

Содержание

Введение.....	8
Глава 1. Теоретические основы учета и анализа финансовых результатов предприятия.....	11
1.1. Формирование и учёт финансовых результатов.....	11
1.2. Методики анализа финансовых результатов	24
Глава 2. Экономическая характеристика ООО «Урал-Керамика»	36
2.1. Общие сведения об организации	36
2.2. Анализ основных экономических показателей	38
Глава 3. Анализ финансовых результатов ООО "Урал-Керамика"	46
3.1. Анализ отчета о финансовых результатах	46
3.2. Анализ прибыли от продаж	48
3.3. Анализ прибыли до налогообложения.....	51
3.4. Анализ прочих доходов и расходов.....	57
3.5. Анализ и распределение чистой прибыли.....	65
3.6. Показатели рентабельности предприятия.....	67
Выводы и предложения	70
Список используемой литературы	73
Приложение 1: Бухгалтерская отчетность.....	75
Приложение 2: Раздаточный материал	76

Введение

В деятельности предприятия финансовые результаты занимают одно из ведущих направлений, как в области учета, так и при анализе и аудите деятельности предприятия.

Собственники предприятий заинтересованы в максимизации прибыли, поскольку именно за счет прибыли предприятия могут развиваться, увеличивать масштабы производства, а, следовательно, и приносить больший доход своим владельцам.

Оценка финансового результата является частью финансового анализа. Она характеризуется определенной совокупностью показателей, отраженных в балансе по состоянию на определенную дату.

Финансовый результат характеризует в самом общем виде изменения в размещении средств и, источников их покрытия. Прибыль отражает положительный финансовый результат. Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социального и материального характера деятельности предприятия.

За счет прибыли выполняются внешние финансовые обязательства перед бюджетом, банками, внебюджетными фондами и другими организациями. Она характеризует степень деловой активности и финансового благополучия. По прибыли определяют уровень отдачи авансированных средств в доходность вложений и активов.

В условиях рынка субъект хозяйствования стремится, если не к максимальной прибыли, то к такой величине прибыли, которая обеспечит динамическое развитие производства в условиях конкуренции, позволит ему удержать позиции на рынке данного товара, обеспечит его выживаемость. Убытки по результатам деятельности показывают ошибки, просчеты в направлениях использования средств, ставят хозяйствующий субъект в критическое финансовое положение, не исключая банкротство.

Основная цель анализа финансового результата заключается в том, чтобы на основе объективной оценки использования финансовых ресурсов выявить внутрихозяйственные резервы укрепления финансового положения предприятия.

Для выявления финансового результата необходимо организовать учет доходов и расходов, формирующих его. Все это и обуславливает актуальность выбранной темы для дипломной работы.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ и учет финансовых результатов деятельности предприятия ООО «Урал-Керамика».

Достижению поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- раскрыть методические аспекты учетной политики предприятия по формированию финансового результата от реализации товаров, от прочей деятельности и конечного финансового результата;
- дать оценку динамики абсолютных и относительных показателей финансовых результатов;
- провести факторный анализ прибыли от продаж;
- проанализировать ликвидность баланса и определить тип финансовой устойчивости.

Теоретической и методологической основой анализа послужили труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам экономической теории, экономики предприятия, бухгалтерскому учету, анализу финансово – хозяйственной деятельности. При рассмотрении предметной области анализа использовались нормативно – правовые акты РФ, регулирующие исследуемые процессы, статистические материалы и материалы периодической печати.

В настоящее время в экономических исследованиях используются различные методики и разработки, посвященные учету, анализу и управлению затратами на предприятии.

Исследование комплексного подхода к управлению финансовыми результатами посредством учета и анализа показало необходимость дальнейшего совершенствования учетного механизма, аналитических процедур на предприятии. Предложенный подход позволяет повысить эффективность системы учета и анализа финансовых результатов на предприятии.

Данная выпускная квалификационная работа состоит из содержания, введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

В первой главе мы раскрываем теоретические основы учета и анализа финансовых результатов предприятия.

Во второй главе раскрываем экономическую характеристику ООО «Урал-Керамика».

В третьей главе приводится непосредственно анализ финансовых результатов на примере ООО «Урал-Керамика».

Глава 1. Теоретические основы учета и анализа финансовых результатов предприятия.

1.1 Формирование и учёт финансовых результатов.

Финансовые результаты – это системное понятие, которое отражает совместный результат от производственной и коммерческой деятельности предприятия в виде выручки от реализации, а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли и чистой прибыли.

Финансовый результат завершает цикл деятельности предприятия, связанный с производством и реализацией продукции (выполненных работ, оказанных услуг) и одновременно выступает необходимым условием следующего витка его деятельности. Высокие значения финансовых результатов деятельности предприятия обеспечивают укрепление бюджета государства посредством налоговых изъятий, способствуют росту инвестиционной привлекательности предприятия, его деловой активности в производственной и финансовой сферах. Отсюда определение экономического содержания финансового результата деятельности предприятия, изучение его видов, раскрытие задач анализа и формирование методики проведения анализа занимают одно из центральных мест в комплексном экономическом анализе хозяйственной деятельности.

Для любого предприятия получение финансового результата означает признание обществом (рынком) результатов его деятельности или получение результатов от реализации произведенного на предприятии продукта в форме продукции, работ или услуг. Тогда конечным финансовым результатом для предприятия будет выступать сальдо результата от реализации и расходов, понесенных им для его получения. Для государства конечным финансовым результатом деятельности коммерческого предприятия будет являться налог, содержащийся в его составе. Для собственника, инвестора конечный финансовый результат представляет собой распределенную в его пользу

часть прибыли после налогообложения [7]. Оставшаяся прибыль после ее налогообложения и выплат дивидендов собственникам, процентов кредиторам есть чистый конечный финансовый результат предприятия для его производственного и социального развития.

Основными задачами анализа финансовых результатов деятельности предприятия являются:

- оценка выполнения плана выпуска и реализации продукции и получение прибыли;
- определение влияния факторов на объем реализации продукции и финансовые результаты;
- выявление резервов увеличения объема реализации рентабельной продукции и суммы прибыли.

Целью деятельности предприятия является извлечение прибыли для ее капитализации, развития бизнеса, обогащения собственников, акционеров и работников [16]. Так, на счете 90 «Продажи» формируется финансовый результат хозяйственной деятельности, который отражается в «Отчете о финансовых результатах» в двух показателях: валовая прибыль и прибыль от продаж. Если валовая прибыль рассчитывается как разность между выручкой от продаж и себестоимостью реализованной продукции, то прибыль от продаж формируется как разность между выручкой от продаж и полной себестоимостью. Реализованной продукции, включающей в себя себестоимость реализованной продукции, коммерческие и управленческие расходы.

Отчет о финансовых результатах относится к числу основных форм бухгалтерской отчетности коммерческих организаций.

Он дает представление о финансовых результатах хозяйственной деятельности организации за отчетный период. Годовой отчет о финансовых результатах обобщает информацию о финансовых результатах отчетного года и входит в состав годовой отчетности, отчет, формируемый с нарастающим итогом за каждый месяц (квартал), — в состав промежуточной

отчетности. Отчет о финансовых результатах, как и бухгалтерский баланс, составляется на основе двух основополагающих принципов - метода начисления и допущения непрерывности деятельности организации.

Значение отчета о финансовых результатах определяется ролью прибыли как показателя оценки эффективности хозяйственной деятельности коммерческой организации, а также источника финансирования расширенного воспроизводства. На формирование прибыли оказывают воздействие производственные и финансовые факторы, а также содержание учетной политики в области ведения бухгалтерского учета и налогообложения. Показатели финансовых результатов хозяйственной деятельности организации отражают компетентность руководства и качество управленческих решений. Поэтому отчет о финансовых результатах в современной аналитической практике рассматривается как источник информации об уровне экономической эффективности хозяйственной деятельности организации. Он используется для выявления и анализа тенденций формирования финансовых результатов и оценки управленческих решений за отчетный период.

Показатели доходов и расходов, прибылей и убытков отражаются в отчете о финансовых результатах за два сопоставимых периода, но если организация сочтет целесообразным, то информация может быть приведена за три и более отчетных периода в сопоставимом виде. Графа 4 отчета заполняется на основе данных графы 3 отчета за предыдущий год. Если данные за аналогичный период предыдущего года не сопоставимы с данными за отчетный период, то они подлежат корректировке исходя из изменений учетной политики, законодательных и иных нормативных актов. При этом исправления в бухгалтерском учете не делаются.

Четкое представление о характере доходов и расходов дает возможность организации правильно оценивать их структуру и динамику, генерировать доходы и контролировать расходы, а также позволяет увязывать выводы об изменениях в финансовом состоянии организации с

оценкой финансового результата. В этом контексте крайне важной является информация о не денежных операциях организации. ПБУ 9/99 определяет порядок раскрытия информации в отношении выручки, полученной в результате выполнения договоров, предусматривающих исполнение обязательств не денежными средствами [4]. Как минимум, подлежит раскрытию следующая информация:

- общее количество организаций, с которыми осуществляются такие договоры, с указанием организаций, на которые приходится основная часть такой выручки;
- доля этой выручки;
- способ определения стоимости продукции (товаров), переданной организацией.

Рассмотрим порядок формирования показателей отчета о прибылях и убытках:

Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей представляет собой выручку от продажи продукции и товаров; поступления, связанные с выполнением работ и оказанием услуг, а также поступления от хозяйственных операций, связанных с отдельными фактами хозяйственной деятельности.

Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг отражает учтенные затраты на производство продукции (работ, услуг) в доле, относящейся к проданной продукции (работам, услугам). Расходы по обычным видам деятельности как основные операционные расходы расшифрованы соответственно структуре доходов, что позволяет оценивать тенденции формирования валовой прибыли.

Валовая прибыль представляет собой разницу между выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ, услуг. Это расчетный аналитический показатель, имеющий значение как показатель промежуточного дохода.

Коммерческие расходы - это затраты, связанные со сбытом продукции, а также издержки обращения [12].

К управленческим расходам относятся общехозяйственные расходы.

Прибыль (убыток) от продаж образуется как результат покрытия валовой прибылью коммерческих и управленческих расходов.

Остальные виды прочих доходов и расходов включены в самостоятельный раздел отчета «Прочие доходы и расходы» на основе их признания в соответствии с ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99 [5].

Прибыль (убыток) до налогообложения определяется в результате сопоставления доходов от обычных видов деятельности и прочих доходов со всеми расходами, отраженными в «Отчете о финансовых результатах». Она уменьшается на сумму текущего налога, на прибыль, и таким образом определяется величина чистой прибыли отчетного года.

Информация об отложенных налоговых активах, отложенных налоговых обязательствах, постоянных налоговых обязательствах / активах приводится в отчете на основании правил, сформулированных в ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль», утвержденном Приказом Минфина России № 114н [6]. Эта часть отчета о прибылях и убытках изменена таким образом, чтобы пользователи бухгалтерской информации получили представление о взаимосвязи показателей бухгалтерской и налогооблагаемой прибыли, а также о различиях налога на бухгалтерскую прибыль (убыток) и налога на налогооблагаемую прибыль, отраженного в налоговой декларации по налогу на прибыль.

Отчет о финансовых результатах включает справочную часть - данные о базовой и разводненной прибыли (убытке) на акцию.

Эта информация может быть отражена только в годовых отчетах акционерных обществ. При этом любая существенная для пользователей отчетности информация в отношении показателей прибыли (убытка) на акцию подлежит раскрытию в пояснительной записке.

По итогам отчетного года величина чистой прибыли, отраженная на счете 99 «Прибыли и убытки», переносится на счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» заключительными записями декабря: Дт 99 Кт 84, субсчет «Прибыль, подлежащая распределению».

Чистая прибыль является основным показателем для объявления дивидендов акционерам, а также источником средств, направляемых на увеличение уставного и резервного капитала, капитализации прибыли организации. Заключительными записями декабря отчетного года чистая прибыль переносится на счет 84 «Нераспределенная прибыль», которая по существу должна быть равна нераспределенной прибыли, если организация в течение года не использовала в исключительных случаях чистую прибыль на покрытие текущих расходов по внутрихозяйственным программам.

