

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования

«АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И
ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

КАФЕДРА ФИНАНСОВ И КРЕДИТА

ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
(на примере ООО «АвтоТорг»)
(выпускная квалификационная работа)

Выполнил студент
3 курса, группы 251г
П.В. Серебренников

Научный руководитель:
д.э.н., доцент
С.И. Межов

Работа защищена
«__» _____ 2018 г.

оценка _____

Председатель ГЭК
д.э.н. И. В. Цомаева

Допустить к защите
зав. кафедрой
д.э.н. С. И. Межов

«__» _____ 2018 г.

Барнаул 2018

РЕФЕРАТ

Тема работы: Формирование доходов коммерческой организации (на примере ООО «АвтоТорг»)

Цель работы: выявить проблемы формирования доходов коммерческой организации и разработать пути решения.

Предмет исследования - методические подходы к управлению доходами ООО «АвтоТорг».

Объект исследования - доходы ООО «АвтоТорг».

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды отечественных ученых по проблемам формирования доходов, управления прибылью организации, материалы периодической печати, касающиеся темы исследования, данные бухгалтерской и финансовой отчетности ООО «АвтоТорг».

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографический список и приложения.

Вывод: в работе предложен комплекс мероприятий позволяющих максимизировать доходы и не допустить перехода деятельности организации из прибыльной в организацию, несущую убытки.

Работа изложена на 60 страницах, включает 15 таблиц и 3 графика, в т.ч. 5 страниц приложения.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
1.1 Сущность доходов коммерческой организации.....	7
1.2 Классификация доходов коммерческой организации	13
1.3 Формирование и распределение доходов коммерческой организации.....	15
2 ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И МЕРОПРИЯТИЯ НАПРАВЛЕННЫЕ НА ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, В ООО «АВТОТОРГ»	
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «АвтоТорг»	23
2.2 Анализ формирования доходов в ООО «АвтоТорг»	32
2.3 Рекомендации по совершенствованию системы формирования доходов ООО «АвтоТорг».....	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	49
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	52
ПРИЛОЖЕНИЕ	56

ВВЕДЕНИЕ

Важным фактором дальнейшего развития любой организации является превышение поступлений денежных средств по сравнению с платежами. От наличия или отсутствия доходов будет зависеть, в конечном счете, возможность функционирования организации, ее конкурентоспособность и финансовое состояние.

В свою очередь важнейшими факторами роста доходов являются увеличение объема производства и реализации продукции, внедрение научно-технических разработок, а, следовательно, повышение производительности труда, снижение себестоимости, улучшение качества продукции.

Основной источник доходов организации - выручка от реализации продукции, а именно та ее часть, которая остается за вычетом материальных, трудовых и денежных затрат на производство и реализацию продукции.

Выручка от реализации продукции исчисляется в действующих ценах. В условиях радикального изменения управления экономикой объем выручки от реализации продукции, или, другими словами - дохода от основной деятельности организации, становится одним из важнейших показателей хозяйствующих субъектов.

Данный показатель создает заинтересованность трудовых коллективов не столько в росте количественного объема выпускаемой продукции, сколько в увеличении объема реализованной продукции (с учетом снижения остатков нереализованной продукции). Это значит, что производиться и реализовываться должны такие изделия и товары, которые отвечают требованиям потребителей и пользуются большим спросом.

А для этого необходимо изучать рыночные условия хозяйствования и возможности внедрения производимой продукции на рынок путем расширения объемов ее реализации. С развитием предпринимательства и повышением конкуренции возрастает ответственность организаций за выполнение принятых на себя обязательств. Таким образом, показатель выручки от реализации продукции

отвечает требованиям коммерческого расчета и, в свою очередь, способствует развитию предпринимательской деятельности.

Любая предпринимательская деятельность основывается в первую очередь на получении дохода от этой деятельности. Поэтому изучение и анализ формирования доходов организации является одной из главных задач для реализации цели получения дохода. Поэтому рассмотрение источников и особенностей формирования дохода коммерческой организации является актуальным вопросом, требующим широкого рассмотрения. Все это и обусловило актуальность рассмотрения данной темы.

Целью работы является разработка рекомендаций по повышению доходов в коммерческой организации (на примере ООО «Автоторг»).

Задачи:

1 рассмотреть сущность и классификацию доходов организации;

2 проанализировать формирование доходов, выявить проблемы на примере коммерческой организации;

3 разработать пути решения выявленных проблем.

Объект исследования - доходы ООО «АвтоТорг».

Предмет исследования – экономические отношения, возникающие в процессе формирования доходов в предприятии ООО «АвтоТорг».

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды отечественных ученых по проблемам формирования доходов, управления прибылью организации, материалы периодической печати, касающиеся темы исследования. Особенно можно выделить таких авторов как: В. Н. Дорман, М. В. Киселев, В. Я. Кожин, А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин.

Методологической основой работы являются такие методы как - метод сравнения, метод группировок, а также методы статистического анализа на основе использования финансовых показателей, характеризующих формирование и распределение доходов современной организации.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Сущность доходов организации

Доходы - это увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников [18, с. 58].

Экономической основой получения экономических выгод является создание новой стоимости товара, работы, услуги и последующее приобретение ее потребителем.

Доходы зависят также от финансовой дисциплины покупателей продукции и потребителей работ и услуг. Чем выше доля дебиторской задолженности в составе доходов, тем меньшими финансовыми ресурсами располагает организация.

Это создает угрозу возобновляемости производственного процесса вследствие несвоевременности исполнения обязательств перед персоналом, государством и поставщиками.

В условиях кризиса надежность партнеров в выполнении своих обязательств приобретает особое значение, поскольку снижает риск неплатежа покупателя. В условиях кризиса, как правило, все усилия управленческого персонала организации направляются на удержание своих позиций на рынке.

Одним из способов сохранения конкурентоспособности организации является снижение цен. В условиях кризиса и падения спроса это позволяет поддерживать объем продаж путем стимулирования активности покупателей.

Выручка от продаж не является, однако, доходом в полном смысле слова, так как из нее прежде всего необходимо возместить произведенные затраты, выплатить заработную плату. Оставшаяся часть выручки принимает форму чистого дохода организации - прибыли.

По мнению Савиной Е. [40, с. 222] на размер выручки от реализации влияют следующие факторы:

- производственные - связаны с объемом производства, качеством продукции и ее ассортиментом, ритмичностью выпуска, уровнем отпускных цен и т.п.;

- факторы в сфере обращения (коммерческие факторы) - связаны с ритмичностью отгрузки, соблюдением условий договора, с выбором оптимальных форм расчетов, со сроками прохождения расчетных документов, с развитием дилерской сети, оптимальным использованием посреднических фирм и т.п.;

- факторы, не зависящие от деятельности организации.

С переходами промышленности к рыночному отношению своевременные поступления выручки стали важным этапом в хозяйственной деятельности организаций.

Во-первых, это объясняется тем, что выручка от реализации промышленной продукции является основным регулярным источником доходов для предприятия среди всех поступлений денежных средств.

Промышленной организации, в отличие от розничной торговли, имеющей ежедневное поступление наличных денежных средств, реализация произведенной продукции обеспечивает возможность нормальной хозяйственной деятельности, выполнения обязательств перед государством, поставщиками, работниками и т. д.

Если в сельском хозяйстве из-за сезонности производства широко используются натуральные расчеты, то в промышленном секторе экономики важная роль принадлежит денежным расчетам.

Во-вторых, кругооборот денежных средств промышленности должен завершаться выручкой от реализации продукции. Это обеспечивает восстановление затраченных на производство ресурсов и создает необходимые финансовые условия для возобновления следующего кругооборота. В условиях рынка хозяйственную выручку от реализации продукции можно определять различными способами.

Большинство организаций применяют традиционные методы расчетов, при которых продукцию считают реализованной после её отгрузки и поступлений денег на счета поставщиков или наличными в кассу.

В некоторых случаях выручка от реализации исчисляется по степени отгрузки продукции покупателям и предъявлению им расчетных документов. Однако этот метод не получил распространения в России в связи с кризисом неплатежей, экономической нестабильности.

В организациях, которые экспортируют продукцию, получают выручку, которая называется валютной. Доля расчета между организациями осуществляется путем зачета взаимных требований, товарообменных (бартерных) операций.

Следовательно, сумма выручки представляет собой сумму, поступившую в оплату продукции (работ, услуг) на расчетные, валютные или другие счета в банках или в кассу организаций и сумму, указанную при зачете взаимных требований.

Объем реализации не включает стоимость продукции, которые оплачиваются покупателями, но не отгруженными в отчетном периоде, или оставленными на ответственном хранении у организаций-изготовителей.

Плановые размеры выручки от реализации продукции определяются по следующей формуле [40, с. 134]:

$$V=O1+ТП-O2, \quad (1.1)$$

где V - планируемая сумма выручки от реализации продукции;

$O1$ -остатки готовой продукции на начало года;

$ТП$ -товарная продукция, предназначенная к выпуску в планируемом году;

$O2$ -остатки нереализованной продукции на конец года.

Величина выручки от реализации продукции во время отчетного периода определяется в плановых и фактических оптовых ценах организации.

Остатки нереализованной продукции на начало планируемого года включают:

- готовую продукцию на складах и в неотфактурованных поставках;
- товар, отгруженный по расчетным документам, сроки оплаты которого не наступили;
- товар, отгруженный по расчетным документам, неоплаченным в срок покупателем;
- товар на ответственном хранении у покупателей ввиду отказа их оплачивать.

Денежную выручку от реализации промышленная организация получает от [22, с. 88]:

1 продукции, полученной путем целевых производств,

2 продукции, производимой цехами широкого потребления из доходов, сверхнормативного и излишнего материала, от выполнения работ промышленного характера.

На размер выручки от реализации продукции (работ, услуг) оказывают влияния следующие факторы:

- в области производств-объемы производств, качество и ассортименты продукции, ритмичность выпуска и т. д.

- в области обращения-ритмичность отгрузки, своевременные оформления транспортных и расчетных документов, сроки документооборота, соблюдения условий договоров, уровень цен, формы расчетов и т. д.

- не зависящие от деятельности - нарушение договора поставщиками, недостаток в работе транспортных средств, несвоевременность оплаты.

Существуют два метода расчета выручки [16, с. 101]:

1 метод прямого счета основан на гарантированном спросе.

Предполагается, что весь объем произведенной продукции приходится на предварительно оформленный пакет заказов. Это наиболее достоверный метод планирования выручки.

Здесь выручку от реализации можно определить по следующей формуле [40, с. 136]:

$$V = P * Ц, \quad (1.2)$$

где V-сумма выручки;

P-объем сопоставимой реализованной продукции;

Ц-цена единицы реализованной продукции;

Второй основой расчетного метода является объем реализуемой продукции, корректируемый на входные и выходные остатки.

Выручка от реализации продукции (работ, услуг) планируется на объем реализуемой продукции так же, как и затраты на реализуемую продукцию [40, с. 138]:

$$\text{Вр.п.} = \text{O1} + \text{ТП} - \text{O2}, \quad (1.3)$$

где Вр.п. - планируемая сумма выручки от реализации продукции;

O1 - нереализованные остатки готовой продукции на начало планируемого периода;

ТП - товарная продукция, предназначенная к выпуску в планируемом периоде;

O2 - остатки нереализованной продукции на конец планируемого периода.

Доход (выручка) от продажи продукции (работ, услуг) относятся к текущим, систематически (регулярно) получаемым доходам организации. В качестве доходов данного отчетного периода он отражается в той мере, в какой его получение связано с понесенными расходами на производство и реализацию продукции (работ, услуг).

