На данное увеличение повлияла конкурентоспособность в данной области, открывается значительное количество фирм занимающихся реализацией фармацевтической продукции. Данный факт отрицательно отразится на финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия.

Финансовый аспект деловой активности предприятия оценивается следующими основными показателями: скорость оборота (количество оборотов, которое совершают за анализируемый период капитал предприятия или его составляющие) и период оборота – средний срок, за который совершается один оборот средств.

В таблице 2.11 рассчитаем показатели рентабельности на предприятии ООО «Байлак».

Экономическая эффективность деятельности предприятий выражается рентабельностью (доходностью), то есть отношением прибыли к затратам или к выручке. Рентабельность – это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса.

Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они измеряют доходность с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Цель анализа рентабельности – оценить способность предприятия приносить доход на вложенный в нее капитал. От уровня рентабельности капитала зависит инвестиционная привлекательность предприятия.

Экономическая сущность рентабельности раскрывается через систему показателей. Общий их смысл – определение суммы прибыли с одного рубля вложенного капитала. И поскольку это относительные показатели – они практически не подвержены влиянию инфляции. Оценка показателей рентабельности представлена в таблице 2.11. На основании данной таблицы определим, рентабельно ли данное предприятие.

Таблица 2.11 – Показатели рентабельности, %

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Рентабельность продаж	6,6	-15,7	0,5	16,2
Рентабельность основной деятельности	7,1	-19,7	0,6	20,3
Рентабельность активов	12,8	-13,1	-12,2	-0,9
Рентабельность собственного капитала	101,4	-171,2	-42,2	-129,0

По данным таблицы 2.11 рентабельность производственной деятельности в 2017 г. показывает, что предприятие получило 0,6 руб. с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции.

Рентабельность продаж характеризует эффективность предпринимательской деятельности: в 2015 г. предприятие получило 15,7 руб. убытка с рубля продаж, в 2016 г. рентабельность оставила 0,6 руб. На данное увеличение повлияло повышение величины полученной предприятием прибыли.

Рентабельность собственного капитала характеризует эффективность использования средств, принадлежащих собственникам предприятия, показывая, сколько рублей чистой прибыли предприятие получает с каждых 100 руб. собственных средств. Значение показателя -42,2 руб. Рентабельность собственного капитала имеет отрицательную величину, так как предприятие в течении двух лет получает величину убытка.

На основании выше изложенного можно сделать вывод, что анализируемое предприятие относится к кризисному типу устойчивости. Это определяется не достаточным уровнем обеспеченности имущества в целом, а также оборотных активов и запасов собственными источниками финансирования.

Анализ показателей ликвидности свидетельствует о не достаточной ликвидности предприятия. Все коэффициенты ниже нормативных значений. Несмотря на не высокую ликвидность ООО «Байлак» не допускает образования просроченной задолженности, т.е. в принципе является платежеспособным.

Вместе с тем, как показывают результаты проведенного анализа, предприятие располагает еще достаточными резервами улучшения своего финансового состояния. Для этого ему следует более оперативно реагировать на конъюнктуру рынка, изменяя в соответствие с его требованиями ценовую политику; ускорить оборачиваемость капитала за счет сокращения периода инкассации дебиторской задолженности. Все это, позволит увеличить прибыль, пополнить собственный оборотный капитал, и достичь более оптимальной финансовой структуры рынка.

2.4 Управленческий анализ

Управленческий анализ позволит проанализировать трудовые ресурсы предприятия, себестоимость выпускаемой продукции.

В таблице 2.12 представим объем производства продукции в ООО «Байлак». Данная таблица позволит проанализировать объемы выпускаемой продукции.

Таблица 2.12 – Объем производства продукции

Периоды	Объем продукции	Себестоимость
2014 г.	1055	985
2015 г.	1135	902
2016 г.	2082	1605

По данным таблицы 2.12 на предприятии произошло увеличение выручки от реализации продукции, также увеличилась и себестоимость.

В таблице 2.13 представим численность работающих на предприятии.

Таблица 2.13 – Количество работающих на предприятии

Наименование	Количество		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Служащие	5	5	7
Вспомогательные рабочие	4	4	6
Основные рабочие	14	14	12
Итого	23	23	25

По данным таблицы 2.13 можно сделать вывод, что в ООО «Байлак» произошло увеличение численности работающих на 2 человека. Данное увеличение произошло по всем категориям работающих.

В таблице 2.14 представим структуру и динамику себестоимости продукции ООО «Байлак».

Таблица 2.14 – Структура и динамика себестоимости продукции

Показатели	2014 .		2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	руб.	%	руб.	%	руб.	%	сумма	%
Материальные затраты	539	54,7	—	—	27	5,8	27	100
Затраты на оплату труда	42	4,3	38	9,2	78	16,7	40	105,3
Отчисления на социальные нужды	15	1,5	12	2,9	24	5,1	12	100
Прочее	389	39,5	361	87,9	338	72,4	-23	-6,4
Всего	985	100	411	100	467	100	56	13,6

На ООО «Байлак» произошло увеличение себестоимости продукции на 56 тыс. руб., что составляет 13,6 %. Наибольший удельный вес в структуре себестоимости занимает прочие затраты 72,4 %. В данную статью входит стоимость товаров для перепродажи. Продукция, реализуемая выпускаемая предприятием, является трудоемкой. Аптечная сеть производит суспензии для внутреннего и наружного применения в небольших объемах, а так же занимается перепродаже фармацевтической продукции.

