

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

Экономический факультет

Кафедра экономического анализа и бухгалтерского учета

Направление подготовки

.03.01 - Экономика

Профиль подготовки «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Квалификация выпускника

Бакалавр

Курсовая работа

по дисциплине: «Комплексный анализ хозяйственной деятельности»

на тему: «Анализ доходов и расходов предприятия»

Выполнила: студентка 4 курса очной формы обучения

Веселова А.М.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент

Тихомирова В.П

ИВАНОВО

2017

Содержание

Введение

- . Теоретические основы анализа доходов и расходов организации
 - .1 Доходы и расходы организации: понятие, классификация
 - .2 Методика анализа доходов и расходов организации
 - .3 Показатели анализа и оценки состава, структуры и динамики доходов и расходов
- . Анализ доходов и расходов ЗАО «Стройсервис»
 - .1 Общая характеристика ЗАО «Стройсервис»
 - .2 Анализ доходов и расходов ЗАО «Стройсервис»
 - .3 Пути увеличения доходов и уменьшения расходов ЗАО «Стройсервис»

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Независимо от того, каков профиль деятельности предприятия, в процессе деятельности всегда происходит формирование его доходов и расходов. Именно эти аспекты деятельности наиболее важны для всех заинтересованных сторон - собственников предприятия, сотрудников, государства, поскольку успешное их формирование и правильное планирование позволяют всем участникам производственной деятельности в конечном итоге достичь своих финансовых целей - в первую очередь увеличения благосостояния и качества жизни, получения прибыли.

В отсутствие «спущенных сверху» государственных планов, выполнение которых являлось главной целью деятельности предприятий, действовавших в условиях централизованно планируемой экономики, главным ориентиром для хозяйствующих субъектов в условиях современной рыночной экономики является планирование самими предприятиями своих доходов и расходов и контроль за ними, который достигается посредством анализа.

Правильный анализ доходов и расходов важен для отражения деятельности предприятия. Доходы и расходы предприятия влияют на финансовый результат предприятия, целью же любого предприятия является получение прибыли. Все вышеперечисленное обуславливает актуальность темы исследования.

Целью курсовой работы является проведение анализа доходов и расходов предприятия.

Предмет данной работы: анализ доходов и расходов на предприятии.

Объект данной работы: ЗАО «Стройсервис».

Для достижения этой цели в курсовой работе были поставлены следующие задачи:

определить понятие, сущность доходов и расходов организации, их классификации

изучить методику анализа доходов и расходов организации

рассмотреть показатели анализа и оценки состава, структуры и динамики расходов и доходов

дать организационно-экономическую характеристику ЗАО «Стройсервис»

провести анализ доходов и расходов ЗАО «Стройсервис»

выявить пути увеличения доходов и уменьшения расходов ЗАО «Стройсервис»

В исследуемой области научные публикации можно условно сгруппировать по следующим направлениям:

среди классических теорий экономического анализа необходимо выделить работы Г.В. Савицкой, О.В. Ефимова и др.;

проблемам анализа доходов и расходов предприятий посвящены работы В.Р. Захарьина, Л.И. Кравченко, Н.П. Кондракова и др.;

в определении границ анализа доходов и расходов предприятия существенный вклад внесли исследования известных ученых В.В. Ковалева, Л.Л. Зудилина и др.;

исследования особенностей доходов и расходов предприятий торговли отражены в работах М.И. Баканова, А.Г. Бабо, В.И. Глушакова и др.;

Структура курсовой работы. В соответствии с целью, задачами и логикой исследования работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

1. Теоретические основы анализа доходов и расходов организации

1.1 Доходы и расходы организации: понятие, классификация

Любая коммерческая организация стремится принимать такие решения, которые обеспечат ей получение максимальной прибыли. Прибыль формируется с учетом доходов и расходов организации.

«Доходы организации представляют собой поступления денежных средств и иного имущества, которые переходят в собственность организации» [8, с.101]. В зависимости от характера полученных доходов они классифицируются на [8, с.451]:

«доходы от обычных видов деятельности;
прочие доходы».

К доходам от обычных видов деятельности относится «выручка от реализации продукции и товаров предприятия, а также поступления, связанные с выполнением работ и оказанием услуг» [10, с.1452]. Иные поступления считаются «прочими доходами организации (поступления от продажи основных средств, полученные штрафы, проценты за предоставленные заемные средства и пр.)» [31, с.384].

По признаку направления деятельности доходы подразделяются на следующие подгруппы [11, с.225]:

«доходы, полученные от основной деятельности (выручка от реализации товаров, работ, услуг, продукции);

доходы, полученные от осуществления инвестиционной

деятельности (поступления от реализации внеоборотных активов, ценных бумаг);

доходы от финансовой деятельности (доходы от размещения среди инвесторов облигаций и акций организации)».

Для целей налогообложения доходы организаций классифицируются на [22, с.155]:

«учитываемые при расчете налога на прибыль;

не учитываемые при исчислении налога на прибыль».

Учитываемые при налогообложении прибыли доходы в свою очередь подразделяются на «доходы от реализации и внереализационные».

В зависимости от периодичности поступления различают «текущие и капитализированные доходы» [4, с.74].

Кроме того коммерческие предприятия в своей работе применяют классификацию доходов по отраслям деятельности [22, с.156]:

«доходы от осуществления торговой деятельности;

доходы от производственной деятельности;

доходы от оказания услуг».

Следующий рассматриваемый показатель деятельности организации - ее расходы.

В нормативных документах и специализированной экономической литературе применяются такие термины, как «затраты» и «расходы». Их неправильное определение ведет к искажению их экономического смысла.

Затраты - это «стоимостная оценка ресурсов, израсходованных предприятием в своей деятельности». Затраты обладают следующими характеристиками [17, с.276]:

«они определяются суммарной величиной потребленных ресурсов (финансовых, материальных, трудовых);

для того, чтобы обеспечить соизмеримость различных ресурсов, величина использованных ресурсов должна быть выражена в денежном эквиваленте;

затраты должны быть обязательно соотнесены с конкретными целями и задачами (например, производством продукции, выполнением работ, оказанием услуг, осуществлением капитальных вложений, функционированием отдела, службы и пр.). В случае отсутствия цели понятие затрат становится неопределенным».

«Расходы организации представляют собой уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов и возникновения обязательств, которое приводит к уменьшению капитала организации, за исключением уменьшения вкладов по решению собственников имущества» [17, с.277]. При этом не относятся к расходам следующие ситуации выбытия активов [17, с.278]:

«по случаю приобретения и создания внеоборотных активов;

в связи с передачей в качестве вкладов в уставные (складочные) капиталы других предприятий, приобретением акций акционерных обществ и других ценных бумаг не для продажи или перепродажи;

согласно комиссионным, агентским и другим аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и пр.;

выбытие активов в связи с предварительной оплатой материально-производственных запасов и других ценностей, работ, услуг;

выбытие активов в связи с их передачей в виде авансов, задатков в счет оплаты материальных ценностей, работ или услуг;

передача активов в счет погашения кредитов, займов, которые получены предприятием».

Таким образом, расходы организации - это «стоимость использованных

ресурсов, которые полностью потрачены за определенный период времени с целью получения дохода» [14, с.65]. Этот подход обеспечивает соответствие расходов и доходов.

В зависимости от направлений деятельности предприятия, условий ее осуществления и характера расходов последние классифицируются на две основные группы [23, с.112]:

«расходы по обычным видам деятельности;
прочие расходы».

Расходы по обычным видам деятельности в общем случае включают «расходы, которые связаны с производством и продажей продукции, приобретением и реализацией товаров. Кроме того к числу таких расходов также относят расходы, произведенные в связи с выполнением работ, оказанием услуг» [21, с.2507]. К расходам по обычным видам деятельности также относятся «амортизационные отчисления по основным средствам, нематериальным активам и иным амортизируемым активам организации» [1, с.330].

Если предметом деятельности организации является не торговля, а, к примеру, предоставление своего имущества в аренду, участие в уставных капиталах иных организаций и т.д., то ее расходами по обычным видам деятельности будут считаться расходы, которые связаны с этой деятельностью.

В случае если перечисленные выше расходы не относятся к предмету основной деятельности предприятия, то они классифицируются как прочие расходы.

Организация самостоятельно устанавливает классификацию расходов по обычным видам деятельности или прочих расходов с учетом «особенностей своей деятельности, размера, характера и условий

осуществления расходов» [24, с.13].

В состав расходов по обычным видам деятельности в обобщенном варианте включаются [29]:

«расходы, осуществленные при приобретении товаров, сырья, материалов и прочих материально-производственных запасов;

расходы, которые осуществлены непосредственно в процессе переработки материально-производственных запасов на этапе производства продукции, выполнения работ и оказания услуг, а также их продажи;

расходы, связанные с продажей (перепродажей) продукции, товаров».

Учет расходов по обычным видам деятельности на предприятии должен быть организован в разрезе следующих элементов [30, с.42]:

«материальные расходы;

расходы на оплату труда;

отчисления на социальные нужды;

амортизационные отчисления;

прочие затраты, связанные с выпуском и продажей продукции».

Расходы, отнесенные к категории прочих, «не учитываются в составе затрат на производство и продажу продукции, поскольку не связаны с процессом выпуска и реализации продукции» [33, с.247].

К числу прочих расходов, к примеру, относятся [30, с.43]:

«расходы по оплате услуг кредитных организаций;

проценты, уплачиваемые предприятием за предоставленные ей заемные средства;

начисленные предприятию штрафы, пени, неустойки за несоблюдение договорных условий;

признанные в отчетном году убытки прошлых лет;

дебиторская задолженность с истекшим сроком исковой давности (за исключением нереальной для взыскания);

суммы уценки активов и др.».

К прочим также относятся расходы, возникающие в результате чрезвычайных обстоятельств в хозяйственной деятельности предприятия (пожара, стихийного бедствия, аварии и т. д.).

Применяемые в настоящее время подходы к повышению доходов предприятия могут быть сгруппированы в три главных направления [9, с.85]:

«1. Увеличение потока клиентов.

. Увеличение среднего чека.

. Увеличение процента конверсии».

Рассмотрим подробнее, какие меры предпринимаются руководителями на каждом из данных направлений.

. Увеличение потока клиентов.