Выручка признается в бухгалтерском учете при наличии следующих условий [14, с. 55]:

- организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом;
- сумма выручки может быть определена;
- имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации. Уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации, имеется в случае, когда организация получила в оплату актив либо отсутствует неопределенность в отношении получения актива;
- право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию (товар) перешло от организации к покупателю или работа принята заказчиком (услуга оказана);
- расходы, которые произведены или будут произведены в связи с этой операцией, могут быть определены.

Если в отношении денежных средств и иных активов, полученных организацией в оплату, не исполнено хотя бы одно из названных условий, то в

бухгалтерском учете организации признается кредиторская задолженность, а не выручка.

В организациях, которые занимаются предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) своих активов по договору аренды, выручкой считаются поступления, получение которых связано с этой деятельностью (арендная плата).

В организациях, предметом деятельности которых является предоставление за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности, выручкой считаются поступления, получение которых связано с этой деятельностью (лицензионные платежи (включая роялти) за пользование объектами интеллектуальной собственности) .

В организациях, предметом деятельности которых является участие в уставных капиталах других организаций, выручкой считаются поступления, получение которых связано с этой деятельностью.

Бухгалтерский подход к проблеме определения доходов фирмы чрезвычайно важен, поскольку вся публичная информация о деятельности, как правило, раскрывается в ее финансовой отчетности, формируемой по правилам ведения бухгалтерского учета и отчетности. В налоговом законодательстве все доходы фирмы подразделяются на доходы от реализации и внереализационные.

Доходы фирмы в случае их признания сравниваются с суммой расходов, понесенных в ходе ее производственно-хозяйственной деятельности. Доходы, как и соответствующие им расходы, декларируются в финансовой отчетности фирмы, и методом их взаимного вычитания формируется прибыль фирмы. Последняя характеризует конечный финансовый результат деятельности фирмы.

Итак, получение дохода свидетельствует о реализации продукции, целесообразности производственных затрат, об общественном признании потребительских свойств продукта. Наоборот, отказ от оплаты счета, отсутствие спроса и затоваривание, трудности в подборе партнеров для совместного осуществления маневра, финансовых проектов и т.п. негативно отражаются на доходной части предпринимателя.

Прибыль выступает частью дохода и представляет собой конечный финансовый результат, характеризующий производственно-хозяйственную деятельность всей организации, то есть составляет основу экономического развития организации. Рост прибыли создает финансовую основу для самофинансирования деятельности организации, осуществляя расширенное воспроизводство.

1.2 Классификация доходов организации

Доходы организации в зависимости от характера и условий их получения подразделяются на доходы от обычных видов деятельности и прочие доходы (рис. 1.1).

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

Под выручкой от продажи товаров, работ и услуг понимаются денежные средства, поступившие на расчетный счет или в кассу организации в результате получения экономической выгоды [33, с. 96].

Дебиторская задолженность - сумма долгов, причитающихся организации со стороны других юридических и физических лиц.

В организациях, предметом деятельности которых является предоставление за плату во временное пользование своих активов по договору аренды, выручкой считаются поступления от этой деятельности - арендная плата.

В организациях, предметом деятельности которых является предоставление за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности, выручкой считаются поступления, связанные с этой деятельностью - лицензионные платежи (включая роялти) за пользование объектами интеллектуальной собственности.



Рисунок 1.1 - Основные доходы коммерческой организации

К прочим доходам организации относится прибыль [12, с. 134]:

- полученная организацией в результате совместной деятельности;
- поступления от продажи основных средств и иных активов;
- кредиторская и депонентская задолженность, по которой истек срок исковой давности;
- активы, полученные безвозмездно;
- проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств;
- поступления, связанные с участием в других организациях;
- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
- курсовые разницы.

Величина доходов зависит в основном от объема реализованной продукции, выполненных работ, оказанных услуг, цен на них и дебиторской задолженности.

1.3 Формирование и распределение доходов коммерческой организации

Рассмотрим порядок формирования доходов организации с экономической и бухгалтерской (учетной) точки зрения.

На стадии реализации выявляется стоимость продукции, включающая стоимость прошлого овеществленного труда и живого труда. Стоимость живого труда отражает вновь созданную стоимость и распадается на две части.

Первая представляет собой заработную плату работников, участвующих в производстве продукции. Ее величина определяется рядом факторов, обусловленных необходимостью воспроизводства рабочей силы.

В этом смысле для предпринимателя она представляет часть издержек по производству продукции. Ее величина определяется рядом факторов, обусловленных необходимостью воспроизводства рабочей силы. В этом смысле для предпринимателя она представляет часть издержек по производству продукции.

Вторая часть вновь созданной стоимости отражает чистый доход, который реализуется только в результате продажи продукции, что означает общественное признание ее полезности.

На уровне организации в условиях товарно-денежных отношений чистый доход принимает форму прибыли. На рынке товаров организации выступают как относительно обособленные товаропроизводители. Установив цену на продукцию, они реализуют ее потребителю, получая при этом выручку, что не означает получение прибыли. Для выявления финансового результата необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости продукции. Когда выручка превышает себестоимость, финансовый результат свидетельствует о получении прибыли.

Предприниматель всегда ставит своей целью прибыль, но не всегда получает ее. Если выручка равна себестоимости, то удалось лишь возместить затраты на производство и реализацию продукции.

При реализации без убытков отсутствует и прибыль, как источник производственного, научно-технического и социального развития.

При затратах, превышающих выручку, организация получает убытки - отрицательный финансовый результат, что ставит его в достаточно сложное финансовое положение, не исключаящее и банкротство.

Четкая классификация доходов и расходов является базой обоснованного определения чистого результата деятельности за определенный период. Помимо этого, классификация необходима для [18, с. 165]:

- определения, из какого источника получена основная часть доходов и прибыли отчетного периода;
- разделения производственной себестоимости продукции и непроизводственных расходов, в том числе расходов по управлению и реализации, а также расходов по финансовой деятельности;
- разделения постоянных и переменных расходов в целях управленческого и финансового анализа.

Для определения источников получения доходов вся деятельность организации разделяется на [28, с. 96]:

- основную или операционную деятельность (производство и реализация продукции, работ и услуг организации);
- финансовую деятельность (получение кредитов и выдача их другим организациям; участие организации в деятельности других компаний; операции организации на финансовых рынках, курсовые разницы и др.);
- чрезвычайные статьи (операции, не являющиеся характерными для деятельности организации).

Такое деление весьма важно, поскольку оно позволяет определить, каков удельный вес доходов, полученных как от основной деятельности организации, так и из других источников, в особенности из таких, которые вообще не являются характерными для деятельности данной организации и не могут рассматриваться как постоянный источник получения его доходов.

Источниками формирования дохода торговых организаций являются [36, с. 15]:

- часть прибавочного продукта, созданного в сфере материального производства и передаваемого в сферу товарного обращения через торговые скидки и др.;

- часть прибавочного продукта, создаваемого в сфере обращения трудом торговых работников. Практически доход по торговой деятельности образуется за счет торговых скидок и надбавок, накидок, комиссионного вознаграждения и возмещений из бюджета.

Торговая надбавка является основным источником формирования валового дохода. Будучи ценой сферы торговли, надбавки формируются в соответствии с общим механизмом ценообразования. На их величину оказывают влияние:

- характер услуг,
- специфика деятельности,
- ценовая политика предприятия (фирмы),
- правительственная политика, проводимая в сфере обмена,
- спрос и предложение на торговые услуги,
- конкуренция,
- уровень издержек обращения,
- стратегические целевые критерии, принятые организацией на данный период функционирования.

С ориентацией экономики на рыночные отношения и с переходом к свободному ценообразованию все организации получили статус юридического лица и стали сами определять размер торговой надбавки.

В действующих условиях хозяйствования уровень торговой надбавки должен определяться с учетом конъюнктуры рынка, соотношения между спросом и предложением на конкретный товар, размера свободной отпускной цены, издержек обращения, прибыли, ставок косвенных налогов.

Основные требования, предъявляемые к обоснованности торговых надбавок, заключаются в следующем:

- они должны создавать условия для прибыльной работы предприятия;
- стимулировать эффективное использование имеющихся ресурсов,

- учитывать территориальное размещение производства (поставщиков) и пути продвижения отдельных товаров к потребителю,

- способствовать сокращению перевозок продукции от места производства до потребления,

- содействовать упрощению практики расчетов и совершенствованию отношений предприятий между собой, с предприятиями других отраслей деятельности, с банками, финансовыми и налоговыми органами.

Соотношение постоянных и переменных операционных затрат предприятия, позволяющее «включать» механизм операционного левеиджа с различной интенсивностью воздействия на операционную прибыль организации, характеризуется «коэффициентом операционного левеиджа». При этом, чем выше значение коэффициента операционного левеиджа в организации, тем в большей степени оно способно ускорять темпы прироста операционной прибыли по отношению к темпам прироста объема реализации продукции.

Иными словами, при одинаковых темпах прироста объема реализации продукции организация, имеющая больший коэффициент операционного левеиджа, при прочих равных условиях всегда будет в большей степени приращивать сумму своей операционной прибыли в сравнении с организацией с меньшим значением означенного коэффициента. В конкретных ситуациях операционной деятельности организации проявление механизма операционного левеиджа имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать в процессе его использования для управления прибылью.

Особенности механизма операционного левеиджа:

1 положительное воздействие операционного левеиджа начинает проявляться лишь после того, как субъект хозяйствования преодолело точку безубыточности своей операционной деятельности. Для того, чтобы положительный эффект операционного левеиджа начал проявляться, субъект хозяйствования вначале должен получить достаточный размер маржинальной прибыли, чтобы покрыть свои постоянные операционные расходы.

2 после преодоления точки безубыточности, чем выше коэффициент операционного левеиджа, тем большей силой воздействия на прирост прибыли будет обладать организация, наращивая объем реализации продукции.

3 наибольшее положительное воздействие операционного левеиджа достигается в поле, максимально приближенном к точке безубыточности (после ее преодоления). По мере дальнейшего наращивания объема реализации и удаления от точки безубыточности (т.е. при наращивании предела безопасности или запаса прочности) эффект операционного левеиджа начинает снижаться [14, с. 76].

4 механизм операционного левеиджа имеет и обратную направленность - при любом снижении объема реализации продукции в еще большей степени будет уменьшаться размер валовой операционной прибыли. При этом пропорции такого снижения зависят от значения коэффициента операционного левеиджа: чем выше это значение, тем более высокими темпами будет уменьшаться сумма валовой операционной прибыли по отношению к темпам снижения объема реализации продукции [3, с. 86].

5 эффект операционного левеиджа стабилен только в коротком периоде. Это определяется, прежде всего, тем, что операционные затраты субъекта хозяйствования, относимые к составу постоянных затрат, остаются неизменными лишь на протяжении короткого отрезка времени. Как только в процессе наращивания объема реализации продукции происходит очередной скачок суммы постоянных операционных затрат, организации необходимо преодолевать новую точку безубыточности или приспособлять к ней свою операционную деятельность. Иными словами, после такого скачка, обуславливающего изменение коэффициента операционного левеиджа, его эффект по-новому проявляется в новых условиях хозяйствования [5, с. 138].

Понимание механизма проявления операционного левеиджа позволяет целенаправленно управлять соотношением постоянных и переменных издержек в целях повышения эффективности операционной деятельности. Это управление сводится к изменению значения коэффициента операционного левеиджа при

различных тенденциях конъюнктуры товарного рынка и стадиях жизненного цикла организации (предпринимателя и т.п.).

Управление операционным левэриджем может осуществляться путем воздействия, как на постоянные, так и на переменные операционные затраты. При управлении постоянными затратами следует иметь в виду, что высокий их уровень в значительной мере определяется отраслевыми особенностями осуществления операционной деятельности, определяющими различный уровень фондоемкости производимой продукции, дифференциацию уровня механизации и автоматизации труда.