2.5 Заключительная оценка деятельности предприятия

Заключительная оценка деятельности ООО «Байлак» позволит выявить платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия. Проведенный анализ финансово-хозяйственной деятельности показывает, что согласно размерам валюты баланса ООО «Байлак» относится к категории предприятий среднего финансового размера. Трудовой критерий характеризует предприятие как среднее предприятие.

Структура активного капитала характеризуется преобладанием величины оборотных активов 100 %, данный факт отражает специфику предприятия. В структуре пассива наибольший удельный вес занимает заемный капитал. Что отрицательно отражается на работе предприятия.

Сопоставление кредиторской и дебиторской задолженностей определяет неудовлетворительную ситуацию. Предприятие пользуется объемом денежных

средств поставщиков в меньшей степени, чем покупатели пользуются средствами предприятия.

Отрицательным моментом является то, что в структуре капитала, вовлеченного в хозяйственный оборот, преобладают заемный капитал, занимая 128,9 % в общем объеме капитала фирмы, вовлеченного в хозяйственную деятельность.

За отчетный период наблюдалось прогрессивное развитие предприятия, так как при осуществлении деятельности происходило увеличение совокупного капитала.

Внешние признаки указывают на не высокий уровень платежеспособности ООО «Байлак». Все коэффициенты ниже нормативных значений. ООО «Байлак» не допускает образования просроченной задолженности, т.е. в принципе является платежеспособным.

На предприятии наблюдается увеличение выручки на 83,44 %, что свидетельствует о существенном повышении интенсивности использования авансированных средств. Однако значительное увеличение прибыли отражает улучшение эффективности их использования в части генерации прибыли. Итак, предприятие имеет в отчетном году увеличение выручки при увеличении прибыли, что позволяет говорить о повышении уровня деловой активности.

В 2015 г. и в 2016 г. предприятием получен убыток от основной деятельности на сумму 190 тыс. руб. и 81 тыс. руб. соответственно.

Для повышения финансовой устойчивости необходимо изыскать дополнительные источники финансирования деятельности, рассмотреть возможные пути оптимизации структуры активов, т.е. востребовать дебиторскую задолженность и пересмотреть состав материального имущества. Выявить возможные пути оптимизации структуры пассивов, привлечения кредиторов и авансов покупателей. Необходимо увеличить объемы производства и разумно осуществлять финансовую и инвестиционную деятельность.

Внешний анализ деятельности ООО «Байлак» проведенный на основе первичной бухгалтерской отчетности, позволяет наметить основные направления углубленного исследования, а так же порекомендовать руководству предприятия следующее: оптимизация производственного цикла; провести управленческий анализ использования основных средств.

В заключении можно сказать, что деятельность предприятия может быть более эффективна, если разработать эффективную экономическую политику предприятия и спланировать объем закупки и реализации продукции. Для этого на предприятии ООО «Байлак» необходим специалист, который будет планировать организационную деятельности предприятия. Исходя из этого, предлагается реорганизовать управленческую структуру, открыв планово-экономический отдел.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «БАЙЛАК»

3.1 Пути повышения прибыли на исследуемом предприятии

Проведенные исследования показывают, что основной проблемой ООО «Байлак» в настоящее время является полученный убыток от реализации лекарственных препаратов. Главное внимание при этом уделяется решению активных задач, то есть формированию и стимулированию спроса на товар. Однако, в следствии неустойчивого положения в экономике России, и отсутствия достаточных средств для финансирования полномасштабной маркетинговой деятельности, ООО «Байлак» применяет только самые необходимые и недорогие маркетинговые мероприятия.

ООО «Байлак» необходимо применить стратегию низких цен. То есть применить маркетинговый прием, когда на 3-4 популярных препарата сознательно поддерживаются цены ниже, чем в других аптеках. Расчет прост: репутация «дешевой аптеки» привлечет дополнительных клиентов, которые,

привыкнув ходить сюда, будут покупать именно здесь и другие лекарства, даже по высокой цене. Сегодня в аптеках появился интерес к эффективному ценообразованию.

С одной стороны, цена должна удовлетворять покупателя, с другой стороны, аптека не хочет оставаться в проигрыше. Сегодня, при большом количестве поставщиков и посредников, легче «сыграть» с ценой на препарат.

Некоторые позиции лекарственных средств у поставщиков совпадают: аптека купит у того, кто продаст дешевле. Соответственно, при сохранении торговой наценки, аптека дешевле продаст покупателю. Тем более это важно, если рядом соседствуют конкуренты.

Оценим конкурентные преимущества ООО «Байлак». У фармацевтической фирмы ООО «Байлак» существует 3 основных конкурента: «Фарма-Грош», «Мелодия здоровья», «Дешевая аптека».

- фармацевтическая фирма «Фарма-Грош». Материальный потенциал существует; финансовый – на хорошем уровне; трудовой – при желании, фирма может составить хорошую конкуренцию.

- фармацевтическая фирма «Мелодия здоровья». Мнение потребителей о фирме неблагоприятное, из-за высоких цен, не полного ассортимента.

- фармацевтическая фирма «Дешевая аптека». Аптечный пункт фирмы находится в крупном торговом центре. Поэтому всегда огромное количество покупателей и высокая прибыль. Данная фирма, при большом желании и хороших усилиях может стать главным конкурентом фирмы «Аптека от склада».