Чистая (нераспределенная) прибыль характеризует реальный прирост (наращение) собственного капитала организации. В связи с этим в научной и учебной литературе по финансовому анализу при желании можно найти различные определения понятия «финансовый результат» в зависимости от того какая сторона деятельности в каждом конкретном случае рассматривается. В целом в понятие «финансовый результат» вкладывается определенный экономический смысл: либо превышение (снижение) стоимости произведенной продукции над затратами на ее производство; либо превышение стоимости реализованной продукции над полными затратами, понесенными в связи с ее производством и реализацией; либо превышение чистой (нераспределенной) прибыли над понесенными убытками, что в конечном итоге является финансово-экономической базой приращения собственного капитала организации. Кроме того, положительный финансовый результат свидетельствует также об эффективном и целесообразном использовании активов организации, ее основного и оборотного капитала.

Предприятия получают основную часть прибыли от реализации товаров [9]. Прибыль от реализации товаров определяют, как разницу между

выручкой от реализации товаров в действующих ценах без НДС и затратами на реализацию.

Учет доходов и расходов, связанных с обычными видами деятельности и определение финансового результата по ним ведется на счете 90 «Продажи» по субсчетам: 90-1 «Выручка», 90-2 «Себестоимость продаж», 90-3 «Налог на добавленную стоимость», 90-9 «Прибыль/убыток от продаж» [1].

В течение года записи по субсчетам счета 90 ведутся нарастающим итогом. По кредиту субсчета 90-1 и дебету счета 62 отражается выручка от продажи товаров.

Одновременно себестоимость проданной продукции, товаров, работ, услуг списывается с кредита счета 44 «Расходы на продажу» в дебет субсчета 90-2. Причитающиеся к получению от покупателя (заказчика) налог на добавленную стоимость, по дебету субсчетов 90-3 и кредиту счета 68.

По окончании месяца расчетным путем (без закрытия субсчетов) на счете 90 определяется финансовый результат путем сопоставления кредитового оборота по субсчету 90-1 «Выручка» с общим дебетовым оборотом по субсчетам 90-2 «Себестоимость продаж», 90-3 «Налог на добавленную стоимость».

Полученный результат ежемесячно списывается с субсчета 90-9 «Прибыль/убыток от продаж» на счет 99 «Прибыли и убытки».

Если компания получила прибыль, то составляется проводка:

Д 90-9К 99- в отчетном периоде получена прибыль от основной деятельности.

Если получен убыток от продажи, то проводка будет следующей:

Д 99К 90-9- в отчетном периоде получен убыток от основной деятельности.

Таким образом, в течение года субсчета 90-1, 90-2, 90-3 и 90-9 счета 90 на отчетную дату имеют сальдо, а синтетический счет 90 – сальдо не имеет [13].

По окончании отчетного года субсчета 90-1, 90-2, 90-3, открытые к счету 90, списываются на субсчет 90-9 «Прибыль/убыток от продаж»:

Закрытие субсчета «Выручка от продажи» - Д 90-1 К 90-9;

Закрытие субсчета «Себестоимость продаж» - Д 90-9 К 90-2;

Закрытие субсчета «Налог на добавленную стоимость» - Д 90-9 К 90-3.

Учет прочих доходов и расходов отчетного периода, ведется на счете 91 «Прочие доходы и расходы» по субсчетам: 91-1 «Прочие доходы», 91-2 «Прочие расходы», 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов».

В течение года записи по субсчетам счета 91 ведутся нарастающим итогом. По кредиту субсчета 91-1 могут быть отражены следующие операции:

- поступления, связанные с предоставлением за плату активов организации (Д 51, 76/5, К 91-1);

- поступления от продажи и списания основных средств и иных активов (Д 76/5, К 91-1);

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров, полученные или признанные к получению (Д 51, 76/5, К 91-1);

- безвозмездно полученные активы (Д 98, К 91-1);

- прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году (Д 60, 76/5, К 91-1);

- суммы кредиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности (Д 60, 76/5 К 91-1);

По дебету субсчета 91-2 в течение года отражаются:

- остаточная стоимость амортизируемых активов и фактическая себестоимость других активов, списываемых организацией (Д 91-2 К 01, 04, 10);

- расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов (Д 91-2 К 60, 69, 70);

- суммы налогов, уплачиваемых по законодательству за счет финансовых результатов (Д 91-2 К 68);

- проценты по кредитам и займам (Д 91-2 К 66, 67);
- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров, уплаченные или признанные к уплате (Д 91-2 К 51, 76);
- убытки прошлых лет, признанные в отчетном году (Д 91-2 К 02, 05, 69, 70);
- суммы дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности, (Д 91-2 К 62, 76);

По окончании месяца расчетным путем (без закрытия субсчетов) на счете 91 определяется финансовый результат путем сопоставления кредитового оборота по субсчету 91-1 «Прочие доходы» с дебетовым оборотом по субсчету 91-2 «Прочие расходы».

Полученный результат ежемесячно списывается с субсчета 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов» на счет 99 «Прибыли и убытки»:

Прибыль от прочей деятельности-Д 91-9 К 99

Убыток от прочей деятельности-Д 99 К 91-9

Таким образом, в течение года субсчета 91-1, 91-2 счета 91 на отчетную дату имеют сальдо, а синтетический счет 91 сальдо не имеет.

По окончании отчетного года субсчета 91-1, 91-2 (кроме 91-9), открытые к счету 91, списываются на субсчет 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов»:

1. Списаны прочие доходы- Д 91-1 К 91-9

2. Списаны прочие расходы- Д 91-9 К 91-2

Бухгалтерский учет финансовых результатов определяют путем подсчета и балансирования всех прибылей и убытков (потерь) за отчетный период. Для этой цели служит активно-пассивный счет 99 «Прибыли и убытки».

По кредиту счета 99 отражаются прибыли и доходы, по дебету – убытки и потери. Операции отражаются на счете Прибылей и убытков по так называемому кумулятивному принципу: показатели прибылей и убытков

накапливаются на счете нарастающим итогом с начала отчетного года. Сальдо по счету 99 определяется как разность между всей суммой прибыли, отраженной по кредиту счета 99, и всей суммой убытков, отраженных по дебету счета 99, с начала отчетного года.

Далее рассмотрим порядок формирования финансового результата на счете 99.

Таблица 1

Порядок формирования финансового результата.

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
1. Отражена выручка от продажи товаров	62-1	90-1
2. Списан НДС по проданным товарам	90-3	68
3. Списана себестоимость проданных товаров	90-2	41
4. Списаны коммерческие расходы	90-7	44-1
5. Прибыль от продажи	90-9	99-9
6. Сальдо прочих доходов и расходов за отчетный период	99-9	91-9
7. Платежи в бюджет	99-9	68
8. Реформация баланса	99-9	84

На счет 99 в течение отчетного года относятся:

- результаты (прибыли или убытки) от обычных видов деятельности в корреспонденции со счетом 90 «Продажи»;

- сальдо прочих доходов и расходов за отчетный период – в корреспонденции со счетом 91 «Прочие доходы и расходы»;
- начисленные платежи налога на прибыль и платежи по перерасчетам по этому налогу из фактической прибыли, а также суммы причитающихся налоговых санкций – в корреспонденции со счетом 68 «Расчеты по налогам и сборам».

В бухгалтерском балансе финансовый результат отчетного периода отражается как нераспределенная прибыль, то есть конечный финансовый результат, выявленный за отчетный период, за минусом причитающихся за счет прибыли налогов и платежей, включая санкции за несоблюдение правил налогообложения. По окончании года счет 99 закрывается списанием полученного па конец года финансового результата на счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Правила формирования в бухгалтерском учете информации о расходах и доходах организации установлены ПБУ 10/99 «Расходы организации» и ПБУ 9/99 «Доходы организации».

Доходами организации, как подчеркивается в ПБУ 9/99, признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств и иного имущества) или погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала организации. Сюда, однако, не включаются вклады участников (собственников) в уставный капитал[4].

Доходы содержат следующие статьи:

- выручку от продаж товаров, продукции (работ, услуг);
- проценты и дивиденды к получению;
- арендную плату;
- поступления от продажи основных средств и другого имущества;
- чрезвычайные доходы и т.п.

Не могут признаваться доходами организации, как указывается в ПБУ 9/99, различные поступления от других юридических и физических лиц:

- сумм НДС, акцизов, налога с продаж, экспортных пошлин и иных аналогичных обязательств платежей;
- авансов в счет оплаты продукции, товаров и услуг;
- задатка;
- залога, если договором предусмотрена передача заложенного имущества залогодержателю;
- по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала.

Доходы классифицируются на две группы:

- доходы от обычных видов деятельности;
- прочие доходы.

Получение доходов от обычных видов деятельности носит основной и регулярный характер и связано с обычной производственно-коммерческой, финансовой или инвестиционной деятельностью организации.

Прочими доходами являются поступления, чаще всего носящие нерегулярный характер, от не основных видов деятельности.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (имущества, денежных средств) или возникновения обязательств, уменьшающих капитал организации, за исключением уменьшения вкладов в уставный капитал собственников имущества по их решению.

Согласно ПБУ 10/99 не признается расходами организации выбытие активов, связанное с:

- приобретением внеоборотных активов;
- вложениями в уставный капитал других организаций;
- приобретением акций акционерных обществ и иных ценных бумаг не для перепродажи;
- перечислением средств и взносов, связанных с благотворительной деятельностью;

- расходами на осуществление спортивных мероприятий, отдыха, развлечений;
- предварительной оплатой материально-производственных запасов и иных ценностей (работ и услуг);
- погашением кредита, займа;
- договорами комиссии, агентскими и аналогичными договорами в пользу комитента.

Расходы также классифицируются на две группы:

- расходы по обычным видам деятельности;
- прочие расходы.

ПБУ 10/99 для отдельных видов деятельности установлены особенности в отношении связанных с ними расходов [5].

Так, если предметом деятельности организации является предоставление за плату во временное владение и пользование ее активов, прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности, участие в уставных капиталах других организаций, ее расходы по общему правилу относятся к прочим расходам.

Но, если перечисленные виды являются для организации предметом ее деятельности, расходы будут считаться расходами по обычным видам деятельности.

К расходам по обычным видам деятельности относится также возмещение стоимости амортизируемых активов, осуществляемых в виде амортизационных отчислений. Однако, если перечисленные ранее виды деятельности не являются для организации основными, амортизация по таким активам будет считаться прочим расходом.

Таким образом, расходами от обычных видов деятельности признаются расходы, которые носят основной и регулярный характер и связано с обычной производственно-коммерческой, финансовой или инвестиционной деятельности организации.

Знание о составляющих элементах доходов и расходов организации, порядке формирования доходов и отнесения расходов на соответствующие статьи бухгалтерского учета позволят: качественно оценить характер их возникновения и содержание; осуществлять контроль за их движением и состоянием; выявлять факторы, оказавшие влияние на увеличение (снижение) доходов и расходов.

1.2. Методика анализа финансовых результатов.

Основной целью финансовых результатов является получение небольшого числа ключевых параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами. При этом аналитика и менеджера может интересовать как текущее финансовое состояние предприятия, так и его проекция на ближайшую или более отдаленную перспективу, то есть ожидаемые параметры финансового состояния [19].

Цели анализа достигаются в результате решения определенного взаимосвязанного набора аналитических задач. Аналитическая задача представляет собой конкретизацию целей анализа с учетом организационных, информационных, технических и методических возможностей проведения анализа.

Оценка финансовой деятельности предприятия осуществляется на основе бухгалтерской отчетности [8].

Дедуктивный метод (изучение от общего к частному) является основным при чтении (анализе) финансовых отчетов. Он должен применяться многократно. В ходе такого анализа как бы воспроизводится историческая и логическая последовательность хозяйственных факторов и событий, направленность и сила влияния их на результаты деятельности.