Кроме того следует отметить, что постоянные затраты в меньшей степени поддаются быстрому изменению, поэтому организации, имеющие высокий коэффициент операционного левэриджа, теряют гибкость в управлении своими издержками.

К числу возможностей для снижения удельного веса постоянных затрат можно отнести:

- существенное сокращение накладных расходов при неблагоприятной конъюнктуре товарного рынка;
- продажу части неиспользуемого оборудования и нематериальных активов с целью снижения потока амортизационных отчислений;
- широкое использование краткосрочных форм лизинга машин и оборудования вместо их приобретения в собственность;
- сокращение объема ряда потребляемых коммунальных услуг и некоторые другие [7, с. 86-87].

При управлении переменными затратами основным ориентиром должно быть обеспечение постоянной их экономии, т.к. между суммой этих затрат и объемом производства и реализации продукции существует прямая зависимость.

Обеспечение этой экономии до преодоления организацией точки безубыточности ведет к росту суммы маржинальной прибыли, что позволяет быстрее преодолеть эту точку. После преодоления точки безубыточности сумма экономии переменных затрат будет обеспечивать прямой прирост валовой

операционной прибыли. К числу основных резервов экономии переменных затрат можно отнести:

- снижение численности работников основного и вспомогательных производств за счет обеспечения роста производительности их труда;
- сокращение размера запасов сырья, материалов готовой продукции в периоды неблагоприятной конъюнктуры товарного рынка;
- обеспечение выгодных для организации условий поставки сырья и материалов и другие.

Понимание механизма проявления операционного левеиджа позволяет целенаправленно управлять соотношением постоянных и переменных издержек в целях повышения эффективности операционной деятельности. Это управление сводится к изменению значения коэффициента операционного левеиджа при различных тенденциях конъюнктуры товарного рынка и стадиях жизненного цикла организации.

Таким образом, постоянное и целенаправленное управление постоянными и переменными затратами, оперативное изменение их соотношения при меняющихся условиях хозяйствования позволяют увеличить потенциал формирования операционной прибыли организации.

По мнению Кожинова В. Я.: «формирование доходов организации осуществляется [24, с. 13]:

- доходы от основной деятельности;
- доходы от прочей операционной деятельности;
- доходы от финансовых операций;
- доходы от прочей обычной деятельности (доходы от финансовых инвестиций, реализация внеоборотных активов);
- доходы от чрезвычайных событий».

Таким образом, основное содержание процесса формирования доходов включает [24, с. 13]:

- 1 обеспечение своевременности и полноты формирования доходов предприятия.

2 выявление резервов увеличения доходов.

3 обеспечение объективности, достоверности и полноты локализации плановых и/или полученных доходов организации по центрам их формирования с целью информационного обеспечения принятия управленческих финансовых решений.

4 оценка результативности деятельности центров доходов с позиций их формирования и получения, определение уровня соответствия результатов деятельности отдельных центров доходов плановым величинам.

5 анализ состава и структуры доходов организации по таким критериям:

- соответственно центрам доходов;
- в разрезе структурных подразделений организации;
- по видам продукции (работ, услуг);
- в целом по организации;
- прогнозирование тенденций формирования доходов организации в плановом и перспективном периодах и их планирование».

Важной задачей финансового менеджмента в организации является обеспечение стабильности формирования его доходов в размере, не меньше размера его затрат, что дает возможность обеспечить безубыточность деятельности организации. Эффективность и результативность формирования доходов организации как составной модели управления его прибылью непосредственно зависит от адекватности финансового обеспечения ценовой политики организации реалиям рынка, на котором оно работает.

Факторы, оказывающие влияние на формирование доходов организации: рыночный спрос на продукцию; характеристики товаров; маркетинговая политика; ценовая политика. Непосредственное влияние на формирование прибыли организации оказывает уровень и абсолютная величина расходов организации. Соответственно, управление затратами организации направлено на обоснование уровня затрат организации и их финансовое обеспечение.

2 ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И МЕРОПРИЯТИЯ НАПРАВЛЕННЫЕ НА ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, НА ПРИМЕРЕ ООО «АВТОТОРГ»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «АвтоТорг»

Компания ООО «АвтоТорг» образована в 2007 году. К этому времени руководство ООО «АвтоТорг», изучив конъюнктуру рынка запасных частей для коммерческого транспорта европейского производства, сделало следующие выводы:

- количество основных участников рынка - 7, большинство из которых существовали на рынке более 7 лет;
- недовольство потребителей необходимостью приобретения запасных частей только под заказ из центральных регионов России;
- узкий ассортимент предлагаемой продукции;
- высокий уровень цен.

Исходя из данного анализа, основной целью образования компании стало удовлетворение потребностей парков, эксплуатирующих коммерческий транспорт европейского производства в запасных частях в кратчайшие сроки. Благодаря этой стратегии компания обеспечила себе увеличение доли продаж на рынке.

Несмотря на существующих конкурентов на рынке запасных частей, компании удалось в течение четырех лет занять устойчивую позицию лидера на рынке запасных частей для коммерческого транспорта Алтайского края и контролировать до 70% рынка запасных частей для транспорта Европейского производства за счет следующих конкурентных стратегий:

1 вложение в товарные запасы, постоянное расширение ассортимента продукции, что позволяет наиболее полно и в короткие сроки удовлетворять потребности потребителей;

2 размещение торговых точек на основных транспортных магистралях;

3 создание высокопрофессиональной команды, находящейся в постоянном контакте с клиентами;

4 использование современного программного обеспечения при приеме и обработке заявки;

5 внедрение системы лояльности для различных категорий покупателей за счет следующих инструментов: системы скидок, рассрочек, доставки.

Основными видами деятельности ООО «АвтоТорг» являются: оптовая и розничная торговля запасными частями, расходными материалами и шинами для коммерческого транспорта; осуществление сервисного обслуживания коммерческого транспорта европейского производства.

Основные виды реализуемой продукции:

- шины для коммерческого транспорта европейского, американского, японского производства;

- запасные части для коммерческого транспорта европейского производства;

- расходные и смазочные материалы для коммерческого транспорта европейского, американского, японского производства;

- прочие материалы для эксплуатации и обслуживания коммерческого транспорта.

В настоящее время ООО «АвтоТорг» является динамично развивающейся компанией, занимающей устойчивые позиции на рынках запасных частей, шин и материалов для обслуживания и эксплуатации коммерческого транспорта Европейского, Американского и Японского производства.

Основными покупателями ООО «АвтоТорг» являются крупные организации Алтайского края, Кемеровской области, такие как ООО «Розница-1», ООО «Алтай-Дортранс», ЗАО «Кузбасский пищекомбинат» и другие.

ООО «АвтоТорг» является динамично развивающейся организацией с собственными подходами к развитию бизнеса.

Использование в работе высококвалифицированного персонала и современных технологий развития бизнеса позволяет компании занимать лидирующие позиции на рынке, опережая своих конкурентов и занимая новые ниши.

Рассмотрим основные экономические показатели деятельности ООО «АвтоТорг» за 2015-2017гг., а данные представим в виде таблицы. (табл 2.1)

Таблица 2.1 - Основные экономические показатели деятельности ООО «АвтоТорг» в период 2015-2017гг.

Показатели	2015г.	2016г.	2017г.	Отклонения 2016 г. к 2015 г.		Отклонения 2017 г. к 2016 г.	
				Абс.	Темп роста	Абс.	Темп роста
Активы, тыс. руб.	1 049 126	1 058 853	1 101 755	9 727	1,01	42 902	1,04
Собственный капитал, тыс. руб.	363 499	395 993	431 449	32 494	1,09	35 456	1,09
Заемный капитал, тыс. руб.	685 627	662 860	670 306	-22 767	0,97	7 446	1,01
Выручка от продажи, тыс. руб.	770 538	792 254	808 624	21 716	1,03	16 370	1,02
Себестоимость продаж, тыс. руб.	636 381	652 698	654 351	16 317	1,03	1 653	1,00
Валовая прибыль, тыс. руб.	134 157	139 556	154 273	5 399	1,04	14 717	1,11
Прибыль от продажи, тыс. руб.	84 996	89 134	100 574	4 138	1,05	11 440	1,13
Чистая прибыль, тыс. руб.	31 494	32 494	35 456	1 000	1,03	2 962	1,09
Рентабельность продаж, %	17	18	19	1	1,06	1	1,06
Рентабельность активов, %	3,0	3,1	3,2	0,1	1,03	0,1	1,03
Коэффициент текущей ликвидности	0,71	2,30	2,15	1,59	3,24	-0,15	0,93
Коэффициент срочной ликвидности	0,36	1,03	0,88	0,67	2,86	-0,15	0,85
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	234 551	256 446	229 708	21 895	1,09	-26 738	0,90
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	270 605	240 995	261 373	-29 610	0,89	20 378	1,08
Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности	0,87	1,06	0,89	0,19	1,22	-0,17	0,84
Коэффициент фин. независимости	0,35	0,37	0,39	0,02	1,06	0,02	1,05

Определим рентабельность активов по формуле:

$$Pa = \text{ЧП} / A, \quad (2.1)$$

где Ра – рентабельность активов;

ЧП – чистая прибыль;

А – активы.

$$2015г. = 31\,494 / 1\,049\,126 = 0,030 * 100 = 3,0\%$$

$$2016г. = 32\,494 / 1\,058\,853 = 0,031 * 100 = 3,1\%$$

$$2017г. = 35\,456 / 1\,101\,755 = 0,032 * 100 = 3,2\%$$

Определим коэффициент текущей ликвидности по формуле:

$$К \text{ тек. лик.} = ОА / КО, \quad (2.2)$$

где ОА – оборотные активы;

КО – краткосрочные обязательства.

$$2017г. = 616\,421 / 286\,373 = 2,15$$

$$2016г. = 578\,460 / 251\,832 = 2,30$$

$$2015 г. = 458\,092 / 645\,627 = 0,71$$

Определим коэффициент срочной ликвидности по формуле:

$$К \text{ сроч. лик.} = (ДС + ДЗ) / КО, \quad (2.3)$$

где ДС – денежные средства;

ДЗ – дебиторская задолженность.

$$2015г. = (346 + 234\,551) / 645\,627 = 0,36$$

$$2016г. = (3\,488 + 256\,446) / 251\,832 = 1,03$$

$$2017г. = (21\,167 + 229\,708) / 286\,373 = 0,88$$

Определим соотношение дебиторской и кредиторской задолженности:

$$2015г. = 234\,551 / 270\,605 = 0,87$$

$$2016г. = 256\,446 / 240\,995 = 1,06$$

$$2017г. = 229\,708 / 261\,373 = 0,89$$

Определим коэффициент финансовой независимости по формуле:

$$Кф.н. = СС / А, \quad (2.4)$$

где СС – собственные средства;

А – активы.

$$2015г. = 363\,499 / 1\,049\,126 = 0,35$$

$$2016г. = 395\,993 / 1\,058\,853 = 0,37$$

$$2017г. = 431\,449 / 1\,101\,755 = 0,39$$

Из таблицы видно, что в динамике за три года в основных показателях деятельности ООО «АвтоТорг» произошли существенные изменения.

Активы ООО «АвтоТорг» в динамике за три года увеличились - темп роста в 2016 году составил 1%, а в 2017г. - 4%. Также наблюдается увеличение собственного капитала, темп роста ежегодно составляет 9%, что является положительным моментом.

В 2016 году по сравнению с 2015 г. наблюдается значительное снижение заемного капитала (на 22 767 тыс. руб.), темп снижения составил 3%. Это является положительным моментом, так как говорит о снижении обязательств ООО «АвтоТорг» перед своими кредиторами.