Самым важным является установить контакт с покупателем, поэтому основной задачей выступает обеспечение «трафика», потока клиентов. Для этого существуют такие способы как:

размещение объявления о продукции, услугах предприятия на популярных информационных досках («Авито», «Из рук в руки», нишевые доски объявлений). При этом на ряде ресурсов возможно и платное продвижение;

использование рекламных средств - размещение в СМИ. Речь идет о газетах и журналах объявлений, где можно написать о самом предприятии или его услугах. Могут использоваться как просто информационные, так и специализированные издания;

информационная рассылка: осуществляется по каким-либо базам потенциальных клиентов. Такие базы предприятие может купить и рассылать

самостоятельно, а может и заказать рассылку;

«холодные» звонки по базе потенциальных клиентов - это звонки, цель которых - привлечение клиентов из числа тех, с кем раньше предприятие никогда не контактировало. База также может быть приобретена или создана самостоятельно, с использованием различных справочников, каталогов и т.д.;

социальные сети. Они предоставляют возможность разместить объявление о товаре или услуге не только на своей странице или странице компании (это уместно, если страница или группа уже имеет большое количество подписчиков или членов), но и в различных сторонних группах;

организовать бесплатный тест своей продукции или услуги. Это может быть бесплатное занятие в языковой школе, демо-версия программного продукта и т.д.;

использование контекстной, таргетированной или тизерной рекламы. Это текстовые, медийные или мультимедийные объявления, которые демонстрируются только тем пользователям сети, которые будут удовлетворять определенному набору требований, заданному предприятием-рекламодателем.

. Увеличение среднего чека.

Это самый быстрый путь увеличения дохода, который может быть применен как разово, так и постоянно. «Использование способов повышения среднего чека зависит от цели повышения - тактическая или стратегическая» [25, с.291]:

повышение цены услуги или товара. Часто низкий доход у предприятия связан с тем, что услуга или товар предлагается с низкой ценой. При этом вместе с ценой необходимо повышать и ценность услуги (товара). Ценность - это возможная сумма, которую покупатель готов отдать за товар (услугу), это выражение значимости товара (услуги) в его глазах. Чем выше ценность

товара или услуги для потребителя, тем он готов больше за нее заплатить. При этом у большинства низкая цена ассоциируется с низким качеством;

разработка линейки товаров или услуг. Это позволит ориентироваться на разные категории потребителей;

выбор товара или услуги - «локомотива». К нему необходимо предлагать сопутствующие товары или услуги, которые могут дополнить товар (услугу) «локомотив»;

предоставление скидок ко второй, третьей покупке: без скидки на третий товар (услугу) предприятие могло получить намного меньше дохода, чем вместе с проданным третьим товаром (услугой), но уже со скидкой;

при предложении товаров (услуг) их следует ранжировать по цене от меньшей к большей, подробно описывая покупателю преимущества более дорогого товара (услуги) перед менее дорогим.

. Увеличение конверсии.

Важным показателем также является возврат покупателя за новыми покупками товаров или услуг, поскольку недостаточно обеспечить поток клиентов, нужно их еще и удержать. В данном направлении существуют следующие способы:

поиск хороших, грамотных продавцов, менеджеров по продажам, которые непосредственно контактируют с клиентами, поскольку от человека, который в момент продажи представляет предприятие, его услуги (продукцию) многое зависит;

настройка сервиса. Это все те услуги, которые предприятие может предложить своему покупателю, чтобы он остался доволен своим приобретением еще какое-то время после покупки;

работа с базой клиентов. Если есть возможность, база клиентов должна содержать следующие категории: имя (название) клиента, имя

контактирующего лица, имя руководителя, даты рождения и даты, значимые для клиента, контакты, дата последней покупки, предмет покупки.

Все это нужно для постоянного (но не надоедливого) напоминания о себе, выражении заботы о клиенте и заинтересованности в дальнейшей работе.

Для повышения дохода предприятия можно использовать и такой элемент маркетинга, как продвижение. Этот способ не относится к числу быстрых вариантов увеличения дохода, но эффект от него длится дольше и более стабилен. Продвижение своей целью имеет факт узнаваемости. Узнаваемость, в свою очередь, ведет к популярности, а это приводит в итоге к увеличению доходов предприятия. К способам продвижения можно отнести следующее:

- выступления специалиста предприятия на семинарах, мастер-классах, выставках, конференциях;

- различные публикации специалиста или руководителя предприятия в профильных журналах и газетах;

- выступление специалиста или руководителя предприятия в качестве эксперта на телевидении, радио;

- написание и издание книг, брошюр по теме деятельности руководителем предприятия;

- спонсорство;

- организация предприятием различных публичных акций или флешмобов;

- участие предприятия (руководителя) в различных мероприятиях, профильных конкурсах и др.

Рассмотрим далее способы снижения расходов, наиболее распространенные на современных предприятиях [29]:

. «Сокращение затрат на оплату труда (перевод части функций на аутсорсинг, фриланс).

. Сокращение материальных расходов:
пересмотр условий контрактов с действующими поставщиками;
поиск новых поставщиков;
применение менее дорогих компонентов по возможности;
осуществление закупок материалов вместе с другим покупателем у одного поставщика».

. Сокращение производственных расходов:
в части арендных платежей: пересмотр условий текущего соглашения аренды; переезд в другое помещение или здание; сдача части занимаемой площади предприятия в субаренду;

в части коммунальных платежей: более жесткий контроль расходования энергоресурсов; переход к новым условиям оплаты коммунальных тарифов (установка двух тарифных счетчиков);

в части транспортных расходов: ограничение количества служебного транспорта; передача на аутсорсинг автотранспортной компании функций автотранспортного цеха; привлечение логистической компании (или профессионального логиста) с целью консультаций по сокращению расходов на транспорт.

. Сокращение расходов на рекламу:

пересмотр рекламного бюджета;
концентрация на самых эффективных видах рекламы;
оплата рекламных услуг по бартеру.

. Снижение расходов на содержание неиспользуемого имущества:

реализация материалов, которые образовались в процессе демонтажа;
не списание, а продажа амортизированных основных средств.

1.2 Методика анализа доходов и расходов организации

Эффективность и достоверность результатов анализа доходов и расходов предприятия в существенной степени зависят от «информационного обеспечения аналитических процедур» [2, с.97].

Основные виды источников данных, используемых для проведения анализа хозяйственной деятельности организации, представлены на рис.1:

Рисунок 1 - Классификация источников информации для проведения анализа доходов и расходов организации [35, с.254]

Охарактеризуем подробнее виды информационных источников, представленные на рис.1.

Нормативно-плановые источники информации включают «разнообразные планы, разрабатываемые на предприятии (оперативные, технологические карты, перспективные, текущие), а также материалы нормативного характера: сметы, проектные задания, ценники и др.» [36, с.179].

К учетным источникам информации относятся «все данные, содержащиеся в бухгалтерской, статистической учетной документации, а

также сведения оперативного учета, все виды отчетности, первичные учетные документы» [37, с.98].

Ведущая роль в информационном обеспечении аналитических процедур отводится данным бухгалтерского учета и отчетности, поскольку они «наиболее полно отражают хозяйственные факты, процессы и результаты деятельности организации» [43, с.39].

«Проведение своевременного и полного анализа данных, содержащихся в первичной документации, сводных учетных регистрах и формах отчетности, позволяет своевременно принимать необходимые корректирующие меры для достижения лучших результатов деятельности» [38, с.241].

К числу наиболее важных документов бухгалтерского учета относятся формы отчетности: Бухгалтерский баланс, Отчет о финансовых результатах, Отчет о движении денежных средств, Приложение к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

Кроме того, как было выше отмечено, «в процессе анализа доходов и расходов изучаются такие первичные документы и регистры учета как: учетная политика организации; договоры купли-продажи продукции; накладные на выпуск готовой продукции; требования на отпуск продукции; данные складского учета; товарные накладные; оборотные ведомости» [28, с.285].

Также изучаются и прочие документы, к числу которых относятся Устав, Положение о распределении прибыли; планово-экономическая и сметная документация.

Цель анализа доходов и расходов заключается в «определении направлений оптимизации финансового результата организации, выявлении тенденций и пропорций распределения прибыли в отчетном периоде

относительно плановых показателей» [39, с.557].

По результатам проведенного анализа формулируются рекомендации по формированию прибыли, изменению пропорций в ее распределении и повышению эффективности ее использования.

«При проведении анализа доходов и расходов применяются основные методы анализа: вертикальный, горизонтальный, факторный анализ и метод коэффициентов» [25, с.189].

В процессе выполнения горизонтального анализа доходов и расходов исследуются «показатели абсолютного изменения статей доходов и расходов, а также темпы роста показателей, при помощи качественных методов экономического анализа анализируются причины их изменений» [41, с.901].

В процессе выполнения вертикального анализа осуществляется расчет удельного вес различных статей доходов и расходов в итоговом показателе.

Анализ доходов и расходов проводится в следующей последовательности [25, с.192]:

«1. Оценивается динамика отдельных статей доходов и расходов и их общей суммы в отчетном периоде в сравнении с предыдущим. При этом используется прием горизонтального анализа.

. Рассчитывается удельный вес отдельных статей доходов и расходов в их общей сумме и анализируется динамика структуры этих показателей в отчетном периоде в сравнении с предыдущим (проведение вертикального анализа.

. Проводится трендовый анализ доходов и расходов при наличии необходимых данных за несколько периодов.

. Проводится коэффициентный анализ. При этом рассчитываются такие соотношения доходов и расходов организации как:

соотношение общей суммы доходов и расходов;

соотношение доходов и расходов по обычным видам деятельности».

Такие соотношения рассчитываются за предыдущий и отчетный периоды, что позволяет определить уровень и динамику доходности деятельности предприятия.

Далее анализ доходов и расходов проводится в направлении «оценки влияния сформированной динамики и структуры доходов и расходов на показатели финансовых результатов деятельности предприятия, включая прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистую прибыль» [44, с.23].

В первую очередь изучается «объем, состав, структура и динамика прибыли (убытка) до налогообложения по основным источникам ее формирования: прибыли (убытку) от продаж и прибыли (убытку) от прочей деятельности» [40, с.73].

По результатам произведенных расчетов формулируется вывод о воздействии на изменение величины прибыли (убытка) до налогообложения динамики величин прибыли (убытка) от продаж и прибыли (убытка) от прочей деятельности» [6, с.375].

На следующем этапе анализируется структура прибыли. Это позволяет выявить «степень влияния на совокупную прибыль организации прибыли от продажи продукции, товаров, услуг, иного имущества и т.п.» [16, с.273]

Затем проводится анализ основных источников формирования прибыли (убытка) до налогообложения: прибыли (убытка) от продаж и прибыли (убытка) от прочей деятельности.

В процессе анализа прибыли (убытка) от продаж, прежде всего, изучается «ее объем, состав, структура и динамика по ее основным элементам: выручка от продаж, себестоимость реализации, управленческие и коммерческие расходы. При этом при проведении анализа структуры

выручка от продаж, являющаяся наибольшим положительным показателем, приравнивается к 100%» [3, с.245].