Для того чтобы вести верную конкурентную борьбу, нужно выяснить более конкретно преимущества и недостатки фирм-конкурентов.

Таблица 3.1 – Анализ конкурентов ООО «Байлак»

Наименование фирмы	Сильные стороны	Слабые стороны
«Фарма-Грош»	Хорошее обслуживание	Плохое месторасположение аптек Отсутствует PR-кампания
«Мелодия здоровья»		Высокие цены Узкий ассортимент
«Дешевая аптека»	Отличное обслуживание Большой ассортимент Доступные цены	Всего 2 аптеки на город

Для того чтобы оценить эффективность ассортиментного набора конкурентов, необходимо провести сравнительный анализ.

Таблица 3.2 – Сравнительный анализ эффективности ассортиментного набора предприятий конкурентов

Наименование показателей	«Аптека от склада»	Конкуренты	
		«Дешевая аптека»	«Фарма-Грош»
1	2	3	4
1. Насколько широк ассортимент товаров реализуемых фирмой?	+	+	+ -
2. Насколько глубок ассортимент товаров реализуемых фирмой?	+	+	+ -
3. Отвечают ли товары таким требованиям как – качество; – цена; – безопасность.	+	+	+
	+	+ -	-
	+	+	+
4. Имеет ли фирма конкурентные преимущества на рынке?	+	+	-
5. Какие виды цен на новые товары применяет фирма: – завышенные цены; – более низкие цены; – следование в ценах за лидером рынка.	+	+	+
6. Какие подходы применяет ценообразованию фирма: – постепенное снижение цен; – сегментирование цен; – введение гибких цен; – введение преимущественных цен.	+	+	+
	+	+	+
		+	+

Исходя из сравнительного анализа, можно расставить приоритеты. На рынке фармации в городе Кызыл лидером является фирма «Аптека от склада». Основным конкурентом является фирма «Дешевая аптека». Потенциальным конкурентом – «Фарма-Грош». ООО «Балак» должна постоянно контролировать ситуацию и уделять большое внимание исследованию конкурентной среды.

В случае улучшения финансового состояния ООО «Байлак» можно будет использовать более действенные и дорогостоящие формы коммуникации и каналы распространения информации.

Для привлечения внимания специалистов к продукции фирмы, необходимо проводить больше выставок и семинаров. На таких мероприятиях осуществляется большая коммерческая и рекламно-пропагандистская работа. Установлено, что большинство контрактов заключается или непосредственно на выставке, или через несколько дней после ее окончания.

Особое внимание ООО «Байлак» следует обратить на внутренние коммуникации, так как проведение эффективных внутренних коммуникаций позволяет совершенствовать организацию работы с клиентами фирмы, изучать клиентов и создавать благоприятный образ фирмы. Для достижения этих целей фирме необходимо заставлять изучать характеристики товара фармацевтов.

Основной формой коммуникации фирмы должна оставаться личная продажа. Однако можно усовершенствовать обращение, подчеркнув в нем достоинства фирмы, такие как, например, предоставление сервисного и технического обслуживания.

Другим элементом коммуникационной политики является разработанная компанией программа стимулирования спроса. Именно реализация этой программы позволит сформировать круг постоянных покупателей. Программа включает в себя работу в двух направлениях:

- 1) Поддержание высокого уровня посещаемости,
- 2) Стимулирование увеличения суммы покупки.

Данные направления будут реализовываться:

- за счет неизменно широкого ассортимента и качества предлагаемых услуг, при этом компания в своем постоянном рекламном воздействии будет акцентировать внимание на неизменности описанных ранее высоких позиций;
- уникальным набором дополнительных услуг, в том числе приему заказов по телефону, обслуживанию покупателей с использованием пластиковых карт, проведением распродаж и презентаций новых продуктов.

На настоящий момент на региональном рынке лекарственной продукции отсутствует разветвленная сеть фирменных отделов ООО «Байлак», что не позволяет предприятию завоевать определенный сегмент рынка региона.

Нами разработаны мероприятия, направленные на недопущение снижения объемов реализации, на улучшение сбытовой политики ООО «Байлак» на региональном рынке Республики Хакасия:

- 1) Проведение рекламных кампаний в региональных средствах массовой информации.
- 2) Разработка веб-сайта предприятия в Интернете.
- 3) Развитие внутреннего регионального рынка за счет открытия специализированных фирменных торговых точек в крупных магазинах Хакасии: 2 – в г.Абакане, 2 – в г. Саяногорске, 1 – в г. Черногорске.

Для достижения максимальной прибыли необходима не только активная сбытовая политика, но и проведение рекламных кампаний в региональных средствах массовой информации.

Все функции маркетинга нацелены, прежде всего, на эффективный сбыт создаваемых товаров. Следовательно, лица принимающие решение о покупке и влияющие на такое решение, должны быть информированы о потребности, которую удовлетворяет данный товар, а также о качестве такого удовлетворения, так как потенциальные покупатели нуждаются в информации о потребительских свойствах товара. Такую информацию можно передать посредством рекламы.

Информативная реклама используется для информирования потребителей о продуктах и их свойствах с целью создания спроса. Она носит сугубо деловой

характер и апеллирует, скорее, к разуму, нежели к чувствам человека. В ней сообщаются реквизиты организации, рекламирующей свой товар. Чаще данный вид рекламы используется при рекламировании продукции производственно-технического назначения.