Выручка от продажи продукции в 2017 г. в ООО «АвтоТорг» составила 808 624 тыс. руб., по сравнению с 2016 г. (792 254 тыс. руб.) произошло увеличение суммы выручки – на 2%.

Рост выручки в 2016г. по сравнению с 2015 г. составил 3%. Данное изменение произошло за счет увеличения объемов продаж, а также предоставления небольших скидок на некоторые виды реализуемых товаров.

Вследствие того, что возросла выручка от продаж - возросла и сумма прибыли от продаж. Так, в 2017 г. ООО «АвтоТорг» была получена прибыль от продаж в размере 100 574 тыс. руб., в 2016 г. - прибыль от продаж составляла 89 134 тыс. руб. то есть произошло увеличение на 13 %.

При этом чистая прибыль ООО «АвтоТорг» составила в 2017 г. - 35 456 тыс. руб., что на 9 % больше аналогичного показателя прошлого года (в 2016 г. чистая прибыль ООО «АвтоТорг» составила 32 494 тыс. руб.). Увеличение прибыли произошло за счет роста выручки.

Рентабельность продаж показывает, какую прибыль получает организация с каждого рубля проданной продукции. В ООО «АвтоТорг» прибыль с каждого рубля составила в 2015 г. - 17 руб., в 2016г. - 18 руб. и в 2017г. - 19 руб. На протяжении анализируемого периода наблюдается рост на 1 руб., а темп роста составляет 6%

ежегодно. Это является положительным моментом, так как свидетельствует о повышении спроса на продукцию и увеличении ее рентабельности.

Коэффициент текущей ликвидности в 2016г. по сравнению с 2015г. возрос, темп роста составил 3,24% и значение данного показателя достигло нормативного – 2,30. Незначительное снижение данного показателя в 2017 г. до 2,15 не является критичным, но предприятию следует обратить на это внимание и выявить причины снижения. Если в дальнейшем текущая ликвидность ООО «АвтоТорг» будет разумно возрастать, то это благоприятно скажется на его деятельности.

Проведем анализ актива баланса ООО «АвтоТорг» (табл 2.2).

Таблица 2.2 - Анализ актива ООО «АвтоТорг» за 2015-2017 гг.

Показатели	2015		2016		2017		Изменения 2017/2016	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Внеоборотные активы								
Нематериальные активы	119	0,01	83	0,01	47	-	-36	-0,01
Основные средства	278 911	26,59	167 806	15,85	171 595	15,57	3 789	-0,28
Финансовые вложения	312 004	29,74	312 504	29,51	313 692	28,47	1 188	-1,04
Итого	591 034	56,34	480 393	45,37	485 334	44,05	4 941	-1,32
Оборотные активы								
Запасы	170 812	16,28	265 193	25,05	314 970	28,59	49 777	3,54
НДС	6 434	0,61	4 935	0,47	3 993	0,36	-942	-0,11
Дебиторская задолженность	234 551	22,36	256 446	24,22	229 708	20,85	-26 738	-3,37
Финансовые вложения	45 949	4,38	48 398	4,57	46 583	4,23	-1 815	-0,34
Денежные средства	346	0,03	3 488	0,33	21 167	1,92	17 679	1,59
Итого	458 092	43,66	578 460	54,63	616 421	55,95	37 961	1,32
Баланс	1049126	100,0	1058853	100,0	1101755	100,00	42 902	-

Из таблицы 2.2 видно, что в структуре ООО «АвтоТорг» в динамике за три года произошли существенные изменения.

Валюта баланса увеличилась на 42 902 тыс. руб. и составила 1 101 755 тыс. руб. Темп прироста составил 4,05%.

Увеличение произошло за счет роста внеоборотных активов в ООО «АвтоТорг» на 4 941 тыс. руб. в отчетном году по сравнению с базисным годом. А также за счет роста оборотных активов на 37 961 тыс. руб.

В оборотных активах снижение наблюдается по таким статьям как: НДС, дебиторская задолженность и финансовые вложения. Снижение дебиторской задолженности является положительным моментом.

Проведем анализ пассива ООО «АвтоТорг» за этот же период (табл 2.3).

Таблица 2.3 - Анализ пассива ООО «АвтоТорг» за 2015-2017 гг.

Показатели	2015		2016		2017		Изменения 2017/2016	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Капиталы и резервы								
Уставный капитал	189	0,02	189	0,02	189	0,02	-	-
Добавочный капитал	151 512	14,44	151 512	14,31	151 512	13,75	-	- 0,56
Резервный капитал	10	-	10	-	10	-	-	-
Нераспределенная прибыль	211 788	20,19	244 282	23,07	279 738	25,39	35 456	2,32
Итого	363 499	34,65	395 993	37,40	431 449	39,16	35 456	1,76
Долгосрочные обязательства								
Заемные средства	40 000	3,81	411 028	38,82	383 933	34,85	-27 095	- 3,97
Итого	40 000	3,81	411 028	38,82	383 933	34,85	-27 095	- 3,97
Краткосрочные обязательства								
Заемные средства	374 009	35,65	10 610	1,00	25 000	2,27	14 390	1,27
Кредиторская задолженность	270 605	25,79	240 995	22,76	261 373	23,72	20 378	0,96
Прочие обязательства	1 013	0,10	227	0,02	-	-	-227	- 0,02
Итого	645 627	61,54	251 832	23,78	286 373	25,99	34 541	2,21
Баланс	1049126	100,0	1058853	100,0	1101755	100,00	42 902	-

Из таблицы 2.3 видно, что в пассиве баланса также произошли существенные изменения. Валюта баланса увеличилась на 4,05% и составила в 2017 году 1 101 755 тыс. руб. Рост произошел за счет увеличения заемного капитала ООО «АвтоТорг»:

краткосрочных кредитов и займов и кредиторской задолженности. Также увеличилась нераспределенная прибыль ООО «АвтоТорг» за анализируемый период.

Наличие кредитов свидетельствует о кредитоспособности ООО «АвтоТорг». Так краткосрочные кредиты и займы в 2017 г. по сравнению с 2016г. возросли на 135,63% и составили 25 000 тыс. руб. Рост кредиторской задолженности составил 8,46%.

Несмотря на снижение долгосрочных кредитов и займов в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 27 095 тыс. руб. их доля остается значительной в общей структуре пассива баланса и составляет 34,85%. Если посмотреть выручку ООО «АвтоТорг», то в 2017 году она составляла 808 624 тыс. руб., то есть полностью покрывала кредиторскую задолженность, что свидетельствует о финансовой устойчивости ООО «АвтоТорг». Актив группируется в зависимости от скорости превращения имущества в денежную форму:

Наиболее ликвидные активы (А1) - суммы денежных средств и краткосрочных финансовых вложений (1250+1240);

Быстро реализуемые активы (А2) - дебиторская задолженность (1230);

Медленно реализуемые активы (А3) - суммы запасов оборотных активов и прочих оборотных активов (1210+1260);

Труднореализуемые активы (А4) - внеоборотные активы и налог на добавленную стоимость (1100+1220) .

А пассив группируется в зависимости от сроков погашения обязательств:

Срочные обязательства (П1) - кредиторская задолженность (1520);

Краткосрочные обязательства (П2) - (1500-1520-1530-1540);

Долгосрочные обязательства (П3) - (1400+1530+1540);

Постоянные пассивы (П4) - собственный капитал (1300).

Проведем анализ ликвидности баланса (табл 2.4).

Таблица 2.4 - Анализ ликвидности баланса ООО «АвтоТорг»

Актив	Сумма, тыс. руб.		Пассив	Сумма, тыс. руб.		Платежеспособный излишек (+) / недостаток(-)	
	2016	2017		2016	2017	2016	2017
A1	51 886	67 750	П1	240 995	261 373	-189 109	-193 623
A2	256 446	229 708	П2	10 837	25 000	245 609	204 708
A3	265 193	314 970	П3	411 028	383 933	-145 835	-68,963
A4	485 328	489 327	П4	395 993	431 449	89 335	57 878
Баланс	1 058 853	1 101 755	Баланс	1 058 853	1 101 755	-	-

- $A1 \geq P1$ - неравенство характеризует платежеспособность организации на дату проверки, т.е. денежных средств и ценных бумаг должно быть достаточно для покрытия срочных обязательств, т.е. кредиторской задолженности.

За анализируемый период в ООО «АвтоТорг» данное условие в динамике двух лет не выполняется, что свидетельствует о нехватке денежных средств и ценных бумаг для покрытия дебиторской задолженности, несмотря на рост денежных средств в ООО «АвтоТорг» в 2017 году.

- $A2 \geq P2$ - неравенство характеризует платежеспособность организации в течение года. Дебиторской задолженности должно хватать для покрытия краткосрочных обязательств.

В ООО «АвтоТорг» по итогам анализа дебиторская задолженность покрывает краткосрочные обязательства, то есть ООО «АвтоТорг» является платежеспособным в течение года.

- $A3 \geq P3$ - неравенство характеризует платежеспособность организации более чем через год. Долгосрочные обязательства должны быть обеспечены материальными запасами.

В ООО «АвтоТорг» данное неравенство не выполняется. Имеется платежный недостаток. То есть долгосрочные обязательства не покрываются материальными запасами.

- $A4 \leq P4$ - П4 является постоянными пассивами, т.е. собственным капиталом не требующим погашения, поэтому это неравенство не характеризует платежеспособность организации и ликвидность, носит балансирующий характер.

2.2 Анализ формирования доходов в ООО «АвтоТорг»

Проведем структурный анализ доходов организации, используя для этого отчет о финансовых результатах ООО «АвтоТорг» за 2015-2017 гг.

В таблице 2.5 рассчитаем долю, которую имеют показатели в структуре отчета, а также рассмотрим изменения, которые произошли за 2015-2017 гг (табл 2.5).

Таблица 2.5 - Структурный анализ отчета о финансовых результатах ООО «АвтоТорг» за 2015 -2017 гг.

Показатели	2017		2016		2015		Отклонения, тыс. руб.		Отклонения, %	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	2016/ 2015	2017 /2016	2016 /2015	2017 /2016
Выручка	808624	100	792254	100	770538	100	21716	16370	+0,03	+0,02
Себестоимость продаж	654351	80,9	652698	82,4	636381	82,6	16317	1653	-0,2	-1,5
Валовая прибыль (убыток)	154273	19,1	139556	17,6	134157	17,4	5399	14717	+0,2	+1,5
Коммерческие расходы	53699	6,6	50422	6,4	49161	6,4	1261	3277	0	+0,3
Прибыль (убыток) от продаж	100574	12,4	89134	11,3	84996	11,0	4138	11440	+0,3	+1,2
Проценты к уплате	51405	6,4	46947	5,9	44600	5,8	2347	4458	+0,1	+0,4
Прочие доходы	9 611	1,2	4263	0,5	4114	0,5	149	5348	0	+2,7
Прочие расходы	20754	2,6	8846	1,1	8315	1,1	531	11908	0	+1,5
Прибыль (убыток) до налогообложения	38026	4,7	37604	4,8	36195	4,7	1409	422	+0,1	-0,1
Текущий налог на прибыль	2570	0,3	5110	0,6	4701	0,6	409	- 2540	0	-0,3
Чистая прибыль	35456	4,4	32494	4,1	31494	4,1	1000	2962	0	+0,3

Из таблицы 2.5 видно, что в структуре прибыли ООО «АвтоТорг» за рассматриваемый период произошли существенные изменения. Удельный вес в отчетном периоде по сравнению с базисным увеличилась на 0,3% и составила 35 456 тыс. руб. Это увеличение является положительным моментом, так как свидетельствует о том, что объем продаж увеличился.

