

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

ТАШКЕНТСКИЙ ФИНАНСОВЫЙ ИНСТИТУТ

ОТДЕЛ МАГИСТРАТУРЫ

*На правах рукописи
УДК*

УСМОНХЎЖАЕВ ЖОБИРХОН ИСЛАМОВИЧ

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И
ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Специальность: 5А230602 – «Корпоративные финансы и рынок ценных
бумаг (по сферам)»**

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание академической степени магистра

**Научный руководитель:
д.э.н., проф. Ш.Юлдашев**

ТАШКЕНТ – 2013

Диссертация выполнена на кафедре “Финансовый менеджмент”
Ташкентского финансового института

Научный руководитель

д.э.н., проф. Ш.Юлдашев

Зав. кафедрой

д.э.н., проф. Б.Тошмуродова

Начальник отдела магистратуры

к.э.н., доц. Х.Ахмедов

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
ГЛАВА I. Теоретические основы рентабельности и ликвидности предприятия.....	8
1.1. Теоретические основы рентабельности и ликвидности производственного предприятия	8
1.2. Рентабельность производственного предприятия	19
1.3. Ликвидность предприятия, сущность, значение и методы оценки	28
Выводы по 1-главе	33
Глава II. Анализ рентабельности и ликвидности предприятия.....	35
2.1. Анализ экономических показателей ООО «Каримбек».	35
2.2. Анализ рентабельности предприятия	55
2.3. Анализ ликвидности предприятия.....	70
Выводы по 2-главе	74
Глава III. Мероприятия по повышению показателей рентабельности и ликвидности	77
Выводы по 3-главе	84
Заключение	86
Список использованной литературы	89

Введение

Актуальность диссертационного исследования. Рентабельность представляет собой такое использование средств, при котором организация не только покрывает свои затраты доходами, но и получает прибыль. Актуальность исследования вопросов анализа рентабельности обусловлена тем, что прибыль, обеспечивая интересы государства, собственников и персонала предприятий, является одним из важнейших показателей оценки эффективности деятельности предприятия в условиях рыночной экономики. Высокий уровень рентабельности дает преимущество любому предприятию в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков, что определяет конкурентоспособность, а также степень его независимости от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры.

Как отметил в своем докладе Президент Республики Узбекистан Ислам Каримов на заседании Кабинета Министров, «Особо хотел бы подчеркнуть все возрастающую роль в осуществлении процессов модернизации, технического и технологического перевооружения предприятий Фонда реконструкции и развития Республики Узбекистан, капитал которого в настоящее время превысил 9 миллиардов долларов. В 2013 году за счет средств Фонда предусматривается обеспечить софинансирование 29 стратегических инвестиционных проектов в ведущих отраслях промышленности и производственной инфраструктуры в объеме более 758 миллионов долларов, что на 38,2 процента больше, чем в прошлом году».¹

Формирование механизма жесткой конкуренции, непостоянность рыночной ситуации, ставили перед предприятием необходимость эффективного использования имеющихся в его распоряжении внутренних ресурсов, с одной стороны, а с другой, своевременно реагировать на изменяющиеся внешние условия, к которым относятся: финансово-кредитная система, налоговая политика государства, механизм ценообразования,

¹ Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на заседании Кабинета Министров, посвященном основным итогам 2012 года и приоритетам социально-экономического развития на 2013 год.

конъюнктура рынка, взаимоотношения с поставщиками и потребителями. Вследствие перечисленных причин меняются и направления аналитической деятельности. Данная проблема для предприятий в нынешний период очень актуальна, существенна и важна. Поэтому данная тема магистерской диссертаций является актуальной.

Целью магистерской диссертаций является исследование теоретических и практических вопросов по управлению рентабельности и ликвидности предприятия и разработке на этой основе рекомендаций по их улучшению.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- изучение экономической сущности рентабельности и ликвидности предприятия;
- исследование основ проведения анализа рентабельности и ликвидности предприятия;
- изучение основных методов оценки рентабельности и ликвидности предприятия;
- рассмотреть теоретические вопросы анализа прибыл и рентабельности коммерческого предприятия;
- на примере конкретного предприятия дать оценку его рентабельности и ликвидности;
- разработать и экономически обосновать пути повышения уровня рентабельности предприятия.
- разработка рекомендаций по управлению рентабельности и ликвидности на предприятиях Узбекистана.

Предметом исследования выступают экономические отношения возникающие на предприятии в процессе управления рентабельности ликвидности предприятия.

Объектом исследования является совершенствование механизмов управления рентабельности и ликвидности на предприятиях.

Степень разработанности проблемы. Вопросы управления рентабельности и ликвидности рассматривались в литературе достаточно подробно. Этой проблематикой занимались такие ученые, как: И.Т. Балабанов, В.В. Бочаров, А.Г. Грязнова, Л.А. Дробозина, О.В. Ефимова, В.В. Ковалев, И.Г. Кучукина, Н.Н. Т.С.Маликов, Тренев, Е.С. Стоянова, Э.А. Уткин, М.А. Эскиндаров и др. Значительный вклад в изучение этой тематики внесли зарубежные экономисты, рассмотрев достаточно подробно. Среди них можно выделить работы М. Миллера, Ф. Модильяни, З. Боди, Ю. Бриггема, Дж. Ван Хорна, Б. Коласса, Л. Крушвица, Ч.Ф. Ли, С. Росса, Дж. И. Финнерти, У. Шарпа и др.

Однако вопрос выбора наиболее подходящих и эффективных путей управления рентабельности и ликвидности предприятия остается дискуссионным.

Теоретической и методологической основой исследования послужили законодательные и нормативные акты Республики Узбекистана, работы отечественных и зарубежных экономистов по исследуемой проблеме, статистические материалы, материалы первичной бухгалтерской отчетности предприятия.

Для решения поставленных в работе задач использованы такие общенаучные методы, как категориальный, субъектно-объектный, системные подходы, а также методы сравнительного анализа, статистической обработки информации, экономико-математического моделирования.

Методы исследования. Поставленные в магистерской диссертации задачи решаются на основе использования методов научной абстракции, экономического анализа, статистических группировок, графического и некоторых других методов.

Теоретическая значимость результатов заключается в комплексном исследовании процесса управления ликвидностью и платежеспособностью предприятия, которое может послужить основой для дальнейших научных разработок в данной области.

Практическая значимость сформулированных в магистерской диссертации положений заключается в том, что разработанные предложения по совершенствованию эффективного пути управления платежеспособности и ликвидности предприятия могут быть использованы в работе по укреплению финансовой стабильности предприятий Узбекистана.

Структура диссертации. В структурном плане магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, содержит 10 рисунков, 23 таблиц. Общий объем диссертации составляет 84 страницы.

ГЛАВА I. Теоретические основы рентабельности и ликвидности предприятия.

1.1. Теоретические основы рентабельности и ликвидности производственного предприятия.

Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия. Важнейшими из них являются показатели прибыли, которая в условиях рыночной экономики составляет основу экономического развития предприятия.

Прибыль – это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности.

Как важнейшая категория рыночных отношений, прибыль выполняет определенные функции.

Во-первых, прибыль характеризует конечный финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Она является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Показатели прибыли являются важнейшими для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Они характеризуют степень его деловой активности и финансового благополучия. По прибыли определяется уровень отдачи авансированных средств и доходность вложений в активы предприятия. Прибыль оказывает также стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства.

Во-вторых, прибыль обладает стимулирующей функцией. Ее содержание состоит в том, что прибыль одновременно является финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Реальное обеспечение принципа самофинансирования определяется полученной прибылью. Доля чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной

деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.

Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности, создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социальных и материальных потребностей трудовых коллективов. Она позволяет осуществлять капитальные вложения в производство (тем самым расширяя и обновляя его), внедрять нововведения, решать социальные проблемы на предприятии, финансировать мероприятия по его научно-техническому развитию. Помимо этого прибыль является важным фактором в оценке потенциальным инвестором возможностей компании, служит показателем эффективного использования ресурсов, т.е. необходима для оценки деятельности предприятия и ее возможностей в будущем.

В-третьих, прибыль является одним из источников формирования бюджетов разных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования и удовлетворения совместных общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, социальных и других программ, принимает участие в формировании бюджетных и благотворительных фондов. За счет прибыли выполняется также часть обязательств предприятия перед бюджетом, банками, другими предприятиями и организациями.

Многоканальное значение прибыли усиливается с переходом экономики государства на основы рыночного хозяйства. Дело в том, что акционерное, арендное, частное или другой формы собственности предприятие, получив финансовую самостоятельность и независимость вправе решать на какие цели и в каких размерах направлять прибыль, оставшуюся после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей и отчислений. Стремление к получению прибыли ориентирует

товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя прибыль является сигналом, указывающим, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы.

Прибыль это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности.

Базой порядка формирования прибыли служит принятая для всех предприятий, независимо от форм собственности, единая модель. (рис.1.)

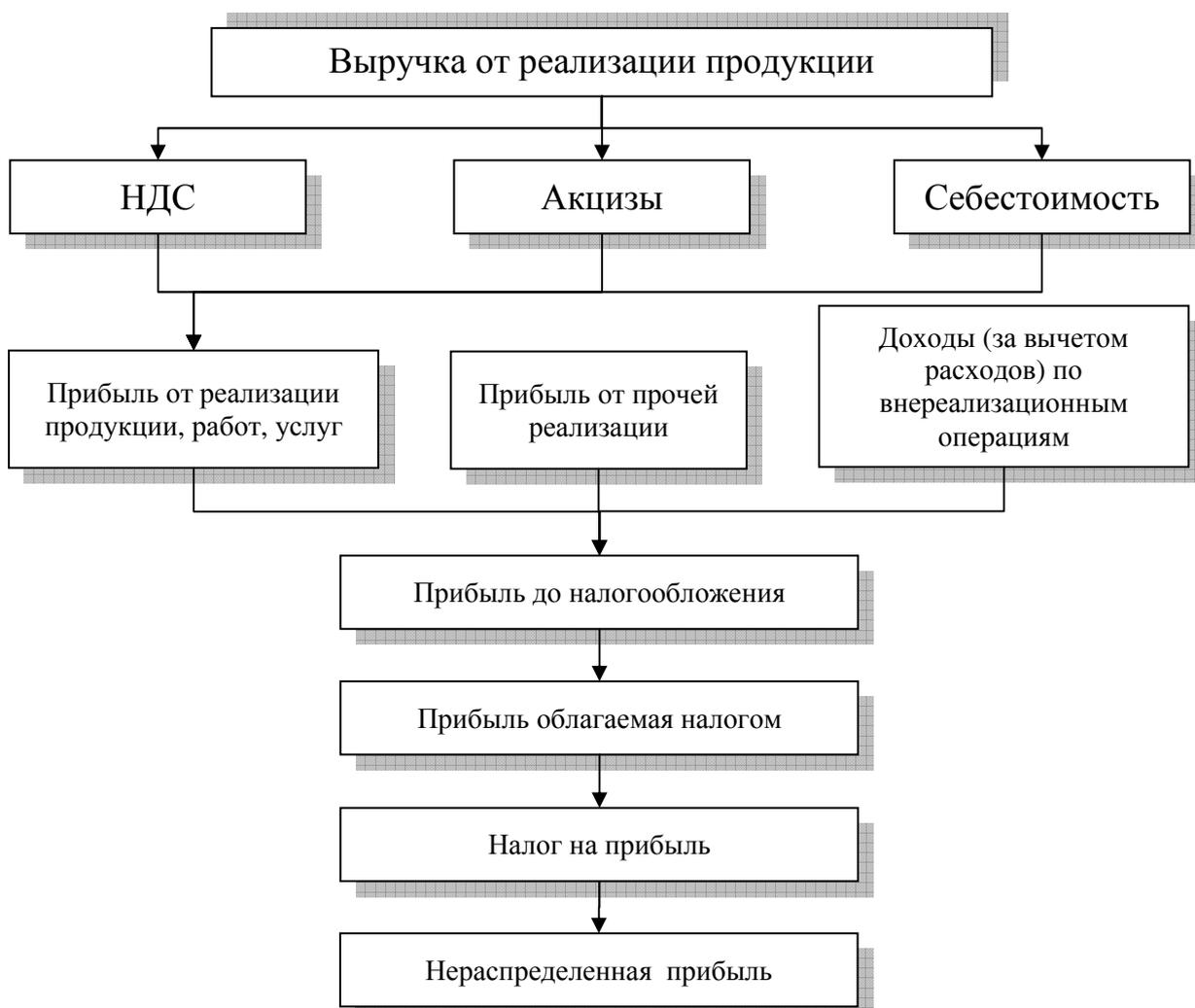


Рисунок-1. Схема формирования прибыли хозяйствующего субъекта².