Поэтому первоначальной целью рекламы, может стать предоставление первичной информации о рекламируемом товаре. Следующая цель – предоставление дополнительной информации, т.е. достижение такой ситуации, когда определенный процент осведомленных не только будет знать о существовании товара, но и о его назначении и, возможно, о некоторых его свойствах. Далее, реклама должна сообщить достаточную информацию о товаре и его свойствах, чтобы убедить определенное число людей в его ценности.

Основной задачей рекламы является довести рекламные сообщения до максимального числа покупателей при минимальных затратах. Из всего разнообразия средств рекламы выбрали следующее:

- печатные средства распространения рекламы;
- реклама в прессе;
- наружная реклама на автобусах и троллейбусах, нанесение фирменной символики ООО «Байлак».

Проведем расчёт затрат на проведение рекламы (см. табл. 3.3).

Таблица 3.3 – Затраты на проведение стимулирования сбыта по средствам рекламы

Виды затрат	Количество, шт.	Сумма, руб.
Реклама в прессе	4	25 000
Печать и распространение рекламных листовок	10000	7 000
Печать плакатов	1000	2 000
Реклама на троллейбусах	1	20 000
Итого:		54 000

На основании данных таблицы 3.3 разработка веб-сайта предприятия в Интернете. Очень эффективный рекламный канал – это Интернет и его главный сервис www (world wide web), который любое предприятие в современных условиях должно использовать. Интернет представляет собой первую реализацию опосредованной компьютерами гипермедийной среды, которая обладает уникальными возможностями для рекламы и выступает в качестве двух основополагающих элементов:

- во-первых, Интернет является гипермедийным способом представления информации, значительно отличающимся от традиционных средств массовой информации интерактивной природой, высокой гибкостью и масштабностью.

- во-вторых, Интернет – глобальный виртуальный электронный рынок, не имеющий каких-либо территориальных или временных ограничений, позволяющий производить интерактивную продажу товаров без дистрибьютивных фирм.

Прежде всего, такая реклама нацелена на:

- 1) Создание благоприятного имиджа предприятия.
- 2) Обеспечение доступности информации о фирме или продукции для сотен миллионов людей.
- 3) Реализация всех возможностей представления информации о товаре: графика, звук, анимация, видеоизображение и многое другое.
- 4) Оперативная реакция на рыночную ситуацию: обновление данных прайс-листа, информации о предприятии или товарах, анонс новой продукции.

Основная цель создания веб-сайта – это становление имиджа предприятия и увеличение количества оптовых покупателей. ООО «Байлак» своего сайта не имеет, поэтому целесообразно его создание.

Создание веб-сайта включает в себя:

- предварительные переговоры и консультации по созданию сайта;
- проектирование (анализ и составление технического задания);
- прорисовку стиля и дизайна страниц;
- разработка системы управления сайтом;

- верстка и программирование;
- наполнение;
- итоговое тестирование;
- размещение сайта на хостинг-площадке;
- подключение к сайту постоянного домена (пока сайт разрабатывается, он располагается по временному адресу или закрыт паролем);
- составление и вручение заказчику всей необходимой документации по управлению сайтом, а также всех параметров: пароли, адреса и пр.;
- обучение заказчика работе с сайтом.

На сайте будет размещена информация:

- краткое описание предприятия;
- каталоги продукции;
- прайс-листы;
- условия поставки;
- информация об участии в ярмарках, выставках и о наградах;
- контактные телефоны.

Затраты на создание веб-сайта ООО «Байлак» представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Затраты на создание сайта ООО «Байлак»

Наименование	Сумма, руб.
Создание сайта с последующим внедрением	25 000
Сопровождение сайта	18 000
Регистрация домена	600
Хостинг	1920
Итого	45520

Таблица 3.4 указывает на то, что открытие фирменных торговых точек в крупных магазинах позволит увеличить объем, представить покупателю весь ассортимент изделий, изучить спрос, узнать замечания и претензии покупателей. Это в свою очередь поможет в работе аптеки по ассортименту и

качеству выпускаемых изделий. Количество открываемых точек связано с уровнем доходов населения городов.

Исследовав рынок лекарственных препаратов региона, можно сделать вывод, что покупатели отдают предпочтения развитым сетям супермаркетов. Поэтому принято решение об открытии фирменных точек в Абакане в магазинах «Командор» и «Новыкс». Данные магазины практикуют организацию работы фирменных отделов. Важными факторами стали: нахождение магазинов в центре города, ценовая политика супермаркетов (относительно недорогие цены), большая посещаемость покупателями.

3.2 Расчет технико-экономических показателей и оценка экономической эффективности предлагаемых мероприятий

Для открытия фирменных точек необходимы организационные мероприятия: руководство аптеки должно заключить договора с руководителями крупных магазинов о сотрудничестве (фактически – договора аренды), т.е. арендовать торговые места уже с торговым оборудованием для продажи своей продукции, принять на работу продавцов.

Увеличение объемов реализации приведет к увеличению производственной программы, следовательно к увеличению прямых затрат на производство. Исходя из плана расходов и доходов по торговой точке №1 г. Абакана, чистая прибыль за месяц составляет 18844 руб., себестоимость – 81156 руб. ежемесячно.