По результатам проведенного анализа видно, в 2017 году валовая прибыль ООО «АвтоТорг» достигла уровня в 154 273 тыс. руб., увеличившись по сравнению с 2016 годом на 14 717 тыс. руб. (темп роста составил 110,5%), при этом доля валовой прибыли увеличилась на 1,5%.

Данное изменение в ООО «АвтоТорг» произошло за счет роста выручки от продажи продукции и за счет роста себестоимости продаж.

За 2016 год выручка от продажи продукции возросла на 16 370 тыс. руб., а себестоимость проданной продукции возросла на 1 653 тыс. руб.

Таким образом, в ООО «АвтоТорг» темпы роста себестоимости проданной продукции не опережают темпы роста выручки от продажи, что является положительным фактором.

Прибыль от продажи в 2017 году в ООО «АвтоТорг» составила 100 574 тыс. руб., для сравнения: в 2016 году прибыль от продажи составила - 89 134 тыс. руб., а в 2015 г. - 84 996 тыс. руб.

Таким образом, увеличение прибыли от продажи продукции в ООО «АвтоТорг» в 2017 году по сравнению с 2016 годом составило 14 717 тыс. руб.

Проведем анализ рентабельности продаж(табл 2.6).

Таблица 2.6 - Анализ рентабельности продаж ООО «АвтоТорг» за 2016 – 2017

Показатели	2017	2016	Абсолютное отклонение тыс.руб.	Темп изменения, %
Выручка от продаж	808 624	792 254	16 370	102,07
Себестоимость продаж	654 351	652 698	1 653	100,25
Коммерческие расходы	53 699	50 422	3 277	106,50
Прибыль от продаж	100 574	89 134	11 440	112,83
Рентабельность продаж	12,80	11,25	1,55	110,58
Полная себестоимость	654 351	652 698	1 653	100,25
Затраты на 1 руб.	0,81	0,82	-0,01	98,78

Необходимо соблюдения следующих темпов изменения показателей:

$$T_{вр} > T_c = > \text{увеличение } P_{пр} = > \text{уменьшение } Z_{на1руб}$$

Оно означает, что темпы роста выручки должны быть выше темпов роста себестоимости, тогда прибыль и рентабельность продаж увеличивается, а затраты на рубль снижаются.

Рентабельность продаж рассчитывается по формуле:

$$P_{пр} = \frac{ВР - СС - Кр - УР}{ВР} \quad (2.5)$$

где, ВР – выручка;

СС – себестоимость;

Кр – коммерческие расходы;

УР – управленческие расходы.

$$P_0 = (792\,254 - 652\,698 - 50\,422) / 792\,254 * 100\% = 11,25\% - \text{в } 2016 \text{ г.}$$

$$P^{вр} = (808\,624 - 652\,698 - 50\,422) / 808\,624 * 100\% = 13,05\% - \text{1 расчетный}$$

$$P_c = (808\,624 - 654\,351 - 50\,422) / 808\,624 * 100\% = 12,84\% - \text{2 расчетный}$$

$$P_1 = (808\,624 - 651\,351 - 53\,699) / 808\,624 * 100\% * 100\% = 12,44\%$$

$$\Delta P_1 = 13,05 - 11,25 = 1,80\%$$

$$\Delta P_2 = 12,84 - 13,05 = -0,21\%$$

$$\Delta P_3 = 12,44 - 12,84 = -0,04\%$$

$$1,80 - 0,21 - 0,04 = 1,55\%$$

Общее снижение рентабельности продаж составило 1,55% за счет следующих факторов: увеличение выручки от продаж привело к росту рентабельности на 1,80%; рост себестоимости продаж привело к снижению рентабельности на 0,21%; рост коммерческих расходов на 3 277 тыс. руб. привел к снижению рентабельности на 0,04%.

В анализируемом периоде конечный финансовый результат ООО «АвтоТорг» формируется главным образом за счет доходов от реализации товаров. Рассмотрим структуру распределения доходов ООО «АвтоТорг» по видам деятельности: операционная, финансовая и инвестиционная. (табл 2.7)

Таблица 2.7 - Структура доходов ООО «АвтоТорг» по видам деятельности за 2015-2017г.

Вид деятельности	2015		2016		2017		Темп роста 2017 г. к 2016 г.
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	
Операционная деятельность	477 734	62	459 507	58	444 743	55	96,79
Инвестиционная деятельность	92 465	12	118 838	15	202 156	25	170,11
Финансовая деятельность	200 339	26	213 909	27	161 725	20	75,60
Итого	770 538	100	792 254	100	808 624	100	x

Из таблицы видно, что основную долю в получении доходов составляет операционная деятельность, то есть наибольший доход ООО «АвтоТорг» получает непосредственно от основной деятельности.

Но в динамике трех лет, наблюдается снижение доли доходов ООО «АвтоТорг» по основному виду деятельности.

В 2017 г. по сравнению с 2016г. доходы от основной деятельности ООО «АвтоТорг» снизились на 3,21% или на 14 764 тыс. руб. Это является негативным моментом, так как несет в себе угрозу снижения выручки.

Инвестиционная деятельность также имеет свою долю в общем объеме доходов и к концу 2017 г. ее доля составила 25%, а прирост к 2016 году - 70,11%.

Доля финансовой деятельности в общем объеме прибыли в 2017 году снизилась до 20% и составила 161 725 тыс. руб., темп снижения составил 24,40%. Это произошло в связи с ростом вложений инвестиций в инновационную деятельность ООО «АвтоТорг».

Изобразим графически структуру формирования доходов ООО «АвтоТорг» по видам деятельности (Рис. 2.1).

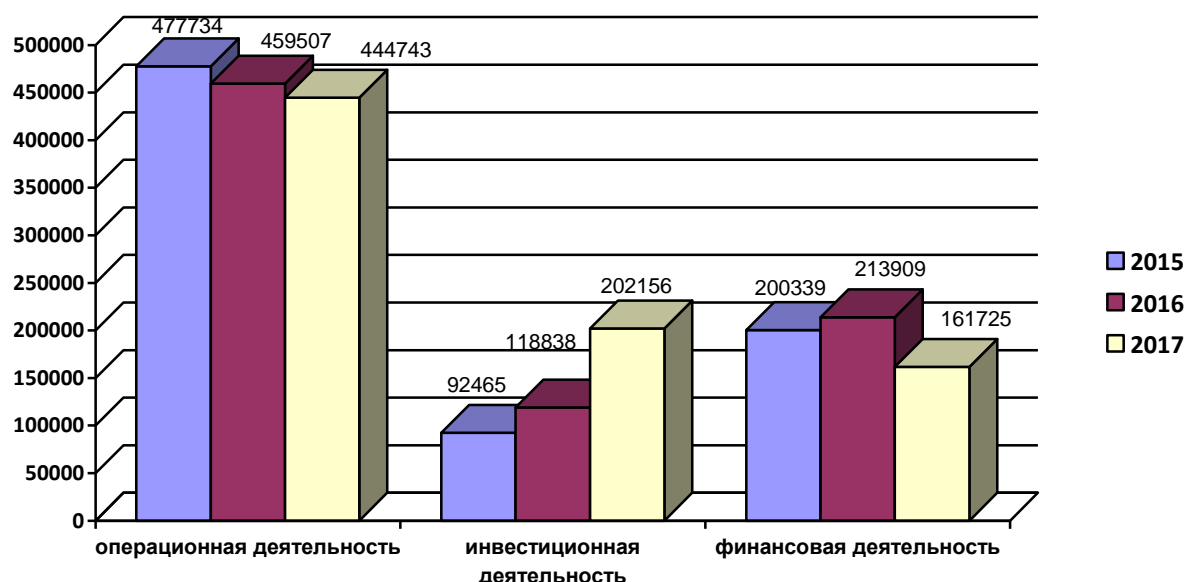


Рисунок 2.1 - Структура доходов ООО «АвтоТорг» по видам деятельности

Рисунок еще раз наглядно позволил увидеть динамику изменений в доходах ООО «АвтоТорг». В динамике трех лет наблюдается снижение доходов ООО «АвтоТорг» от операционной деятельности.

Инвестиционная деятельность в динамике трех лет растет, активный и значительный рост доходов произошел в 2017 году.

Динамика доходов по финансовой деятельности ООО «АвтоТорг» неоднозначна: в 2016г. доходы возросли, а в 2017г. – снизились, при этом стали ниже показателя 2015г.

Рассмотрим структуру доходов ООО «АвтоТорг» (табл 2.8).

Таблица 2.8 - Динамика и структура доходов ООО «АвтоТорг»

Вид дохода	2015		2016		2017		Темп роста 2017 г. к 2016 г.
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	
Выручка	770 538	76,35	792 254	75,24	808 624	77,16	102,07
Дебиторская задолженность	234 551	23,24	256 446	24,35	229 708	21,92	89,57
Прочие доходы	4 114	0,41	4 263	0,41	9 611	0,92	225,45
Итого	1 009 203	100	1 052 963	100	1 047 943	100	417,09

Анализ доходов показал, что основным доходом ООО «АвтоТорг» является выручка. Доля прочих доходов ООО «АвтоТорг» является незначительной. Значительную долю в доходах ООО «АвтоТорг» занимает дебиторская задолженность. Несмотря на снижение дебиторской задолженности в 2017 году по сравнению с 2016 годом ее суммы значительны.

Для того чтобы у ООО «АвтоТорг» не возникло проблем с наличностью и свободными денежными средствами необходимо решать проблему снижения дебиторской задолженности.

Рассмотрим формирование выручки ООО «АвтоТорг» используя данные по товарным группам. Проанализируем из чего состоит выручка от реализации товаров ООО «АвтоТорг».

Так как ассортимент ООО «АвтоТорг» достаточно большой, то для анализа формирования выручки от реализации товаров проведем только на одной группе товаров - шины для автомобилей (табл 2.9).

Таблица 2.9 - Определение выручки от реализации товаров ООО «АвтоТорг» на примере товарной группы «шины для автомобилей»

Товар	Цена реализации, руб.	Объем реализации, шт.	Сумма, тыс. руб.
Шина 275/70R22.5 Kormoran C 148/145J (универсальная)(Ш0106)	19 200	100	1 920
Шина 11.00R20 Kormoran D 150/146K (ведущая)(Ш0145)	20 580	88	1 811
Шина шип. 205/65R16C Michelin AGILIS XIN (003309)(Ш0509)	6 507	228	1 484
Шина 295/80R22.5 Michelin X Multiway 3D XZE (руль)(Ш0504)	30 660	66	2 024
Шина 205/65R16C BFGoodrich Activan Winter (липучка)(Ш0514)	5 101	312	1 592
Шина 205/65R16C BF Goodrich Activan (Ш0535)	5 180	288	1 492
Итого		1 082	10 323

Из таблицы видно, что общая сумма выручки от реализации шин для автомобилей в ООО «АвтоТорг» составила 10 323 тыс. руб.

Наибольшая выручка наблюдается за реализацию шин премиум качества по цене 30 660 руб., но при этом в количественном выражении реализация данного

вида продукции минимальная - 66 шт. Сумма полученной выручки от реализации этого вида шин составила 2 024 тыс. руб.

Наибольшее количество продано шин качества «эконом» в количестве 312 штук при цене 5 101 руб., то есть выручка от реализации данного вида шин составила 1 592 тыс. руб.

Изобразим графически структуру выручки от реализации шин ООО «АвтоТорг».

Из рисунка видно, что в целом структура выручки от реализации того или иного вида шин одинакова, несмотря на значительное различие в цене и количестве проданных шин. Доходы ООО «АвтоТорг» формируются главным образом за счет реализации товаров для автомобилей различного назначения: шин, запасных частей, комплектующих и т.д. То есть выручка ООО «АвтоТорг» формируется в основном от реализации товаров и услуг.