Практика анализа финансовых результатов выработала следующие шесть основных правил чтения (методику анализа) финансовых отчетов:

1. Горизонтальный анализ — сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом;

2. Вертикальный анализ — определение структуры итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом;

3. Трендовый анализ — сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение тренда, т.е. основной тенденции динамики показателя, очищенной от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов. С помощью тренда формируют возможные значения показателей в будущем, и, следовательно, ведется перспективный прогнозный анализ;

4. Анализ относительных показателей — расчет отношений между отдельными позициями отчета или позициями разных форм отчетности, определение взаимосвязей показателей;

5. Сравнительный анализ — анализ, который включает как межхозяйственный анализ показателей данной фирмы с показателями конкурентов, со среднеотраслевыми и средними хозяйственными данными, так и внутривозможный анализ сводных показателей отчетности по отдельным показателям фирмы, дочерних фирм, подразделений и пр.;

6. Факторный анализ — анализ влияния отдельных факторов на результативный показатель с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования. Причем факторный анализ может быть, как прямым, когда результативный показатель дробят на составные части, так и обратным (синтез), когда его отдельные элементы соединяют в общий результативный показатель [11].

Финансовые результаты деятельности предприятия находят отражение в системе показателей. Большое количество показателей, характеризующих финансовые результаты деятельности предприятия, создает методические

трудности их системного рассмотрения. Различия в назначении показателей затрудняют выбор каждым участником товарного обмена тех из них, которые в наибольшей степени удовлетворяют его потребности в информации о реальном состоянии данного предприятия. Например, администрацию предприятия интересуют масса полученной прибыли и ее структура, факторы, воздействующие на ее величину. Налоговые инспекции заинтересованы в получении достоверной информации о всех слагаемых балансовой прибыли: прибыли от реализации продукции, прибыли от реализации имущества, внереализационных результатах деятельности предприятия и др. Анализ каждого слагаемого прибыли предприятия имеет не абстрактный, а вполне конкретный характер, потому что позволяет учредителям и акционерам выбрать значимые направления активизации деятельности предприятия. Другим участникам рыночных отношений анализ прибыли позволяет выработать необходимую стратегию поведения, направленную на минимизацию потерь и финансового риска от вложений в данное предприятие.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия включает в качестве обязательных элементов исследование:

1. изменений каждого показателя за текущий анализируемый период;
2. структуры соответствующих показателей и их изменений;
3. динамики изменений показателей финансовых результатов за ряд отчетных периодов.

Для анализа и оценки уровня и динамики показателей финансовых результатов деятельности предприятия составляется таблица, в которой используются данные отчетности предприятия из отчета о финансовых результатах [18].

Прибыль от реализации товарной продукции в общем случае находится под воздействием следующих факторов:

- изменение объема реализации;

- изменение структуры продукции;
- изменение отпускных цен на реализованную продукцию;
- изменение цен на сырье, материалы, топливо;
- изменение уровня затрат материальных и трудовых ресурсов.

Исходные данные для факторного анализа прибыли от продажи товарной продукции являются следующие показатели:

- Выручка от реализации (без НДС, акциза и других отчислений из выручки)
- Полная себестоимость реализованной продукции
- Прибыль от реализации продукции

Сравнивая сумму прибыли, предшествующего года и условную, рассчитанную исходя из фактического объема и ассортимента продукции отчетного года, но при ценах и себестоимости базового (предшествующего) года, узнаем, насколько она изменилась за счет объема и структуры реализованной продукции [14].

Чтобы найти влияние только объема продаж, умножим сумму прибыли базового года на процент прироста объема реализации в оценке по себестоимости или в условно-натуральном выражении и результат разделим на 100.

Определим влияние структурного фактора ($\Delta\Pi_{(стр.)}$):

$$\Delta\Pi_{(стр.)} = \Delta\Pi_{(ц),стр.} - \Delta\Pi_{(ц)} \quad (1)$$

Влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли ($\Delta\Pi_{(ц)}$) устанавливается сравнением фактической себестоимости реализованной продукции в отчетном году с условным показателем, рассчитываемым в ценах базового года:

Изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию ($\Delta\Pi_{(ц)}$) устанавливается сопоставлением фактической выручки отчетного года с условной, которую предприятие получило бы за фактический объем реализации при ценах базового периода:

Общее изменение суммы прибыли:

$$\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0 \quad (2)$$

Расчет влияния факторов на изменение прибыли от продаж.

На изменение прибыли от продаж оказывают влияние три фактора: выручка, себестоимость и коммерческие расходы.

Определим влияние каждого из факторов следующим образом:

Изменение суммы прибыли за счет:

- изменения выручки от продаж:

$$\Delta \Pi_1 = V_0 - C_1 - K_1 \quad (3)$$

$\Pi_1 - \Delta\Pi_1 = \Pi_x$ влияние первого фактора

- изменение себестоимости:

$$\Delta \Pi_2 = V_1 - C_0 - K_1 \quad (4)$$

$\Pi_1 - \Delta\Pi_2 = \Pi_y$ влияние второго фактора

- изменение коммерческих расходов:

$$\Delta \Pi_3 = V_1 - C_1 - K_0 \quad (5)$$

$\Pi_1 - \Delta\Pi_3 = \Pi_z$ влияние третьего фактора

- общее влияние:

$$\Pi_x + \Pi_y + \Pi_z = \Delta\Pi \quad (6)$$

Факторная модель для анализа прибыли до налогообложения:

$$\text{Пдо н/о} = В - С - КР - \%кУ + ПД - ПР \quad (7)$$

Рентабельность представляет собой соотношение дохода и капитала, вложенного в создание этого дохода. Увязывая прибыль с вложенным капиталом, рентабельность позволяет сравнить уровень доходности предприятия с альтернативным использованием капитала или доходностью, полученной предприятием при сходных условиях риска.

Более рискованные инвестиции требуют более высокой прибыли, чтобы они стали выгодными. Так как капитал всегда приносит прибыль, для измерения уровня доходности прибыль, как вознаграждение за риск, сопоставляется с размером капитала, который был необходим для образования этой прибыли.

Рентабельность является показателем, комплексно характеризующим эффективность деятельности предприятия.

При его помощи можно оценить эффективность управления предприятием, так как получение высокой прибыли и достаточного уровня доходности во многом зависит от правильности и рациональности принимаемых управленческих решений. Поэтому рентабельность можно рассматривать как один из критериев качества управления.

По значению уровня рентабельности можно оценить долгосрочное благополучие предприятия, то есть способность предприятия получать достаточную прибыль на инвестиции.

Для долгосрочных кредиторов инвесторов, вкладывающих деньги в собственный капитал предприятия, данный показатель является более надежным индикатором, чем показатели финансовой устойчивости и ликвидности, определяющиеся на основе соотношения отдельных статей баланса.

Устанавливая связь между суммой прибыли и величиной вложенного капитала, показатель рентабельности можно использовать в процессе прогнозирования прибыли. В процессе прогнозирования с фактическими и ожидаемыми инвестициями сопоставляется прибыль, которую предполагается получить на эти инвестиции. Оценка предполагаемой

прибыли базируется на уровне доходности за предшествующие периоды с учетом прогнозируемых изменений.

Кроме того, большое значение рентабельность имеет для принятия решений в области инвестирования, планирования, при составлении смет, координировании, оценке и контроле деятельности предприятия и ее результатов.

Таким образом, можно сделать вывод, что показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и систематизируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Экономическая целесообразность функционирования предприятия оценивается не только абсолютными и относительными показателями. Относительными являются системы показателей рентабельности.

В широком смысле рентабельности означает прибыльность, доходность. Предприятие считается рентабельным, если результаты от реализации продукции (работ, услуг) кроме того образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия.

Экономическая сущность рентабельности может быть раскрыта только через характеристику системы показателей. Общий их смысл – определения суммы прибыли с одного рубля вложенного капитала. И поскольку это относительные показатели – они практически не подвержены влиянию инфляции.

Основными показателями рентабельности являются следующие:

1) Рентабельность активов (имущества) (R_a) показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого рубля, вложенного в активы:

$$R_a = \frac{Пг}{A} \quad (8)$$

где A – средняя величина активов (валюта баланса);

$Пг$ – прибыль чистая.

2) Рентабельность текущих активов ($R_{та}$) показывает сколько

прибыли получает предприятие с одного рубля, вложенного в текущие активы:

$$P_{та} = \frac{\Pi_{г}}{Т_{а}} \quad (9)$$

где T_a – текущие активы.

3) Рентабельность инвестиции ($P_{и}$) – показатель, отражающий эффективность использования средств, инвестированных в предприятие. В странах с рыночной экономикой этот показатель выражает оценку «мастерства» управления инвестициями

$$P_{и} = \frac{\Pi}{СК + ДО} \quad (10)$$

где Π – балансовая сумма прибыли за период;

$СК$ – средняя величина собственного капитала;

$ДО$ – средняя величина долгосрочных обязательств.

4) Рентабельность собственного капитала ($P_{ск}$) отражает долю прибыли в собственном капитале

$$P_{ск} = \frac{\Pi_{г}}{СК} \quad (11)$$

где $СК$ – средняя величина собственного капитала.

5) Рентабельность основной деятельности ($P_{д}$) – показывает, какова доля прибыли от реализации (работ, услуг) основного вида деятельности в сумме затрат на производство

$$P_{д} = \frac{\Pi_{р}}{З} \quad (12)$$

где Π_r – прибыль от реализации;

$З$ – затраты на производство продукции.

6) Рентабельность производства (фондов) $P_{пф}$ – показывает, насколько эффективна отдача производственных фондов

$$P_{пф} = \frac{\Pi}{ОПФ + МОС} \quad (13)$$

где $ОПФ$ – средняя величина основ;

МОС–средняя величина материальных оборотных средств.

7) Рентабельность реализуемой продукции (R_p) – показывает размер прибыли на рубль реализуемой продукции

$$R_p = \frac{\Pi_2}{V_p} \quad (14)$$

где v_p – выручка от реализованной продукции (работ, услуг).

Этот показатель свидетельствует об эффективности не только хозяйственной деятельности, но и процессов ценообразования. Его целесообразно рассчитывать, как по общему объему, так и по отдельным видам.

8) Модифицированным показателем рентабельности продукции является рентабельность объема продаж (R_{prod}):

$$R_{prod} = \frac{\Pi_p}{V_p} \quad (15)$$

где Π_p – прибыль от реализации.

Показатели рентабельности можно объединить в четыре группы:

- показатели, рассчитанные на основе прибыли;
- показатели, рассчитанные на основе производственных активов;
- показатели, рассчитанные на основе потоков денежной наличности;
- показатели, рассчитанные на основе рентабельности отдельных видов

продукции.

Первым этапом факторного анализа рентабельности является оценка рентабельности объема продаж и расчетов факторов, влияющих на ее состояние (изменение цены продукции и ее себестоимости). С этой целью модифицируем формулу

$$R_{prod} = \frac{\Pi_p}{V_p} = \frac{V_p - S}{V_p} \quad (16)$$

где S – себестоимость реализации, включая коммерческие и управленческие расходы и составим аналитическую таблицу.

Рассчитаем влияние изменения цены и себестоимости реализованной

продукции методом цепных подстановок.

1. Изменение рентабельности объема продаж за счет изменения цены реализации

$$(\Delta P_{\text{прод. Цены}}) \Delta P_{\text{прод}} = \frac{V_{p1} - S_0}{V_{p1}} - \frac{V_{p1} - S_0}{V_{p0}} \quad (17)$$

2. Изменение рентабельности объема продаж за счет увеличения себестоимости реализации

$$\Delta P_{\text{про}} = \frac{V_{p1} - S_1}{V_{p1}} - \frac{V_{p1} - S_0}{V_{p1}} \quad (18)$$

3. Проверим соответствие общего применения рентабельности продаж и совокупность влияния факторов

$$\Delta P_{\text{прод}} = \Delta P_{\text{прод}} (\Delta P_{\text{цены}}) + \Delta P_{\text{прод}} (\Delta S) \quad (19)$$

Следующий этап анализа – исследование взаимосвязи между показателями рентабельности активов, оборачиваемости активов и рентабельности реализованной продукции:

$$P_a = \frac{\Pi_z}{A} = \frac{V_p}{A} + \frac{\Pi_z}{V_p} \quad (20)$$

Кроме того, через рентабельность активов можно оценить деловую активность предприятия через оборачиваемость активов. Формула указывает на пути повышения рентабельности средств:

- при низкой прибыльности продукции необходимо стремиться к ускорению оборачиваемости активов и его элементов;
- и наоборот – низкая деловая активность предприятия может быть компенсирована только снижением затрат на производство продукции или ростом цен на продукцию, т.е. повышением рентабельности продукции.