Вводя систему прямого сбыта, увеличивается объем производства, что приводит к дополнительной потребности в оборотных средствах (затраты на сырье). Но, принимая во внимание, что налично-денежная выручка ежедневно будет сдаваться в кассу фирмы, а также то, что у ООО «Байлак» есть возможность брать препараты под реализацию у поставщиков, введение данного усовершенствования не потребует дополнительных денежных средств.

Осуществление любого вида предпринимательства связано с риском, который принято называть хозяйственным или предпринимательским. В период развития рыночных отношений предпринимательскую деятельность в России приходится осуществлять в условиях информационной неопределенности ситуации и неустойчивости, изменчивости экономической среды. Возникает неясность и неуверенность в получении ожидаемого рассчитанного конечного результата, а следовательно возникает риск, то есть опасность неудачи, непредвиденных потерь.

Основной риск для предприятий такого рода – отсутствие спроса на производимую продукцию, когда первоначальные и текущие расходы не покрываются доходами. Этот риск минимизируется двумя основными путями:

1) Снижение первоначальных и текущих расходов до минимального уровня – минимизация потерь.

2) Дополнительное вложение денег в рекламу и маркетинговые исследования, которые способствуют увеличению спроса на производимую продукцию.

Первый путь в чистом виде не является правильным. Можно вообще не вкладывать денег в создание предприятия. Второй путь, как правило, приводит к удаче, но не всегда возможен из-за ограниченности ресурсов.

Материальные потери проявляются в непредусмотренных предпринимательским проектом дополнительных затрат или прямых потерях оборудования, имущества, продукции, сырья, энергии и других ресурсов. Немаловажным является риск, связанный с недобросовестностью поставщиков. Доход, получаемый от реализации продукции, может не покрывать расходов на сырье и материалы. Возможны также задержки в поставке необходимого сырья, и поставки его невысокого качества. Поэтому необходимо правильно подходить к вопросам выбора поставщиков.

Трудовые потери представляют потери рабочего времени, вызванные случайными, непредвиденными обстоятельствами.

Финансовые потери – это прямой денежный ущерб, связанный с непредусмотренными платежами, выплатой штрафов, уплатой дополнительных налогов, потерей денежных средств или ценных бумаг. Финансовые потери могут возникнуть при недополучении или полном неполучении денег из предусмотренных источников, при невозврате долгов, неоплате покупателем, поставленной ему продукции.

Особые виды денежного ущерба могут быть связаны с инфляцией, изменением курса рубля, дополнительным изъятием средств предприятий в республиканский или местный бюджет.

Так же необходимо учитывать риски, связанные с изменением политической ситуацией. Они создают неблагоприятные для предприятия фон и тем самым способного привести к повышенным затратам ресурсов и потери прибыли.

Следует отметить и внутренние риски, такие как снижение реального уровня качества продукции в сравнении с проектным. Возможны форс-мажорные риски, связанные с ущербом, причиненным третьими лицами, стихийными бедствиями и т.п.

На этапе подготовки производства существует риск, связанный с недобросовестностью подрядчиков, более низким качеством поставляемого оборудования.

После проведенных мероприятий по организации стимулирования сбыта и продвижения продукции, проведем расчет экономической эффективности этих мероприятий.

Открытие торговых фирменных точек предполагает 4 192 600 руб. затрат. По второму мероприятию стимулирования сбыта – рекламе, затрачивается – 54 000 руб., на веб-сайт – 45 520. Общая сумма затрат на проведение мероприятий по стимулированию сбыта и продвижению продукции составила 4 292 120 руб.

Сведем результаты затрат по проведенным мероприятиям в таблицу 3.5.

Таблица 3.5 – Затраты на проведение мероприятий по стимулированию сбыта и продвижению продукции

Виды затрат	Сумма, руб.
Открытие торговых фирменных точек	4 192 600
Реклама	54 000
Создание веб-сайта	45 520
Итого	4 292 120

Для реализации проекта нам необходим кредит в размере 1 572 000 рублей, состоящий из затрат на приобретение стеллажей, кассы, закупка лекарств 837562 руб., затрат на основные материалы 60000 руб. Сюда же включим 171542 руб. на косметический ремонт и 22896 руб. на инвентарь.

Выделим основные затраты на открытие дополнительных аптечных пунктах в торговых центрах.

Таблица 3.6 – Состав затрат на открытие аптечных пунктов

Расходы	Сумма, руб.
1. Затраты на специальную аппаратуру и различное оборудование, стеллажи, касса	837562
2. Расходы на основные материалы	60000
3. Косметический ремонт	171542
4. Инвентарь	22896
Итого	1572000

Кредит будет браться на 2 года под 18 %. График погашения кредита представлен в таблица 3.7.

Таблица 3.7 – График погашения кредита, руб.

Месяцы	Сумма кредита	Сумма платежей и процентов за кредит	Средства, направляемые на погашение кредита	Остаток невозвращенного кредита на конец месяца
1	1572000	2483760	65500	1506500
2	1506500	2380270	65500	1441000
3	1441000	2276780	65500	1375500
4	1375500	2173290	65500	1310000
5	1310000	2069800	65500	1244500
6	1244500	1966310	65500	1179000
7	1179000	1862820	65500	1113500
8	1113500	1759330	65500	1048000
9	1048000	1655840	65500	982500
10	982500	1552350	65500	917000
11	917000	1448860	65500	851500
12	851500	1345370	65500	786000
13	786000	1241880	65500	720500
14	720500	1138390	65500	655000
15	655000	1034900	65500	589500
16	589500	931410	65500	524000
17	524000	827920	65500	458500
18	458500	724430	65500	393000
19	393000	620940	65500	327500
20	327500	517450	65500	262000
21	262000	413960	65500	196500
22	196500	310470	65500	131000
23	131000	206980	65500	65500
24	65500	103490	1572000	0

Сумма платежей по процентам за кредит за 2 года составляет 103490руб.