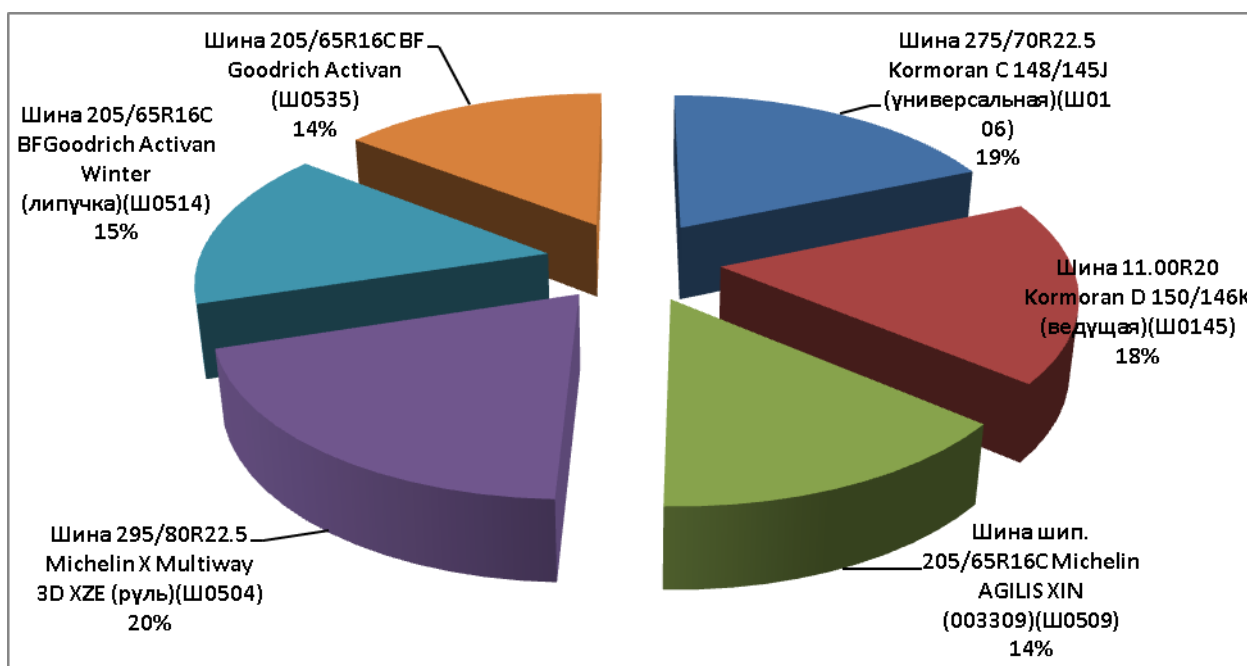


Рисунок 2.2 - Структура выручки ООО «АвтоТорг» от реализации шин

По данным таблицы 2.10 проведем углубленный анализ доходов, используя коэффициентные методы финансового анализа, показывающие степень эффективности использования средств ООО «АвтоТорг».

Таблица 2.10 - Динамика показателей эффективности деятельности в ООО

«АвтоТорг»»

Показатель	2015 г.	2016 г.	изменени е (+,-)	темп роста, %	2017 г.	изменени е (+,-)	темп роста, %
А	1	2	3	4	5	6	7
Доходы (Дох)	770 538	792 254	21 716	102,82	808 624	16 370	102,07
Расходы (Расх)	636 381	652 698	16 317	102,56	654 351	1 653	100,25
Прибыль (убыток) (Дох-Расх) (Р)	134 157	139 556	5 399	104,02	154 273	14 717	110,55
Среднегодовая стоимость активов (\bar{A})	1 030 626	1 053 990	23 364	102,27	1 080 304	26 314	102,50
Выручка от продаж (N)	770 538	792 254	21 716	102,82	808 624	16 370	102,07
Рентабельность активов, % (P/ \bar{A}) (f)	13,02	13,24	0,22	101,69	14,28	1,04	107,85
Рентабельность продаж, % (P/N) (x)	17,41	17,62	0,21	101,21	19,08	1,46	108,29
Выручка от продаж в 1 руб. доходов (N/Дох) (y)	1,0	1,0	-	100,00	1,0	-	100,00
Доходы на 1 руб. активов (Дох/ \bar{A}) (z)	0,75	0,75	-	100,00	0,75	-	100,00
Доходы на 1 руб. расходов (Дох/Расх) (p)	1,21	1,21	-	100,00	1,24	0,03	102,48

Данные таблицы показывают на рост и доходов, и расходов. Доходы сформировались на 100% из выручки с продаж. Одновременно с этим наблюдается:

- рост рентабельности от продаж на 1,21% в 2016 г. и 1,46% в 2017 г. по сравнению с 2015 г.;

- рост рентабельности активов на 1,69% в 2016 г., и снижение на 1,04% в 2017г.

Для раскрытия влияния факторов на изменение рентабельности активов в 2016 г. создадим детерминированную модель зависимости рентабельности активов от факторов, влияющих на ее изменение - доли выручки от продаж в доходах, рентабельности продаж, удельного веса доходов на 1 руб. активов. Зависимость выражается мультипликативной моделью.

Методом цепных подстановок с применением абсолютных разниц, рассчитаем влияние факторов по формулам:

$$\Delta f(x) = \Delta x y_0 z_0 \quad (2.6)$$

$$\Delta f(y) = \Delta y x_1 z_0 \quad (2.7)$$

$$\Delta f(z) = \Delta z x_1 y_1 \quad (2.8)$$

$$\Delta f = \Delta f(x) + \Delta f(y) + \Delta f(z) \quad (2.9)$$

где, x - рентабельность продаж;

y - выручка от продаж в 1 руб. доходов;

z - доходы на 1 руб. активов

$$\Delta f(x) = 0,21 * 1,00 * 0,75 = 0,16$$

$$\Delta f(y) = 0 * 17,41 * 1,00 = 0$$

$$\Delta f(z) = 0 * 17,41 * 1,00 = 0$$

$$\Delta f = 0,16 + 0 + 0 = 0,16$$

По расчетам видно, что рентабельность активов возросла на 0,162% за счет неизменности доходов на 1 руб. активов (+0%), и за счет роста рентабельности продаж (0,16%).

Аналогично рассчитаем, как повлияли факторы на изменение рентабельности активов в 2017 г. по сравнению с 2016 г.:

$$\Delta f(x) = 1,46 * 1,00 * 0,75 = 1,10$$

$$\Delta f(y) = 0 * 19,08 * 0,75 = 0$$

$$\Delta f(z) = 0 * 19,08 * 1,00 = 0$$

$$\Delta f = -0,241 + 0 + (-1,074) = -1,315$$

Расчеты показывают, что рентабельность активов возросла на 1,10% за счет неизменности доходов на 1 руб. активов (0%), и за счет роста рентабельности продаж (1,10%).

Формирование дохода ООО «АвтоТорг» происходит следующим образом:

- ООО «АвтоТорг» внедряет свои товары на рынок реализации товаров для автомобилей;

- продукция пользуется спросом. Чем больше спрос, тем более укрепляет компания свои позиции на рынке;

- потребители покупают реализуемые товары и услуги и оплачивают их;

- компания получает доход от своей деятельности.

То есть, доход ООО «АвтоТорг» зависит от спроса на реализуемую продукцию.

Проведя различные анализы структуры и динамики активов и источников их формирования, рассчитав различные финансовые показатели ООО «АвтоТорг» можно сделать вывод, что финансовое положение стабильно и приносит доходы: выручку и прибыль.

В целом ООО в динамике трех лет получает выручку и имеет тенденцию к росту, но в ходе проведенного анализа доходов выявились тревожные сигналы, которые оказывающие влияние на доходы.

Если на эти сигналы не обратить внимание, то в дальнейшем могут возникнуть проблемы, которые приведут к снижению доходов предприятие, а соответственно снизится эффективность деятельности.

Проблемы:

- риск снижения выручки от реализации основной продукции;

- рост дебиторской задолженности, с 2015г по 2016г увеличилась на 21 895р.

- риск снижения спроса на продукцию.

2.3 Рекомендации по совершенствованию системы формирования доходов ООО «АвтоТорг»

Основные мероприятия ООО «АвтоТорг», направленные на увеличение выручки:

- снижение себестоимости продукции;

- ликвидация потери ресурсов, связанных с халатным отношением рабочих к своим обязанностям;

- реализация неиспользуемого оборудования, либо сдача его в аренду;

- мотивация и обучение персонала;
- увеличение выпуска продукции;
- повышение качества продукции;
- расширение рынков сбыта;
- расширение ассортимента выпускаемой и реализуемой продукции.

Основным источником снижения себестоимости продукции является снижение прямых материальных затрат. Поиск новых поставщиков сырья и материалов – основной способ снизить стоимость продукции.

Материалы входят в себестоимость по цене их приобретения с учетом расходов на перевозку, поэтому правильный выбор поставщиков материалов влияет на себестоимость продукции. Важно обеспечить поступление материалов от таких поставщиков, которые находятся на небольшом расстоянии от организации.

Отразим в виде таблицы основные проблемы ООО «АвтоТорг» и мероприятия, направленные на их решение (табл 2.11).

Таблица 2.11 – Проблемы ООО «АвтоТорг» и пути их решения

Проблемы	Мероприятия
Риск снижения выручки от реализации основной продукции	<ul style="list-style-type: none"> - снижение себестоимости продукции; - ликвидация потери ресурсов, связанных с халатным отношением рабочих к своим обязанностям; - реализация неиспользуемого оборудования, либо сдача его в аренду; - мотивация и обучение персонала; - увеличение выпуска продукции; - повышение качества продукции; - расширение рынков сбыта; - расширение ассортимента выпускаемой и реализуемой продукции.
Рост дебиторской задолженности	<ul style="list-style-type: none"> - телефонные переговоры; - выезды к контрагентам; - оформление договоров цессии; - разработка схем погашения задолженности векселями с их последующей реализацией; - разработка эффективных бартерных схем; - проработка возможностей обращения в арбитраж. - применение факторинга

Продолжение таблицы 2.11

Проблемы	Мероприятия
Риск снижения спроса на продукцию	<ul style="list-style-type: none">- создать ассортиментный ряд в соответствии с пожеланиями потребителей;- стимулирование сбыта продукции;- проведение рекламной кампании;- ценовое стимулирование.

Рекламную деятельность ООО «АвтоТорг» необходимо осуществлять по таким направлениям, как:

- реклама продукции;
- проведение выставок – продаж;
- проведение расширенных продаж;
- проведение промо-акций;
- скидки и другое.

Минимизировать дебиторскую задолженность можно используя факторинг.

Факторинг - это комплекс финансовых услуг, оказываемых факторинговой компанией (Фактором) своему клиенту в обмен на уступку дебиторской задолженности.

Он включает в себя:

- финансирование поставок товаров (85-90% в день поставки)
- страхование рисков просрочки платежа в пределах льготного периода (30-120) дней по окончании срока оплаты (регрессный факторинг)
- страхование риска неплатежа дебитора (безрегрессный факторинг)
- учет состояния дебиторской задолженности (информационное обслуживание)
- работу с дебиторами по своевременной оплате или, говоря языком факторинговых компаний - АУДЗ (административное управление дебиторской задолженностью)

Суть факторинга состоит в том, что ООО «АвтоТорг» уступит свой долг по дебиторской задолженности другой организации, специализирующейся на работе с дебиторской задолженностью.

Рассмотрим на примере:

ООО «АвтоТорг» понадобились денежные средства и, чтобы не брать заемный капитал принимается решение воспользоваться услугами факторинговой организации.

Она продает право на получение задолженности своих дебиторов в размере 5%, общей суммой 11 485 тыс. руб.

Факторинговая организация выплачивает ООО «АвтоТорг» 70% от суммы долга: $11\,485 * 70\% = 8\,040$ тыс. руб.