² Каратуев А.Г. Финансовый менеджмент: Учебно-справочное пособие/А.Г. Каратуев.-М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2009-483с., 54-с.

Прибыль, которая учитывает все результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятия, называется балансовая прибыль. Она включает прибыль от реализации продукции (работ, услуг), прибыль от прочей реализации, доходов по внереализационным операциям, уменьшенным на сумму расходов по этим операциям.

Кроме того, различают прибыль, облагаемую налогом, и прибыль, не облагаемую налогом. После формирования прибыли предприятие производит уплату налогов, а оставшаяся часть прибыли в распоряжении предприятия, т.е. после уплаты налога на прибыль, называется чистой прибылью.

Чистая прибыль, представляет собой разность между балансовой прибылью и налоговыми платежами за счет нее. Этой прибылью предприятие может распоряжаться по собственному усмотрению, например, направлять на производственное развитие, социальное развитие, поощрение работников и дивиденды по акциям, нераспределенная прибыль, оставшаяся в распоряжении предприятия, направляется на увеличение собственного капитала фирмы и может быть перераспределена в резервный фонд – фонд непредвиденных потерь, убытков, накопительный фонд – формирование средств для производственного развития, фонд потребления – средства для премирования сотрудников, оказание материальной помощи, фонд социального развития - на различные праздничные мероприятия.

Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности предприятия получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в отчете о прибылях и убытках.

Основными показателями прибыли, используемой для оценки производственно-хозяйственной деятельности выступает: балансовая прибыль, прибыль от реализации выпускаемой продукции, валовая прибыль,

налогооблагаемая прибыль, прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия или чистая прибыль.



Рисунок- 2. Классификация прибыли³

Главное предназначение прибыли в современных условиях хозяйствования – отражение эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия. Это обусловлено тем, что в величине прибыли должно находить отражение соответствие индивидуальных затрат предприятия, связанных с производством и реализацией своей продукции и выступающих в форме себестоимости, общественно необходимых затрат, косвенным выражением которых должна явиться цена изделия. Увеличение

³ Каратуев А.Г. Финансовый менеджмент: Учебно-справочное пособие/А.Г. Каратуев.-М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2009-483с. , 56-стр.

прибыли в условиях стабильности оптовых цен свидетельствуют о снижении индивидуальных затрат предприятия на производство и реализацию продукции.

В современных условиях повышается значение прибыли как объекта распределения, созданного в сфере материального производства чистого дохода между предприятиями и государством, различными отраслями народного хозяйства и предприятиями одной отрасли, между сферой материального производства и непромышленной сферой, между предприятиями и его работниками.

Факторы, влияющие на прибыль, могут классифицироваться по разным признакам (рисунок 3).



Рисунок-3. Экономические факторы, влияющие на величину прибыли⁴

⁴⁴ Каратуев А.Г. Финансовый менеджмент: Учебно-справочное пособие/А.Г. Каратуев.- М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2009-483с., 59-стр.

Так как прибыль – важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия, то в увеличении прибыли заинтересованы все участники производства.

Чтобы управлять прибылью необходимо раскрыть механизм ее формирования, определить влияние и долю каждого фактора ее роста или снижения.

К внутренним относятся факторы, которые зависят от деятельности самого предприятия и характеризуют различные стороны работы данного коллектива. К внешним факторам относятся факторы, которые не зависят от деятельности самого предприятия, но некоторые из них могут оказывать существенное влияние на темпы роста прибыли и рентабельности производства.

В свою очередь внутренние факторы подразделяются на:

- производственные;
- внепроизводственные.

Внепроизводственные факторы связаны в основном с коммерческой, природоохранной, претензионной и другими аналогичными видами деятельности предприятия, а производственные факторы отражают наличие и использование основных элементов производственного процесса, участвующих в формировании прибыли, это средства труда, предметы труда и сам труд.

По каждому из этих элементов выделяются группы экстенсивных и интенсивных факторов.

К экстенсивным относятся факторы, которые отражают объем производственных ресурсов (например, изменения численности работников, стоимости основных фондов), их использования по времени (изменение продолжительности рабочего дня, коэффициента сменности оборудования и др.), а также непроизводственное использование ресурсов (затраты материалов на брак, потери из-за отходов).

К интенсивным относятся факторы, отражающие эффективность использования ресурсов или способствующих этому (например, повышение квалификации работников, производительности оборудования, внедрение прогрессивных технологий).

Важным фактором, влияющим на величину прибыли от реализации продукции является изменение объема производства и реализации продукции. Падение объема производства при экономических условиях, не считая ряда противодействующих факторов, как, например, роста цен, неизбежно влечет сокращение объема прибыли. Отсюда вытекает вывод от необходимости принятия неотложных мер по обеспечению роста объема производства продукции на основе технического обновления и повышения эффективности производства.

В процессе осуществления производственной деятельности предприятия, связанной с производством, реализацией продукции и получением прибыли, эти факторы находятся в тесной взаимосвязи и зависимости.

Первичные факторы производства воздействуют на прибыль через систему обобщающих факторных показателей более высокого порядка. Эти показатели отражают объем и эффективность использования их потребленной части, участвующей в формировании себестоимости.

Таким образом, можно сделать вывод, что одни и те же элементы процесса производства, именно средства труда, предметы труда и труд, рассматриваются, с одной стороны, как основные первичные факторы увеличения объема промышленной продукции, а с другой – как основные первичные факторы, определяющие издержки производства.

Поскольку прибыль представляет собой разность между объемом произведенной продукции и ее себестоимостью, то ее величина и темпы роста зависят от тех же трех первичных факторов производства, которые воздействуют на прибыль через систему показателей объема промышленной продукции и издержек производства.

Характер распределения прибыли определяет многие существенные аспекты деятельности предприятия, оказывая влияние на ее результативность. Эта роль обусловлена следующими основными положениями:

- распределение прибыли непосредственно реализует главную цель управления ею – повышение уровня благосостояния собственников предприятия.

- распределение прибыли является основным инструментом воздействия на рост рыночной стоимости предприятия.

Характер распределения прибыли является важнейшим индикатором инвестиционной привлекательности предприятия. В процессе привлечения капитала из внешних источников уровень выплачиваемых дивидендов (или других форм инвестиционного дохода) является одним из основных оценочных критериев, определяющих результат предстоящей миссии акций.

- распределение прибыли является одной из действенных форм воздействия на трудовую активность персонала предприятия.

Пропорции распределения прибыли формируют уровень обеспечения дополнительной социальной защищенности работников.

Характер распределения прибыли оказывает влияние на уровень текущей платежеспособности предприятия.

Основной целью политики распределения прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, является оптимизация пропорций между капитализируемой и потребляемой частями с учетом обеспечения реализации стратегии развития и роста его рыночной стоимости.

Балансовая прибыль является основой для определения величины налогооблагаемой прибыли. Распределение балансовой прибыли показано на рисунке 4.

По мере получения прибыли предприятие использует ее в соответствии с действующим законодательством государства и

учредительными документами предприятия. В настоящее время прибыль (доход) предприятия используется в следующем порядке:

- 1) уплачивается в бюджет налог на прибыль (доход);
- 2) производятся отчисления в резервный фонд;
- 3) образуются фонды и резервы, предусмотренные учредительными документами предприятия.

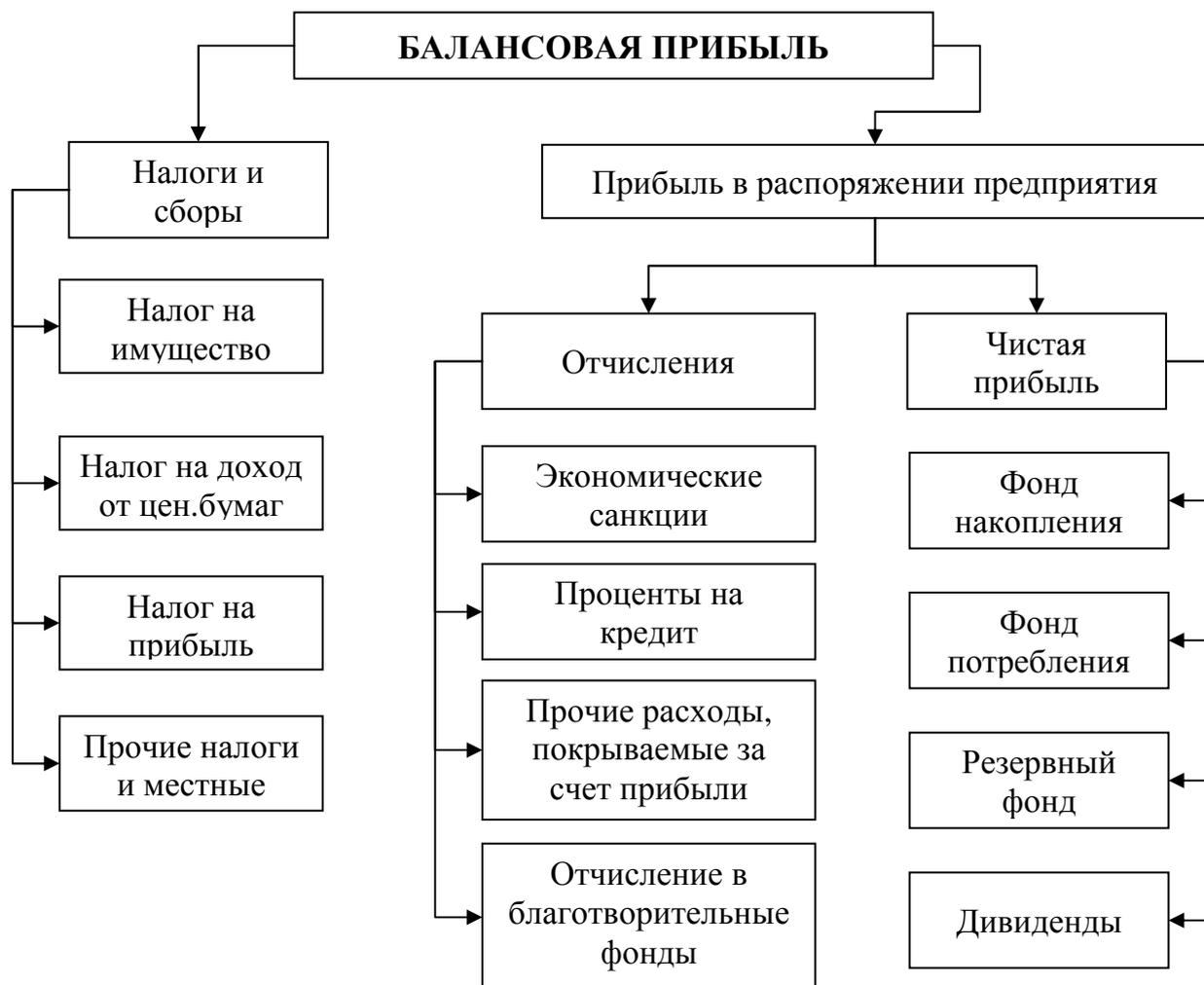


Рисунок. 4. Общая схема распределения балансовой прибыли⁵

Из прибыли, остающейся в распоряжении предприятия (чистой прибыли) в соответствии с законодательством и учредительными документами, предприятие может создавать фонд накопления, фонд потребления, резервный фонд и другие специальные фонды и резервы.

⁵ Финансовый менеджмент : Учебное пособие/ А.Н.Гаврилова, Е.Ф.Сысоева, А.И.Барabanов и др.. -5-е изд., стер. -М.:КноРус, 2008-432 с., 43-стр.

Нормативы отчислений от прибыли в фонды специального назначения устанавливаются самим предприятием по согласованию с учредителями. Отчисления от прибыли в специальные фонды производятся ежеквартально. На сумму произведенных отчислений от прибыли происходит перераспределение прибыли внутри предприятия: уменьшается сумма нераспределенной прибыли и увеличиваются образуемые из нее фонды и резервы.