При рассмотрении проекта оцениваются следующие виды эффективности:

- эффективность проекта в целом;
- эффективность участия в проекте.

Эффективность проекта в целом оценивается с целью определения потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и поисков источников финансирования.

Расчет показателей эффективности приведен в Приложении 1. Как видно из таблицы проект имеет: дисконтированный срок окупаемости 0,48 года, индекс рентабельности равный 9,76, что превышает единицу, следовательно,

проект рентабелен; чистая текущая стоимость (NPV) = 3299232 руб., эта величина больше нуля, следовательно, проект можно рекомендовать к внедрению.

Все эти показатели свидетельствуют о высокой эффективности предлагаемого проекта.

Таблица 3.8 – Анализ эффективности проекта с кредитом

Показатели	Проект с кредитом
IRR	–
NPV, тыс. руб.	3299232
Индекс рентабельности	9,76
Дисконтированный срок окупаемости, лет	0,48

В таблицу 3.9 сведем показатели экономического результата проекта. Спрогнозируем объем продаж, затрат и прибыли по открываемым фирменным торговым точкам.

Таблица 3.9 – План доходов и расходов за год по открываемым фирменным торговым точкам ООО «Байлак», руб.

Показатели	точка № 1,2 г.Абакан	точка № 3,4 г.Саяногорск	Точка № 5 г.Черногорск	Сумма
Выручка от реализации	2 400 000	2 200 000	1 100 000	5 700 000
Себестоимость продукции	1 727 728	1 643 248	821 624	4 192 600
– затраты производства	1 278 000	1 278 000	643 500	3 199 500
– зарплата	192 000	168 000	84 000	444 000
– отчисления на соц.нужды	49 920	37 440	18 720	106 080
– аренда торгового места	168 000	120 000	60 000	348 000
– стимулирование сбыта	39 808	39 808	19 904	99 520
Прибыль	672 272	556 752	278 376	1 507 400
Налог на прибыль (20 %)	161 345	133 620	66 810	361 776
Чистая прибыль	510 927	423 132	211 566	1 145 624

Как видно из таблицы 3.9, по фирменным точкам № 1, 2 в г.Абакане все показатели выше, это обуславливается тем, что г.Абакан крупнее, с большей численностью населения, следовательно в магазинах больше проходимость.

По пяти фирменным торговым точкам средняя прибыль за год работы составит 1 145 624 руб.

Увеличение объемов производства и реализации приведет к увеличению прибыли ООО «Байлак». Очевидно, что на реализацию и прибыль влияют выбранные средства продвижения товара. После проведения предложенных мероприятий расширяется сбыт, как в своем регионе, так и в других регионах, следовательно, увеличивается объем реализации, прибыль предприятия.

Проведение предложенных мероприятий по управлению прибылью принесут предприятию значительный экономический эффект, повысят интерес покупателей непосредственно к самому аптечному пункту и его лекарственным препаратам. Следовательно, все предложенные мероприятия повысят прибыль ООО «Байлак».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Прибыль – это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Прибыль является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства при любой форме собственности.

Прибыль – один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий. За счет прибыли осуществляются финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию предприятий, увеличение фонда оплаты труда их работников.

Она является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей предприятий, но приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

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

Факторы, влияющие на прибыль, могут классифицироваться по разным признакам. Так выделяют внешние и внутренние факторы. К внутренним относятся факторы, которые зависят от деятельности самого предприятия и характеризуют различные стороны работы данного коллектива. К внешним

факторам относятся факторы, которые не зависят от деятельности самого предприятия, но некоторые из них могут оказывать существенное влияние на темпы роста прибыли и рентабельности производства.

Объектом исследования выбрано ООО «Балак». Проведенный анализ финансово-хозяйственной деятельности показывает, что согласно размерам валюты баланса ООО «Байлак» относится к категории предприятий среднего финансового размера. Трудовой критерий характеризует предприятие как среднее предприятие.

Сопоставление кредиторской и дебиторской задолженностей определяет неудовлетворительную ситуацию. Предприятие пользуется объемом денежных средств поставщиков в меньшей степени, чем покупатели пользуются средствами предприятия. В 2015 г. и в 2016 г. предприятием получен убыток от основной деятельности на сумму 190 тыс. руб. и 81 тыс. руб. соответственно.

Для повышения финансовой устойчивости необходимо изыскать дополнительные источники финансирования деятельности, рассмотреть возможные пути оптимизации структуры активов, т.е. востребовать дебиторскую задолженность и пересмотреть состав материального имущества. Выявить возможные пути оптимизации структуры пассивов, привлечения кредиторов и авансов покупателей. Необходимо увеличить объемы производства и разумно осуществлять финансовую и инвестиционную деятельность.