По результатам проведения аналитических расчетов формулируется вывод о степени влияния на изменение прибыли (убытка) от продаж динамики каждого из формирующих ее элементов.

На данном этапе также выполняется проверка соблюдения условия оптимизации прибыли от продаж [25, с.198]:

«ТРВРН > ТРСП,

где ТРВРН - темп роста выручки от продаж;

ТРСП - темп роста полной себестоимости продаж (суммарного показателя себестоимости продаж, а также управленческих и коммерческих расходов)».

«Указанное соотношение темпов роста приводит к сокращению доли полной себестоимости в выручке от продаж, а значит к повышению эффективности текущей деятельности предприятия» [12, с.3087]. Если условие оптимизации прибыли от продаж не выполняется, то необходимо выявить причины его несоблюдения.

Анализ чистой прибыли (убытка) также осуществляется по ее элементам, к числу которых относятся: «прибыль (убыток) до налогообложения, отложенные налоговые активы, отложенные налоговые обязательства, а также текущий налог на прибыль» [13, с.53]. При проведении анализа выполняется оценка ее объема, состава, структуры и динамики» [19б с.43].

По итогам проведенных расчетов формулируется вывод о воздействии на отклонение показателя чистой прибыли (убытка) динамики определяющих ее элементов.

В заключение выявляются имеющиеся резервы роста прибыли предприятия.

Далее целесообразно провести анализ эффективности работы предприятия в анализируемом периоде, поскольку «финансовый результат его деятельности можно оценить не только показателем прибыли» [15, с.24]. «Несмотря на то, что он, безусловно, характеризует финансовый результат работы предприятия, его главный недостаток в том, что он не предоставляет

возможности оценить эффективность работы предприятия» [20, с.95].

Этот факт объясняется тем, что показатель прибыли дает абсолютную характеристику деятельности предприятия, и его правильная интерпретация для оценки результативности «должна сопровождаться другими показателями, которые характеризуют вложенные в предприятие средства» [26, с.55].

«Показатели, которые характеризуют эффективность деятельности предприятия - это показатели рентабельности» [18, с.373].

В экономической литературе существует несколько понятий рентабельности. Одни авторы трактуют рентабельность как «показатель экономической эффективности производства на предприятии, который комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов» [29].

С точки зрения других авторов, «рентабельность - это показатель, который представляет собой отношение прибыли к сумме производственных затрат, к денежным вложениям в предприятие или к сумме имущества предприятия, которое оно использует для организации своей деятельности» [7, с.137].

Наиболее распространенными показателями в практике отечественных предприятий являются:

«Рентабельность реализованной продукции отражает эффективность текущих затрат и исчисляются как отношение прибыли от реализации продукции к полной себестоимости реализованной продукции определяется по формуле [8, с.451]:

$$P_{pn} = \frac{\Pi_{pn}}{C} \times 100\%$$

где Прп - прибыль от реализации продукции;

С - полная себестоимость реализованной продукции».

«Рентабельность производства (Рпр) - это отношение балансовой прибыли к сумме среднегодовой стоимости основных производственных фондов (ОФ) и оборотных средств (ОбФ) [32, с.116]:

$$P_{\text{ПР}} = \frac{\Pi_{\text{П}}}{(\text{ОПФ} + \text{НОС})} \times 100\%$$

где ПП - прибыль предприятия, руб.;

ОПФ - среднегодовая стоимость основных производственных фондов, руб.;

НОС - нормируемые оборотные средства, руб.».

«Рентабельность текущих активов (РТ.А) определяется по формуле [42, с.79]:

$$P_{\text{Т.А}} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{\text{ТА}} \times 100\%$$

где ПЧ - прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, руб.;

ТА - средняя величина текущих активов, руб.».

«Рентабельность собственного капитала (РС.К) определяется по формуле [34, с.302]:

$$P_{\text{С.К}} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{\text{СК}} \times 100\%$$

где СК - величина собственного капитала на определенную дату (средняя за период), руб.».

«Рентабельность продаж (Рп) определяется [27, с.36]:

$$P_{\text{п}} = \frac{\Pi}{\text{В}} * 100\%$$

Рентабельность продаж показывает, какую сумму прибыли получает предприятие с каждого рубля проданной продукции.

Кроме того, предприятие может использовать и ряд других показателей рентабельности.

1.3 Показатели анализа и оценки состава, структуры и динамики доходов и расходов

Общая характеристика бизнеса проводится на основе валовой доходности, общей выручки (цена товара на количество), то есть показателя, показывающего эффективно ли вообще функционирует структура бизнеса.

$$ВП = В - С,$$

где: ВП - валовая прибыль;

В - выручка;

С - себестоимость.

Операционная прибыль - это прибыль хозяйствующего субъекта в результате основной экономической деятельности.

$$ОП = ВП - ОЗ,$$

где: ОП - операционная прибыль;

ВП - валовая прибыль;

ОЗ - операционные затраты.

Прибыль до налогообложения - это сумма прибылей (убытков) предприятия как от реализации продукции, так и доходов (убытков), не связанных с ее производством и реализацией.

$$\text{ПН} = \text{ВП} + \text{ПИ} + \text{ВД},$$

где: ПН - прибыль до налогообложения;

ВП - валовая прибыль;

ПИ - прибыль от реализации имущества;

ВД - внереализационные доходы.

Чистая прибыль - это сумма в бухгалтерском балансе предприятия, остающаяся после формирования фонда оплаты труда и уплаты налогов, отчислений, обязательных платежей в бюджет, в вышестоящие организации и банки.

$$\text{ЧП} = \text{ВП} + \text{ПОП} + \text{ПФ} - \text{Н},$$

где: ЧП - чистая прибыль;

ВП - валовая прибыль;

ПОП - прочая операционная прибыль;

ПФ - прибыль от финансовых операций;

Н - налоги.

Помимо рентабельности при проведении анализа рассчитывается целый комплекс коэффициентов.

Группировка активов баланса в зависимости от степени ликвидности:

$$A_1 = \text{ДС} + \text{КФ}$$

$$A_2 = \text{КДЗ}$$

$$A_3 = \text{З} + \text{ПОА}$$

$$A_4 = \text{ВА} + \text{ДДЗ}$$

где: ДС - денежные средства;

КФ - краткосрочные финансовые вложения;

КДЗ - краткосрочная дебиторская задолженность;

З - запасы;

ПОА - прочие оборотные активы;

ВА - внеоборотные активы;

ДДЗ - долгосрочная дебиторская задолженность.

Группировка пассивов баланса по степени срочности их оплаты:

$$П_1 = \text{ККЗ}$$

$$П_2 = \text{КО} - \text{ККЗ}$$

$$П_3 = \text{ДО}$$

$$П_4 = \text{К}$$

где: ККЗ - краткосрочная кредиторская задолженность;

КО - краткосрочные обязательства;

ККЗ - краткосрочная кредиторская задолженность;

ДО - долгосрочные обязательства;

К - капитал и резервы.

Для более точной характеристики ликвидности необходимо рассчитать коэффициенты ликвидности:

Коэффициент текущей ликвидности

Дает общую оценку ликвидности активов, показывая, сколько рублей текущих активов предприятия приходится на один рубль текущих обязательств.

Коэффициент срочной ликвидности

По смысловому назначению показатель аналогичен коэффициенту текущей ликвидности; однако исчисляется по более узкому кругу текущих активов, когда из расчета исключена наименее ликвидная их часть - производственные запасы.

Коэффициент абсолютной ликвидности

Является наиболее жестким критерием ликвидности предприятия; показывает, какая часть краткосрочных заемных обязательств может быть при необходимости погашена немедленно.

. Коэффициент текущей ликвидности (Ктл):

$$K_{ТЛ} = \frac{ОА}{КО},$$

где: ОА - оборотные активы;

КО - краткосрочные обязательства.

. Коэффициент срочной ликвидности (Ксл):

$$K_{сл} = \frac{ДС + КФ + ДЗ}{КО},$$

где: ДС - денежные средства;

КФ - краткосрочные финансовые вложения;

ДЗ - дебиторская задолженность;

КО - краткосрочные обязательства.

. Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал):

$$K_{ал} = \frac{ДС + КФ}{КО},$$

где: ДС - денежные средства;

КФ - краткосрочные финансовые вложения;

КО - краткосрочные обязательства.

Рассмотрим коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость.

Коэффициент автономии. Он показывает, в какой степени объем используемых предприятием активов сформирован за счет собственного

капитала и насколько оно независимо от внешних источников финансирования. Считается, что нижний предел этого показателя - 0,6 (или 60 %).

$$K_a = \frac{СК}{ВБ},$$

где: K_a - коэффициент автономии;

СК - собственный капитал;

ВБ - валюта баланса.

Коэффициент финансовой независимости (коэффициент автономии) вычисляется как отношение общей суммы собственного капитала к сумме баланса. На практике установлено, что коэффициент автономии должен превышать 0,5, то есть чем он больше, тем меньше зависимость предприятия от внешних источников финансирования.

Коэффициент концентрации заемного капитала. Он показывает, какая сумма общей стоимости активов предприятия приходится на 1 руб. собственных средств. Чем меньше значение коэффициента, тем ближе он к 1,0, тем меньше финансовая зависимость предприятия от внешних источников. Этот показатель в сумме с коэффициентом концентрации собственного капитала составляют 1. Чем выше значение коэффициента концентрации заемного капитала, тем выше у предприятия риск обанкротиться, если одновременно несколько кредиторов потребуют свои деньги обратно.

$$K_{кзк} = \frac{ЗК}{ВБ},$$

где: $K_{кзк}$ - коэффициент концентрации заемного капитала;

ЗК - размер заемного капитала;

ВБ - валюта баланса.

Коэффициент маневренности собственного капитала - это доля от деления собственных оборотных активов на всю сумму собственного капитала. Он свидетельствует о степени мобильности (гибкости) использования собственных средств предприятия. Коэффициент маневренности собственного капитала. Он показывает, какую долю занимает собственный капитал, инвестируемый в оборотные активы, в общей сумме собственного капитала (т.е. какая часть собственного капитала находится в высокооборотачиваемой и высоколиквидной его форме).

$$K_{\text{мск}} = \frac{\text{ОС}}{\text{СК}},$$

где: $K_{\text{мск}}$ - коэффициент маневренности собственного капитала;

ОС - собственные оборотные средства;

СК - собственный капитал.

Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами показывает степень обеспеченности организации собственными оборотными средствами, необходимыми для ее финансовой устойчивости.

$$K_{\text{ооа}} = \frac{\text{СК} - \text{ВА}}{\text{ОА}},$$

где: $K_{\text{ооа}}$ - коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами;

СК - собственный капитал;

ВА - внеоборотные активы;

ОА - оборотные активы.