Под фондом накопления понимаются средства, направленные на производственное развитие предприятия, техническое перевооружение, реконструкцию, расширение, освоение производства новой продукции, на строительство и обновление основных производственных фондов, освоение новой техники и технологий в действующих организациях и иные аналогичные цели, предусмотренные учредительными документами предприятия (на создание нового имущества предприятия).

За счет средств фондов накопления финансируются главным образом капитальные вложения на производственное развитие. При этом осуществление капитальных вложений за счет собственной прибыли не уменьшает величину фонда накопления. Происходит преобразование финансовых средств в имущественные ценности. Фонд накопления уменьшается только при использовании его средств на погашение убытков отчетного года, а также в результате списания за счет накопительных фондов расходов, не включенных в первоначальную стоимость вводимых в эксплуатацию объектов основных средств.

Под фондами потребления понимаются средства, направляемые на осуществление мероприятий по социальному развитию (кроме капитальных вложений), материальному поощрению коллектива предприятия, приобретение проездных билетов, путевок в санатории, единовременном премировании и иных аналогичных мероприятий и работ, не приводящих к образованию нового имущества предприятия.

Фонд потребления складывается из двух частей: фонд оплаты труда и выплаты из фонда социального развития. Фонд оплаты труда является источником оплаты по труду, любых видов вознаграждения и стимулирования работников предприятия. Выплаты из фонда социального развития расходуются на проведение оздоровительных мероприятий, частичное погашение кредитов за кооператив, индивидуальное жилищное строительство, беспроцентные ссуды молодым семьям и другие цели, предусмотренные мероприятиями по социальному развитию трудовых коллективов.

Резервный фонд предназначен для обеспечения финансовой устойчивости в период временного ухудшения производственно – финансовых показателей. Он также служит для компенсации ряда денежных затрат, возникающих в процессе производства и потребления продукции.

Распределение чистой прибыли позволяет расширять деятельность организации за счет собственных, более дешевых источников финансирования. При этом снижаются финансовые расходы организации на привлечение дополнительных источников.

1.2. Рентабельность производственного предприятия

В экономической литературе дается несколько понятий рентабельности. Так, одно из его определений звучит следующим образом: рентабельность (от нем. *rentabel* – доходный, прибыльный) представляет собой показатель экономической эффективности производства на предприятиях, который комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов .

Рентабельным считается предприятие, которое приносит прибыль.

Можно привести еще одно понятие рентабельности: рентабельность – показатель, представляющий собой отношение прибыли к сумме затрат на производство, денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества фирмы используемого для организации своей деятельности.

Разделяют рентабельность как общую – процентное отношение балансовой (общей) прибыли к среднегодовой суммарной стоимости производственных основных фондов и нормируемых оборотных средств; и рентабельность расчетную – отношение расчетной прибыли к среднегодовой стоимости тех производственных фондов, с которых взимается плата за фонды. Применяется также показатель уровня рентабельности к текущим затратам – отношение прибыли к себестоимости товарной или реализованной продукции.

Каждое предприятие самостоятельно осуществляет свою производственную и хозяйственную деятельность на принципах самоокупаемости и прибыльности.

Предприятие имеет определенные расходы по изготовлению продукции и ее реализации. Эти расходы представляют издержки производства данного предприятия (себестоимость), или индивидуальные издержки. Однако издержки отдельного продукта по предприятиям могут отклоняться от средних издержек по отрасли, которые принимаются за общественно необходимые затраты или стоимость, денежное выражение которых составляет цену продукта. Наличие индивидуальных издержек, порождает обособление другой части стоимости продукции – прибыль, а следовательно, и относительного ее измерения – рентабельности.

Однако абсолютная величина прибыли не дает представления об уровне и изменении эффективности производства или торговли. Сумма прибыли может увеличиваться, а эффективность производства может оставаться на прежнем уровне или даже снизиться. Это происходит в том случае, если прирост прибыли получен за счет экстенсивных (количественных) факторов производства – увеличения численности работников, роста парка оборудования и т.д. Если же при росте численности работников их производительность осталась прежней или снизилась, то эффективность производства соответственно не изменяется или даже снижается.

По абсолютной сумме прибыли не всегда можно судить об уровне доходности предприятия, так как на ее размер влияет не только качество работы, но и масштабы деятельности. Поэтому для характеристики эффективности работы предприятия наряду с абсолютной суммой прибыли используют относительный показатель - уровень рентабельности.

Эти характеристики наиболее целесообразно рассматривать относительно других временных периодов. Абсолютные цифры сами по себе несут немного информации. Лишь зная динамику их изменения, можно более достоверно судить о работе предприятия.

В условиях рыночных отношений велика роль показателей рентабельности продукции, характеризующих уровень прибыльности (убыточности) её производства. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они характеризуют относительную доходность предприятия, измеряемую в процентах к затратам средств или капитала с различных позиций.

Основными функциями рентабельности являются:

- учетная;
- оценочная;
- стимулирующая.

Основными отличительными признаками рентабельности в системе торговых и производственных отношений являются следующие:

1) отношение прибыли к издержкам производства, характеризующие уровень прибыльности текущих затрат (на приобретение сырья, материалов, топлива, на амортизацию средств труда, расходы по управлению и обслуживанию производства и заработной плате работников);

2) отношение прибыли к среднегодовой стоимости производственных фондов, характеризующие относительный размер возрастания авансированных затрат и дающее оценку экономической эффективности производственных фондов.

Реальный смысл имеют признаки рентабельности, которые характеризуют эффективность затрат по прибыли, полученной после реализации.

Распределительная функция рентабельности конкретно проявляется в том, что ее величина является одним из основных критериев для распределения части прибавочного продукта – прибыли.

Наличие рентабельности позволяет удовлетворять экономические интересы государства, предприятия, работников и собственников. Объектом экономических интересов государства является та часть «прибыли», которую уплачивает предприятие в виде налога на прибыль и которую общество использует для решения социальных задач. Экономические интересы предприятия заключаются в увеличении доли прибыли, остающейся в его распоряжении. За счет этой рентабельности предприятие решает производственные и социальные задачи своего развития. Интересы работников в увеличении рентабельности связаны с созданием возможностей для улучшения материального стимулирования и повышения уровня их социального развития. Собственники также заинтересованы в росте рентабельности предприятия, ибо тем самым увеличатся дивиденды, обеспечится увеличение их капитала.

Показатели рентабельности – это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода предприятий. Они позволяют дать оценку финансовых результатов предприятия и, в конечном счете, его эффективность. По этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа и оценки финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

К этим показателям обычно относят уровень рентабельности, или коэффициент рентабельности, который выражается как отношение того или иного вида прибыли к какой-либо базе. Все показатели рентабельности могут быть рассчитаны как на основе балансовой прибыли, так и прибыли от

реализации или чистой прибыли. Разные показатели отражают разные стороны деятельности предприятия. Вполне естественно, что в целом эффективность работы предприятия может определить лишь система показателей рентабельности. Основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы:

– Рентабельность продукции

Рентабельность продукции можно выразить двумя способами. По первому способу рентабельность единицы продукции ($R_{\text{прод}}$) определяется отношением прибыли (Π) к себестоимости (C):

$$R_{\text{прод}} = \Pi / C * 100$$

Роль этого показателя состоит в том, что с его помощью дается оценка затрат предприятия на единицу выпускаемой продукции, т.е. окупаемость издержек.

Второй способ расчета показателя уровня рентабельности продукции - это расчет с учетом доходности на вложенный капитал:

$$R_{\text{в.к.}} = (BK * УД \text{ в.к.}) / (C_{\text{ед}} * O_{\text{рнат}}) * 100$$

где: $R_{\text{в.к.}}$ – рентабельность на вложенный капитал;

BK – вложенный в данное производство капитал;

$УД \text{ в.к.}$ – уровень доходности на вложенный капитал, предусмотренный инвестиционным проектом;

$C_{\text{ед}}$ - себестоимость единицы продукции;

$O_{\text{рнат}}$ - объем реализации в натуральном выражении.

– Рентабельность продаж

Рентабельность продаж рассчитывается по формуле:

$$ROS = \Pi_{\text{п}} / B * 100$$

где: ROS – рентабельность продаж,

$\Pi_{\text{п}}$ – прибыль от продаж,

B – выручка от продаж.

Рентабельность продаж показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции. Рост данного показателя является

следствием роста цен при постоянных затратах на производство реализованной продукции (работ, услуг) или снижения затрат на производство при постоянных ценах, то есть о снижении спроса на продукцию предприятия, а также более быстрым ростом цен чем затрат. Этот показатель может служить ориентиром в оценке конкурентоспособности продукции, так как снижение себестоимости может означать и падение спроса на нее.

Данный показатель, рассчитанный на основе чистой прибыли, называют коэффициентом чистой прибыли.

– Рентабельность активов (или доходов от инвестиций):

$$ROA = \Pi / A_{cp} * 100$$

где: ROA – рентабельность активов;

Π – прибыль предприятия;

A_{cp} – средняя величина активов (имущества) предприятия за определенный период.

Этот показатель может встречаться под названием ROI - рентабельность инвестиций. Он отражает эффективность вложенных в предприятие денежных средств. В зависимости от ситуации может использоваться тот или иной вид прибыли, но в большинстве случаев оценка ведется по балансовой и чистой прибыли.

Существует взаимосвязь между показателями рентабельности активов (имущества), оборачиваемостью активов (Коб.акт) и рентабельностью продаж, которую можно представить в следующем виде:

$$ROA = ROS * \text{Коб.акт.} = (\Pi / B) * (B / A_{cp}) = \Pi / A_{cp}$$

Иначе говоря, прибыль предприятия, полученная с каждого сум средств, вложенных в активы, зависит от скорости оборачиваемости средств и доли чистой прибыли в выручке от объема реализации и средней величины активов. Замедление оборачиваемости может быть вызвано как объективными причинами (инфляция, разрыв хозяйственных связей), так и субъективными (неумелым управлением запасами товарно-материальных

ценностей и состоянием расчетов с покупателями, а также отсутствием их надлежащего учета).

Таблица-1

Основные показатели рентабельности⁶

№ п/п	Вид рентабельности	Формула для расчета	Описание
1	Рентабельность активов по чистой прибыли от обычной деятельности, $R_{од}$	$R_{од} = \frac{П_{од}}{А} * 100\%$	Сколько прибыли от обычной деятельности приходится на единицу средств, инвестируемых в активы
2	Рентабельность капитала (активов) по чистой прибыли, $R_{к(а)}$	$R_{к(а)} = \frac{ЧП}{К(А)} * 100\%$	Сумма чистой прибыли, которая приходится на единицу инвестированных в капитал средств
3	Рентабельность собственного капитала, $R_{ск}$	$R_{ск} = \frac{ЧП}{СК} * 100\%$	Сумма чистой прибыли, которая приходится на единицу собственного капитала
4	Рентабельность производственных фондов, $R_{пф}$	$R_{пф} = \frac{ЧП}{ПФ} * 100\%$	Сумма чистой прибыли, которая приходится на единицу стоимости производственных фондов
5	Рентабельность реализованной продукции по прибыли от реализации, R_q	$R_q = \frac{П_{реал}}{Выручка} * 100\%$	Сумма прибыли от реализации, которая приходится на единицу выручки
6	Рентабельность реализованной продукции по прибыли от операционной деятельности, $R_{q оп}$	$R_{q оп} = \frac{П_{опер}}{Выручка} * 100\%$	Сколько приходится прибыли от операционной деятельности на единицу выручки
7	Рентабельность реализованной продукции по чистой прибыли, $R_{q ч}$	$R_{q ч} = \frac{ЧП}{Выручка} * 100\%$	Сколько приходится чистой прибыли на единицу выручку
8	Рентабельность продукции (товаров, работ, услуг), $R_{прод}$	$R_{прод} = \frac{ВП}{Себестоимость} * 100\%$	Величина валовой прибыли с 1 грн. Затрат
9	Рентабельность заемного капитала, $R_{зк}$	$R_{зк} = \frac{П_{до нал}}{ЗК} * 100\%$	Величина прибыли, которая приходится на 1 грн. заемного капитала

⁶ Финансовый менеджмент : Учебное пособие/ А.Н.Гаврилова, Е.Ф.Сысоева, А.И.Барабанов и др.. -5-е изд., стер. -М.:КноРус, 2008-432 с., 165-стр.