Факторный анализ рентабельности активов рассчитываем методом цепных подстановок.

1. Определим изменение рентабельности активов за счет ускорения оборачиваемости активов

$$\Delta Pa(\Delta Oa) = Oa' \times Pn^o - Pa^o \quad (21)$$

2. рассчитаем изменение рентабельности активов за счет снижения рентабельности реализованной продукции $\Delta Pa(\Delta Pn)$

$$\Delta Pa = Pa' - Oa' \times Pn^o \quad (22)$$

Проверим соответствие общего изменения рентабельности активов суммы влияния факторов:

$$\Delta Pa = \Delta Pa(\Delta Oa) + \Delta Pa(\Delta n) \quad (23)$$

$$\left(Pn\phi = \frac{\Pi}{ОПФ + МОА} \right) \quad (24)$$

Показатель рентабельности производства находится в прямой зависимости от рентабельности продукции и обратной зависимости от изменения фондоемкости продукции.

Повышение рентабельности продукции обеспечивается снижением себестоимости единицы продукции. Чем лучше используются ОПФ, тем ниже фондоемкость, выше фондоотдача и как следствие этого рост рентабельности производства. При улучшении использования материальных оборотных средств снижается их величина, приходящаяся на 1 рубль реализованной продукции. Следовательно, фактор ускорения оборачиваемости материальных оборотных средств являются одновременно факторами роста рентабельности производства.

При анализе рентабельности производства исходные формулы модифицируются путем деления числителя и знаменателя на объем реализованной продукции. Тогда модель имеет вид:

$$Pn = \frac{Pn\phi \delta}{Ka.os + \Phi e} = \frac{\frac{\Pi(Vp - S)}{Vp}}{\frac{ОПФ}{Vp} + \frac{МОА}{Vp}} \quad (25)$$

где Φe - фондоемкость ОПФ;

$Ka.os$ - коэффициент закрепления материальных оборотных средств.

Следующим этапом анализа является оценка влияния рентабельности отдельных изделий на общую рентабельность реализованной продукции (рентабельность продаж).

Анализ проводят в следующей последовательности:

- определяют удельный вес каждого вида продукции в общем объеме реализации;

- рассчитывают индивидуальные показатели рентабельности отдельных видов продукции;

- определяют влияние рентабельности отдельных изделий на ее средний уровень для всей реализованной продукции путем умножения индивидуальной рентабельности на долю изделия в общем объеме реализации;

- определяют влияние, связанное с изменением индивидуальной рентабельности выпускаемых изделий, путем умножения разности между рентабельностью отчетного периода и базисного на долю изделия в отчетном периоде;

- определяют влияние структурного фактора путем умножения рентабельности базисного периода на разность удельного веса изделия отчетного периода и базисного.

Поскольку информационной базой для анализа являются данные бухгалтерского учета, то этот вид анализа возможен лишь при аналитическом учете затрат по видам продукции. Такой анализ позволяет установить влияние производства и сбыта отдельных изделий на общую рентабельность в условиях сложившейся структуры реализованной продукции, а также оценить рациональность самой структуры реализации.

Глава 2. Экономическая характеристика ООО «Урал-Керамика».

2.1. Общие сведения об организации.

Общество с ограниченной ответственностью «Урал-Керамика» находится по адресу Россия, 650051, Кемеровская область, город Кемерово, проспект Кузнецкий, 234, тел. (3842)37-77-11. Зарегистрировано 13 мая 1993 года. Величина уставного капитала на конец 2015 года составило- 8 568 806 рублей. Количество учредителей-1(физическое лицо). Средняя численность персонала- 30 человек.

Основными видами деятельности является реализация керамической плитки ведущих российских производителей и производство мирового бренда Kerama Marazzi. Керамическая плитка реализуется через оптовую и розничную сеть, представленную семью магазинами: четыре в городе Кемерово и три в городе Новокузнецк.

Группа Kerama Marazzi- ведущий российский производитель керамической плитки и керамического гранита. Входит в состав концерна Marazzi Group, крупнейшего производителя строительной керамики в мире, крупнейшего итальянского инвестора в экономику России. В составе производственно- коммерческой Группы Kerama Marazzi два предприятия: завод по производству керамической плитки «Велор» (г. Орел), завод по производству керамического гранита «Kerama Marazzi» (Московская область, пос. Малино).

Основную прибыль предприятию приносит именно этот вид деятельности. Этот товар имеет достаточно стабильный рынок, пользуется спросом и поэтому приносит регулярный доход. Присутствует лишь сезонные колебания, которые связаны со снижением строительства объектов в зимнее время, майскими посадочными и сентябрьскими уборочными работами, а также длительными новогодними праздниками [26].

На предприятии постоянно ведется работа по повышению уровня продажи продукции и ее стойкости при хранении, по усовершенствованию и внешнему оформлению выставочных залов. Также проводится постоянная работа с предприятиями, торгующими продукцией завода.

Предприятие имеет обособленное подразделение в городе Новокузнецке с тремя розничными магазинами и складом, расположенными в Центральном и Куйбышевском районах. Общая площадь складских помещений составляет 1800 кв.м., из них 1500 кв.м. находится в собственности.

Общая площадь торговых площадей составляет около 700 кв.м., из них 400 кв.м. находится в собственности.

Структурные подразделения включают в себя:

1. Администрация
2. Бухгалтерия
3. Торговый отдел
4. Оптовый отдел
5. Отдел кадров
6. Работника склада
7. Юридический отдел
8. Информационный отдел.

Деятельность компании с налогового законодательства можно разделить на две группы:

1. Розничная торговля строительными материалами, которая попадает под Единый налог на вмененный доход.
2. Оптовая торговля строительными материалами, которая находится на общей системе налогообложения.

2.2 Анализ основных экономических показателей.

Розничный товарооборот (РТО) является одним из основных показателей, по которому оценивается хозяйственная деятельность предприятий торговли. Розничный товарооборот (объем продаж) оказывает влияния на все показатели хозяйственной деятельности предприятия. [17, с.471]

Определим удельный вес, который занимает товарооборот (ТО) каждого квартала в общем товарообороте предприятия за 2015 год по данным таблицы 2.

Таблица 2

Розничный товарооборот предприятия

Период	РТО (тыс.руб.)		Удельный вес РТО, %		% выполнения
	План	Факт	План	Факт	
1 квартал	16840	17000	25,98	24,00	100,95
2 квартал	17000	16520	26,24	23,34	97,17
3 квартал	16150	19300	24,93	27,26	119,50
4 квартал	14810	17985	22,85	25,40	121,44
Итого	64800	70805	100	100	109,26

$$D = f_i \times \sum f_i \times 100\%,$$

где f_i - частота повторений признака

D – удельный вес (доля частей)

$$D_{1 \text{ квартал план}} = 16840/64800 \times 100\% = 25,98\%$$

$$D_{1 \text{ квартал факт}} = 17000/70805 \times 100\% = 24,00\%$$

$$D_{2 \text{ квартал план}} = 17000/64800 \times 100\% = 26,24\%$$

$$D_{2 \text{ квартал факт}} = 16520/70805 \times 100\% = 23,34\%$$

$$D_{3 \text{ квартал план}} = 16150/64800 \times 100\% = 24,93\%$$

$$D_{3 \text{ квартал факт}} = 19300/70805 \times 100\% = 27,26\%$$

$$D_{4 \text{ квартал план}} = 14810/64800 \times 100\% = 22,85\%$$

$$D_{4 \text{ квартал факт}} = 17985/70805 \times 100\% = 25,40\%$$

Определим процент выполнения плана на конец каждого из отчетных периодов.

$$K_{В.п.} = y_1/y_{пл} \times 100\%,$$

где $K_{В.п.}$ – процент выполнения плана

y_1 - фактический уровень

$y_{пл}$ – плановый уровень

$$K_{В.п.1 \text{ кв}} = 17000/16840 \times 100\% = 100,95\%$$

$$K_{В.п.2 \text{ кв}} = 16520/17000 \times 100\% = 97,17\%$$

$$K_{В.п.3 \text{ кв}} = 19300/16150 \times 100\% = 119,50\%$$

$$K_{В.п.4 \text{ кв}} = 17985/14810 \times 100\% = 121,44\%$$

$$K_{В.п.2014} = 70805/64800 \times 100\% = 109,26\%$$

Анализируя выполнение плана за 2015 год, мы можем отметить то, что общий годовой план продаж был перевыполнен на 9,26%, что в денежном выражении составило 6005 тыс. руб. Рассматривая каждый квартал данного периода в отдельности, мы можем сказать, что в целом, выполнение ежеквартального плана в 2015 году имело положительную динамику.

Далее проанализируем структуру основных фондов ООО «Урал-Керамика».

В течение анализируемого периода существенного роста доли основных производственных фондов не произошло. Рост в 2015 году по отношению к 2014 году составил 0,71%.

Анализ структуры основных фондов предприятия.

Виды основных фондов	2013		2014		2015		Изменение 2014/2013 (+,-)		Изменение 2015/2014 (+,-)	
	Сумма, тыс. руб.	Удел вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удел вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удел вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удел вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удел Вес, %
Основные фонды, Всего	30981	100	31025	100	31258	100	44		233	
В том числе:										
Активная часть	1264	4,08	1308	4,22	1541	4,9	44	0,14	233	0,68
Пассивная часть	29717	95,9	29717	95,8	29717	95,0	0	-0,1	0	-0,8

Удельный вес:

2013 г.: $1264/30981*100=4,08\%$

2014 г.: $1308/31025*100=4,22\%$

2015 г.: $1541/31258*100=4,9\%$

Рост основных производственных фондов в 2015 году произошел за счет активной части. Наибольший удельный вес в составе основных производственных фондов более 90% составляет пассивная часть, в которую относят складские помещения в городе Кемерово, магазины розничной торговли на бульваре Строителей и проспекте Кузнецком.

Высокая доля пассивной части отрицательно сказывается на финансовом состоянии предприятия. Так как более 60% собственных средств организации извлечены из оборота не приносят прибыли. Структура внеоборотных активов «тяжелая». Необходимо увеличивать долю оборотных активов за счет увеличения денежных средств и финансовых вложений.

В процессе хозяйственной деятельности ООО «Урал-Керамика» происходит приём и увольнение работников, перемещение по работе,

меняется численность персонала. Учёт личного состава ведёт отдел кадров, который обеспечивает получение данных о численности персонала в торговой компании в целом, его структурных подразделениях, причинах её изменения, о составе персонала по полу, возрасту, категориям, профессиям, должностям, специальностям, квалификации, стажу работы, образованию и другим признакам. При приёме на работу работодатель и работник заключают между собой индивидуальный трудовой договор.

Рассмотрим данные таблицы 4 «Анализа состава, структуры и динамики численности персонала организации».

Таблица 4

Анализ состава, структуры и динамики численности персонала организации.

Категории персонала	2013		2014		2015		Изменения за 2014/2013 (+, -)		Изменения за 2015/2014 (+, -)	
	кол-во, чел.	Удел. вес, %	кол-во, чел.	Удел. вес, %	кол-во, чел.	Удел. вес, %	кол-во, чел.	Удел. вес, %	кол-во, чел.	Удел. вес, %
Численность персонала, всего	24	100	27	100	30	100	3		3	
В том числе:										
менеджеры торгового зала	5	20,83	8	29,63	10	33,33	3	9	2	4
административно-управленческий персонал	8	33,33	8	29,63	9	30,00	0	-4	1	0
работники склада	6	25,00	6	22,22	6	20,00	0	-3	0	-2
младший обслуживающий персонал	5	20,83	5	18,52	5	16,67	0	-2	0	-2

Численность сотрудников на протяжении анализируемого периода растет. Наибольший удельный вес в структуре численности организации в 2015 году составляют менеджеры торгового зала. Их доля равна 33,33%.