Коэффициент финансовой устойчивости показывает долю активов компании финансируемых за счет собственного капитала. Коэффициент финансовой устойчивости характеризует долю постоянного капитала в общей сумме капитала предприятия, рассчитывается как отношение собственного капитала и долгосрочных обязательств предприятия к общей валюте баланса.

$$K_{\text{фy}} = \frac{\text{СК} + \text{ДО}}{\text{ВБ}},$$

где: $K_{\text{фy}}$ - коэффициент финансовой устойчивости;

СК - собственный капитал;

ДО - долгосрочные кредиты и займы

ВБ - валюта баланса.

Коэффициент финансовой активности предприятия. Характеризует соотношение заемного и собственного капитала предприятия.

$$K_{\text{фа}} = \frac{A}{\text{СС}},$$

где: $K_{\text{фа}}$ - коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами;

A - общая стоимость финансовых ресурсов;

СС - источники собственных средств.

Индекс постоянного пассива. Он показывает, какую долю занимает собственный капитал, инвестируемый во внеоборотные активы, в общей сумме собственного капитала (т.е. какая часть собственного капитала находится в низколиквидной форме).

$$I_{\text{па}} = \frac{\text{ВА}}{\text{СК}},$$

где: $I_{па}$ - индекс постоянного актива;

ВА - внеоборотные активы;

СК - собственный капитал.

Собственные оборотные средства (СОС) - это часть оборотных средств сформированная за счет собственных источников. Оборотные средства предназначены для финансирования текущей деятельности предприятия.

Сумма собственных оборотных средств может быть рассчитана несколькими способами.

$$СОС1 = СК - ВА ,$$

где: СК - собственный капитал;

ВА - внеоборотные активы.

$$СОС2 = СОС1 + ДО ,$$

где: ДО - долгосрочные обязательства.

$$СОС3 = СОС2 + КО ,$$

где: КО - краткосрочные обязательства.

Чистые активы показывают балансовую стоимость имущества организации, уменьшенную на сумму ее обязательств.

$$Ч_a = А - ЗК ,$$

где: $Ч_a$ - чистые активы;

А - общая сумма всех активов предприятия по балансовой стоимости;

ЗК - общая сумма используемого заемного капитала предприятия.

Для того, чтобы своевременно выявить и устранить недостатки в финансовой деятельности организации и найти резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности, разработать и принять обоснованные управленческие решения, направленные на повышение эффективности деятельности хозяйствующего субъекта немаловажным является правильный выбор используемой информационной базы, на основе которой будет производиться расчет показателей и непосредственно анализ.

2. Анализ доходов и расходов ЗАО «Стройсервис»

2.1 Общая характеристика ЗАО «Стройсервис»

Акционерное общество «Стройсервис», согласно устава является закрытым акционерным обществом.

Целью общества является извлечение прибыли.

Основной вид производственной, коммерческой деятельности: Сдача внаем собственного нежилого недвижимого имущества.

ЗАО «Стройсервис» основано в качестве самостоятельного предприятия. На протяжении данного периода предприятие успешно функционирует на рынке недвижимости.

Оперативное и текущее управление в Обществе осуществляется директором. Планируемое производство услуг осуществляется действующей структурой управления общества и не требует значительного дополнительного привлечения персонала.

Оперативное и текущее управление в Обществе осуществляется директором. Директор назначается Советом директоров и подотчетен как Совету директоров, так и общему собранию акционеров. В свою очередь Совет директоров избирается на общем собрании акционеров.

В действующей структуре управления за финансовую деятельность отвечает главный бухгалтер.

Организационная структура - состав, взаимосвязи, соподчиненность совокупности организационных единиц (подразделений) аппарата

управления, выполняющих различные функции менеджмента.

Организационная структура - форма разделения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой происходит процесс управления, направленный на достижение целей организации.

ЗАО «Стройсервис» относится к отрасли недвижимости, оно имеет в своей организационной структуре следующие отделы - рис. 2.



Рисунок 2 - Организационная структура ЗАО «Стройсервис»

2.2 Анализ доходов и расходов ЗАО «Стройсервис»

Далее рассмотрим доходы и расходы организации ЗАО «Стройсервис» за анализируемый период.

Проведем горизонтальный и вертикальный анализ доходов и расходов и рассчитаем абсолютные отклонения и темпы прироста (таблица 1).

Таблица 1

Горизонтальный и вертикальный анализ доходов и расходов организации ЗАО «Стройсервис» за 2013-2015 гг.

Доходы	Годы						Отклонение, (+,-)		Темп прироста, %
	2013 г.		2014 г.		2015 г.		сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %			
Доходы - всего, в т.ч.:	5538	100	6134	100	7622	100	2084	0,00	137,63
- доходы от реализации товаров, работ, услуг	5538	100	5381	87,72	6886	90,3	1348	-9,66	124,34
- проценты к получению	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
- доходы от участия в других организациях	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
- прочие доходы	0	0,00	753	12,28	736	9,66	736	9,66	-17,00
Расходы - всего, в т.ч.:	5430	100	7066	100	7555	100	2125	0,00	139,13

- себестоимость	4831	88,97	5943	84,11	5993	79,3	1162	-9,64	124,05
- коммерческие расходы	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
- управленческие расходы	80	1,47	38	0,54	102	1,35	22	-0,12	127,50
- проценты к уплате	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
- прочие расходы	519	9,56	1085	15,36	1460	19,3	941	9,77	281,31

Как видим из табл. 1, доходы организации в основном состоят из доходов от реализации товаров, работ услуг, доля которых в общем объеме доходов составляет в 2014 году - 87,72%, в 2015 году - 90,34%. Совсем незначительную долю составляют прочие доходы - в 2014 г. - 12,28%, в 2015 г. - 9,66%.

Как видно из табл. 1, основная часть расходов организации приходится на статью «себестоимость», которая как 2014 г. составила 84,11%, а в 2015 г. составила 79,32%. Совсем незначительную доля занимают статьи «управленческие расходы» и «прочие расходы», объем которых в 2014 г. составил 15,89%, а в 2015 г. составил 20,68%. Статьи расходов «коммерческие расходы» и «проценты к уплате» за анализируемый период равнялись нулю.

Выполним расчет и сравнительную оценку показателей рентабельности, характеризующих эффективность использования ресурсов предприятия.

Таблица 2

Показатели прибыли организации.

Показатели	2014	2015	Изменения	Темпы роста
1. Выручка, V	5538	5381	-157	97.17
2. Расходы по обычным видам деятельности	4911	5981	1070	121.79
3. Прибыль (убыток) от продаж (п.1-п.2)	627	-600	-1227	-95.69
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	-519	-332	187	63.97
5. ЕВІТ (прибыль до уплаты процентов и налогов) (п.3+п.4)	108	-932	-1040	-862.96
6. Проценты к уплате	0	0	0	-

7. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее	-53	-61	-8	115.09
8. Чистая прибыль (убыток) (п.5-п.6+п.7)	55	-993	-1048	-1805.45
9. Изменение за период нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) по данным бухгалтерского баланса (стр.1370)	-993	8	1001	-0.81

В отчетном году у предприятия имеется убыток от продаж в размере 600 тыс.руб.

Выручка предприятия за анализируемый период упала на 2.83%.

Прибыль от основной деятельности предприятия снизилась на 195.69%, что является негативным фактором. При этом прибыль до уплаты налогов снизилась на 962.96%.

Нераспределенная прибыль за отчетный период выросла на 100.81%.

Сравнив темп роста выручки и себестоимости можно судить об эффективной или неэффективной деятельности предприятия за период.

$17 < 121.79$, следовательно, деятельность предприятия можно оценить как неэффективную.

Считается, что организация работала в отчетном периоде эффективно, если $TrA < tpV < tpЧП$,

где TrA - темп роста активов, TrV - темп роста выручки, $TrЧП$ - темп роста чистой прибыли.

Представленное соотношение называется "золотым правилом" экономики. $(2015)=116.58\%$ $(2015)=97.17\%$ $ЧП(2015)=-1805.45\%$

Это означает, что активы опережают в своем росте выручку, что свидетельствует о замедлении оборачиваемости средств организации. Чистая прибыль возросла не так значительно как выручка. Таким образом, за данный период, соотношение не выполняется.

Рентабельность продаж (валовая маржа)

$$R = \Pi/V(2014) = 627/5538 = 11.32(2015) = -600/5381 = -11.15$$

Рентабельность продаж по EBIT

$$REBIT = EBIT/V(2014) = 108/5538 = 1.95(2015) = -932/5381 = -17.32$$

Рентабельность продаж по чистой прибыли (коммерческая маржа)

$$R_{ч} = \Pi_{ч}/V_{ч}(2014) = 55/5538 = 0.99_{ч}(2015) = -993/5381 = -18.45$$

Рентабельность затрат

$$R_c = \Pi/\text{Себестоимость}_c(2014) = 627/4911 = 12.77_c(2015) = -600/5981 = -10.03$$

Коэффициент покрытия процентов к уплате

$$ICR = EBIT/\text{Проценты к уплате}(2014) = 108/0$$

$$ICR(2015) = -932/0$$

Таблица 3

Анализ рентабельности

Показатели	2014	2015	Изменения
1. Рентабельность продаж (валовая маржа), %	11.32	-11.15	-22.47
2. Рентабельность продаж по ЕВИТ, %	1.95	-17.32	-19.27
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки), %	0.99	-18.45	-19.44
4. Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг), %	12.77	-10.03	-22.8
5. Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: 1,5 и более.	-	-	0

Прибыль от продаж в анализируемом периоде составляет -11.15% от полученной выручки.

Соотношение чистой прибыли и выручки от продаж, то есть показатель рентабельности продаж по чистой прибыли, отражает ту часть поступлений, которая остается в распоряжении предприятия с каждого рубля реализованной продукции. В данном случае это -18.45%. Отрицательное значение говорит о невозможности самостоятельно финансировать свой оборотный капитал.