Связь между тремя ключевыми индикаторами представлена в следующей схеме:

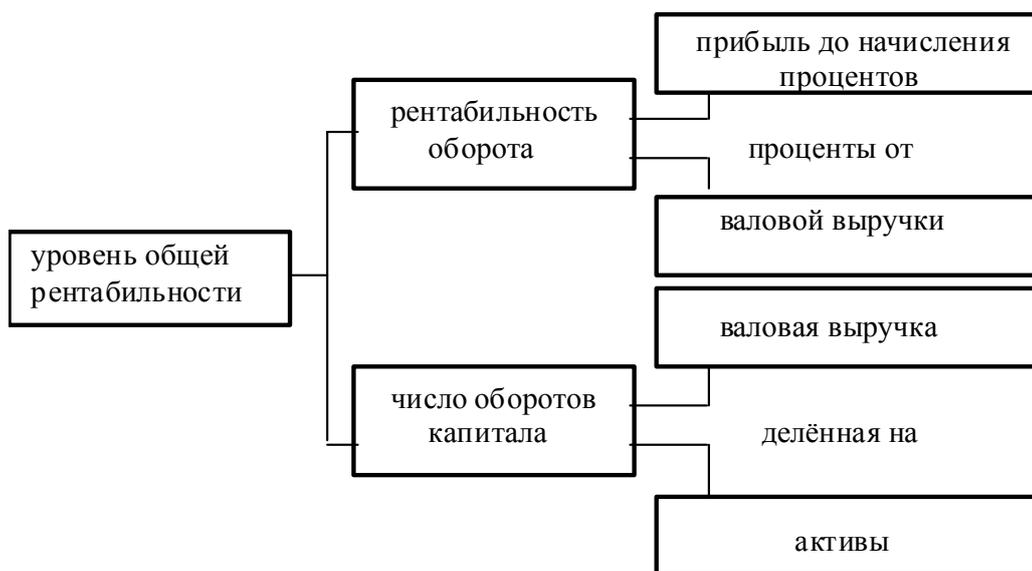


Рисунок-5. Факторная модель рентабельности активов⁷

Обычно при анализе рентабельности активов проводится анализ оборотных активов, так как их влияние на этот показатель значительно зависит от состояния и организации оборотных средств. Расчет ведется по следующей формуле:

$$Po.a. = \text{ЧП} / A * 100$$

где: Po.a. – рентабельность оборотных активов;

ЧП – чистая прибыль предприятия;

A – средняя величина оборотных активов.

Предприятие может аналогичным образом рассчитывать рентабельность внеоборотных активов.

– Рентабельность акционерного, или собственного капитала

Данный показатель занимает особое место, так как отражает отдачу или доходность главного средств, используемых предприятием, собственных средств:

$$ROE = \text{ЧП} / \text{СК}_{\text{ср}} * 100$$

⁷ Финансовый менеджмент : Учебное пособие/ А.Н.Гаврилова, Е.Ф.Сысоева, А.И.Барabanов и др.. -5-е изд., стер. -М.:КноРус, 2008-432 с., 167-стр

где: ROE – рентабельность собственного (акционерного) капитала;

ЧП – чистая прибыль предприятия;

СК_{ср} – средняя величина собственного капитала предприятия за определенный период.

Особенность этого показателя в том, что он:

– показывает эффективность собственных средств, т.е. чистую прибыль, полученную на вложенный сум;

– степень риска предприятия, отражающую рост ROE.

На основе ROE предприятие может прогнозировать темпы роста своей прибыли. Прирост прибыли в планируемом периоде определяется на основе следующего расчета:

$$П = (ROE * Кр.п) / 100$$

где: П – прирост прибыли в планируемом году;

Кр.п – коэффициент средств, направляемых на развитие производства из чистой прибыли; отражает долю чистой прибыли, направляемой на развитие производства.

Во взаимосвязи с ROE может быть использована знаменитая формула Дюпона:

$$ROE = (ЧП / В) * (В / А_{ср}) * (А_{ср} / СК_{ср})$$

Данная формула значительно расширяет аналитические возможности предприятия, в результате чего оно имеет возможность определить:

– динамику чистой прибыли в выручке от продаж (рентабельность продаж);

– эффективность использования активов на основе выручки от продаж и существующие тенденции (оборачиваемость активов);

– структуру капитала предприятия на основе той доли, которая составляют в активах собственные средства;

– влияние вышеперечисленных факторов на ROE.

Вместе с расчетом ROE предприятиям следует рассчитать рентабельность так называемого перманентного капитала и рентабельность заемного капитала.

Рентабельность перманентного капитала устанавливается следующим образом:

$$\text{Рп.к.} = \text{ЧП} / \text{ПКср} * 100$$

где: Рп.к. – рентабельность перманентного капитала;

ЧП – чистая прибыль предприятия;

ПКср – средняя величина собственного капитала и долгосрочных кредитов и займов, полученных предприятием за определенный период.

Долгосрочный кредит практически используется для формирования внеоборотных активов и способствует высвобождению собственных средств. Тем самым он как бы косвенно увеличивает собственные средства предприятия. Поэтому показатель рентабельности перманентного капитала в более широком смысле отражает рентабельность собственных средств предприятия, или, другими словами, средств, вложенных в предприятие на длительный срок.

Аналогично определяется рентабельность заемных средств, как долгосрочных и краткосрочных в целом, так и отдельно краткосрочных пассивов.

1.3. Ликвидность предприятия, сущность, значение и методы оценки

Понимание ликвидности в современной экономической литературе и практике не является однозначным. Что же такое ликвидность? Термин “ликвидность” происходит от латинского “liquidus”, что в переводе означает текучий, жидкий, т.е. ликвидность дает тому или иному объекту характеристику легкости движения, перемещения. Термин “ликвидитет” был заимствован из немецкого языка в начале XX в.. Так, под ликвидностью подразумевалась способность активов к быстрой и легкой мобилизации. Основные моменты ликвидности находили свое отражение в экономической

литературе, начиная со второй половины XX в., в связи с убыточной деятельностью государственных банков и предприятий, а также с процессом образования коммерческих банков. Например, о важности соблюдения соответствия между сроками активных и пассивных операций с позиций ликвидности экономисты писали еще в конце XIX в.

В современной экономической литературе термин “ликвидность” имеет широкий спектр применения и характеризует совершенно разные объекты экономики. Помимо уже приведенных определений он используется в сочетаниях с другими понятиями, касающимися как конкретных объектов экономической жизни (товар, ценная бумага), так и субъектов национальной экономики (банк, предприятие, рынок), а также для определения характерных черт деятельности экономических субъектов (баланс предприятия, баланс банка).

Связь между категориями денег и ликвидности обнаруживается, например, при анализе наиболее распространенного объекта экономических отношений – товара. Чтобы быть ликвидным, товар должен быть как минимум кому-нибудь нужным, т.е. иметь потребительную стоимость и, поскольку он был произведен с непосредственным участием человеческого труда, обладать стоимостью, измерению которой и служат деньги. При этом для обследования оборота товаров количество денег должно быть достаточным.

Помимо этого, необходимым условием сравнения товарных стоимостей в активе купли-продажи является наличие товара-эквивалента – посредника, способного сохранить стоимость в течение всего периода продажи и покупки. При золотом стандарте эту функцию деньги выполняли, можно сказать, абсолютно. Непрерывность цепочки Т-Д-Т практически была обеспечена реальной гарантией, так как продавец мог обменять полученные от покупателя кредитные орудия обращения на металл в банках или потребовать в уплату за свой товар золото. В дальнейшем ликвидность товара была поставлена в зависимость не только от общественного

признания затраченного труда на производство данного товара, но и от качества, наличия и достаточности кредитных орудий, выполняющих функцию денег как средства обращения.

В современных условиях для поддержания непрерывности процесса товарно-денежного обмена используются кредитные орудия обращения, имеющие общественное признание. Поскольку в процессе товарно-денежного обращения неизбежно возникает разрыв между покупкой и продажей и, следовательно, между моментами появления долгового обязательства и его погашением, в случае возникновения серьезных финансовых затруднений у эмитента долгового обязательства цепочка Т-Д-Т может прерваться. В этом и состоит одна из основных сторон, определяющих содержание понятия ликвидности, - безусловность выполнения заемщиком своего обязательства перед кредитором в определенный срок.

Таким образом, ликвидность связана, во-первых, со способностью орудий обращения выполнять свои основные функции, во-вторых, с достаточностью денег, и в-третьих, с надежностью выполнения долговых обязательств в обществе.

Следовательно, ликвидность можно определить как общественные отношения, складывающиеся по поводу своевременной и адекватной реализации стоимости обмена (собственности на эквивалент). Во всех случаях, когда мы имеем дело с оборотом стоимости, будь то оборот товаров или денег, на завершающей стадии кругооборота возникает проблема ликвидности. Ликвидностью объекта можно считать такую его качественную характеристику, которая отражает способность возврата авансированной стоимости через определенное время, причем чем меньше срок возврата, тем выше ликвидность. Таким образом, ликвидность выражает общественную связь, которая складывается постоянно при необходимости своевременно реализовать стоимость, т.е. сущность понятия “ликвидность” можно определить как возможность своевременной реализации стоимости.

Итак, ликвидность – это способность фирмы:

- 1) быстро реагировать на неожиданные финансовые проблемы и возможности;
- 2) увеличивать активы при росте объема продаж;
- 3) возвращать краткосрочные долги путем обычного превращения активов в наличность.

Существует несколько степеней ликвидности определения возможностей управления предприятия, а значит, устойчивость всего проекта. Так, недостаточная ликвидность, как правило, означает, что предприятие не в состоянии воспользоваться преимуществами скидок и возникающими выгодными коммерческими возможностями. На этом уровне недостаток ликвидности означает, что нет свободы выбора, и это ограничивает свободу действий руководства. Более значительный недостаток ликвидности приводит к тому, что предприятие не способно оплатить свои текущие долги и обязательства. В результате - интенсивная продажа долгосрочных вложений и активов, а в самом худшем случае - неплатежеспособность и банкротство.

Для собственников предприятия недостаточная ликвидность может означать уменьшение прибыльности, потерю контроля и частичную или полную потерю вложений капитала. Для кредиторов недостаточная ликвидность у должника может означать задержку в уплате процентов и основной суммы долга или частичную либо полную потерю ссуженных средств. Текущее состояние ликвидности компании может повлиять также на ее отношения с клиентами и поставщиками товаров и услуг. Такое изменение может выразиться в неспособности данного предприятия выполнить условия контрактов и привести к потере связей с поставщиками. Вот почему ликвидности придается такое большое значение.

Если предприятие не может погасить свои текущие обязательства по мере того, как наступает срок их оплаты, его дальнейшее существование ставится под сомнение, и это отодвигает все остальные показатели деятельности на второй план. Иными словами, недостатки финансового

управления проектом приведут к возникновению риска приостановки и даже его разрушения, т.е. к потере средств инвестора.

Ликвидность характеризует соотношение различных статей текущих (оборотных) активов и пассивов фирмы и, таким образом, наличие свободных (не связанных текущими выплатами) ликвидных ресурсов.

В зависимости от степени ликвидности активы предприятия разделяются на следующие группы:

А1. Наиболее ликвидные активы. К ним относятся все статьи денежных средств предприятия и краткосрочные финансовые вложения.

А2. Быстро реализуемые активы - дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты.

А3. Медленно реализуемые активы - статьи раздела II актива баланса, включающие запасы, налог на добавленную стоимость, дебиторскую задолженность (платежи по которой ожидаются более, чем через 12 месяцев после отчетной даты) и прочие оборотные активы.

А4. Трудно реализуемые активы - статьи раздела I актива баланса - внеоборотные активы.

Пассивы баланса группируются по степени срочности оплаты:

П1. Наиболее срочные обязательств, к ним относится кредиторская задолженность.

П2. Краткосрочные пассивы - это краткосрочные заемные средства и др.

П3. Долгосрочные пассивы - это статьи баланса, относящиеся к V и VI разделам, т.е. долгосрочные кредиты и заемные средства, а также доходы будущих периодов, фонды потребления, резервы предстоящих расходов и платежей.