Подбор менеджеров ведется очень строго. Все менеджеры проходят двух месячное обучение. Каждый менеджер должен владеть навыками оформления дизайн- проектов с учетом всех особенностей помещений и функциональных назначений продаваемого товара. По правилам документооборота организации ежедневно отчитывается перед бухгалтерией за вверенные материальные ценности.

Также достаточна высокая доля отводится для административно-управленческого персонала, их доля составляет 30%.

Рассмотрим таблицу 5 «Движение трудовых ресурсов» и проанализируем текучесть кадров в организации.

Таблица 5

Движение трудовых ресурсов.

Показатель	2013	2014	2015
Кол-во, чел. На начало года	22	24	27
Принято	6	5	6
Уволено	4	2	3
в том числе по инициативе работодателя	1	0	3
Итого Численность на конец года	24	27	30
Коэффициента оборота рабочей силы по приему	27	21	22
Коэффициент оборота по выбытию	18	8	11
Коэффициент текучести рабочей силы	14	8	0

На анализируемом предприятии наблюдаются высокие показатели текучести кадров. В 2013 году текучесть самая высокая- 18%, в 2014 году текучесть снизилась до 8%- это положительная динамика в первую очередь была вызвана тяжелым финансовым состоянием в стране. Однако,

руководству организации удалось сохранить основной состав и при этом увеличить среднесписочную численность на 3 человека.

В 2015 году текучесть вновь увеличилась до 11% (нормативный показатель 3-5%). Руководству необходимо задуматься об условиях работы сотрудников и предпринять меры по снижению текучести минимум до 5%.

При этом необходимо уделить внимание на то, что имеет место быть текучесть по инициативе работодателя - 3 чел в год. Этот показатель говорит нам о том, что сотрудники кадровой службы не всегда подбирают добросовестных и ответственных сотрудников.

Далее рассмотрим основные экономические показатели деятельности ООО «Урал-Керамика» по данным таблицы 6 Основные экономические показатели деятельности ООО «Урал-Керамика».

Выручка от продажи керамической плитки в 2015 году составила 65138 тыс. руб., это на 24,8% больше чем в 2014 году. В 2014 году в связи с тяжелым финансовым положением в стране выручка от продаж упала на 26% по отношению к 2013 году. Но уже в 2015 году компания набрала обороты и выручка возросла.

Как уже говорилось ранее, выручка от продажи продукции в 2015 году имеет положительную динамику по отношению к 2014 году. Но при этом предприятию не удалось достигнуть уровня экономических показателей 2013 года.

Именно в 2013 году у предприятия были самые высокие показатели выручки от продаж, показатели рентабельности и чистой прибыли.

Чистая прибыль в 2015 году имеет положительную динамику. Прибыль возросла в 2015 году по отношению к 2014 году на 349 тыс. руб. Но, этот показатель ниже, чем в 2013 году. Однако, тот факт, что в 2015 году предприятие значительно улучшило свои экономические показатели по отношению к 2014 году - говорит нам о том, что у него есть все шансы

вернутся к прежнему уровню и увеличить рентабельность производства.

Таблица 6

Основные экономические показатели деятельности.

№ п/п	Показатели	Отчетный год			Отклонения, +/-	
		2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
1	Товарооборот, тыс. руб.	70805,00	52163,00	65137,00	-18642,00	12974,00
2	Себестоимость товаров, тыс. руб.	50310,00	37374,00	45618,00	-12936,00	8244,00
3	Издержки обращения, тыс. руб.	18138,00	14723,00	18011,00	-3415	3288
4	Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	25715,00	25004,00	24888,00	-711,00	-116,00
5	Фондоотдача, руб./руб.	2,75	2,09	2,62	-0,67	0,53
6	Фондоемкость, руб./руб.	0,36	0,48	0,38	0,12	-0,10
7	Численность работников, чел.	24	27	30	3	3
8	Среднемесячная зарплата, тыс. руб.	34143,00	32844,00	38670,00	-1299	5826
9	Прибыль(убыток)от продаж, тыс. руб.	2357,00	66,00	1508,00	-2291	1442
10	Средняя производительность труда, тыс. руб.	3291,00	3333,00	4000,00	42	667
11	Рентабельность продаж, %	3,33	0,13	2,32	-3,20	+2,19
12	Чистая прибыль, тыс. руб.	1242,00	590,00	939,00	-653,00	349,00

В 2015 году наблюдается рост фондоотдачи по отношению к 2014 году на 53%. Это ведет к росту объемов реализованной продукции.

При этом наблюдается снижение фондоемкости на 10%, что положительно характеризует финансовое состояние предприятия и указывает на эффективное использование основных фондов. Но по-прежнему, у организации очень тяжелая структура активов. Более 70% всех активов предприятия составляют внеоборотные активы.

В 2015 году показатель средней производительности труда по сравнению с 2014 годом, увеличился на 667 руб.

Это говорит о том, что структура имущества достаточно немобильна. Капитал оборачивается очень медленно, так как значительная часть имущества извлечена из оборота.

Также необходимо отметить тот факт, что, не смотря на то, что в 2014 году были самые низкие финансовые показатели, это никак не отразилось на численности предприятия и на уровне заработной платы, что характеризует предприятие с положительной стороны.

Руководство предприятия приняло правильную политику в отношении своих сотрудников и даже во время второй волны кризиса сумело сохранить все рабочие места, несмотря на очень низкие продажи в этот период.

3. Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Урал-Керамика».

3.1. Анализ отчета о финансовых результатах.

Проанализируем и рассмотрим порядок формирования финансовых результатов ООО «Урал-Керамика» за период 2013-2015 год.

Таблица 7

Порядок формирования финансовых результатов ООО «Урал-Керамика».

Показатель	2013	2014	2015	Изменение (+,-)		Темп роста, %	
				2014/2013	2015/2014	2014/2013	2015/2014
Товарооборот	70805	52163	65137	-18641	12974	73,67	124,87
Себестоимость проданных товаров	50310	37374	45618	-12936	8244	74,29	122,06
Валовый доход	20494	14789	19519	-5705	4730	72,16	131,98
Издержки обращения	18138	14723	18011	-3415	3288	81,17	122,33
Прибыль от продаж	2357	66	1508	-2291	1442	2,80	2284,85
Проценты к уплате	418	399	391	-19	-8	95,45	97,99
Прочие доходы	1205	1394	568	189	-826	115,68	40,75
Прочие расходы	1431	305	434	-1126	129	21,31	142,30
Прибыль (убыток) до налогообложения	1713	756	1251	-957	495	44,13	165,48
Налог на прибыль	471	167	312	-304	145	35,46	186,83
Чистая прибыль отчетного периода	1242	589	939	-653	350	47,42	159,42

Из приведенных данных видно, что в 2015 году наблюдается рост финансовых результатов ООО «Урал-Керамика» по отношению в 2014 году. Выручка от реализации в 2015 году возросла по отношению к 2014 году на

24,87% или на 12974 тыс. руб.

2014 год был для компании самым тяжелым, наблюдается спад всех финансовых результатов. Выручка упала по отношению к 2013 году на 26,33%.

Не смотря на то, что в 2015 году наблюдается рост финансовых результатов по отношению к 2014 году, темпы роста финансовых результатов не достигли уровня 2013 года. Но такая динамика положительно сказывается на финансовом состоянии компании.

Прибыль от продаж в 2015 году составила 1508 тыс.руб. Это на 1442 тыс.руб. больше чем в 2014 году. Результат мог быть выше при условии, что коммерчески затраты остались бы на прежнем уровне. В 2015 году затраты увеличились на 22,35% по отношению к 2014 году. Рост затрат обусловлен ростом выручки от продаж.

От прочей деятельности в 2015 году компания получила убыток. Наблюдается спад прочих доходов. Прочие доходы в 2015 году снизились на 826 тыс. руб. При этом прочие расходы увеличились на 129 тыс.руб. Отрицательный финансовый результат от прочей деятельности оказал влияние на рост чистой прибыли. В 2015 году чистая прибыль по отношению к 2014 году возросла на 350 тр. или на 59,42%.

В 2014 году также, как и в 2015 году получена чистая прибыль. Но в отличии от 2015 года, в котором наибольшую долю занимает прибыль от продаж, в 2014 году чистая прибыль получена в большей степени благодаря положительному финансовому результату от прочей деятельности- прибыль от прочей деятельности составила 1089тыс. руб.

Наиболее высокие финансовые результаты у компании были в 2013 году. Результат от прочей деятельности в 2013 году отрицательный. Получен убыток в размере 226 тыс. руб.

3.2. Анализ прибыли от продаж.

Проведем факторный анализ прибыли от продажи в 2015 годы и выясним, какой из факторов в большей степени повлиял на увеличение прибыли от продаж:

- Выручка товарооборота;
- Себестоимость товаров;
- Издержки обращения.

Таблица 8

Данные для факторного анализа прибыли от продаж

Показатель	Год		Отклонение (+,-)
	2014	2015	2015/2014
Выручка товарооборота	52163	65137	-12974
Себестоимость товаров	37374	45618	8244
Издержки обращения	14723	18011	3288
Прибыль от продаж	66	1508	1442

В 2015 году по отношению к 2014 прибыль от продаж увеличилась на 1442 тыс.руб.

$$П_{2015}-П_{2014}= 1508-66=1442 \text{ тыс. руб.}$$

Итак, определим влияние первого фактора - Выручка товарооборота.

$$1. V_0-C_1-K_1=П_y \quad (3)$$

$$52163-45618-18011= -11466 \text{ тыс. руб.}$$

$$-11466-1508=-12974 \text{ тыс. руб.} - \text{ влияние первого фактора.}$$

Влияние второго фактора - себестоимость товаров.

$$2. V_1-C_0-K_1=П_x \quad (4)$$

$$65137-37374-18011=+9752$$

+9752-1508=+8244 тыс.руб.- влияние второго фактора.

Влияние третьего фактора- издержки обращения.

$$3. V_1 - C_1 - K_0 = \Pi_z \quad (5)$$

65137-45618-14723=+4796

+4796-1508=+3288 тыс. руб.- влияние третьего фактора.

Таблица 9

Факторный анализ прибыли от продаж

Показатели-факторы	Абсолютная величина, тыс. руб.
	2015 год
Выручка товарооборота	-12974
Себестоимость товаров	+8244
Издержки обращения	+3288
Совокупное влияние факторов	1442

Из проведенных расчетов можно сделать вывод, что рост прибыли от продаж в 2015 году обусловлен в большей степени ростом выручки от продаж, влияние этого фактора составило -12974 тыс. руб.

Рост себестоимости отрицательно сказался на росте прибыли от продаж. Его влияние на рост составило 8244 тыс. руб.

Самое маленькое, но все-таки также существенное влияние на рост составили коммерческие расходы. Их влияние на прибыль от продаж составило 3288 тыс. руб.

Далее рассмотрим структуру основных элементов формирования финансовых результатов деятельности организации ООО «Урал-Керамика» на основании таблицы 10.

Для расчета структуры элементов формирования чистой прибыли в выручке от продаж, воспользуемся Отчетом о финансовых результатах.

Структура основных элементов формирования конечных финансовых результатов деятельности.

№ п/п	Показатель	Структура элементов формирования чистой прибыли в выручке от продаж, %			Изменение структуры в пунктах	
		2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
1	Товарооборот	100	100	100	-	-
2	Себестоимость проданных товаров	71,06	71,65	70,03	0,59	-1,61
3	Валовая прибыль	28,94	28,35	29,97	-0,59	1,62
4	Издержки обращения	25,62	28,22	27,65	2,6	-0,57
5	Прибыль от продаж	3,33	0,13	2,32	-3,2	2,19
6	Проценты к уплате	0,59	0,76	0,60	0,17	-0,16
7	Прочие доходы	1,70	2,67	0,87	0,97	-1,8
8	Прочие расходы	2,02	0,58	0,67	-1,44	0,09
9	Прибыль до налогообложения	2,42	1,45	1,92	-0,97	0,47
10	Налог на прибыль	0,67	0,32	0,48	-0,35	0,16
11	Чистая прибыль отчетного периода	1,75	1,13	1,44	-0,62	0,31

Себестоимость проданных товаров:

2013г.: $50\ 310/70805 \cdot 100 = 71,06\ %$

2014 г.: $37\ 374/52\ 163 \cdot 100 = 71,65\ %$

2015 г.: $45\ 618/65\ 138 \cdot 100 = 70,03\ %$

Аналогичным способом производим расчеты по остальным показателям.