Рентабельность собственного капитала

$$ROE = \text{Пч} / \text{ИС} (2014) = 55 / 2075.5 = 2.65 (2015) = -993 / 1615.5 = -61.47$$

Рентабельность чистого капитала

$$Rk = \text{Чк} / \text{ИС} (2014) = 2572 / 2075.5 = 123.92 (2015) = 893 / 1615.5 = 55.28$$

Рентабельность активов

$$ROA = \text{Пч} / \text{Активы} (2014) = 55 / 5353.5 = 1.03 (2015) = -993 / 5500 = -18.05$$

Прибыль на инвестированный капитал

$$ROCE = \text{ЕБИТ} / (\text{ИС} + \text{КТ}) (2014) = 108 / 2075.5 = 5.2$$

$$ROCE (2015) = -932 / 3099 = -30.07$$

Рентабельность производственных фондов

$$Rf = \text{П} / (\text{ОС} + \text{З}) (2014) = 627 / 3522 = 17.8 (2015) = -600 / 3346.5 = -17.93$$

Фондоотдача

$$Fa = V / \text{ОС} (2014) = 5538 / 3457.5 = 1.6 (2015) = 5381 / 3236.5 = 1.66$$

Таблица 4

Показатели, характеризующие рентабельность использования вложенного в предпринимательскую деятельность капитала

Показатели	Формула	Значение		Изменение	Нормативное ограничение
		2014	2015		
1. Рентабельность собственного капитала (ROE)	Отношение чистой прибыли к средней величине собственного капитала	2.65	-61.47	-64.12	Нормальное значение: не менее 16%
2. Рентабельность чистого капитала	Отношение чистой прибыли к средней величине чистого капитала	123.92	55.28	-68.64	
3. Рентабельность активов (ROA)	Отношение чистой прибыли к средней стоимости активов	1.03	-18.05	-19.08	Нормальное значение: 9% и более
4. Прибыль на инвестированный	Отношение прибыли до уплаты процентов и налогов (ЕБИТ) к	5.2	-30.07	-35.27	

капитал (ROCE)	собственному капиталу и долгосрочным обязательствам				
5. Рентабельность производственных фондов	Отношение прибыли от продаж к средней стоимости основных средств и материально-производственных запасов	17.8	-17.93	-35.73	
6. Фондоотдача, коэфф.	Отношение выручки к средней стоимости основных средств	1.6	1.66	0.06	Положительная динамика

За отчетный период каждый рубль собственного капитала организации принес -61.47 руб. чистой прибыли (т.е. убыток).

Значение рентабельности активов по чистой прибыли ROA на конец анализируемого периода свидетельствует о весьма низкой эффективности использования имущества.

Фондоотдача показывает эффективность использования основных средств организации. Фондоотдача увеличилась на 0.06 и составила 1.66 руб., т.е. снизилась сумма амортизационных отчислений, приходящихся на один рубль объема продаж, и, следовательно, выросла доля прибыли в цене товара.

Рентабельность активов снизилась на 19.08%.

Рентабельность чистого капитала предприятия снизилась, что свидетельствует о низкой эффективности привлечения инвестиционных вложений в предприятие.

Ликвидность (текущая платежеспособность) - одна из важнейших характеристик финансового состояния организации, определяющая возможность своевременно оплачивать счета и фактически является одним из показателей банкротства. Результаты анализа ликвидности важны с точки зрения как внутренних, так и внешних пользователей информации об организации.

Таблица 5

Группировка активов по степени ликвидности

Показатели	2013	2014	2015	Абсолютное значение	
				2014	2015
Наиболее ликвидные активы (A1)	46	86	107	40	21
Быстро реализуемые активы (A2)	1990	1541	2573	-449	1032
Медленно реализуемые активы (A3)	24	105	115	81	10
Труднореализуемые активы (A4)	3568	3347	3126	-221	-221
Баланс	5628	5079	5921	-549	842

Таблица 6

Группировка пассивов по срочности погашения обязательств

Показатели	2013	2014	2015	Абсолютное значение	
				2014	2015
Наиболее срочные обязательства (П1)	312	533	1302	221	769
Краткосрочные пассивы (П2)	2744	2967	0	223	-2967
Долгосрочные пассивы (П3)	0	0	3032	0	3032
Собственный капитал предприятия (П4)	2572	1579	1587	-993	8
Баланс	5628	5079	5921	-549	842

Условие абсолютной ликвидности баланса:

$$A1 \geq П1$$

$$A2 \geq П2$$

$$A3 \geq П3$$

$$A4 \leq П4$$

Таблица 7

Анализ ликвидности баланса предприятия за 2015

Актив	Пассив	Условие	Излишек (недостаток) платежных средств, тыс.руб.
A1=107	П1=1302	\leq	-1195
A2=2573	П2=0	\geq	2573
A3=115	П3=3032	\leq	-2917
A4=3126	П4=1587	\geq	1539

В анализируемом периоде у предприятия не достаточно денежных средств для погашения наиболее срочных обязательств (недостаток 1195 тыс.руб.). Выполненный расчет абсолютных величин по платежному излишку или недостатку показывает, что наиболее ликвидные активы покрывают лишь 8.2% обязательств ($107 / 1302 * 100\%$). В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае это соотношение выполняется - у предприятия достаточно краткосрочной дебиторской задолженности для погашения среднесрочных обязательств.

Медленно реализуемые активы не покрывают долгосрочные пассивы (недостаток 2917 тыс.руб.) Они покрывают лишь 3.8% обязательств ($115 / 3032 * 100$). Труднореализуемые активы больше постоянных пассивов, т.е. минимальное условие финансовой устойчивости не соблюдается. Из четырех соотношений характеризующих наличие ликвидных активов у организации за рассматриваемый период выполняется только одно. Баланс организации в анализируемом периоде не является ликвидным. Предприятию за отчетный период следует проработать структуру баланса, чтобы иметь возможность отвечать по своим обязательствам (недостаток составил 1195 тыс.руб.).

Общий показатель ликвидности

$$КЛ=(A1+0.5A2+0.3A3)/(П1+0.5П2+0.3П3)$$

$$КЛ(2013)=(46+0.5*1990+0.3*24)/(312+0.5*1990+0.3*24)=0.7976$$

$$КЛ(2014)=(86+0.5*1541+0.3*105)/(533+0.5*1541+0.3*105)=0.6652$$

$$КЛ(2015)=(107+0.5*2573+0.3*115)/(1302+0.5*2573+0.3*115)=0.5444$$

Коэффициент абсолютной ликвидности

$$КАЛ=A1/(П1+П2)$$

$$КАЛ(2013)=46/(312+2744)=0.0151$$

$$КАЛ(2014)=86/(533+2967)=0.0246$$

$$КАЛ(2015)=107/(1302+0)=0.0822$$

Коэффициент абсолютной ликвидности

$$КАЛ=A1/П1$$

$$КАЛ(2013)=46/312=0.1474$$

$$КАЛ(2014)=86/533=0.1614$$

$$КАЛ(2015)=107/1302=0.0822$$

Коэффициент срочной ликвидности

$$ККЛ=(A1+A2)/(П1+П2)$$

$$ККЛ(2013)=(46+1990)/(312+2744)=0.6662$$

$$ККЛ(2014)=(86+1541)/(533+2967)=0.4649$$

$$ККЛ(2015)=(107+2573)/(1302+0)=2.0584$$

Коэффициент текущей ликвидности

$$\text{КТЛ}=(A1+A2+A3)/(\text{П1}+\text{П2})$$

$$\text{КТЛ}(2013)=(46+1990+24)/(312+2744)=0.6741$$

$$\text{КТЛ}(2014)=(86+1541+105)/(533+2967)=0.4949$$

$$\text{КТЛ}(2015)=(107+2573+115)/(1302+0)=2.1467$$

Коэффициент текущей ликвидности (Коэффициент покрытия)

$$\text{КТЛ}=(A1+A2+A3)/(\text{П1}+\text{П2}+\text{П3})$$

$$\text{КТЛ}(2013)=(46+1990+24)/(312+2744+0)=0.6741$$

$$\text{КТЛ}(2014)=(86+1541+105)/(533+2967+0)=0.4949$$

$$\text{КТЛ}(2015)=(107+2573+115)/(1302+0+3032)=0.6449$$

Таблица 8

Коэффициенты ликвидности

Показатели	Формула	Значение			Изменение		Нормативное ограничение
		2013	2014	2015	2014	2015	
Общий показатель ликвидности	$(A1+0.5A2+0.3A3)/(\text{П1}+0.5\text{П2}+0.3\text{П3})$	0.7976	0.6652	0.5444	-0.132	-0.121	не менее 1
Коэффициент абсолютной ликвидности	$A1/(\text{П1}+\text{П2})$	0.0151	0.0246	0.0822	0.0095	0.0576	0,2 и более. Допустимое значение 0,1
Коэффициент абсолютной ликвидности (*)	$A1/\text{П1}$	0.1474	0.1614	0.0822	0.014	-0.0792	0,2 и более
Коэффициент срочной ликвидности	$(A1+A2)/(\text{П1}+\text{П2})$	0.6662	0.4649	2.0584	-0.201	1.594	не менее 1. Допустимое значение 0,7-0,8
Коэффициент текущей ликвидности	$(A1+A2+A3)/(\text{П1}+\text{П2})$	0.6741	0.4949	2.1467	-0.179	1.652	не менее 2,0
Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия) *	$(A1+A2+A3)/(\text{П1}+\text{П2}+\text{П3})$	0.6741	0.4949	0.6449	-0.179	0.15	1 и более. Оптимальное не менее 2,0

Значение коэффициента абсолютной ликвидности оказалось ниже допустимого, что говорит о том, что предприятие не в полной мере обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов (организация может покрыть 8.2% своих обязательств). За рассматриваемый период коэффициент вырос на 0.0576.

Соответствующим норме оказался коэффициент быстрой ликвидности (2.0584 при норме 1). Таким образом, если организация получит деньги от дебиторов, то на конец периода она сможет расплатиться по всем своим долгам. За рассматриваемый период коэффициент вырос на 1.594.

Коэффициент текущей ликвидности в отчетном периоде находится выше нормативного значения 2, что говорит о том, что предприятие в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. За рассматриваемый период коэффициент вырос на 1.652.

Поскольку коэффициент текущей ликвидности за 2014 оказался ниже нормы ($0.4949 < 2$), то необходимо рассчитывать коэффициент восстановления платежеспособности. Показатель восстановления платежеспособности говорит о том, сможет ли предприятие в случае потери платежеспособности в ближайшие шесть месяцев ее восстановить при существующей динамике изменения показателя текущей ликвидности.

$$\begin{aligned} K_{\text{восст.платеж.}} &= (КТЛ_{\text{кп}} + 6/T * (КТЛ_{\text{кп}} - КТЛ_{\text{нп}})) / 2 = \\ & (0.4949 + 6/12 * (0.4949 - 0.6741)) / 2 = 0.2 \end{aligned}$$

На конец анализируемого периода значение показателя меньше 1, что говорит о том, что предприятие не сможет восстановить свою

платежеспособность.