П4. Постоянные пассивы или устойчивые - это статьи IV раздела баланса "Капитал и резервы". Если у организации есть убытки, то они вычитаются.

Выводы по 1-главе

1. **Рентабельность** – показатель, представляющий собой отношение прибыли к сумме затрат на производство, денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества фирмы используемого для организации своей деятельности.

Без анализа уровня рентабельности продукции нельзя правильно решить вопросы структуры промышленного производства, его специализации, размещения по территории страны, определить эффективность производства той или иной продукции. На основе уровня рентабельности продукции государство устанавливает уровень закупочных цен на продукцию.

Показатель рентабельности взаимосвязан со всеми показателями эффективности производства, в частности с себестоимостью продукции, фондоемкостью продукции и скоростью оборачиваемости оборотных средств.

В основном различают пять видов рентабельности:

- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность активов;
- рентабельность производственных фондов;
- рентабельность продаж;

рентабельность продукции.

2. **Ликвидность предприятия** — это наличие возможности погашать задолженности предприятия в сжатые сроки. Степень ликвидности определяется отношением объема ликвидных средств, находящихся в распоряжении предприятия (актив баланса), к сумме имеющихся задолженностей (пассив баланса). Другими словами, ликвидность предприятия — это показатель его финансовой стабильности.

К ликвидным средствам относят все активы, которые могут быть преобразованы в деньги и использованы для погашения долгов предприятия:

наличные деньги, вклады на банковских счетах, различные виды ценных бумаг, а также элементы оборотных средств, поддающиеся быстрой реализации.

Различают ликвидность общую (текущую) и срочную. Общую ликвидность предприятия определяют как соотношение суммы текущих активов и суммы текущих обязательств (пассивов), определяемых на начало и конец года. Коэффициент текущей ликвидности показывает способность предприятия погашать текущие пассивы за счет оборотных активов. Если значение коэффициента ниже 1, то это свидетельствует об отсутствии финансовой стабильности предприятия. Нормальным считается показатель выше 1,5. Для расчета коэффициента применяют формулу:

Коэффициент текущей ликвидности = (Оборотные активы – Долгосрочная дебиторская задолженность – Задолженность учредителей по взносам в уставный капитал) / Текущие пассивы.

Срочная ликвидность предприятия определяется тем, как быстро дебиторская задолженность и производственные запасы могут быть обращены в наличные денежные средства. Для определения коэффициента быстрой (срочной) ликвидности применяют формулу:

Коэффициент срочной ликвидности = (Текущие активы – Запасы) / Краткосрочные обязательства

Абсолютная ликвидность — отношение суммы имеющихся в распоряжении предприятия денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к текущим пассивам. Коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывают по формуле:

Коэффициент абсолютной ликвидности предприятия = (Денежные средства + Краткосрочные вложения) / Текущие пассивы.

Нормальным считается коэффициент величиной не менее 0,2.

ГЛАВА II. АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1. Анализ экономических показателей ООО «Каримбек».

Важным этапом характеристики предприятия является его оценка с экономической точки зрения. Изучение таких показателей как товарооборот общественного питания, валовой доход, издержки обращения, прибыль и среднесписочная численность количественно определяет эффективность хозяйственной деятельности ООО «Каримбек». Основные экономические показатели деятельности ООО «Каримбек» приведены в таблице-2 и 3.

Таблица-2

Результаты хозяйственной, экономической деятельности ООО «Каримбек» за 2010 – 2011 год⁸.

Наименование показателей	2010 г.	2011 г.	Отклонение (+,-)	Темп роста, %
01	02	03	04	05
Товарооборот в действующих ценах, млн. сумм	6263	7273	1010	116,13
Товарооборот в сопоставимых ценах, млн. сумм	6263	6511,2	248,2	103,96
Себестоимость реализованной продукции, млн. сум	2910	3461	551	118,93
Выручка от реализации продукции, работ, услуг	6263	7273	1010	116,13
Валовая прибыль, млн. сум	3353	3812	459	113,7
В % к товарообороту	53,54	52,41	-1,13	97,89
Издержки обращения, млн. сум	3219	3622	403	112,52
Уровень издержек обращения, %	51,4	49,8	-1,6	96,89
Прибыль от реализации, млн. сумм	134	190	56	141,79
В % к товарообороту	2,14	2,61	0,47	121,96
Внереализованные доходы, млн. сумм	-	-	-	-
Внереализованные расходы, млн. сумм	-	-	-	-
Прибыль до налогообложения,	134	190	56	141,79

⁸ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2011 гг. ООО «Каримбек»

млн. сумм				
Чистая прибыль, млн. сум	101	145	44	143,56
Рентабельность продаж, %	2,14	2,61	0,47	21,96
Численность работающих (чел.)	23	25	2	108,7
Товарооборот на 1 раб., млн. сумм	272,3	290,92	18,62	106,84
Среднемесячная зарплата 1-го работающего, сум.	8 628	8932	304	103,52
Общая площадь, кв.м.	260,0	260,0	-	-
Товарооборот на 1м.кв, млн. сумм	24,08	27,97	3,89	116,15
Стоимость основных фондов, млн. сумм	245	226	-19	92,24
Фондоотдача, млн. сумм	25,56	32,18	6,62	125,9

В целом на предприятии наблюдается положительная тенденция развития основных экономических показателей. В 2010 г. увеличение товарооборота составило 116,13%. Темп роста товарооборота опережает темп роста валового дохода на 2,43%. По отношению к прошлому году валовой доход увеличился на 113,7%. Доля валового дохода в товарообороте снизилась на 1,13%. Несмотря на рост издержек обращения в сумме – увеличение составило 112,52%, их доля в товарообороте снизилась на 1,6%. Темп роста прибыли от реализации составил 141,79%, а темп роста чистой прибыли является наивысшим и составляет 143,56%. Доля прибыли в отчетном году увеличилась на 0,47%. Среднесписочная численность на протяжении периода увеличилась на 2 человека. Товарооборот на одного работника увеличился на 106,84%. Торговая площадь не изменилась, а вот товарооборот на 1м² увеличился на 3,89 млн. сум В 2011 г. стоимость основных фондов снизилась на 19 млн. сум, или на 7,76%. По сравнению с прошлым годом на 1 сум основных фондов приходится 32,18 млн. сум, что на 6,62 млн. сум больше прошлого года. Исходя из вышесказанного, работу предприятия можно оценить как эффективную. Это подтверждает соотношение индексов роста основных показателей. Индекс роста прибыли больше индекса роста товарооборота, индекс роста товарооборота больше

индекса роста издержек обращения, индекс роста издержек обращения больше индекса роста численности работников (1,418>1,161>1,125>1,087).

Таблица 3

Результаты хозяйственной, экономической деятельности ООО

«Каримбек» за 2011-2012 год⁹

Наименование показателей	2011 г.	2012 г.	Отклонение (+,-)	Темп роста, %
01	02	03	04	05
Товарооборот в действующих ценах, млн. сумм	7273	7672	399	105,49
Товарооборот в сопоставимых ценах, млн. сумм	6511,2	6751,7	240,5	103,69
Себестоимость реализованной продукции, млн. сум	3461	3746	285	108,23
Выручка от реализации продукции, работ, услуг	7273	7672	399	105,49
Валовая прибыль, млн. сум	3812	3926	114	102,99
В % к товарообороту	52,41	51,17	-1,24	97,63
Издержки обращения, млн. сумм	3622	3659	+37	101,02
Уровень издержек обращения, %	49,8	47,69	-2,11	95,76
Прибыль от реализации, млн. сумм	190	267	77	140,53
В % к товарообороту	2,61	3,48	0,87	133,33
Внереализованные доходы, млн. сумм	-	-	-	-
Внереализованные расходы, млн. сумм	-	-	-	-
Прибыль до налогообложения, млн. сумм	190	217	27	114,21
Чистая прибыль, млн. сум	145	170	25	117,24
Рентабельность продаж, %	2,61	3,48	0,87	133,3
Численность работающих (чел.)	25	24	-1	96
Товарооборот на 1 раб., млн. сумм	290,92	319,67	28,75	109,88
Среднемесячная зарплата 1-го работающего, сум.	8932	8870	-62	99,31

⁹ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

Общая площадь, кв.м.	260	260	-	-
Товарооборот на 1м.кв, млн. сумм	27,97	29,51	1,54	105,5
Стоимость основных фондов, млн. сумм	226	308	82	136,28
Фондоотдача, млн. сумм	32,18	24,91	-7,27	77,41

Проанализировав таблицу 2.1.2., можно сделать вывод, что финансово-хозяйственную деятельность предприятия можно оценить как положительную, так как возросли такие показатели как себестоимости (на 285 млн. сум в 2012 г по сравнению с 2011 годом) и выручки (на 399 млн. сум в 2012 г), следовательно, возросла и прибыль от продаж (на 77 млн. сум в 2012 г.). Положительным фактором для предприятия считается снижение уровня издержек обращения в 2012 году против 2011 года на 2,11%,. Таким образом индексная цепочка показателей имеет вид: $J_n > J_{т/об} > J_{ио} > J_{ч}$, т. е. $1,405 > 1,055 > 1,01 < 0,96$.

Увеличению прибыли от продажи товаров и продукции способствовало увеличение уровня инфляции в 2011 году на уровне 11,7%, а в 2012 году на уровне 13,63%, в результате чего сопоставимый оборот в 2011 г. составил 6511,2 млн. сум (7273 / 1,117), а в 2012 году 6751,7 (7672/1,1363).

С учетом этого изменение темп роста объема продаж за 2011 год составил 103,96% ($6511,2/6263*100\%$), а в 2012 году этот же показатель составил 103,69% т.е. произошло увеличение объема реализованной продукции на 3,96% и 3,69% соответственно.

Показатель рентабельности продаж в 2012 г. составил 3,48%, что выше показателя 2011 г. на 0,87%,. Данное повышение рентабельности продаж связано с пропорциональным увеличением прибыли от продаж и выручки от реализации, что связано с ростом объема реализации продукции.

Стоимость основных средств в 2012 году против предыдущего увеличилась на 36,28% или 82 млн. сум в связи с закупкой предприятием электроплиты.

Показатель фондоотдачи в 2012 году по сравнению с 2011 годом снизился на 7,27 млн. сум или 22,59% и составил 24,91 млн. сум Данное снижение связано прежде всего с увеличением стоимости основных производственных фондов.

Численность работников предприятия за два рассматриваемых года снизилась на одного человека и составила 24 человека. Предприятие решило сократить штат сотрудников на время кризисной ситуации в стране, чтобы снизить сумму издержек на заработную плату рабочих.

Объем выпуска, и объем реализации продукции являются взаимозависимыми показателями. В условиях ограниченных производственных возможностей и неограниченного спроса на первое место выдвигается объем производства продукции. Для анализа объема производства продукции используются натуральные, условные и стоимостные показатели.

Товарооборот ООО «Каримбек» состоит из двух основных частей:

- реализации продукции собственного производства;
- продажи покупных товаров.

К продукции собственного производства относят сырье и продукты, прошедшие кулинарную обработку и получившие вид кулинарного изделия.

Основную часть продукции собственного производства составляет объединенная продукция. Показателем объема производства этого вида продукции являются блюда. В зависимости от назначения блюда подразделяются на закуски, первые, вторые и третьи (сладкие) блюда.

Кроме обеденной продукции к продукции собственного производства относится так называемая прочая продукция: кондитерские изделия, выпечные изделия, горячие напитки, полуфабрикаты, бутерброды, яйца и др.

К покупным товарам относятся продукты, которые приобретаются предприятием общественного питания у промышленности или торговли без кулинарной обработки. Сюда входят: хлеб, хлебобулочные изделия, алкогольные напитки, пиво, консервы, реализуемые в банках; мороженное

промышленной выработки, сырые яйца, фрукты, ягоды. Его объем учитывается и планируется по розничным ценам общественного питания, т.е. с включением в цену наценок общественного питания.

Реализация продукции собственного производства, а также покупных товаров осуществляется непосредственно потребителям через зал обслуживания клиентов предприятия. Рассмотрим таблицу- 4.