Факторинговая организация, дождавшись окончания срока консигнации, запрашивает у организаций-должников всю сумму задолженности - 11 485 тыс. руб.

Получив данную сумму, финансовый агент берет комиссию за свою работу, например 3%: 345 тыс. руб., а оставшуюся сумму возвращает в ООО «АвтоТорг».

То есть по окончании срока консигнации ООО «АвтоТорг» получит остаток денежных средств в размере: 3 100 тыс. руб.

Применение такого алгоритма работы с дебиторской задолженностью целесообразно тогда, когда организация срочно нуждается в денежных средствах, но привлечение заемного капитала является невыгодным и неэффективным.

Для того чтобы оценить эффективность предложенной рекомендации составим прогнозный баланс ООО «АвтоТорг».

За счет возвращенной дебиторской задолженности посредством применения услуг факторинговой компании ООО «АвтоТорг» сможет погасить часть собственной задолженности.

Например, доход от работы с дебиторами составил 11 140 тыс. руб., расходы:

- 5000 - кредиторская задолженность,

- 6 140 - краткосрочные кредиты и займы.

Представим все изменения в прогнозном балансе в таблице 2.12.

Прогнозный баланс показал, что погасив часть дебиторской задолженности, ООО «АвтоТорг» смогла погасить часть своих обязательств, что, безусловно, является положительным моментом.

Темп снижения дебиторской задолженности составил 4,85%, что является положительным моментом.

В нашем варианте высвобожденные средства пошли на погашение кредиторской задолженности, погашение обязательств ООО «АвтоТорг», но также эти средства можно использовать для покупки основных средств (табл 2.12).

Таблица 2.12 - Прогнозный баланс ООО «АвтоТорг» на 2017 год с учетом расчетных данных по возврату дебиторской задолженности

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода
I Внеоборотные активы Нематериальные активы	47	47	III Капиталы и резервы Уставный капитал	189	189
Основные средства	171 595	171 595	Добавочный капитал	151 513	151 513
Финансовые вложения	313 692	313 692	Нераспределенная прибыль	279 738	279 738
Итого по разделу I	485 334	485 334	Итого по разделу III	431 449	431 449
II Оборотные активы Запасы	314 970	314 970	IV Долгосрочные пассивы Заемные средства	383 933	383 933
Налог на добавленную стоимость	3 993	3 993	Итого по разделу IV	383 933	383 933
Дебиторская задолженность	229 708	218 568	V Краткосрочные пассивы Заемные средства	25 000	18 860
Финансовые вложения	46 583	46 583	Кредиторская задолженность	261 373	256 373
Денежные средства	21 167	21 167	Итого по разделу V	286 373	275 233
Итого по разделу II	616 421	605 281	БАЛАНС	1101755	1090615
БАЛАНС	1101755	1090615			

Качество продукции является основой конкурентоспособности бизнеса. Так как ООО «АвтоТорг» не является производственной организацией, а занимается реализацией товаров для автомобилей, а также оказывает услуги по их обслуживанию, то главным направлением в повышении качества являются следующие:

1 работа только с надежными и проверенными поставщиками продукции. Приобретая товар для реализации у проверенных поставщиков, реализующих качественную продукцию, подтвержденную соответствующими сертификатами качества ООО «АвтоТорг» сможет избежать негативных последствий и создать у клиентов положительное мнение о работе ООО «АвтоТорг» и его продукции.

2 повышения качества сервисного обслуживания клиентов. Работники должны постоянно проходить курсы повышения квалификации, для того, чтобы грамотно, четко и слажено выполнять свою работу, при этом уделяя должное внимание каждому клиенту. Довольный оказанными услугами клиент вернется еще раз, что повысит престижность ООО «АвтоТорг» и доходы от его деятельности.

3 проводить постоянное обновление и модернизацию основных производственных фондов ООО «АвтоТорг», особенно оборудования на котором производится диагностика автотехники клиентов.

4 обеспечение заинтересованности и мотивации персонала к качественному труду.

Постоянная работа с персоналом, его обучение, повышение квалификации, своевременная замена устаревшего (как морально, так и в качестве износа) оборудования, работа с надежными поставщиками позволят ООО «АвтоТорг» повысить качество оказываемых услуг и создать положительную репутацию о компании в целом, что положительно отразится на доходности деятельности.

Одним из мероприятий, направленных на увеличение спроса на продукции ООО «АвтоТорг» является проведение рекламной кампании.

Для реализации этой цели необходимо реализовать следующие задачи:

1 формирование имиджа:

- ТВ-реклама комплексный видеобраз (зрение + слух);
- наружная реклама - визуальный образ.

2 информирование потенциальных клиентов о появлении новых продуктов и услуг по их реализации и их преимуществах:

- размещение информационных материалов в газетах и журналах;
- Интернет-реклама - с переходом на сайт компании или отдельную страницу;
- радио-реклама;
- директ-маркетинг - адресная рассылка клиентам и партнерам.

3 стимулирование сбыта – информирование о снижении цен на продукцию:

- рекламные баннеры, размещаемые на оживленных улицах и местах с высокой проходимостью;

- радио – характеризуется широким охватом, высокими «проникающими» способностями и частотой контакта.

Рассмотрим затраты на расширение видов рекламы в таблице 2.13.

Таблица 2.13 - Планируемый экономический эффект от внедрения на ООО «АвтоТорг» новых видов наружной рекламы

Рекламный носитель	Кол-во, шт.	Себестоимость рекламного носителя в месяц, руб.	Количество рекламных мест	Средняя цена за рекламное место в месяц, руб.	Планируемый экономический эффект, полученный от использования новинки за год, тыс. р.
Сити-формат	1	4725	2	6750	24300
Скроллер	1	8120	4	11600	41760
Рекламная скамейка	10	120	1	750	75600
Остановочный павильон	10	135	5	450	37800
Рекламная урна (бин-бокс)	10	240	2	800	5600
Призматрон на киоске	1	450	6	1500	12600
Итого					197 660

Далее рассчитаем затраты на внедрение рекламных мероприятий ООО «АвтоТорг». Расходы на рекламы представим в таблице 2.14.

Таблица 2.14 - Рекламный бюджет ООО «АвтоТорг»

Рекламное средство	Затраты, руб.
Радио реклама	45 000
Наружная реклама, всего в том числе:	23 000
- баннеры размером 1,2*1,8	17 000
- рекламный щит 3*6	5 000
Реклама в СМИ	25 000
Реклама на телевидении	90 000
Итого	182 000

Итак, расходы на рекламу продукции ООО «АвтоТорг» составят 182 тыс. руб.

Проведем расчет экономической эффективности от реализации рекламной кампании.

Предположим, что за 1 месяц работы организация увеличит количество своих постоянных клиентов на 30 человек (табл 2.15).

Таблица 2.15 - Расчет экономической эффективности на примере «Шина шип. 205/65R16С Michelin AGILIS XIN (003309)(Ш0509)»

Показатель	Сумма
Увеличение продукции, руб.	175 689
Ежемесячная цена продукта, руб./т.	6 507
Выручка, руб.	195 210
Затраты на проведение рекламной кампании, руб.	182 000
Прибыль от продаж, руб.	$195\,210 - 182\,000 = 13\,210$
Прибыль до налогообложения, руб.	13 210
Налог на прибыль (20%), руб.	2 642
Чистая прибыль	10 568

То есть если ООО «АвтоТорг» увеличит количество своих клиентов на 30 человек, то она получит дополнительную прибыль в размере 10 568 руб.

В качестве заключения можно сказать, что проводя эффективные мероприятия, направленные на рост выручки и доходов, на увеличение спроса на продукцию ООО «АвтоТорг», работа с дебиторской задолженностью, ее минимизация позволят эффективно управлять доходами ООО «АвтоТорг».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрев, методические подходы к формированию доходов коммерческой организации, можно обобщить всю информацию и сделать такие выводы:

Доходы - это увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников.

Доходы организации в зависимости от характера и условий их получения подразделяются на доходы от обычных видов деятельности и прочие доходы.

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

Доходы зависят также от финансовой дисциплины покупателей продукции и потребителей работ и услуг. Чем выше доля дебиторской задолженности в составе доходов, тем меньшими финансовыми ресурсами располагает организация. Это создает угрозу возобновляемости производственного процесса вследствие несвоевременности исполнения обязательств перед персоналом, государством и поставщиками.

Фирма «АвтоТорг» образована в 2007 году. Основными видами деятельности являются: оптовая и розничная торговля запасными частями, расходными материалами и шинами для коммерческого транспорта; осуществление сервисного обслуживания коммерческого транспорта европейского производства.

В настоящее время предприятие является динамично развивающейся и занимающей устойчивые позиции на рынках запасных частей, шин и материалов для обслуживания и эксплуатации коммерческого транспорта Европейского, Американского и Японского производства.

В анализируемом периоде конечный финансовый результат ООО «АвтоТорг» формируется главным образом за счет доходов от реализации товаров.

Формирование дохода происходит следующим образом:

- «АвтоТорг» внедряет свои товары на рынок реализации товаров для автомобилей;

- продукция пользуется спросом. Чем больше спрос, тем более укрепляет компания свои позиции на рынке;

- потребители покупают реализуемые товары и услуги и оплачивают их;

- компания получает доход от своей деятельности.

То есть, доход зависит от спроса на реализуемую продукцию.

Проблемы, выявленные в ходе проведенного анализа:

- риск снижения выручки от реализации основной продукции, возникший в результате: увеличения себестоимости продукции, не заинтересованность сотрудников в дальнейшем развитии фирмы, не желание их обучаться, не большой ассортимент продукции. В 2016 году выручка выросла на 3% по сравнению с 2015, а уже в 2017 этот показатель упал на 1%. То есть, если выручка будет падать, то и прибыль будет уменьшаться, что не благоприятно скажется на существовании фирмы и дальнейшем ее развитии.;

- рост дебиторской задолженности с 2015 по 2016 увеличилось на 21 895р. Если дебиторская задолженность в последующие периоды будет расти, а мероприятия по их сокращению не будут предложены, то это ситуация повлияет на прибыль и в дальнейшем отразится на развитии фирмы;

- риск снижения спроса на продукцию, происходит в связи с большой конкуренцией. Из таблицы 2.9 можно сделать вывод, что шина ШО514 (липучка) пользуется большим спросом, чем остальные. Это обусловлено сезонностью региона.

Для совершенствования доходности и дальнейшем развитии предприятия на наш взгляд необходимо:

- снизить себестоимость продукции;

- ликвидировать потерю ресурсов, связанных с халатным отношением рабочих к своим обязанностям;

- реализовать неиспользуемое оборудование;

- мотивировать и обучить персонал;

- расширить ассортимент, увеличить выпуск и повысить качество продукции;

- расширить рынки сбыта;

Рекламную деятельность ООО «АвтоТорг» необходимо осуществлять по таким направлениям, как:

- реклама продукции компании;

- проведение выставок – продаж;

- проведение расширенных продаж;

- проведение промо-акций;

- скидки и другое.

В качестве заключения можно сказать, что проводя эффективные мероприятия, направленные на рост выручки и доходов, на увеличение спроса на продукцию ООО «АвтоТорг», работа с дебиторской задолженностью, ее минимизация позволят эффективно управлять доходами ООО «АвтоТорг».