Рассчитаем показатель утраты платежеспособности за 2015.

$$\text{Кутр. платеж.} = (\text{КТЛкп} + 3/\text{T} * (\text{КТЛкп} - \text{КТЛнп})) / 2 = \\ (2.1467 + 3/12 * (2.1467 - 0.4949)) / 2 = 1.3$$

На конец анализируемого периода значение показателя выше 1, следовательно, риск утратить свою платежеспособность в ближайшие три месяца отсутствует.

Анализ финансовой устойчивости организации показывает, насколько сильную зависимость она испытывает от заемных средств, насколько свободно она может маневрировать собственным капиталом, без риска выплаты лишних процентов и пени за неуплату, либо неполную выплату кредиторской задолженности вовремя.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами

$$\text{КОС} = \text{ИС} / \text{ОА} (2013) = 996 / 2060 = 1.2485 (2014) = 1768 / 1732 = 0.9117 (2015) = 1428 / 2795 = 0.5911$$

Коэффициент покрытия инвестиций

$$\text{КИ} = (\text{ИС} + \text{КТ}) / \text{В}$$

$$\text{КИ} (2013) = (2572 + 0) / 5628 = 0.457$$

$$\text{КИ} (2014) = (1579 + 0) / 5079 = 0.3109$$

$$\text{КИ} (2015) = (1652 + 2967) / 5921 = 0.7801$$

Коэффициент мобильности имущества

$$\text{КМИ} = \text{ОС} / \text{Активы}$$

$$\text{КМИ} (2013) = 2060 / 5628 = 0.366$$

$$\text{КМИ}(2014)=1732/5079=0.341$$

$$\text{КМИ}(2015)=2795/5921=0.472$$

Коэффициент мобильности оборотных средств

$$\text{КМОС}=A1/OC$$

$$\text{КМОС}(2013)=46/2060=0.0223$$

$$\text{КМОС}(2014)=86/1732=0.0497$$

$$\text{КМОС}(2015)=107/2795=0.0383$$

Коэффициент обеспеченности запасов

$$\text{КОЗ}=\text{COC2}/Z$$

$$\text{КОЗ}(2013)=-996/24=-41.5$$

$$\text{КОЗ}(2014)=-1768/105=-16.8381$$

$$\text{КОЗ}(2015)=1428/115=12.4174$$

Коэффициент краткосрочной задолженности

$$\text{ККЗ}=\text{Kt}/3\text{K}$$

$$\text{ККЗ}(2013)=6112)=1$$

$$\text{ККЗ}(2014)=7000)=1$$

$$\text{ККЗ}(2015)=2734)=0.3154$$

Коэффициент капитализации (плечо финансового рычага)

$$\text{ПФР}=\text{Краткосрочные займы и кредиты}/\text{Капитал и резервы}$$

$$\text{ΠΦΡ}(2013)=(0+2744)/(2572+0)=1.0669$$

$$\text{ΠΦΡ}(2014)=(0+2967)/(1579+0)=1.879$$

$$\text{ΠΦΡ}(2015)=(2967+0)/(1587+0)=1.8696$$

Коэффициент финансирования

$K_f = \text{Капитал и резервы} / \text{Краткосрочные займы и кредиты}$

$K_f(2013) = 2572 / (0 + 2744) = 0.9373$

$K_f(2014) = 1579 / (0 + 2967) = 0.5322$

$K_f(2015) = 1587 / (2967 + 0) = 0.5349$

Таблица 9

Показатели финансовой устойчивости организации

Показатели	Формула	Значение			Изменение		Нормативное ограничение
		2013	2014	2015	2014	2015	
1. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	Отношение собственных оборотных средств к оборотным активам	1.2485	0.9117	0.5911	-0.337	-0.321	0,1 и более
2. Коэффициент покрытия инвестиций	Отношение собственного капитала и долгосрочных обязательств к общей сумме капитала	0.457	0.3109	0.7801	-0.146	0.469	0,75 и более
3. Коэффициент мобильности имущества	Отношение оборотных средств к стоимости всего имущества	0.366	0.341	0.472	-0.025	0.131	
4. Коэффициент мобильности оборотных средств	A1/M	0.0223	0.0497	0.0383	0.0274	-0.0114	0.17- 0.4
5. Коэффициент обеспеченности запасов	Отношение собственных оборотных средств к стоимости запасов: E_m/Z	-41.5	-16.8381	12.4174	24.662	29.256	0,5 и более
6. Коэффициент краткосрочной задолженности	Отношение краткосрочной задолженности к общей сумме задолженности	1	1	0.3154	0	-0.685	0,5
7. Коэффициент капитализации (плечо финансового рычага)	Заемные средства/ИС	1.0669	1.879	1.8696	0.812	-0.0094	меньше 1.5
8. Коэффициент финансирования	Капитал и резервы/Заемные средства	0.9373	0.5322	0.5349	-0.405	0.0027	больше 0.7

О достаточно устойчивом финансовом состоянии свидетельствует тот факт, что на конец периода коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами составил 0.5911, т.е. 59.1% собственных средств организации направлено на пополнение оборотных активов. Снижение коэффициента составило 0.321.

Коэффициент покрытия инвестиций равен 0.7801 и полностью соответствует нормативному значению (при норме 0.75). За текущий период значение коэффициента увеличилось на 0.469.

Значение показателя коэффициента мобильности оборотных средств позволяет отнести предприятие к высокой группе риска потери платежеспособности, т.е. уровень его платежеспособности низкий.

Значение коэффициента обеспеченности материальных запасов по состоянию на конец анализируемого периода составило 12.4174, что соответствует норме. За рассматриваемый период значение коэффициента выросло на 29.256.

Коэффициент краткосрочной задолженности показывает преобладание долгосрочных источников в структуре заемных средств, что является позитивным фактом, который характеризует улучшение структуры баланса и уменьшение риска утраты финансовой устойчивости.

2.3 Пути увеличения доходов и уменьшения расходов ЗАО «Стройсервис»

Построим дерево целей для компании ЗАО «Стройсервис» (рис. 3).

Рисунок 3 - Дерево целей ЗАО «Стройсервис»

Рекомендации по совершенствованию управления доходами и расходами должны быть представлены именно по этим направлениям:

1. Снижение расходов на оплату труда
2. Совершенствование стратегии стимулирования персонала
- . Совершенствование рекламной стратегии

Таким образом, реализация указанных мероприятий улучшит управление доходами и расходами.

Снижение расходов на оплату труда

С целью минимизации данного вида расходов для ЗАО «Стройсервис» предлагается передача функций маркетингового отдела на аутсорсинг.

Это позволит предприятию получить опыт и знания высококвалифицированного персонала, сэкономить на оплате труда собственных штатных сотрудников.

Кроме сокращения затрат на оплату труда штатных сотрудников ЗАО «Стройсервис», передав маркетинг на аутсорсинг, получит следующие преимущества:

- опыт и знания квалифицированных специалистов для решения маркетинговых задач любой сложности;

- отсутствие необходимости организации рабочих мест специалистов (мебель, компьютеры, оргтехнику, канцелярские расходы, связь и т.п.);

- сокращение временных затрат на обучение персонала;

- разработку эффективной маркетинговой стратегии предприятия.

Совершенствование стратегии стимулирования персонала

По отношению к персоналу ЗАО «Стройсервис» может осуществляться с помощью разного рода премирования. Успех ЗАО «Стройсервис» во многом зависит от того, насколько эффективным окажется труд ее сотрудников. А наибольшая эффективность достигается, только если работники заинтересованы в результатах своей трудовой деятельности. Сегодня система управления персоналом немыслима без такой важной составляющей, как стимулирование труда. Проблема побуждения сотрудников к более производительному и эффективному труду стоит перед ЗАО «Стройсервис». Но, несмотря на всю важность этого вопроса, руководство ЗАО «Стройсервис» внедрила стандартные методы стимулирования, не заботясь об их адаптации в условиях своего

предприятия. Система оплаты труда - одно из наиболее действенных средств побуждения сотрудников к повышению производительности. В качестве стимулирования можно использовать систему премирования персонала в форме процента от объема продаж.

При стимулировании персонала не надо исключать и нематериального стимулирования, а наоборот в какой-то степени даже его пропагандировать, чтобы не вызывать зависти и ненужного обострения соперничества между сотрудниками, перехода его в конкуренцию.

Система нематериального стимулирования для персонала включает в себя:

. Нематериальное стимулирование, не требующее вложений:

Сделать правилом ежемесячные общие совещания, на которых продавцы могли бы «из первых уст» получать ответы, задавая вопросы директору: о политике компании, об изменениях в организации работы, о решении спорных вопросов и т.п.

включение администраторов в процесс принятия решений, общих для предприятия;

обмен опытом (обучение внутри подразделения);

разработка системы адаптации персонала;

проведение конкурсов, а также соревнований за звание лучшего продавца (награда - переходящий приз);

поздравления с днем рождения, важными, значимыми датами профессиональной и личной жизни сотрудников;

доска позора: на ней косвенно, без указания персоналий, описывается ситуация, которую необходимо искоренить (объясняется, что именно плохо и почему).

. Нематериальное стимулирование, требующее вложений,

распределяемое всем:

улучшение организационно-технических условий труда;

профессиональный и карьерный рост персонала (обучение): тренировка правильным приемам продажи (общение с потенциальным покупателем, демонстрация товара в действии, показ его устройства, раскрытие технико - экономических достоинств, обсуждение возможности приспособления услуг к особым требованиям покупателя);

проведение конкурсов, а также соревнований за звание лучшего сотрудника (награда - переходящий приз).

. Нематериальное стимулирование, требующее вложений, распределяемое адресно:

оплата мобильных телефонов.

Проектируемые мероприятия по стимулированию собственного персонала позволят повысить результативность его работы, и будут способствовать увеличению объемов продаж.

Совершенствование рекламной стратегии

Учитывая стаж работы ЗАО «Стройсервис» на рынке одним из направлений по улучшению рыночных позиций можно назвать активизацию рекламной деятельности, то есть привлечение внимания клиентов с помощью рекламы. Это могут быть следующие меры:

Прямая рассылка рекламных листовок по районам.

Плакат, афиша - графическое рекламное средство, цель которого - ознакомление людей с основными качествами фирмы.

Реклама на транспорте - представлена объявлениями внутри и снаружи транспортных средств. Реклама на транспорте позволяет выбрать отдельные маршруты и виды транспортных средств, на которых можно разместить рекламу в том количестве и в той последовательности, которые наиболее

оптимальны в этих условиях.

Реклама на остановках городского транспорта - аналогична рекламе на транспорте. Читают эту рекламу на более близком расстоянии, поэтому с её помощью можно передавать более полные по сравнению с рекламой на городском транспорте рекламные обращения.