Таблица 4

Анализ выпуска и реализации продукции¹⁰

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Откл. 2011 г. от 2010 г.		Откл. 2012 г. от 2011 г.	
				Абсол. (+,-)	Относи т. %	Абсол. (+,-)	Относи т. %
01	02	03	04	05	06	07	08
1. Товарооборот, млн. сумм	6263	7273	7672	1010	16,13	399	5,49
В том числе:							
1.1.Оборот по продукции собственного производства, млн. сум	5025,5	5703,6	5919,7	678,1	13,49	216,1	3,79
- закуски, млн. сум	1084,6	1178,3	1204,0	93,7	8,64	25,7	2,18
- первые блюда, млн. сум	1153,1	1345,6	1409,9	192,5	16,69	64,3	4,78
- вторые блюда, млн. сум	1643,1	1866,2	1907,8	223,1	13,58	41,6	2,23
- сладкие блюда, млн. сумм	532,4	617,9	676,0	85,5	16,06	58,1	9,4
- прочая продукция, млн. сумм	612,3	695,6	722,0	83,3	13,6	26,4	3,8
1.2. Оборот по покупным товарам, млн. сум	1237,5	1569,4	1752,3	331,9	26,82	182,9	11,65
2. Удельный вес оборота:							
- по продукции собственного производства, %	80,24	78,42	77,16	-1,82	-2,27	-1,26	-1,6
- по покупным товарам, %	19,76	21,58	22,84	1,82	9,21	1,26	5,84

¹⁰ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

Из данных таблицы 4 видно, что товарооборот в 2011 году по сравнению с 2010 годом возрос на 116,13%, а в 2012 году против 2011 года товарооборот увеличился в сумме на 399 млн. сум или на 5,49%. Наблюдается тенденция увеличения реализации как покупных товаров, так и продукции собственного производства. В 2011 году против предыдущего темп роста по продукции собственного производства составил 113,49%, а по покупной продукции составил 126,82%. В 2012 году по сравнению с 2011 годом темп роста продукции собственного производства составил чуть ниже, чем в 2011 году 103,79%, а темп роста по покупным товарам в 2012 году составил 111,65%. Что касается ассортимента выпускаемой продукции, то необходимо проанализировать какой вид товара пользуется наибольшим спросом посетителей предприятия, для этого построим таблицу 5.

Таблица 5.

Ассортимент продукции собственного производства предприятия¹¹

Показатели	2010 год.	2011 год.	2012 год.	Откл. 2011 г. от 2010 г. (+,-)	Откл. 2012 г. от 2011 г. (+,-)
01	02	03	04	05	06
Удельный вес выпуска закусок в продукции собственного производства, %	21,58	20,66	20,34	-0,92	-0,32
Удельный вес выпуска первых блюд в продукции собственного производства, %	22,94	23,59	23,82	0,65	0,23
Удельный вес выпуска вторых блюд в продукции собственного производства, %	32,7	32,72	32,23	0,02	-0,49
Удельный вес выпуска сладких блюд в продукции собственного производства, %	10,59	10,83	11,42	0,23	0,59
Удельный вес прочей продукции в продукции собственного производства, %	12,18	12,2	12,2	0,02	-
Итого	100,0	100,0	100,0	-	-

Из таблицы 5. можно увидеть, что из продукции, которую предприятие само производит наибольшим спросом пользуется первые и

¹¹ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

вторые блюда, а также закуски кондитерские, наименьшим спросом пользуется сладкие блюда и прочая продукция. Изобразим графически рейтинг товаров собственного производства на рисунке 2.2.1.1.

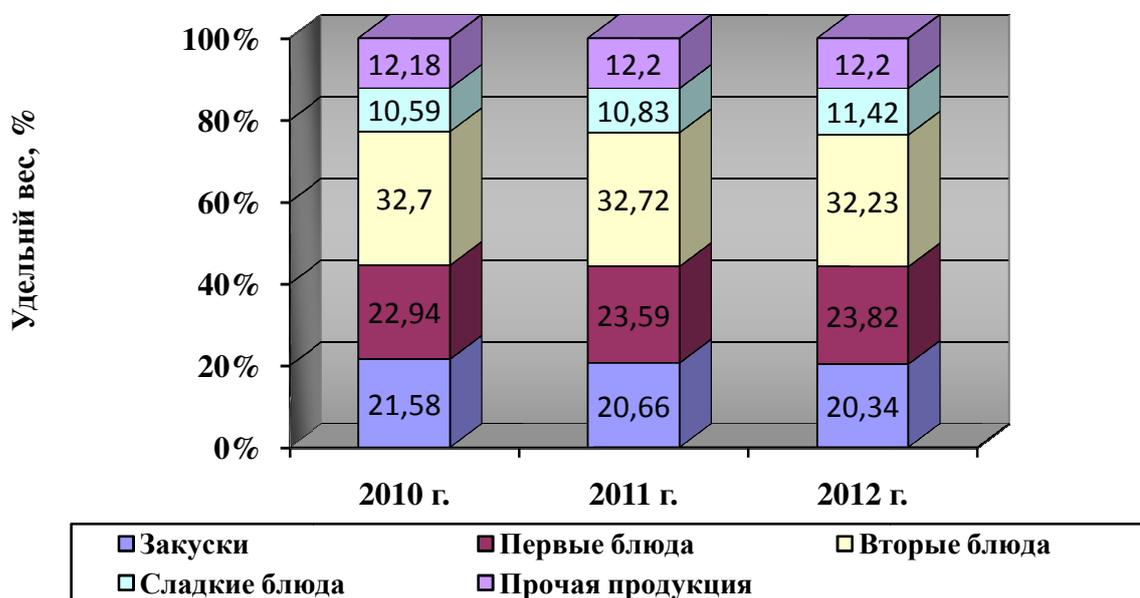


Рисунок-6. Рейтинг товаров собственного производства ООО «Каримбек»¹²

Согласно рисунку 6 в структуре продукции собственного производства за три года произошли изменения. Так на протяжении трех лет спрос постепенно снижался на закуски (в 2011 году на 0,92%, а в 2012 году на 0,32%). Вторые блюда то поднимались по рейтингу спроса (в 2011 против 2010 года увеличение продаж составило 0,02%), то снижались (в 2012 году против 2011 года продажи снизились на 0,49%). Спрос первых блюд с каждым годом увеличивался, в 2011 году на 0,65%, а в 2012 году на 0,23%. Можно заметить, что сладкие блюда ООО «Каримбек» также как и первые блюда с каждым годом все больше и больше пользуются спросом посетителями. А вот прочая продукция, к которой относится кондитерские изделия, выпечка и горячие напитки, в 2011 году по сравнению с 2010 годом увеличилась по рейтингу спроса в незначительной степени (0,02%), а в 2012

¹² Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

году против предыдущего осталась на том же уровне, что и в 2011 году (12,2%).

Далее проанализируем динамику объема реализации продукции собственного производства и покупных товаров (см. табл. 6. и рисунок 5.):

Таблица 6

Динамика объема реализации продукции собственного производства и покупных товаров¹³

Год	Объем реализации продукции собственного производства, млн. сум	Абсолютный прирост	Темп роста		Объем реализации покупных товаров, млн. сум	Абсолютный прирост	Отклонения	
			Базисный, %	Цепной, %			Базисный %	Цепной, %
01	02	03	04	05	06	07	08	09
2010	5025,5	0	-	-	1237,5	0	-	-
2011	5703,6	+678,1	113,49	113,49	1569,4	+331,0	126,82	126,82
2012	5919,7	+216,1	117,79	103,79	1752,3	+182,9	141,6	111,65

Как видно из графика, динамика объема реализации продукции собственного производства и покупных товаров с каждым годом возрастал. В 2010 году объем реализации продукции собственного производства составил 5025,5 млн. сум, а объем реализации покупных товаров составил 1237,5 млн. сум. В 2011 году произошло повышение как реализации собственной продукции, так и покупной на 678,1 млн. сум или на 13,49% и 331 млн. сум или 26,82% соответственно. В 2012 году увеличение объема реализации собственной продукции составило на 216,1 млн. сум или 3,79% чем в 2011 году, а увеличение покупных товаров составило на 182,9 млн. сум или 11,65%.

Анализ показателей выполнения плана и динамики выпуска (реализации) продукции проводят как в целом за год, так и по кварталам.

¹³ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

Следует учитывать, что динамика квартальных объемов продажи существенно отличается от годовых показателей; часто она имеет резко выраженные колебания.

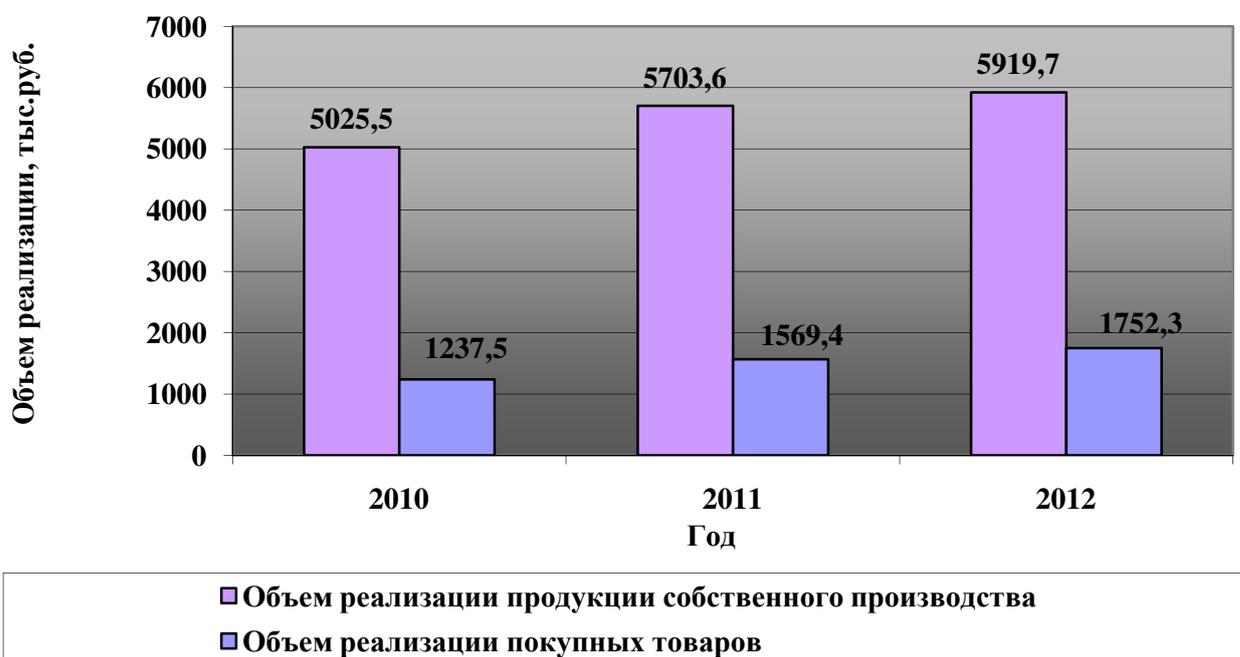


Рисунок -7. График динамики объема продукции собственного производства и покупных товаров¹⁴

Изучение динамики товарооборота предполагает анализ квартальных показателей (таблица-7). Их динамика существенно отличается от динамики годовых показателей, поскольку изменения квартальных и месячных объемов выпуска продукции в рамках года характеризуются, как правило, большей неравномерностью, резко выраженными колебаниями.

С этой целью анализируется ритмичность и равномерности выпуска продукции. Важным показателем при этом анализе является коэффициент ритмичности, который рассчитывается как отношение числа периодов, за которые выполнен объем реализации продукции, к их общему количеству.

По данным таблицы 7 можно сказать, что товарооборот распределился неравномерно. Это подтверждает коэффициент равномерности равный 2,93 или 97,07%. Наиболее эффективная работа ООО «Каримбек» реализована в III квартале 2012 г и 2011 г.

¹⁴ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек».