Структурно-динамический анализ, в целом показал, что в 2015 году практически во всех показателях, которые характеризуют финансовые результаты деятельности организации, наблюдается рост. Валовая прибыль увеличилась на 1,61 пункта. Прибыль от продаж увеличилась на 2,19 пункта, за счет снижения себестоимости и коммерческих расходов.

Доля чистой прибыли изменилась незначительно всего на 0,31 пункт.

Такой рост финансовых результатов вызван следующими факторами:

Во-первых, снижение доли себестоимости на 1,61 пункт.

Во-вторых, коммерческие расходы снизились в доле на 0,57 пункта. Но если мы сравним коммерческие расходы с 2013 годом, то увидим, что их рост гораздо выше. Коммерческие расходы по отношению к 2013 году увеличились на 2,03 пункта, хотя в 2013 году выручка от продаж и чистая прибыль были выше, чем в 2015 году. Это говорит, о том, что руководство компании нерационально использует полученную прибыль. Руководству необходимо разработать ряд мероприятий по снижению коммерческих расходов и по увеличению чистой прибыли.

И, в-третьих, проценты к уплате снизились на 0,16 пунктов.

Отрицательным моментом является рост доли налога на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи, в которые входит единый налог на вмененный доход, под который попадает некоторые виды деятельности компании ООО «Урал-Керамика».

Данные затраты в 2015 году возросли на 0,16 пунктов. Это в первую очередь связано с ростом прибыли до налогообложения.

В 2014 году, наоборот наблюдается спад всех показателей финансовых результатов. Валовая прибыль снизилась на 0,59 пунктов, прибыль от продаж снизилась на 3,2 пункта. Соответственно, что и прибыль до налогообложения, и чистая прибыль упала в доле.

Себестоимость увеличилась на 0,59 пунктов. Наблюдается рост прочих доходов на 0,97 пунктов. При этом прочие расходы в доле снизились на 1,44 пункта.

Коммерческие расходы, несмотря на низкий уровень продаж, возросли на 2,61 пункта. Это еще раз подчеркивает тот факт, что предприятие нерационально использует имеющиеся у нее ресурсы. Необходимо найти пути снижения коммерческих затрат и увеличение чистой прибыли.

3.3. Анализ прибыли до налогообложения.

Анализ прибыли до налогообложения начинают с изучения динамики и

выполнения плана по прибыли, сравнивая отчетные данные с базисными как по всей величине прибыли, так и по отдельным ее элементам.

Таблица 11

Анализ динамики прибыли до налогообложения, в тыс. руб.

Показатели	Год			Отклонение, +/-	
	2013	2014	2015	14-13	15-14
1. Выручка от продажи	70805	52163	65137	-18642	12974
2. Себестоимость продукции	50310	37374	45618	-12936	8244
3. Валовая прибыль	20494	14789	19519	-5705	4730
5. Коммерческие расходы	18138	14723	18011	-3415	3288
6. Прибыль от продаж	2357	66	1508	-2291	1442
8. Проценты к уплате	418	399	391	-19	-8
9. Прочие доходы	1205	1394	568	189	-826
10. Прочие расходы	1431	305	434	-1126	129
11. Прибыль (убыток) до налогообложения	1713	756	1251	-956	495

Из данной таблицы мы видим, что в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 495 тыс. руб. прибыль до налогообложения.

Анализ структуры прибыли до налогообложения производится в том случае, если все слагаемые прибыли являются однонаправленными величинами, то есть прибылью или убытками. Далее в ходе анализа, с целью выявления потерь в прибыли до налогообложения, необходимо рассчитать влияние факторов, их обусловивших.

Влияние факторов определяется по данным отчета о финансовых результатах.

По сравнению с прибылью от продаж, на прибыль до налогообложения, помимо выручки от реализации, себестоимости, коммерческих и управленческих расходов, также оказывают влияние такие факторы, как проценты к получению, проценты к уплате, прочие доходы и прочие расходы.

Учитывая все вышеуказанные факторы, можно записать факторную модель:

$$\text{Пдо н/о} = \text{В} - \text{С} - \text{Изд.О} - \%кУ + \text{ПД} - \text{ПР} \quad (7)$$

где В - выручка от реализации;

С - себестоимость проданной продукции;

Изд.О – издержки обращения;

%кУ - проценты к уплате;

ПД - прочие доходы, в том числе проценты к получению;

ПР - прочие расходы, в том числе проценты к уплате;

Изменение бухгалтерской прибыли за два года составило:

$$\Delta \text{Пдо н/о} = \text{П}2015 - \text{П}2014 = \text{ тыс. руб. (2.11)}$$

$$\Delta \text{Пдо н/о} = 1508 - 66 = 1442 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, прибыль в 2015 году увеличилась на 1442 тыс. руб.

Применяя к данной модели метод цепных подстановок, можно определить, какие факторы оказали наибольшее и наименьшее влияние на формирование прибыли до налогообложения. Для этого последовательно будем заменять базисные значения каждого фактора на отчетные. В итоге получим последовательность моделей

Формирование прибыли в 2014 году:

Пдо н/о 2014 (В2014, С2014, Изд.О 2014, %кУ2014, ПД2014, ПР2014)
=52163-37374-14723-399+1394-305=756 тыс. руб.

Заменяя в модели базисное значение выручки от реализации на отчетное получим:

Пдо н/о (В2015, С2014, Изд.О 2014, %кУ2014, ПД2014, ПР2014) =
65137-37374-14723-399+1394-305 = 13730 тыс. руб.

$\Delta Пв = 13730 - 756 = 12974$ тыс. руб.

Данное значение говорит о том, что прирост выручки в 2015 году на 12975 тыс. руб., привел к приросту прибыли на 12975 тыс. руб., однако при этом не учитывается влияние всех остальных факторов.

При замене в модели следующего фактора, себестоимость реализованной продукции, она примет вид:

Пдо н/о (В2015, С2015, Изд.О 2014, %кУ2014, ПД2014, ПР2014)
=65137-45618-14723-399+1394-305 = 5486 тыс. руб.

$\Delta Пс = 5486 - 13730 = -8244$ тыс. руб.

Увеличение себестоимости продукции в 2015 году привело к снижению прироста прибыли на 8244 тыс. руб.

Затем определяется влияние коммерческих расходов на величину прибыли:

Пдо н/о (В2015, С2015, Изд.О 2015, %кУ2014, ПД2014, ПР2014) = 65137-45618-18011-399+1394-305 = 2198 тыс. руб.

$\Delta\P$ Изд.О = 2198 - 5486 = - 3288 тыс. руб

Увеличение издержек обращения привело к дополнительному снижению прироста прибыли до налогообложения на 3288 тыс. руб.

Влияние изменения процентов к уплате:

Пдо н/о(В2015, С2015, Изд.О 2015, %кУ2015, ПД2014, ПР2014) =65137-45618-18011-391+1394-305=2206 тыс. руб.

$\Delta\P\%кУ$ = 2206 - 2198 = 8 тыс. руб.

Прибыль увеличилась на 8 тыс. руб. за счет уменьшения процентов к уплате.

При замене следующего фактора, прочие доходы, модель примет вид:

Пдо н/о (В2015, С2015, Изд.О 2015, %кУ2015, ПД2015, ПР2014) = 65137-45618-18011-391+568-305= 1380тыс. руб.

$\Delta\P\PД$ = 1380 - 2206 = -826 тыс. руб.

Значительное увеличение прочих доходов привело к приросту прибыли в 2015 году на 13 тыс. руб., однако при этом не учитываются прочие расходы, которые также значительно возросли.

Влияние последнего фактора, прочие расходы, определяется по формуле:

Пдо н/о (В2015, С2015, Изд.О 2015, %кУ2015, ПД2015, ПР2015) = 65137-45618-18011-391+568-434 = 1251 тыс. руб.

$$\Delta ППР = 1251 - 1380 = -129$$

Таким образом, учитывая все факторы, которые оказали влияние на формирование прибыли до налогообложения, можно разложить изменение прибыли на приращения, которые были вызваны каждым из факторов:

$$\Delta П = П_{2014} \pm \Delta В \pm \Delta С \pm \Delta \text{Изд.О} \pm \Delta \%кУ \pm \Delta ПД \pm \Delta ПР = 756 + 12974 - 8244 - 3288 + 8 - 826 - 129 = 1251 \text{ тыс. руб.}$$

Влияние факторов на прибыль до налогообложения представлено в таблице 12.

Таблица 12

Факторный анализ прибыли до налогообложения, тыс. руб.

Показатели-факторы	Абсолютная величина, тыс.руб.	
	2014г	2015г
1. Себестоимость товаров	12936	8244
2. Издержки обращения	3415	3288
3. Прибыль от продаж	-2290	1442
4. Проценты к уплате	-19	-8
5. Прочие доходы	189	-826
6. Прочие расходы	-1126	129
5. Совокупное влияние факторов	-956	495

По результатам факторного анализа можно сделать вывод, что в 2014 году по сравнению с 2013 годом прибыль уменьшилась на 956 тыс. руб. Наибольшее влияние на уменьшение оказал фактор «прибыль от продаж». В то время как фактор «прочие расходы» значительно уменьшил возможный прирост. Поэтому эти расходы необходимо проанализировать детальнее.

А в 2015 г. совокупное влияние практически всех факторов оказалось

положительным. И прежде всего это влияние фактора прибыль от продаж, который был проанализирован выше. В свою очередь прочие расходы сократились настолько, что в динамике оказали положительное влияние на величину изменения прибыли до налогообложения. Таким образом, прибыль до налогообложения в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 495 тыс. руб.

3.4. Анализ прочих доходов и расходов.

Рассмотрим структуру прочих доходов и расходов в компании ООО «Урал-Керамика» на основании таблицы 13.

Прочие доходы в 2015 году по отношению к 2014 снизились на 59%.

В 2015 году единственным источником прочих доходов оказался доход от сдачи в аренду объекта основных средств в городе Новокузнецке. Доход составил 568т.р.

В 2014 году величина прочих доходов составила 1394 тыс. руб., что на 41% выше, чем в 2015 году. Наибольший удельный вес в составе прочих доходов составили доходы от продажи основных средств и от сдачи в аренду объекта основных средств.

По отношению к 2013 году прочие доходы в 2014 году возросли на 16%.

В 2013 году наибольший удельный вес составляли доходы от продажи основных средств. Незначительную долю в составе прочих доходов в 2013 и 2014 году составляют доходы, полученные организацией в результате истечения срока кредиторской задолженности.

Снижение доли прочих доходов в 2015 году по отношению к 2014 году не сказалось отрицательно на конечном финансовом результате.

Таблица 13

Расшифровка прочих доходов и расходов ООО «Урал-Керамика»

Показатели	Годы						Отклонение, руб.	
	2013		2014		2015		2014/ 2013	2015/ 2014
	Сумма, руб.	Доля, %	Сумма, руб.	Доля, %	Сумма, руб.	Доля, %		
Всего прочие доходы, в том числе:	1205	100	1394	100	568	100	189	-826
просроченная кредиторская задолженность	22	1,83	5	0,36	-	-	-17	-5
доход от сдачи в аренду ос	-	-	452	32,42	568	100	+452	+116
поступления от продажи ос	1183	98,17	937	67,22	-	-	-246	-937
Всего прочие расходы, в том числе:	1849	100	704	100	825	100	-1145	+121
Проценты к уплате	418	22,61	399	56,68	391	47,40	-19	-8
услуги банка	372	20,12	145	20,59	359	43,51	-227	+214
остаточная стоимость при продаже ос	1059	57,27	100	14,21			-959	-
Расходы, связанные со сдачей в аренду основных средств			60	8,52	75	9,09	-	+15
Результат от прочей деятельности	-644		+690		-257			

В 2015 году по отношению к 2014 году произошло увеличение доли прочих расходов на 42,30% или на 121 тыс.руб. Наибольший удельный вес в составе прочих расходов составляют услуги банка и проценты по предоставленным кредитам. В услуги банка входят услуги по перечислению средств, комиссии по услугам инкассации, услуги за ведение счета, услуги за предоставление кредита и так далее.