Реклама на Интернет-страницах.

На сегодняшний день целесообразно выводить услуги на новые сегменты рынка, привлекать потенциальных потребителей с помощью усиленной рекламы, снижать цену на товар, улучшать сервисное обслуживание покупателей до и после покупки, закреплять имидж фирмы.

Рассчитаем экономическую эффективность маркетингового аутсорсинга для ЗАО «Стройсервис». Предприятию предлагается передать внешней консалтинговой компании функции, в настоящее время выполняемые маркетинговым отделом ЗАО «Стройсервис». Исходя из масштабов деятельности ЗАО «Стройсервис», среднерыночная стоимость услуг маркетингового аутсорсинга для предприятия составит 10 тыс. руб. в месяц или 120 тыс. руб. в год.

В настоящее время штат отдела маркетинга ЗАО «Стройсервис» включает одного сотрудника: маркетолога. Управление отделом осуществляет генеральный директор, которому рекомендуется передать функции координации работы консалтингового агентства с ЗАО «Стройсервис».

Внедрение данного мероприятия позволит сократить отдел маркетинга на 1 человека с зарплатой 30000 руб./месяц.

Таким образом, себестоимость уменьшится на $30000 \cdot 12 = 360000$ руб. в год.

Т. к. затраты на данное мероприятие 120000 руб., уменьшение

себестоимости 360000 руб., то общее уменьшение себестоимости составит 240000 руб..

Таблица 10

Экономическая эффективность мероприятия 1

№ п/п	Наименование показателя	2015 год.	2016 г.	Абсолютное отклонение	Темп прироста (%)
1	Объем выручки, тыс. руб.	6886	6886	0	100,00%
2	Полная себестоимость, тыс. руб.	5993	5753	-240	96,00%
3	Валовая прибыль (п.1-п.2)	893	1133	240	126,88%
4	Прочие доходы	736	736	0	100,00%
5	Прочие расходы	1562	1562	0	100,00%
6	Балансовая прибыль (п.3+п.4-п.5)	67	307	240	458,21%
7	Налог на прибыль (20%)	59	61,4	2,4	104,07%
8	Чистая прибыль (п.6-п.7)	8	245,6	237,6	3070,00%
9	Численность работающих	6	5	-1	83,33%
10	Фонд оплаты труда	2160	1800	-360	83,33%
11	Рентабельность услуг ((п.3/п.2)*100%)	14,9%	19,7%	0,05	132,17%
12	Рентабельность продаж ((п.3/п.1)*100%)	13,0%	16,5%	0,03	126,88%
13	Себестоимость на 1 рубль реализованных услуг (п.2/п.1)	0,87	0,84	-0,03	96,00%
14	Производительность труда (п.1/п.9)	1147,67	1377,20	229,53	120,00%
15	Среднемесячная заработная плата ((п.10/п.9)/12)	30,00	30,00	0,00	100,00%

Таким образом, полная себестоимость уменьшится на 240 тыс. руб., рост производительности труда на 229,53 руб./чел. Рост прибыли составил 237,6 тыс. руб.

Затраты на совершенствование стратегии системы стимулирования ЗАО «Стройсервис» представлены в табл. 11.

Таблица 11

Затраты по мероприятию 2

№п/п	Мероприятие	Сумма, тыс.руб.
------	-------------	-----------------

1. Единовременные затраты		
1	Создание фонда на оплату нематериальных стимулов	50
Итого единовременные затраты		50
2. Текущие затраты		
1	Премия менеджеру за организацию мероприятий	30
2	Затраты на увеличение ФОТ	100
3	Социальные выплаты	30
Итого текущих затраты		160
Всего затрат		210

Таким образом, затраты по мероприятию 2 составили 210 тыс. руб., планируется увеличение выручки на 5%.

Таблица 12

Экономическая эффективность мероприятия 2

№ п/п	Наименование показателя	2015 год.	2016 г.	Абсолютное отклонение	Темп прироста (%)
1	Объем выручки, тыс. руб.	6886	7230,3	344,3	105,00%
2	Полная себестоимость, тыс. руб.	5993	6203	210	103,50%
3	Валовая прибыль (п.1-п.2)	893	1027,3	134,3	115,04%
4	Прочие доходы	736	736	0	100,00%
5	Прочие расходы	1562	1562	0	100,00%
6	Балансовая прибыль (п.3+п.4-п.5)	67	201,3	134,3	300,45%
7	Налог на прибыль (20%)	59	40,26	-18,74	68,24%
8	Чистая прибыль (п.6-п.7)	8	161,04	153,04	2013,00%
9	Численность работающих	6	6	0	100,00%
10	Фонд оплаты труда	2160	2160	0	100,00%
11	Рентабельность услуг ((п.3/п.2)*100%)	14,9%	16,6%	0,02	111,14%
12	Рентабельность продаж ((п.3/п.1)*100%)	13,0%	14,2%	0,01	109,56%
13	Себестоимость на 1 рубль реализованных услуг (п.2/п.1)	0,87	0,86	-0,01	98,58%
14	Производительность труда (п.1/п.9)	1147,67	1205,05	57,38	105,00%
15	Среднемесячная заработная плата ((п.10/п.9)/12)	30,00	30,00	0,00	100,00%

Таким образом, рост выручки составит 344,3 тыс. руб., рост затрат на 210 тыс. руб. рост производительности труда на 57,38 руб./чел. Рост прибыли составил 153,04 тыс. руб.

Затраты на совершенствование рекламной стратегии ЗАО «Стройсервис» представлены в табл. 13.

Таблица 13

Затраты по мероприятию 3

№п/п	Мероприятие	Сумма, тыс.руб.
1. Единовременные затраты		
1	Печать рекламной продукции	50
2	Подача объявлений	30
3	Реклама на транспорте	50
4	Интернет-реклама	30
Итого единовременные затраты		160
2. Текущие затраты		
1	Не предусмотрены	
Итого текущих затраты		
Всего затрат		160

Таким образом, затраты по мероприятию 3 составили 160 тыс. руб., планируется увеличение выручки на 10%.

Таблица 14

Экономическая эффективность мероприятия 3

№ п/п	Наименование показателя	2015 год.	2016 г.	Абсолютное отклонение	Темп прироста (%)
1	Объем выручки, тыс. руб.	6886	7574,6	688,6	110,00%
2	Полная себестоимость, тыс. руб.	5993	6153	160	102,67%
3	Валовая прибыль (п.1-п.2)	893	1421,6	528,6	159,19%
4	Прочие доходы	736	736	0	100,00%
5	Прочие расходы	1562	1562	0	100,00%
6	Балансовая прибыль (п.3+п.4-п.5)	67	595,6	528,6	888,96%
7	Налог на прибыль (20%)	59	119,12	60,12	201,90%
8	Чистая прибыль (п.6-п.7)	8	476,48	468,48	5956,00%
9	Численность работающих	6	6	0	100,00%
10	Фонд оплаты труда	2160	2160	0	100,00%
11	Рентабельность услуг ((п.3/п.2)*100%)	14,9%	23,1%	0,08	155,05%
12	Рентабельность продаж ((п.3/п.1)*100%)	13,0%	18,8%	0,06	144,72%
13	Себестоимость на 1 руб. реализованных услуг (п.2/п.1)	0,87	0,81	-0,06	93,34%
14	Производительность труда (п.1/п.9)	1147,67	1262,43	114,77	110,00%
15	Среднемесячная заработная плата ((п.10/п.9)/12)	30,00	30,00	0,00	100,00%

Таким образом, рост выручки составит 688,6 тыс. руб., рост затрат 160

тыс. руб. рост производительности труда на 114,77 руб./чел. Рост прибыли составил 468,48 тыс. руб.

Общие показатели эффективности проекта представлены в таблице 19.

Таблица 15

Общие экономические показатели проекта мероприятий

Наименование показателя	2015 год.	Мероприятие 1	Мероприятие 2	Мероприятие 3	После внедрения мероприятий	Абсолютное отклонение	Темп прироста (%)
Объем выручки, тыс. руб.	6886	6886	7230,3	7574,6	7918,9	1032,9	115,00%
Полная себестоимость, тыс. руб.	5993	5753	6203	6153	6123	130	102,17%
Валовая прибыль (п.1-п.2)	893	1133	1027,3	1421,6	1795,9	902,9	201,11%
Прочие доходы	736	736	736	736	736	0	100,00%
Прочие расходы	1562	1562	1562	1562	1562	0	100,00%
Балансовая прибыль (п.3+п.4-п.5)	67	307	201,3	595,6	969,9	902,9	1447,61%
Налог на прибыль (20%)	59	61,4	40,26	119,12	193,98	134,98	328,78%
Чистая прибыль (п.6-п.7)	8	245,6	161,04	476,48	775,92	767,92	9699,00%
Численность работающих	6	5	6	6	5	-1	83,33%
Фонд оплаты труда	2160	1800	2160	2160	1800	-360	83,33%
Рентабельность услуг ((п.3/п.2)*100%)	14,9%	19,7%	16,6%	23,1%	29,3%	0,14	196,84%
Рентабельность продаж ((п.3/п.1)*100%)	13,0%	16,5%	14,2%	18,8%	22,7%	0,10	174,88%
Себестоимость на 1 рубль реализованных услуг (п.2/п.1)	0,87	0,84	0,86	0,81	0,77	-0,10	88,84%
Производительность труда (п.1/п.9)	1147,67	1377,20	1205,05	1262,43	1583,78	436,11	138,00%
Среднемесячная заработная плата ((п.10/п.9)/12)	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	0,00	100,00%

Рост экономических показателей за счет мероприятий составит 1032,9 тыс. руб., рост прибыли 767,92 тыс. руб., рост рентабельности услуг составит

14%, рентабельности продаж -10%. Рост производительности труда составит 436,11 тыс. руб.. Проект мероприятий считается эффективным.

Заключение

Независимо от того, каков профиль деятельности предприятия, в процессе деятельности всегда происходит формирование его доходов и расходов. Именно эти аспекты деятельности наиболее важны для всех заинтересованных сторон - собственников предприятия, сотрудников, государства, поскольку успешное их формирование и правильное планирование позволяют всем участникам производственной деятельности в конечном итоге достичь своих финансовых целей - в первую очередь увеличения благосостояния и качества жизни, получения прибыли.

Правильный учет и анализ доходов и расходов важен для отражения деятельности предприятия. Доходы и расходы предприятия влияют на финансовый результат предприятия, целью же любого предприятия является получение прибыли. Это и обусловило актуальность выбранной темы.

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашение обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вклада участников.

В зависимости от характера, условий получения и направлений деятельности организации все доходы организации подразделяются на доходы от обычных видов деятельности и прочие доходы.