Исследовав рынок лекарственных препаратов региона, можно сделать вывод, что покупатели отдают предпочтения развитым сетям супермаркетов. Поэтому принято решение об открытии фирменных точек в Абакане в магазинах «Командор» и «Новыкс». Данные магазины практикуют организацию работы фирменных отделов. Важными факторами стали: нахождение магазинов в центре города, ценовая политика супермаркетов (относительно недорогие цены), большая посещаемость покупателями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон №61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» от 12.04.2010 г. (в редакции от 31.12.2017 г.)
2. Приказ Минздравсоцразвития РФ №553н от 27.07.2010 г. «Об утверждении видов аптечных учреждений» (в редакции от 25.12.2017 г.)
3. Абрамова, А.Е. Основы анализа финансовой, хозяйственной и инвестиционной деятельности предприятий: учебник / А.Е.Абрамова. - Москва: АКДИ, 2015. - 48 с.
4. Абросимов, Н.В. Механизм привлечения инвестиций в условиях России. Практика, правовые основы / Н.В.Абросимов, Е.В.Грацианский, В.А.Керов. - Москва: Институт риска и безопасности, 2015. - 181 с.
5. Ананьин, О. Методологическое исследование в современной науке / О. Ананьин, М.Одинцова. - Москва: Институт экономики РАН, 2015. - 46 с.
6. Аукуционек, С. Капитальные вложения промышленных предприятия / С.Аукуционек // Вопросы экономики. - 2015. -№8. - с. 136-146.
7. Бабук, И.М. Инвестиции: финансирование и оценка экономической эффективности. - Минск: Вуз-ЮНИТИ, 2015. - 305 с.
8. Банки и инвестиции: сборник научно-технических работ / Науч. ред. Архипов А.И., Рогова О.Л. - Москва: Институт экономики РАН, 2007. - 172с.
9. Бард, В. С. «Инвестиционные проблемы российской экономики». - Москва: Экзамен, 2014.-384 с.
10. Бирман, Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов. - Москва: ЮНИТИ, 2015. - 250 с.
11. Бланк, И.А. Инвестиционный менеджмент. - Киев: МП «ИТЕМ», ЛТД, 2015.-315 с.
12. Блех, Ю.5 Гетце У. Инвестиционные расчеты. Модели и методы оценки инвестиционных проектов. - Калининград: Янтарный сказ, 2015. - 437 с.

13. Бочаров, В.В. Методы финансирования инвестиционной деятельности предприятий. - Москва: Финансы и статистика, 2014. - 159 с.
14. Бригхем, Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент. - Спб.:Экономическая школа, 2015. - 458 с.
15. Бромвич, М. Анализ экономической эффективности капиталовложений. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 432 с.
16. Виленский, П.Л., Лившиц, В.Н. Орлова Е.Р., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. АНХ при Правительстве РФ.- Москва: Дело, 2015.-154 с.
17. Виленский, П.Л., Лившиц В.Н. Оценка эффективности инвестиционных проектов с учетом реальных характеристик экономической среды. Аудит и финансовый анализ. №3. - М.: Компьютерный аудит, 2016. - 236 с.
18. Виленский, П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. - Москва: Дело, 2016. - 332 с.
19. Виленский, П.Л., Смоляк С.А. Показатель внутренней нормы доходности проекта и его модификации. - Москва: ЦЭМИ РАН, 2015. - 405 с.
20. Волков, И.М., Грачева М.В. Проектный анализ. - Москва: ЮНИТИ, Банки и биржи, 2016.-240 с.
21. Ковалев, В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. - Москва: Финансы и статистика. - 2014. - 144 с.
22. Ковалев, В.В. Финансовый анализ. - Москва: Финансы и статистика, 2015. 432с.
23. Коллас, Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. - Москва: НИТИ, 2014.-467 с.
24. 35. Крейнина, М.Н. Финансовое состояние предприятий. Методы оценки. Москва:ДИС, 2015.-222 с.
25. Лахметкина, Н.И. Инвестиционный менеджмент: выработка инвестиционной политики. Учебное пособие. - Москва: ФА, 2015. - 267 с.

26. Липсиц, И.В.5 Коссов В.В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализа. - Москва: БЕК, 2015. - 363 с.
27. Мелкумов, Я.С. Экономическая оценка эффективности инвестиций. -Москва: ДИС 2015. - 160 с.
28. Норткотт, Д. Принятие инвестиционных решений. - Москва: ЮНИТИ, 2014.-247 с.
29. Старик, Д.Э. Расчеты эффективности инвестиционных проектов. - Москва: Финстатинформ, 2015. - 131 с.
30. Финансы предприятий: Учебник/ Н.В. Колчина, Г.Б. Поляк, Л.П. Павлова и др.; Под ред. проф. Н.В. Колчиной - Москва: Финансы ЮНИТИ, 2015. – 401с.
31. Финансовый менеджмент: Учебник / Под ред. д.э.н., проф. А.М. Ковалевой. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 284 с.
32. Фридман, Дж.5 Ордуэй Н. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости. - Москва: Дело. - 2016. - 380 с.
33. Хорн, Дж. К. Ван Основы управления финансами. - Москва: Финансы и статистика, 2015. - 800 с.
34. Шарп, У. Ф.5 Александер Г. Дж., Бэйли Дж. В. Инвестиции. - Москва: Инфра-М, 2015.-503 с.
35. Экономика предприятия: Учебник для вузов. / Под ред. Ф.К. Беа, Э. Дихтла, М. Швайцера. - Москва: Инфра-М, 2015. - 465 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Оценка эффективности участия предприятия в данном проекте