Проценты по предоставленным кредитам имеют тенденцию к снижению. Однако их доля остается практически не изменой.

В 2014 году мы видим резкий спад прочих расходов по отношению к 2013 году - снижение на 78,69%. Это связано в первую очередь с тем, что в 2013 году компания понесла убытки, связанные с продажей основного средства.

При этом в 2013 году затраты на услуги банка были выше чем в 2014 году. Услуги банка напрямую зависят от выручки, которая сдается на расчетный счет. Следовательно, если в 2014 году выручка была ниже чем в 2013 и 2015 годах, то и затраты на услуги банка были ниже.

От прочей деятельности в 2015 году получила убыток в размере 257 тыс. руб. На это повлияло высокая доля процентов по кредитам банка, а также рост прочих расходов при снижении прочих доходов. Все это оказало отрицательное воздействие на полученный финансовый результат.

Рассмотрим темпы роста товарооборота и прибылей за анализируемый период в компании ООО «Урал-Керамика» на основании таблицы.

Таблица 14

Виды прибыли в динамике за период с 2013-2015 год

Виды прибыли	2013	2014	2015	Отклонение, руб.		Темп роста, %	
				2014/2013	2015/2014	2014/2013	2015/2014
Валовая прибыль	20494	14789	19519	-5705	4730	72,16	131,98
Прибыль от продаж	2357	66	1508	-2291	1442	2,80	2284,85
Прибыль до налогообложения	1713	756	1251	-957	495	44,13	165,48
Чистая прибыль отчетного периода	1242	589	939	-653	350	47,42	159,42

В 2015 году наблюдается рост всех видов прибыли: Валовая прибыль увеличилась на 31,98%, прибыль до налогообложения увеличилась на 65,48%, а чистая прибыль на 59,42%. Наибольший рост наблюдается в прибыли от продаж, так как в 2014 году прибыль от продаж была очень маленькой по причине высокого уровня коммерческих расходов при

невысоком уровне выручки. На рост прибыли до налогообложения повлиял положительный финансовый результат, полученный от прочей деятельности.

2014 год оказался провальным для компании. Хотя чистая прибыль все-таки есть. Наблюдается спад всех видов прибыли: валовая прибыль снизилась на 27,84%, прибыль до налогообложения на 55,84%, а чистая прибыль 52,54%. Наибольший спад пришелся на прибыль от продаж - 97,2%. Такой результат получен компанией по причине высокого уровня коммерческих расходов.

Положительный финансовый результат компания получила благодаря прочей деятельности. В 2014 году был продан один из объектов основных средств, это и повлияло на конечный финансовый результат.

А сейчас рассмотрим более подробно коммерческие расходы в динамике за 3 года в таблице 14. И выясним, на какие статьи затрат приходится наибольшая доля.

Из приведенных данных видно, что в 2015 году доля издержек обращения увеличилась на 22,33% или на 3288 тыс. руб.

Наибольшую долю в составе издержек обращения составляют затраты на аренду и заработную плату. Доля затрат на аренду в 2013 году составила 47,5% и к 2015 году затраты снизились в доле на 13,69%. Это связано с покупкой объектов основных средств в конце 2014 года.

А вот затраты на оплату труда наоборот имеют тенденцию к повышению. В 2013 году доля затрат на оплату труда увеличилась с 20,87% до 29,68%. Это говорит о том, что не смотря на падение выручки в 2014 году, руководство приняло решение сохранить заработную плату сотрудникам и даже увеличить ее на 8,69% тогда как массово шло сокращение численности и падение уровня заработной платы.

В 2015 году произошло повышение затрат практически по всем статьям. За исключением затрат на транспортные расходы и на охрану.

Таблица 15

Издержки обращения ООО «Урал-Керамика».

Наименование	Сумма затрат, руб.						Отклонение, руб.		Темп роста, %	
	2013 год	Доля, %	2014 год	Доля, %	2015 год	Доля, %	2014/ 2013	2015/ 2014	2014/ 2013	2015/ 2014
Амортизация	468	2,58	755	5,13	849	4,71	287	94	161,32	112,45
Аренда и коммунальные платежи	9164	50,52	6081	41,30	6912	38,38	-3083	831	66,36	113,67
Заработная плата и страховые взносы	4987	27,49	5123	34,80	6436	35,73	136	1313	102,73	125,63
Материальные затраты	1777	9,80	935	6,35	1323	7,35	-842	388	52,62	141,50
Расходы на рекламу	1113	6,14	664	4,51	1302	7,23	-449	638	59,66	196,08
Транспортные расходы по доставке	509	2,81	965	6,55	939	5,21	456	-26	189,59	97,31
Командировочные расходы	120	0,66	200	1,36	250	1,39	80	50	166,67	125,00
Итого	18138	100,00	14723	100,00	18011	100,00	-3415	3288	81,17	122,33

Затраты на аренду и содержание возросли на 13,5%. Рост вызван открытием еще одного магазина по адресу улица Весенняя 13. Но при этом мы видим положительную динамику к 2013 году. В 2013 году затраты на аренду и содержание составляли 8616 тыс. руб., что на 35,89% выше, чем в 2014 году. Такое падение вызвано тем, что в конце 2013 года компания приобрела в собственность объекты основных средств, которые ранее брали в аренду. Тем самым снизив затраты на аренду в кризисное время.

В связи с тем, что компания приобрела в собственность объекты основных средств возросли затраты на амортизацию: в 2014 году рост составил 61,32% по отношению к 2013 году, а в 2015 году 12,45% по отношению к 2014 году.

Затраты на оплату труда в 2015 году возросли на 29,91% по отношению к 2014 году. Это характеризует политику компании с положительной стороны, так как в период 2014 и 2015 годы считаются кризисными и практически все предприятия в этот период снижали заработную плату и сокращали численность сотрудников. В 2014 году по отношению к 2013 году рост заработной платы составил 8,69%.

Затраты на материальные расходы в 2015 году возросли более чем в 2 раза. Это связано с покупкой оргтехники для нового магазина и затратами на ремонт и обслуживание техники.

Затраты на связь в 2015 году увеличились более чем в 2 раза. Это связано с повышением тарифов на услуги связи и с увеличением количества торговых точек. Необходимо искать пути снижения затрат на связь путем поиска более выгодного оператора связи.

А вот в 2014 году напротив затраты на связь сократились на 42,5%. Это является положительным фактором, так как именно 2014 год оказался для компании самым сложным с финансовой стороны.

Транспортные затраты в 2014 году возросли на 89,59%. Рост таких затрат я считаю необоснованным, поскольку, рост затрат на транспорт

должны быть связаны с ростом выручки, а в 2014 году мы наблюдаем падение выручки на 27,84%.

Также необоснованный рост произошел по статье командировочные расходы на 66,67%. В период спада выручки необходимо было сократить подобные виды затрат до минимума.

Особое внимание необходимо обратить на затраты, связанные с рекламой. Так как темпы роста данной статьи затрат возросли в 2015 году более чем в 2 раза.

При этом выручка в 2015 году в 2 раза не возросла и даже не достигла уровня 2013 года. А затраты на рекламу по отношению к 2013 году в 2015 году также возросли на 16,98%. Это говорит о неверной политике компании в отношении распределения выручки.

Рассмотрим отношение затрат на рекламу к валовой прибыли более подробно по данным таблицы 16.

Таблица 16

Затраты на рекламу в сопоставлении с валовой прибылью.

Год	Затраты на рекламу	Валовая прибыль	Затраты на рекламу в % от валовой прибыли
2013	1113	20494	5,43
2014	664	14789	4,49
2015	1302	19519	6,67
Итого	3079	54802	5,62

Как видно из приведенных данных в 2015 году процент от выручки на затраты рекламы составил 6,67% это на 2,18% больше чем в 2014 году и на 1,24% чем в 2013 году.

Это говорит о том, что компания нерационально использует свои средства. Это вызвано в первую очередь тем, что руководство компании

лишь в 2016 году начали планировать бюджет затрат на рекламу, а в 2015 году такого бюджета не было. Необходимо снизить процент затрат на рекламу минимум до уровня 2014 года либо оставлять затраты на рекламу на прежнем уровне, но при этом увеличить выручку от продаж в два раза.

В 2014 году затраты на рекламу снизились на 40,34%. Это вызвано снижением выручки от продаж.

Материальные затраты и затраты на командировку в 2015 году увеличились на 10,35 и 25% соответственно. Материальные затраты в 2015 занимают 4,03% от всех затрат. Это очень высокий процент для данной статьи затрат. Необходимо искать пути снижения материальных затрат минимум до 2%.

Данные таблицы 17 свидетельствуют, что маржинальный доход в 2015 году по сравнению с 2014 увеличился на 31,98%, а выручка от продаж на 24,87%. Доля маржинального дохода в 2015 году находится на уровне 43%. По отношению к 2014 году доля увеличилась на 3%.

Критическая точка объема продаж, или, как еще ее называют, «точка безубыточности» (порог рентабельности в 2014 составляла 37207,21 тыс. руб., в отчетном году 42093,64 тыс. руб.). Значит, объем продаж, превышающий этот порог, был безубыточен и рентабелен).

Запас финансовой прочности в 2015 году в процентах к объему продаж составил 35,38%, это на 6,71% выше, чем в 2014 году. Уровень данного показателя очень низкий, нормативный уровень запаса финансовой прочности составляет 60-70%. Можно сделать вывод, что компания имеет слабые позиции на рынке. Необходимо увеличивать запас финансовой прочности для укрепления своих позиций на рынке и быть независимым от хозяйственных затруднений и ухудшения конъюнктуры рынка.

Запас финансовой прочности можно увеличить путем снижения постоянных и условно-постоянных затрат и увеличением выручки от продаж.

Расчет показателей оценки качественного уровня достижения финансовых результатов.

Показатель	Сумма, тыс. руб.			Изменение	
	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
1. Выручка от продаж, V	70805	52163	65137	-18642	12975
2. Себестоимость проданных товаров	50310	37374	45618	-12936	8244
3. Маржинальный доход	20494	14789	19519	-5705	4730
4. Доля маржинального дохода в выручке от продаж	0,41	0,40	0,43	-0,01	0,03
5. Постоянные и условно-постоянные затраты	18138	14723	18011	-3415,00	3288,00
6. «Критическая точка» объема продаж (порог рентабельности)	44526,34	37207,21	42093,64	-7319,13	4886,43
7. Запас финансовой прочности	26277,66	14955,79	23043,36	-11321,87	8087,57
8. Запас финансовой прочности, % к объему продаж	37,11	28,67	35,38	-8,44	6,71
9. Прибыль (убыток) от продаж	2356	66	1508	-2290,00	1442,00
10. Прибыль от продаж, в % к ЗФП	8,97	0,44	6,54	-8,52	6,10

3.5. Анализ и распределение чистой прибыли.

Анализ начинается с оценки динамики показателей балансовой прибыли за отчетный период. При этом сравниваются основные финансовые показатели за прошлый и отчетный периоды, рассчитываются отклонения от базовой величины показателей и выясняется, какие показатели оказали наибольшее влияние на балансовую прибыль.

В процессе анализа формирования прибыли используются следующие основные показатели прибыли:

- валовая прибыль;
- прибыль от продаж;
- прибыль до налогообложения;
- чистая прибыль.

Показатели прибыли ООО «Урал-Керамика»

Показатели	Сумма тыс. руб.		Изменение (+,-)
	2015 год	2014 год	
1. Валовая прибыль	19 519	14 789	4 730
2. Прибыль от продаж	1 508	66	1 442
3. Прибыль до налогообложения	1 251	756	495
4. Чистая прибыль	939	589	350

Как видно из таблицы 18 значения показателей прибыли в ООО «Урал-Керамика» за анализируемый период времени увеличиваются. И никаких изменений в сторону уменьшения не наблюдается.