Равномерность ритмичность выпуска продукции по кварталам¹⁵

Показатели	Объем реализации за год (млн. сум)	Оборот по кварталам в том числе к годовому							
		I		II		III		IV	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Всего за 2011 год	7273	1753	24,1	1662	22,85	2330	32,04	1528	21,0
В том числе:									
-оборот по продукции собственного производства	5703,6	1368,8	24,0	1316,5	23,08	1729,3	30,32	1289	22,6
-оборот покупных товаров	1569,4	384,2	24,48	345,5	22,01	600,7	38,28	239	15,23
Всего за 2012 год	7672	1789	23,32	1711	22,3	2562	33,39	1610	21,0
В том числе:									
-оборот по продукции собственного производства	5919,7	1438,6	24,3	1359,2	22,96	1830,3	30,92	1291,6	21,82
-оборот покупных товаров	1752,3	350,4	20,0	351,8	20,08	731,7	41,76	318,4	18,17
Темп изменения 2011г. от 2010г., %	105,49	102,05		102,95		109,96		105,37	

Для расчета коэффициента равномерности $K_{\text{равн}}$ необходимо предварительно найти среднее квадратическое отклонение σ и коэффициент вариации v :

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

$$; v = \frac{\sigma \times 100}{\bar{x}};$$

¹⁵ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

$$K_{\text{равн}} = 100 - v,$$

где: x_i – товарооборот за i -тый период;

\bar{x} – средний объем товарооборотов за n периодов;

n – количество периодов исследования (месяцев, кварталов).

$$\sigma = \sqrt{\frac{(102,05 - 105,49)^2 + (102,95 - 105,49)^2 + (109,96 - 105,49)^2 + (105,37 - 105,49)^2}{4}} = 3,09$$

$$v = \frac{\sigma \times 100}{\bar{x}} = \frac{3,09}{105,49} * 100 = 2,93; \quad K_{\text{равн}} = 100 - 2,93 = 97,07$$

Прибыль и рентабельность относится к важнейшим показателям, характеризующим эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Более чем, какой либо другой показатель прибыль отражает результаты всех сторон деятельности предприятия. На ее величину влияет объем продукции, ее ассортимент, качество, уровень себестоимости, штрафы, неустойки и другие факторы.

Прибыль влияет на такой обобщающий показатель, как рентабельность, состояние собственных оборотных средств, платежеспособность и размеры поощрительных фондов.

Выявление резервов роста рентабельности может быть установлено через систему взаимосвязанных направлений экономического анализа.

Задача экономического анализа состоит в том, чтобы дать оценку общей величины прибыли и ее состава, проверить обоснованность плана и его выполнение по величине прибыли к уровню рентабельности, раскрыть влияние ряда факторов на отклонение фактической величины прибыли от плановой, выявить резервы роста прибыли и рентабельности.

Для удобства анализа финансовых результатов вынесем показатели прибыли в отдельную таблицу (таблица -8).

Таблица- 8

Анализ финансовых результатов¹⁶

(млн. сум)

Показатели	2010 год		2011 год		2012 год		Откл. 2011 г. от 2010 г. (+,-)	Откл. 2012 г. от 2011 г. (+,-)
	Σ	% к обороту	Σ	% к обороту	Σ	% к обороту		
01	02	03	04	05	06	07	08	09
Товарооборот общественного питания	6263	-	7273	-	7672	-	1010	399
Валовая прибыль	3353	53,54	3812	52,41	3926	51,17	459	114
Расходы общественного питания	3219	51,4	3622	49,8	3659	47,69	403	37
Доходы от реализации	134	2,1	190	2,6	267	3,48	56	77
Операционные доходы	-	-	-	-	-	-	-	-
Операционные расходы	-	-	-	-	50	0,65	-	50
Внерезализацион ные доходы	-	-	-	-	-	-	-	-
Внерезализацион ные расходы	-	-	-	-	-	-	-	-
Чистая прибыль	101	1,61	145	1,99	170	2,22	44	25

Как видно из таблицы 8, наблюдается тенденция роста всех показателей прибыли. Увеличился показатель доходов и расходов по обычным видам деятельности на 459 млн. сум (13,69%) в 2010 г. по сравнению с 2010 г., а в 2012 году по сравнению с 2011 годом увеличение составило в сумме 114 млн. сум. Возросла прибыль от продаж в 2010 году против предыдущего 2010 года на 56 млн. сум (41,79%) и в отчетном 2012 году против предыдущего на 77 млн. сум (40,53%). Соответственно увеличился показатель чистой прибыли на 44 млн. сум в 2011 году и на 25 млн. сум в 2012 году, ее прирост составил 43,56% и 17,24% соответственно. Это связано прежде всего с увеличением объема реализуемой продукции в

¹⁶ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

анализируемом периоде (2010-2012 гг.), а также с снижением уровня расходов общественного питания с 51,4% до 47,69% к обороту.

По данным таблицы 8 построим график (рисунок -8).

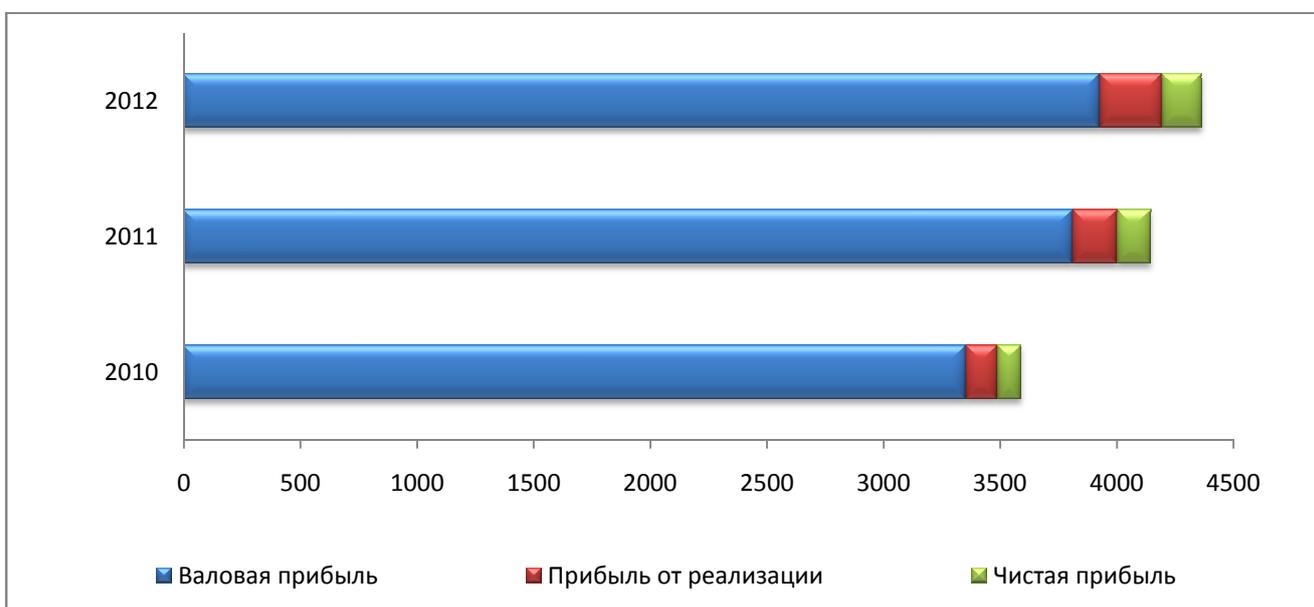


Рисунок-8. Динамика прибыли ООО «Каримбек» за 2010-2012 гг.¹⁷.

Как видно из представленной диаграммы в период с 2010 - 2012 гг. наблюдается устойчивый рост прибыли. Это положительный момент, он показывает, что предприятие динамично развивается, увеличивает объем производства и реализации.

Роль и значение валового дохода как экономического показателя заключаются в следующем: валовой доход является источником формирования прибыли; за счет валового дохода возмещаются издержки производства и обращения; валовой доход служит источником пополнения собственных оборотных средств; за счет валового дохода формируются различные бюджетные и внебюджетные фонды); за счет валового дохода предприятия питания уплачивают акцизы и таким образом участвуют в формировании бюджета страны. Валовой доход предприятия питания измеряется в абсолютных и относительных величинах. В абсолютных величинах валовой доход характеризуется суммой, выраженной в денежных единицах, в относительных величинах - уровнем. Уровень валового дохода

¹⁷ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

($У_{в. д}$) рассчитывается как отношение суммы валового дохода к валовому товарообороту, выраженное в процентах. Оценка выполнения динамики валового дохода приведены в таблице-9.

Таблица-9

Исходные данные для проведения факторного анализа валового дохода¹⁸

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Откл. 2011 г. от 2010 г. (+,-)	Откл. 2012 г. от 2011 г. (+,-)
Товарооборот в действующих ценах, млн. сумм	6263	7273	7672	1010	399
Товарооборот в сопоставимых ценах, млн. сумм	6263	6511,2	6751,7	248,2	240,5
Валовой доход, млн. сумм	3353	3812	3926	459	114
Уровень валового дохода, %	53,54	52,41	51,17	-1,13	-1,24

На валовой доход влияют следующие факторы:

- Изменение цен;
- Изменение объема товарооборота;
- Средний уровень валового дохода.

Для изучения влияния факторов на сумму валового дохода составляют следующие расчеты (таблица 10).

Таблица 10

Расчет влияния факторов на сумму валового дохода¹⁹

(млн. сум)

Фактор	Формулы решения	Расчет	
		2011 год	2012 год
Влияние товарооборота	$(Тф - Тпр) * УВД пр.г./100$	$(7273 - 6263) * 53,54/100 = 540,75$	$(7672 - 7273) * 52,41/100 = 209,12$
за счет изменения цен	$(Тф - Тс) * УВД пр.г./100$	$(7273 - 6511,2) * 53,54/100 = 407,87$	$(7672 - 6751,7) * 52,41/100 = 482,33$

¹⁸ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

¹⁹ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

за счет изменения физического объема товарооборота	$(T_c - T_f) * УВД_{пр.г.} / 100$	$(6511,2 - 7273) * 53,54 / 100 = -407,87$	$(6751,7 - 7672) * 52,41 / 100 = -482,33$
Изменение уровня валового дохода	$(УВД_{ф} - УВД_{пр.г.}) * T_{ф} / 100$	$(52,41 - 53,54) * 7273 / 100 = -82,18$	$(51,17 - 52,41) * 7672 / 100 = -95,13$
Итого	-	459	114

Таким образом, за счет общего товарооборота сумма валового дохода снизилась на 540,75 млн. сум в 2011 году и на 209,12 млн. сум в 2012 году. В том числе за счет изменения цен валовой доход вырос на 407,87 млн. сум в 2011 году и на 482,33 млн. сум в 2012 году, за счет изменения физического объема товарооборота - снизился на те же суммы. Изменение уровня валового дохода снизило сумму валового дохода на 82,18 млн. сум в 2011 году и на 95,13 млн. сум в 2012 году.

В общем, сумма валового дохода за счет влияния установленных факторов увеличилась в 2011 году против 2010 года на 459 млн. сум, а в 2012 году против 2011 года на 114 млн. сум

Влияние каждого из показателей представлено на рисунке-9

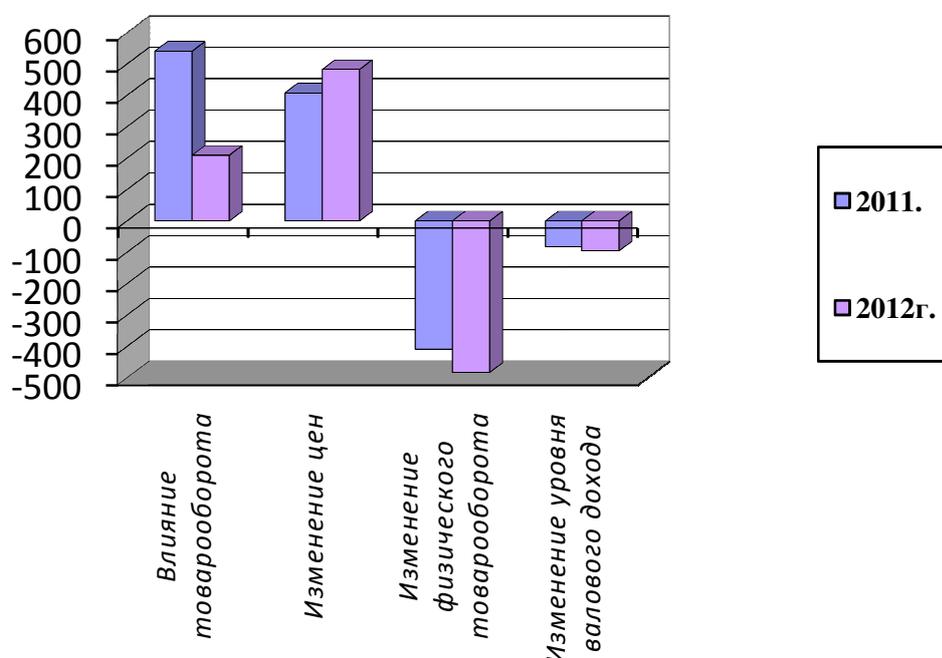


Рисунок-9. Влияние изменения показателей деятельности предприятия на величину валовой прибыли в 2011 и 2012 году²⁰.