Эти и другие мероприятия позволят максимизировать доходы и не допустить перехода деятельности организации из прибыльной в организацию, несущую убытки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации, части 1 и 2 от 30.11.1994г. №51-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс» - Последнее обновление 12.01.2018.
- 2 Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».
- 3 Федеральный закон от 29.11.2007 N 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации»
- 4 Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 Утв. Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 06.05.1999 32н // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс» - Последнее обновление 12.01.2018.
- 5 Абрютина М. С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М. С. Абрютина, А. В. Грачев. – М.: Дело и сервис, 2013. – 256 с.
- 6 Абушенкова М. Про бухгалтерскую и налоговую прибыль и их различия / М. Абушенкова // Главбух. – 2015. - №12. – С. 15-18.
- 7 Абушенкова М. Про распределение чистой прибыли и резервный капитал / М. Абушенкова // Главбух. – 2015. - №16. – С. 13-16.
- 8 Бабаев, Ю. А. Теория бухгалтерского учета [Текст]: учебник / Ю. А. Бабаев, А. М. Петров. – М.: Проспект, 2012. – 240 с.
- 9 Бахолдина, И. В. Бухгалтерский финансовый учет: Учеб. пособие/ И. В. Бахолдина, Н. И. Голышева. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 320 с.
- 10 Баширова П.И. Методы управления прибылью предприятия / П. И. Баширова, И. А. Чеховская // Управление, Бизнес и Власть. - М.: Инфра-М – 2013. - № 1. – С. 22-28.
- 11 Бланк И. Теория экономического анализа / И. Бланк. – М. : Вузовский учебник, 2013. – 222 с.

- 12 Богатко А. Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта / А. Н. Богатко. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 287 с.
- 13 Бочаров В. В. Финансовый анализ/В. В. Бочаров.–СПб.:Питер,2012.–240 с.
- 14 Богаченко, В. М. Бухгалтерский учет: учебник / В. М. Богаченко, Н. А. Кириллова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 510 с.
- 15 Волков Д. Л. Управление прибылью в деятельности компании: теоретические подходы и эмпирические исследования / Д. Л. Волков, Е. Д. Никулин // Вестник Санкт-Петербургского университета.–2013.–№3.–С.28-31.
- 16 Воронина, Л. И. Бухгалтерский учет: учебник / Л. И. Воронина. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 480 с.
- 17 Гиляровская Л. Т. Экономический анализ / Л. Т. Гиляровская. – М. : ЮНИТИ, 2013. – 527 с.
- 18 Дорман, В.Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат : учеб- ное пособие / В.Н. Дорман.— Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 108 с.
- 19 Ермолович Л. И. Анализ хозяйственной деятельности / Л. И. Ермолович. - М. : Интерпрессервис, 2013. – 356 с.
- 20 Киселев М. В. Анализ и прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности предприятия / М. В. Киселев. – М. : А и Н, 2012. – 88 с.
- 21 Киселев М. В. Основы финансового анализа / М. В. Киселев // Аудит и налогообложение. – 2013. – №8. – С. 13-15.
- 22 Ковалев В. В. Финансовый анализ: управление капиталом, выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 134 с.
- 23 Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М. : Проспект, 2012. – 424 с.
- 24 Кожинов В. Я. Оценка прибыльности финансово-хозяйственной деятельности / В. Я. Кожинов //Современный бухучет.–2013.–№1. – С. 13-15.
- 25 Кондраков, Н. П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет : учебник / Н. П. Кондраков. – М. : Проспект, 2013. –502 с.

- 26 Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / Л. И. Кравченко. – 5-е изд., доп. – Минск : Высшая школа, 2013. – 430 с.
- 27 Кыштымова Е. А. Анализ развития методологии стратегии управления прибылью в системе потребительской кооперации / Е. А. Кыштымова, Н. А. Лытнева, О. Н. Сысоева // Экономика и право. – 2016. – № 01-02. – С. 48-51.
- 28 Лебедева С. Н. Экономика торгового предприятия / С. Н. Лебедева, Н. А. Казиначикова. – Минск. : Новое знание, 2012. – 456 с.
- 29 Лихобабин В. К. Методы управления прибылью предприятия / В. К. Лихобабин // Экономическая наука и практика.–2015.–С. 25-28.
- 30 Любушин Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / Н. П.Любушин, В. Г.Дьякова. – М. : ЮНИТИ, 2013. – 471 с.
- 31 Лысенко, Д. В. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / Д. В. Лысенко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 477 с.
- 32 Малых Н. И. Ключевые аспекты управления прибылью организации / Н. И. Малых, О. В. Борисова //Аудит и финансовый анализ.– М. : Инфра-М, 2015.– № 2. – С. 15-18.
- 33 Мантуленко В. В. Управление прибылью предприятия / В. В. Мантуленко, А. А. Керженцева // Инновационная экономика. – 2015. – С. 48-50.
- 34 Марчук, М. Бухгалтерский учет в торговле [Текст]: учеб. / М. Марчук, С. Варламов. – Спб.: Питер, 2013. – 128с.
- 35 Морозко, Н. И. Финансовый менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Н. И. Морозко. – М. : Инфра-М, 2015. – 198 с.
- 36 Неселовская, Т.М. Бухгалтерский учет: учебник / Т. М. Неселовская. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 717 с.
- 37 Нечаев, А. С. Бухгалтерский учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности: учебник / А. С. Нечаев, А. В. Прокопьева. - 3-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 368 с.
- 38 Одинцов, В. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / В. А. Одинцов. – М. : Академия, 2013. – 252 с.
- 39 Остапенко В. Финансовое состояние предприятия: оценка, пути

- улучшения / В. Остапенко // Экономист. – 2013. – № 7. – С. 37-42.
- 40 Савина Е. Когда признавать в учете проценты, дебиторку, недостачу и другие опасные расходы / Е. Савина // Главбух. – 2015. – №6. – С. 2-4.
- 41 Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – Минск : Экоперспектива, 2013. – 688 с.
- 42 Сигидов, Ю. И. Бухгалтерский учет и аудит: Учеб. пособие / Ю. И. Сигидов, М. Ф. Сафонова, и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 407 с.
- 43 Солдатова О. На что можно потратить нераспределенную прибыль и как отразить это в учете / О. Солдатова // Главбух. – 2016. – №7. – С. 15-16.
- 44 Соломатин А. Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия / А. Н. Соломатин. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 436 с.
- 45 Харченко С. В. Современные информационные модели учетного обеспечения управления и формирования прибылью / С. В. Харченко // Молодой ученый. — 2013. — №12. — С. 377-382.
- 46 Чечевицына, Л. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л. Н. Чечевицына, К. В. Чечевицын. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 2013. - 368 с.
- 47 Чешко С. О. Модели управления прибылью / С. О. Чешко // Молодой ученый. – 2013. - № 6. – С. 474-477.
- 48 Шарина Г. А. Управление прибылью предприятия в современных условиях / Г. А. Шарина // Современные научные исследования и инновации. – 2015. – № 11.
- 49 Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 208 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2016 г.

		Коды		
		0710001		
Дата (число, месяц, год)		31	12	2017
Организация	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «АвтоТорг»	10058294		
Идентификационный номер налогоплательщика		2221201673		
Вид экономической деятельности	ОПТОВАЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ	51.70		
Организационно-правовая форма/форма собственности	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ / ЧАСТНАЯ	65	16	
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)		384 (385)		
Местонахождение (адрес)	Алтайский край, г. Барнаул, ул. Чкалова, 255			

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2017 г. ³	На 31 декабря 2016г. ⁴	На 31 декабря 2015 г. ⁵
	АКТИВ				
	I ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	47	83	119
	Результаты исследований и разработок	1120			
	Нематериальные поисковые активы	1130			
	Материальные поисковые активы	1140			
	Основные средства	1150	171 595	167 806	278 911
	Доходные вложения в материальные ценности	1160			
	Финансовые вложения	1170	313 692	312 504	312 004
	Отложенные налоговые активы	1180			
	Прочие внеоборотные активы	1190			
	Итого по разделу I	1100	485 334	480 393	591 034
	II ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	314 970	265 193	170 812
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	3 993	4 935	6 434
	Дебиторская задолженность	1230	229 708	256 446	234 551
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	46 583	48 398	45 949
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	21 167	3 488	346
	Прочие оборотные активы	1260			
	Итого по разделу II	1200	616 421	578 460	458 092
	БАЛАНС	1600	1 101 755	1 058 853	1 049 126

Продолжение приложения 1

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2017 г. ³	На 31 декабря 2016г. ⁴	На 31 декабря 2015г. ⁵
	ПАССИВ				
	III КАПИТАЛЫ И РЕЗЕРВЫ ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	189	189	189
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	() ⁷	() ⁷	() ⁷
	Переоценка внеоборотных активов	1340			
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	151 512	151 512	151 512
	Резервный капитал	1360	10	10	10
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	279 738	244 282	211 788
	Итого по разделу III	1300	431 449	395 993	363 499
	IV ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	383 933	411 028	40 000
	Отложенные налоговые обязательства	1420			
	Оценочные обязательства	1430			
	Прочие обязательства	1450			
	Итого по разделу IV	1400	383 933	411 028	40 000
	V КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	25 000	10 610	374 009
	Кредиторская задолженность	1520	261 373	240 995	270 605
	Доходы будущих периодов	1530			
	Оценочные обязательства	1540			
	Прочие обязательства	1550		227	1 013
	Итого по разделу V	1500	286 373	251 832	645 627
	БАЛАНС		1 101 755	1 058 853	1 049 126

Руководитель

Главный бухгалтер

(подпись)

(расшифровка подписи)

(подпись)

(расшифровка подписи)

“ ” 20 г.

Отчет о финансовых результатах
за Январь-Декабрь 2016 г.

		Коды		
		0710002		
		31	12	2017
Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД			
ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ	«АвтоТорг»	10058294		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	2221201673		
Вид экономической деятельности	ОПТОВАЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ	51.70		
Организационно-правовая форма/форма собственности	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ / ЧАСТНАЯ	65	16	
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)	по ОКЕИ	384 (385)		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За Январь-Декабрь 2017 г. ³	За Январь-Декабрь 2016 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	808 624	792 254
	Себестоимость продаж	2120	(654 351)	(652 698)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	154 273	139 556
	Коммерческие расходы	2210	(53 699)	(50 422)
	Управленческие расходы	2220	(-)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	100 574	89 134
	Доходы от участия в других организациях	2310		
	Проценты к получению	2320		
	Проценты к уплате	2330	(51 405)	(46 947)
	Прочие доходы	2340	9 611	4 263
	Прочие расходы	2350	(20 754)	(8 846)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	38 026	37 604
	Текущий налог на прибыль	2410	(2 570)	(5 110)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
	Изменение отложенных налоговых активов	2450		
	Прочее	2460		
	Чистая прибыль (убыток)	2400	35 456	32 494

Отчет о финансовых результатах
за Январь-Декабрь 2015 г.

	Дата (число, месяц, год)	Коды		
	Форма по ОКУД	0710002		
	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ	31	12	2016
Организация	«АвтоТорг»	10058294		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	2221201673		
Вид экономической деятельности	ОПТОВАЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ	51.70		
Организационно-правовая форма/форма собственности	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ / ЧАСТНАЯ	65	16	
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)	по ОКЕИ	384 (385)		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За Январь-Декабрь 2016 г. ⁴	За Январь-Декабрь 2015 г. ³
	Выручка ⁵	2110	792 254	770 538
	Себестоимость продаж	2120	(652 698)	(636 381)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	139 556	134 157
	Коммерческие расходы	2210	(50 422)	(49 161)
	Управленческие расходы	2220	(-)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	89 134	84 996
	Доходы от участия в других организациях	2310		
	Проценты к получению	2320		
	Проценты к уплате	2330	(46 947)	(44 600)
	Прочие доходы	2340	4 263	4 114
	Прочие расходы	2350	(8 846)	(8 315)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	37 604	36 195
	Текущий налог на прибыль	2410	(5 110)	(4 701)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
	Изменение отложенных налоговых активов	2450		
	Прочее	2460		
	Чистая прибыль (убыток)	2400	32 494	31 494