Чистая прибыль распределяется в соответствии с Уставом предприятия.

За счет чистой прибыли выплачиваются дивиденды учредителям предприятия, создаются фонды накопления, потребления, резервный фонд, часть прибыли направляется на пополнение собственного оборотного капитала.

Рассмотрим на примере ООО «Урал-Керамика» анализ распределения и использования прибыли в таблице 19.

Резервный фонд на данном предприятии не сформирован, поэтому средства на пополнение резервного фонда не направлялись.

Таблица 19

Данные об использовании чистой прибыли.

Показатель	Сумма, тыс. руб.		Отклонения (+,-)
	2015 год	2014 год	
1. Чистая прибыль	939	589	350
2. Распределение чистой прибыли:			
Дивиденды	140,85	58,90	5,55
Нераспределенная	798,15	530,10	116,95

прибыль			
3.Доля в чистой прибыли, %			
Дивиденды	15	10	5
Нераспределенная прибыль	85	90	-5

На основании данных таблицы 19, можно сделать вывод, что чистая прибыль распределяется в соответствии с Уставом предприятия [].

Распределение чистой прибыли за 2015 год по сравнению с 2014 годом имеет изменение, в 2015 году на дивиденды было выделено 15%, это на 5% больше чем в предыдущем году. А 85% составила нераспределенная прибыль в 2015 году, по сравнению с предыдущим годом, это на 5% меньше. Таким образом, можно сделать вывод, что в 2015 году доля дивидендов увеличилась за счет увеличения чистой прибыли.

3.6. Показатели рентабельности предприятия.

Рассчитаем показатели рентабельности для ООО «Урал-Керамика» за период 2013-2015 год.

Таблица 20

Показатели рентабельности предприятия.

Показатели	Год			Отклонение, +-	
	2013	2014	2015	2014/ 2013	2015/ 2014
Рентабельность текущих активов, %	20,89	28,64	19,24	7,75	-9,40
Рентабельность активов, %	3,52	1,81	2,37	-1,71	0,56
Рентабельность инвестиций, %	5,97	2,99	4,54	-2,98	1,55
Рентабельность собственного капитала, %	25,07	29,2	23,3	4,13	-5,90

Рентабельность продукции, %	1,75	1,13	1,44	-0,62	0,31
Рентабельность основной деятельности, %	12,99	0,45	8,37	-12,54	7,92
Рентабельность производства, %	40,74	39,57	42,79	-1,17	3,22
Рентабельность продаж, %	3,33	0,13	2,32	-3,20	2,19
Рентабельность производственных фондов, %	7,35	0,21	4,06	-7,14	3,85

Из приведенных данных, таблицы 20, мы видим, что в 2015 году наблюдается падение рентабельности текущих активов и собственного капитала. Прибыль, приходящаяся на один рубль собственного капитала, вложенного в продажу, уменьшилось на 5,9,% и составила 23,3% в 2015 году, против 29,2% в 2014 году.

Особенно существенно понизились показатели рентабельности текущих активов, падение составило 9,4% в 2015 года по отношению к 2014 году.

Это говорит нам о том, что предприятие неэффективно использует свои активы и собственный капитал.

Руководству предприятия необходимо принять меры по недопущению дальнейшего ухудшения финансового состояния и выработать мероприятия по более рациональному управлению капиталом предприятия с целью повышения эффективности финансово-экономической деятельности.

Но при этом наблюдается приращение рентабельности инвестиций и продукции. Это говорит о том, что предприятие достаточно конкурентоспособно и инвестиционно привлекательно.

В 2015 году выручка предприятия увеличилась, что говорит об отсутствии проблем со сбытом, прибыль увеличилась. В результате рентабельность продаж повысилась на 2,19%, что является важным показателем улучшения качества менеджмента, в общем, и эффективности сбытовой политики в частности.

Рентабельность основной деятельности увеличилась в 2015 году на 7,95% по отношению к 2014 году. Данный рост показывает, сколько прибыли от продажи приходится на 1 рубль затрат. Увеличение прибыли сопровождается увеличением затрат и повышением рентабельности издержек. Это хороший показатель деятельности предприятия в отчетном периоде.

В 2014 году мы наблюдаем спад практически всех показателей рентабельности. Исключением являются рентабельность текущих активов и рентабельность собственного капитала. Высокие показатели рентабельности собственного капитала говорят нам о том, что все вложения средств в отчетном периоде были оправданы, собственный капитал в 2014 году работал лучше, чем в 2015 году.

Выводы и предложения.

Мы провели анализ финансовых результатов на примере ООО «Урал-Керамика». Из проведенных расчетов можно сделать следующие выводы:

1. В 2015 году наблюдается рост всех показателей, которые характеризуют финансовый результат организации. Прибыль от продаж возросла на 1442 тыс. руб. Рост обусловлен влиянием трех факторов: выручка от продаж, себестоимость, коммерческие расходы.

Наибольшее влияние оказало рост выручки от продажи, его влияние составило 12974 тыс. руб. Рост себестоимости отрицательно сказался на росте прибыли от продаж. Его влияние на рост составило 8244 тыс. руб.

2. В 2015 году коммерческие расходы увеличились на 22,35% по отношению к 2014 году. Рост затрат обусловлен ростом выручки от продаж. В 2014 году наблюдается спад коммерческих расходов на 18,83%, но это практически никак не отразилось на его доле в составе прибыли от продаж. Это и повлияло на тот факт, что прибыль от продаж оказалась на 97,2% ниже, чем в 2013 году.

3. От прочей деятельности в 2015 году компания получила прибыль. Наблюдается спад прочих доходов. Прочие доходы в 2015 году снизились на 826 тыс. руб. При этом прочие расходы увеличились на 129 тыс. руб. Положительный финансовый результат от прочей деятельности оказал влияние на рост чистой прибыли. В 2015 году чистая прибыль по отношению к 2014 году возросла на 350 тыс. руб. или на 59,42%.

4. В составе коммерческих расходов наибольший удельный вес занимают затраты на аренду и коммунальные платежи, а также затраты на заработную плату. В динамике данные статьи затрат растут: затраты на аренду возросли на 13,67%, а затраты на заработную плату на 25,63%.

5. Уровень затрат на рекламу очень высокий. Процент от валовой прибыли на затраты рекламы в 2015 году составил 6,67% это на 2,18% больше чем в 2014 году и на 1,24% чем в 2013 году. Руководство не

рационально использует свои средства, так как процент на рекламу должен быть не более 2% от валовой прибыли. Тогда эти затраты не будут столь активно сказываться на прибыли от продаж.

6. При анализе рентабельности выявлено следующее:

В 2015 году наблюдается падение рентабельности текущих активов и собственного капитала. Прибыль, приходящаяся на один рубль собственного капитала, вложенного в продажу, уменьшилось на 5,9% и составила 23,3% в 2015 году, против 29,2% в 2014 году.

Особенно существенно понизились показатели рентабельности текущих активов, падение составило 9,4% в 2015 года по отношению к 2014 году. Это говорит нам о том, что предприятие неэффективно использует свои активы и собственный капитал.

Руководству предприятия необходимо принять меры по недопущению дальнейшего ухудшения финансовых результатов и выработать мероприятия по более рациональному управлению капиталом предприятия с целью повышения эффективности финансово-экономической деятельности.

7. Запас финансовой прочности в 2015 году в процентах к объему продаж составил 35,38%, это на 6,71% выше, чем в 2014 году. Уровень данного показателя очень низкий, нормативный уровень запаса финансовой прочности составляет 60-70%. Можно сделать вывод, что компания имеет слабые позиции на рынке. Необходимо увеличивать запас финансовой прочности для укрепления своих позиций на рынке и быть независимым от хозяйственных затруднений и ухудшения конъюнктуры рынка.

Запас финансовой прочности можно увеличить путем снижения постоянных и условно-постоянных затрат и увеличением выручки от продаж.

8. Темпы роста чистой прибыли превышают темпы роста валюты баланса. Это является положительным показателем, так как это свидетельствует о росте производственных мощностей. Руководству необходимо закрепить полученный результат и приумножить чистую прибыль в следующем отчетном периоде в несколько раз.

Для увеличения чистой прибыли необходимо предпринять следующие меры:

1. В первую очередь, снизить долю коммерческих расходов за счет следующих статей:

- расходов на рекламу;
- коммунальные затраты
- затраты на связь;

Как уже говорилось выше, затраты на рекламу занимают значительную долю в составе коммерческих расходов и имеет тенденцию к увеличению. При чем темпы роста затрат на рекламу превышают темпы роста в 2013 году, а выручка при этом изменяется не значительно. Необходимо оставить лишь самые обязательные виды рекламных кампаний и лишь, когда выручка от продаж возрастет рассмотреть вариант увеличения рекламных действий.

Для снижения затрат на электроэнергию использовать энергосберегающие лампы и следить за рациональным использованием электроэнергии.

Для снижения затрат на услуги связи необходимо найти более выгодные тарифы операторов мобильной связи.

2. Снижать долю прочих расходов, путем сокращения расходов на услуги банка, так как именно эти расходы занимают преобладающую долю в составе прочих расходов.

Затраты на услуги банка можно снизить путем снижения доли расходов по обслуживанию пластиковых карт, так как комиссия за перевод денежных средств снимается в размере 2% от суммы платежа – это оказывает существенное влияние на итоговую сумму затрат по услугам банка.

3. Увеличивать долю прочих доходов, к примеру, увеличением арендной платы сданных объектов основных средств.

При положительном финансовом результате от прочей деятельности общий финансовый результат оказался бы гораздо выше, чем в настоящее время.

Список используемой литературы.

1. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций. Утвержден Приказом Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94н (ред. от 18 сентября 2006 г.), СПС «Гарант».
2. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденное приказом министерства финансов Российской Федерации от 29 июля 1998 г. № 34н (ред. от 26.03.2007 г.), СПС «Гарант».
3. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации». ПБУ 4/99. Утверждено приказом Минфина РФ от 6 июля 1999 г. № 43н (ред. от 18.09.2006 г.), СПС «Гарант».
4. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99). Утверждено Приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 32н (ред. от 27.11. 2006 г.), СПС «Гарант».
5. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации». (ПБУ 10/99). Утверждено приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 33н (ред. от 27.11.2006 г.), СПС «Гарант».
6. Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» ПБУ 18/02. Утверждено приказом Минфина РФ от 19 ноября 2002 г. № 114н (ред. от 11.02.2008 г.), СПС «Гарант».
7. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008). Утверждено Приказом Минфина РФ от 6 октября 2008 г. № 106н (ред. от 11.03.2009 г.), СПС «Гарант».
8. Абрютин М.С. Экспресс – анализ бухгалтерской отчетности: методика. Практические рекомендации. – М.: Из-во ДИС, 1999.-144с.
9. Быкадоров В.Л., Алексеев П.Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. – М.: ПРИОР-СТРИКС, 2005 – 382 с.
10. Войтоловский Н.В. Экономический анализ. – Москва: «Высшее образование», 2005. – 509с.

11. Зотов В.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие (часть 1) / Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2008. – 540с
12. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет. – М.: Проспект, 2006. – 448 с.
13. Комментарии к действующему Плану счетов бухгалтерского учета /Под ред. А. С. Бакаева. - М., 2007. – 221 с.
14. Навигаторенко В.Г., Беллендир М.В. Финансовый анализ: Учебное пособие.-М.: Издательство «ДИС», НГАЭиУ, 2005.-128 с.
15. Новодворский В. Д. , Хорин А. Н. Балансовое обобщение как метод бухгалтерского учета /Бухгалтерский учет - № 3 – 2005 г.– с.15-21.
16. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия АПК – Минск: Новое знание, 2001. – 686с.
17. Пласкова Н., Тойкер Д. Бухгалтерская отчетность как информационная база финансового анализа /Финансовая газета. Региональный выпуск, N 35, август 2006 г. – СПС «Гарант»
18. Чернов В.А. Анализ финансовых результатов //Аудит и финансовый анализ. - № 3. – 2008. – С.32.
19. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. М.: ИНФРА – М, 2000.– М.: Финансы и статистика.- 164с.

Приложение 1

Приложение 2