Наименование	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год
Выручка, тыс.руб.		2304984	2802650	3478608	4107200	4944024
Себестоимость, тыс.руб.		1844013	1980428,8	2126991	2285323	2456367
Налог на имущество, 2,2 %		18426,4	18020,983	17624,52	17236,78	16857,57
Прибыль от реализации тыс.руб.		442545	804200,22	1333993	1804640	2470799
Налог на прибыль, тыс.руб.		88509	160840,04	266798,6	360928	494159,8
Чистая прибыль, тыс.руб.		354036	643360,17	1067194	1443712	1976639
Амортизация, тыс.руб.		160428	160428	160428	160428	160428
Получение кредита, тыс.руб.	-1572000					
Гашение основного долга		-786000	-786000			
Инвестиции, тыс.руб.	-1572000					
Чистый денежный поток тыс.руб.	0	-271536	17788,173	1227622	1604140	2137067
Нарастающим итогом	0	-271536	-253747,8	973874,5	2578014	4715082
Коэффициент дисконтирования	1	0,83	0,69	0,58	0,48	0,40
Дисконтированный чистый денежный поток тыс.руб.	0	-226280	-176213,8	563584,8	1243255	1894886
Нарастающим итогом	0	-226280	-402493,8	161091	1404346	3299232
NPV, тыс.руб.	3299232					
Дисконтированный срок окупаемости, лет	0,48					
Индекс рентабельности	9,76					

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах

Отчет о финансовых результатах									
за Январь - Декабрь 2016 г.									
Коды									
Форма по ОКУД 0710002									
Дата (числс 31 12 2016)									
Организация Общество с ограниченной ответственностью "БАЙЛАК"									
Идентификационный номер налогоплательщика									
ИНН 1701052471									
Вид экономической деятельности Розничная торговля фармацевтическими товарами									
по ОКВЭД 52.31									
Организационно-правовая форма / форма собственности									
Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность									
по ОКОПФ / ОКФС 12300 16									
Единица измерения: в тыс. рублей									
по ОКЕИ 384									

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
	Выручка	2110	2 081 740,48	1 135 249,67
	Себестоимость продаж	2120	-1 604 577,41	-902 152,93
	Валовая прибыль (убыток)	2100	477 000	233 000
	Коммерческие расходы	2210	-364 525,15	-361 084,2
	Управленческие расходы	2220	-101 820,46	-49 823,87
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	10 000	-178 000
	Доходы от участия в других организациях	2310	[=0]-	[=0]-
	Проценты к получению	2320	[=0]-	[=0]-
	Проценты к уплате	2330	[=0]-	[=0]-
	Прочие доходы	2340	[=0]-	[=0]-
	Прочие расходы	2350	-15 491,71	-841,2
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	-5 000	-179 000
	Текущий налог на прибыль	2410	[=0]-	[=0]-
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	[=0]-	[=0]-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	[=0]-	[=0]-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	[=0]-	[=0]-
	Прочее	2460	-76 000	-11 353
	Чистая прибыль (убыток)	2400	-81 000	-190 000

										Форма 0710002 с.2
	Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.					
		Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510		[=0]-				[=0]-	
		Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520		[=0]-				[=0]-	
		Совокупный финансовый результат периода	2500		-81 000				-190 000	
		Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900		[=0]-				[=0]-	
		Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910		[=0]-				[=0]-	

Руководитель
(подпись)

(расшифровка подписи)

20 марта 2017 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Бухгалтерский баланс

Бухгалтерский баланс									
на 31 декабря 2016 г.									

										Форма 0710001 с.2	
Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.						
	ПАССИВ										
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ										
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	20 000	20 000	[=0]-						
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Переоценка внеоборотных активов	1340	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Резервный капитал	1360	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	-211 679,78	-131 005,53	[=0]-						
	Итого по разделу III	1300	-191 679,78	-111 005,53	[=0]-						
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА										
	Заемные средства	1410	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Отложенные налоговые обязательства	1420	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Оценочные обязательства	1430	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Прочие обязательства	1450	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Итого по разделу IV	1400	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА										
	Заемные средства	1510	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Кредиторская задолженность	1520	854 585,09	1 563 022,46	[=0]-						
	Доходы будущих периодов	1530	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Оценочные обязательства	1540	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Прочие обязательства	1550	[=0]-	[=0]-	[=0]-						
	Итого по разделу V	1500	854 585,09	1 563 022,46	[=0]-						
	БАЛАНС	1700	662 905,31	1 452 016,93	[=0]-						

Последний лист бакалаврской работы по теме:
Управление прибылью предприятия и пути повышения его эффективности
на примере ООО «Байлак»

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.
Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной
научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 35 наименования.

Один экземпляр сдан на кафедру.

«___»_____ 2018 г.
дата

(подпись)

С. Ф. Лайкова
(Ф.И.О.)

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
Экономика и менеджмент
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
и.о. зав. кафедрой ЭиМ
И. Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« 15 » 06 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Управление прибылью предприятия и пути повышения его эффективности
на примере ООО «Байлак»
тема

Руководитель

И. Б. Коняхина
подпись, дата должность, ученая степень

Е. Л. Прокопьева
инициалы, фамилия

Выпускник

И. Б. Коняхина
подпись, дата

С. Ф. Лайкова
инициалы, фамилия

Абакан 2018