К доходам от обычных видов деятельности относятся выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ и оказанием услуг, дебиторская задолженность, арендная плата, лицензионные платежи и роялти.

Под выручкой от продажи товаров, работ и услуг понимаются

денежные средства, поступившие на расчетный счет или в кассу организации в результате получения экономической выгоды.

Расходы организации - это уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации.

По экономическому содержанию расходы организации делятся на материальные, трудовые и денежные. Материальные расходы связаны с ресурсным обеспечением финансово-хозяйственной деятельности организации и включают в себя стоимость приобретенного сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива и электроэнергии, услуг сторонних организаций. Трудовые расходы направляются на оплату труда персонала организации. Денежные расходы представляют отток денежных средств. Это уплата налогов и обслуживание денежного оборота организации. Например, платежи банку за расчетно-кассовое обслуживание, выплаты процентов по кредитам.

По способу принятия решений расходы делятся на альтернативные и вмененные. К вмененным расходам относятся расходы, обязательные для организации, например, налоговые платежи, платежи во внебюджетные фонды, оплата лицензий или членства в профессиональных саморегулируемых организациях. Остальные расходы являются альтернативными, поскольку организация может выбирать способ организации производственного процесса.

Акционерное общество «Стройсервис», согласно устава является закрытым акционерным обществом.

Целью общества является извлечение прибыли.

Основной вид производственной, коммерческой деятельности: Сдача

вваем собственного нежилого недвижимого имущества.

Доходы организации в основном состоят из доходов от реализации товаров, работ услуг, доля которых в общем объеме доходов составляет в 2014 году - 87,72%, в 2015 году - 90,34%. Совсем незначительную долю составляют прочие доходы - в 2014 г. - 12,28%, в 2015 г. - 9,66%.

Основная часть расходов организации připадает на статью «себестоимость», которая как в 2014 г. составила 84,11%, а в 2015 г. составила 79,32%. Совсем незначительную долю занимают статьи «управленческие расходы» и «прочие расходы», объем которых в 2014 г. составил 15,89%, а в 2015 г. составил 20,68%. Статьи расходов «коммерческие расходы» и «проценты к уплате» за анализируемый период равнялись нулю.

Рекомендации по совершенствованию управления доходами и расходами должны быть представлены именно по этим направлениям:

Снижение расходов на оплату труда

Совершенствование стратегии стимулирования персонала

Совершенствование рекламной стратегии

Рост экономических показателей за счет мероприятий составит 1032,9 тыс. руб., рост прибыли 767,92 тыс. руб., рост рентабельности услуг составит 14%, рентабельности продаж -10%. Рост производительности труда составит 436,11 тыс. руб.. Проект мероприятий считается эффективным.

Список использованной литературы

- . Агекян Л. С. Содержание анализа финансового состояния организации и решения, принимаемые на его основе/Л.С.Агекян // Молодой ученый. - 2015. - №4. - С. 329-331.
- . Арсалиев Э.Ш. Система показателей организационно-экономического механизма повышения эффективности предприятий сферы услуг// Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. - 2012. - №3. - С.95-99.
- . Баканов М.И. Теория экономического анализа. Учебник / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - 4-е изд., доп. и перераб.- 254-260
- . Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта: учебное пособие. - М.:Финансы и статистика. - 2014. -74с.
- . Беляков Д.С. Экономическая сущность и содержание комплексного механизма управления затратами предприятия/Д.С.Беляков//Символ науки. - 2016. - №9-1. - С.19-25.
- . Бердникова Л. Ф., Портнова Е. С. Технология анализа финансового состояния организации // Молодой ученый. - 2016. - №17. - С. 374-377.
- . Бузаева Н.А. Анализ прибыльности и рентабельности предприятия // Научно-исследовательские публикации. - 2014. - №4 (8). - с. 136-139.
- . Васильева Л.С. Анализ хозяйственной деятельности. - М.: КноРус. - 2016. - 101-451 с.
- . Винникова И.С. Некоторые аспекты оптимизации финансового состояния предприятия// Проблемы современной экономики. - 2014. - №21. - С.84-88.
- . Воронцова М. М. Конкурентоспособность предприятия путем

управления затратами // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2015. - Т. 13. - С. 1451-1455.

. Гаврилова А.В. Финансовый менеджмент. - М.: КноРус. - 2013. - 225 с.

. Горева А. В., Горева, Н. В. Направления снижения себестоимости продукции предприятия с использованием экономико-статистического анализа/А.В.Горева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2016. - Т. 11. - С. 3086-3090.

. Деминова С.В. Анализ рентабельности деятельности экономических субъектов // Вопросы экономики. - 2012. - №9. - С. 51-55.

. Дзога С.В. Пути снижения себестоимости продукции в современных условиях деятельности организации/С.В.Дзога//Инновационная наука. - 2015. - С. 64-67.

. Егорова А.А. Сущность финансового состояния и его характеристики/А.А.Егорова// Economics. - 2016. - №1(10). - С.23-26.

. Игнатъева Е. В. Методика анализа финансового состояния предприятия // Молодой ученый. - 2015. - №5. - С. 272-275.

. Игуменников, А. С. Различие понятий «затраты» и «расходы»/А.С.Игуменников // Молодой ученый. - 2015. - №5. - С. 275-278.

. Исхакова З. Р., Маймур, Т. Д. Современные подходы к анализу финансового состояния организации/З.Р.Исхакова // Молодой ученый. - 2016. - №1. - С. 371-375.

. Казяева И. А. Индикаторы экономической экспресс - диагностики финансового состояния предприятия // Системное управление. - 2014. - № 4 (25). - С. 41-45.

. Ковалев В.В. Управление активами фирмы: Учебное пособие. - М.: Проспект. - 2013. - 155 с.

. Лебедев, В. Г. Управление затратами на предприятии/В.Г.Лебедева. -

М.: Книга по требованию, 2012. - 592 с.

. Лукьянов М.С. Особенности формирования себестоимости на промышленном рынке на современном этапе/М.С.Лукьянов// Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2016. - №2. - С.156.

. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. - М.: ИНФРА-М. - 2016. - 320 с.

. Магомедов А.М. О методике расчета рентабельности // Вопросы экономики. - 2014. - №5. - С. 55-58.

. Мануйленко В.В. Методические подходы к оценке прибыли хозяйствующего субъекта: теоретический аспект // Финансовый бизнес. - 2013. - №3. - С. 35-37.

. Мельник М.В. Комплексный экономический анализ. - М.: Форум. - 2016. - 352 с.

. Нехай Д.Ю. Управление доходами и расходами предприятия // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/06/54563> (дата обращения: 19.12.2016).

. Никитина А.Р. Содержание понятий «Затраты», «Расходы», «Издержки», «Себестоимость» и их различия/А.Р.Никитина// Мир современной науки. - 2014. - №6(28). - С.41-45.

. Номоконов К. Г. Финансовый механизм управления затратами на предприятиях/К.Г.Номоконов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2016. - Т. 11. - С. 1596-1600.

. Орлова Т.М. Практикум по комплексному экономическому анализу хозяйственной деятельности. - М.:КноРус. - 2016. - 250 с.

. Пласкова Н.С. Анализ финансовой отчетности. - учебное пособие. - М.: ЭКСМО. - 2013. - 384 с.

- . Потеряхина Т. П. Экономическая сущность расходов организации //Т.П.Потеряхина// Молодой ученый. - 2015. - №2. - С. 300-303.
- . Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия//Л.В.Прыкина. - М.: Юнити, 2013. - 407 с.
- . Пятов М. Л. Анализ финансовой отчетности. - М.; Бухгалтерский учет - 2013. - 352 с.
- . Русакова Е.В. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия. - СПб.: Питер. - 2016. - 224 с.
- . Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Инфра-М. - 2013. - 384 с.
- . Согачева О. В., Головачев Р. А., Бесчерева О. В. Управление финансовыми результатами деятельности организации // Молодой ученый. - 2016. - №6. - С. 556-559.
- . Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия
- . Тибилова А.А. Методические подходы к анализу и диагностике финансово-экономического состояния предприятий//TERRA ECONOMICUS. - 2012. - №3-2. - С.75-87.
- . Трофимова, Л. Н. Концептуальные основы экономической диагностики // Аудитор. - 2012. - № 9. - С.73.
- . Фролова Т.С. Инструменты и методы анализа финансовой отчетности. Практические инструменты анализа: сравнительный анализ, структурный анализ, серии трендов, анализ коэффициентов // «Горячая линия бухгалтера». - 2013. - № 23-24.

Приложение 1

Бухгалтерский баланс

Наименование показателя 2	2015	2014	2013
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы			
Результаты исследований и разработок			
Нематериальные поисковые активы			
Материальные поисковые активы			
Основные средства	3126	3347	3568
Доходные вложения в материальные ценности			
Финансовые вложения			
Отложенные налоговые активы			
Прочие внеоборотные активы			
Итого по разделу I	3126	3347	3568
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	2	0	15
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	113	105	9
Дебиторская задолженность	2573	1541	1990
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	34	34	34
Денежные средства и денежные эквиваленты	73	52	12
Прочие оборотные активы			
Итого по разделу II	2795	1732	2060
БАЛАНС	5921	5079	5628
Наименование показателя 2	2015	2014	2014
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ 6			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	84	84	84
Переоценка внеоборотных активов			
Добавочный капитал (без переоценки)	2181	2181	2181
Резервный капитал			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	-678	-686	-307
Итого по разделу III	1587	1579	2572
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	2967		
Отложенные налоговые обязательства			
Оценочные обязательства			
Прочие обязательства			
Итого по разделу IV	2967		
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства		2967	2744
Кредиторская задолженность	1302	533	312
Доходы будущих периодов			
Резервы предстоящих расходов	65		

Прочие обязательства			
Итого по разделу V	1367	3500	3056
БАЛАНС	5921	5079	5628

Приложение 2

Отчет о финансовых результатах

Наименование показателя 2	2013	2014	2015
Выручка 5	5538	5381	6886
Себестоимость продаж	(4831)	(5943)	(5993)
Валовая прибыль (убыток)	707	(562)	893
Коммерческие расходы			
Управленческие расходы	(80)	(38)	(102)
Прибыль (убыток) от продаж	627	(600)	791
Доходы от участия в других организациях			
Проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы		753	736
Прочие расходы	(519)	(1085)	(1460)
Прибыль (убыток) до налогообложения	108	(932)	67
Текущий налог на прибыль			59
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)			(50)
Изменение отложенных налоговых обязательств			
Изменение отложенных налоговых активов			
Прочее	(53)	(61)	
Чистая прибыль (убыток)	55	(993)	8