Представленная диаграмма (рисунок -9) позволяет судить о влиянии

²⁰ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

каждого из факторов на финансовый результат деятельности предприятия.

На основании данных построенной диаграммы можно сделать вывод, что основные изменения величины валовой прибыли предприятия произошли из-за увеличения объемов реализации и себестоимости продукции.

Прибыль от реализации товарной продукции является результатом производственной деятельности и процесса обращения и занимает наибольший удельный вес в балансовой прибыли предприятия.

Прибыль от реализации продукции состоит из двух частей:

1. Прибыль от реализации товарной продукции.
2. Прибыль от прочей реализации.

Определяется она как разница между выручкой от реализации товарной продукции и себестоимостью проданных товаров, работ, услуг, коммерческих и управленческих расходов. Для проведения анализа воспользуемся отчетностью предприятия о финансовых результатах деятельности предприятия (см. приложение 2.) и составим следующую аналитическую таблицу 2.3.2.1.

Из анализа данных, приведенных в таблице, следует, что прибыль от реализации товарной продукции увеличилась на 56 млн. сум в 2011 году, а в 2012 году на 77 млн. сум

На изменение прибыли могли оказать влияние следующие факторы:

1. Объем товарооборота
2. Уровень валового дохода
3. Уровень издержек обращения

Таблица 11

Анализ прибыли от реализации товарной продукции²¹.

Наименование показателя	2010 год	2011 год	2012 год	Отклонение 2011 г. от 2010г.		Отклонение 2012 г. от 2011 г.	
				Абс. (+,-)	Отн. (%)	Абс. (+,-)	Отн. (%)
01	02	03	04	05	06	07	08
1. Товарооборот в действующих ценах, млн. сум	6263	7273	7672	1010	16,12	399	5,49
2. Валовой доход, млн. сум	3353	3812	3926	459	13,69	114	8,23
Уровень валового дохода, %	53,54	52,41	51,17	-1,13	-2,11	-1,24	-2,37
3. Издержки обращения, млн. сум	3219	3622	3659	403	12,52	37	1,02
Уровень издержек обращения	51,4	49,8	47,69	-1,6	-3,11	-2,11	-4,24
4. Прибыль от продаж, работ, услуг, млн. сум	134	190	267	56	41,79	77	40,53
Рентабельность по прибыли от реализации, %	2,14	2,61	3,48	0,47	21,96		

Проведем анализ основных факторов, влияющих на изменение прибыли от продажи товаров (услуг) и составим таблицу 12

Таблица 12

Анализ основных факторов, влияющих на изменение прибыли от продажи (услуг)²²

Основные факторы	Формулы решения	Расчет влияния основных факторов на прибыль	
		2011 год	2012 год
1. Изменение объема продаж продукции, работ, услуг.	$(Тф. - Тпр.) * Рот$ реализ.пред.года. / 100	$(1010 \times 2,14\%) :$ $100\% = 21,61$ млн. сум	$(399 \times 2,61\%) :$ $100\% = 10,41$ млн. Сум
2. Изменение валового дохода	$(Увдф - Увдпр.) *$ $Тф / 100$	$(7273 \times (-1,13\%)) :$ $100\% = -82,18$ млн. сум	$(7672 \times (-1,24\%)) :$ $100\% = -95,13$ млн. сумм
3. Изменение коммерческих и управленческих расходов	$(Уиоф. - Уиопр.) *$ $Тф / 100$	$(7273 \times (-1,6\%)) :$ $100\% = -116,37$ млн. сум	$(7672 \times (-2,11\%)) :$ $100\% = -161,88$ млн. сумм
Общее влияние всех факторов		-176,94 млн. сум	-243,01 млн. сумм
Индексная цепочка имеет вид:	$J_n > J_{т/об} > J_{ио}$	$1,42 > 1,16 > 1,13$	$1,41 > 1,05 > 1,01$

²¹ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

²² Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

Таким образом из таблицы видно что на снижение прибыли от продаж повлияли два фактора: это снижение уровня валового дохода, и снижение уровня издержек обращения. На увеличение прибыли от продаж повлияло увеличение товарооборота в 2011 году по сравнению с 2010 годом на 1010 млн. сум и в 2012 году против 2011 года на 399 млн. сум

Прибыль, полученная на предприятии должна быть распределена по соответствующим направлениям: на оплату в бюджет, выплату налогов и т.д.

Анализируя распределения чистой прибыли в фонды специального назначения, необходимо знать факторы формирования этих фондов. Основным фактором является: 1) - чистая прибыль, 2) коэффициент отчислений прибыли.

Анализ распределения и использования прибыли проводится в следующем порядке:

- дается оценка изменений суммы средств по каждому направлению использования прибыли по сравнению с отчетным и базисным периодом;
- проводится факторный анализ образования фондов;
- дается оценка эффективности использования фондов накопления и потребления в соответствии с показателями эффективности экономического потенциала.

Таблица 13

Прибыль остающаяся в распоряжении предприятия²³

Наименование показателя	2010 год	2011 год	2012 год	Отклонение 2011 г. от 2010г.	Отклонение 2012 г. от 2011 г.
01	02	03	04	05	06
1. Прибыль балансовая, млн. сум	134	190	217	+56	+27
2. Налог на прибыль, млн. сум	33	45	47	+12	+2

²³ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

3. Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, млн. сум	101	145	170	+44	+25
4. Прибыль направленная:					
а) в фонд накопления	32,8	38,65	45,36	+5,85	+6,71
б) в фонд потребления	52,7	87	102,94	+34,3	+15,94
в) в фонд социальной сферы	15,5	19,35	21,7	+3,85	+2,35
5. Доля в прибыли, %					
а) в фонд накопления	32,5	26,7	26,7	-5,8	-
б) в фонд потребления	52,2	60	60,55	7,8	0,55
в) в фонд социальной сферы	15,3	13,3	12,76	-2	-0,54

Изменение отчислений в фонды специального назначения за счет изменения чистой прибыли можно рассчитать по формуле:

$$ДФН (П) = ДП_ч \times K_0,$$

где: ДФН (П) - приращение фонда накопления (потребления) за счет изменения чистой прибыли;

ДП_ч - приращение суммы чистой прибыли;

K₀ - коэффициент отчислений от чистой прибыли в соответствующий фонд.

Для этого прирост чистой прибыли за счет каждого фактора умножаем на базисный коэффициент отчислений в соответствующий фонд.

ДФН (П)_{2010г.} = +44 × 0,325 = 14,3 - фонд накопления;

ДФН (П)_{2010г.} = +44 × 0,522 = 22,97 - фонд потребления;

ДФН (П)_{2010г.} = +44 × 0,153 = 6,73 – фонд соц. сферы.

ДФН (П)_{2011г.} = +25 × 0,267 = 6,68 - фонд накопления;

ДФН (П)_{2011г.} = +25 × 0,60 = 15 - фонд потребления;

ДФН (П)_{2011г.} = +25 × 0,133 = 3,33 – фонд соц. сферы.

На размер отчислений в фонды оказывают влияние, и изменения коэффициента отчислений от чистой прибыли. Уровень его влияния рассчитывается по формуле:

$$ДФН (К) = (K_1 - K_0) \times П_{ч1}$$

где: ДФН (К) - приращение фонда потребления (накопления) от изменения коэффициента отчислений;

K₁, K₀ - фактический и базисный коэффициенты отчислений в фонды потребления (накопления);

П_{ч1} - чистая прибыль за отчетный период.

$ДФН (К)_{2010г.} = (0,267 - 0,325) \times 145 = - 8,4$ – фонд накопления;

$ДФН (К)_{2011г.} = (0,267 - 0,267) \times 170 = 0$ – фонд накопления;

$ДФН (К)_{2010г.} = (0,60 - 0,522) \times 145 = +11,31$ – фонд потребления;

$ДФН (К)_{2011г.} = (0,6055 - 0,60) \times 170 = +0,935$ – фонд потребления;

$ДФН (К)_{2010г.} = (0,133 - 0,153) \times 145 = - 2,9$ – фонд социальной сферы.

$ДФН (К)_{2011г.} = (0,1276 - 0,133) \times 170 = -0,918$ – фонд социальной сферы.

Из приведенных расчетов следует, что на уменьшение суммы отчислений в фонд накопления в 2011 году повлияло уменьшение коэффициента отчислений на 8,4, а на уменьшение отчислений в фонд социальной сферы также повлияло уменьшение коэффициента отчислений на 2,9. За счет влияния чистой прибыли отчисления в фонд накопления увеличились на 14,3, а в фонд соц. сферы на 6,73.

Изменения отчислений в фонд потребления в 2011 году увеличились за счет влияния чистой прибыли на 22,97 и за счет коэффициента на 11,31.

В 2012 году коэффициент отчислений в фонд накопления не изменился, отчисления в фонд потребления увеличились, а влияние чистой прибыли отчислений в фонд накоплений увеличились на 6,68, в социальной сфере на 3,33.

Изменения в фонд потребления в 2012 году увеличились за счет влияния чистой прибыли на 15 и за счет коэффициента на 0,935.

2.2. Анализ рентабельности предприятия

Показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса, рыночного обмена.

Показатели рентабельности являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и

ценообразования. Расчет основных показателей рентабельности произведем в таблице 14

Таблица 14

Анализ показателей рентабельности ООО "Каримбек"²⁴

Показатели	Расчет	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Валовая маржа, %	Валовая прибыль/Выручка*100	53,54	52,41	51,17
Рентабельность продаж, %	Прибыль от продаж/Выручка*100	2,14	2,61	3,48
Коэффициент затрат	Себестоимость проданных товаров /Выручка	0,46	0,48	0,49
Коэффициент управленческих и коммерческих затрат	Управленческие и коммерческие затраты /Выручка	0,51	0,49	0,48
Рентабельность основной деятельности, %	Прибыль от продаж/Себестоимость реализации*100	4,6	5,49	7,13
Рентабельность активов, %	Прибыль до н/о и %/Активы*100	29,0	41,13	38,68
Рентабельность капитала собственного, %	Прибыль чистая/Капитал собственный*100	25,06	36,71	41,26
Коэффициент окупаемости собственного капитала, лет	Капитал собственный/Прибыль чистая	3,99	2,72	2,42

Анализируя относительные показатели эффективности деятельности предприятия необходимо отметить наличие как положительных, так и отрицательных моментов. Так в 2011 и 2012 годах заметно возросла рентабельность продаж, ее величина составила чуть больше 3,5%, тогда как в 2010 году ее уровень составлял всего лишь 2%. Другим положительным моментом является сокращение доля коммерческих и управленческих расходов в общем объеме реализации, если в 2010 году их удельный вес был 51%, в 2011 – 49%, то в 2012 году всего лишь 48%.

Негативным моментом является повышение коэффициента затрат. Так в 2010- году на один сум объема реализованной продукции приходилось 46 тийин затрат, в 2011 году данный показатель заметно увеличился до 48 тийин, и в 2012 году наблюдается еще повышение до 49 тийин.

²⁴ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

Показатель рентабельности основной деятельности в 2012 году составил 7,13%, что, в общем-то, является неплохим результатом. Положительным моментом является значительное увеличение данного показателя по сравнению как с 2011 годом так и с 2010 годом.

Для собственников предприятия интересен показатель, характеризующий доходность вложенного капитала – это рентабельность собственного капитала. Данный показатель за рассматриваемый период вырос с 25,06% до 41,26%, что говорит о росте доходности вложенных средств. Другой положительный результат деятельности ООО «Каримбек» - сокращение срока окупаемости собственного капитала, если в 2010 году срок окупаемости составлял 3,99 года, то в 2012 – 2,42 года.

Характеризуя рентабельность активов можно также отметить положительную тенденцию данного показателя. Так показатель рентабельности активов за анализируемый период вырос с 29% до 38,68%.

Представим графически динамику изменения показателей рентабельности ООО «Каримбек» на рисунок-10.

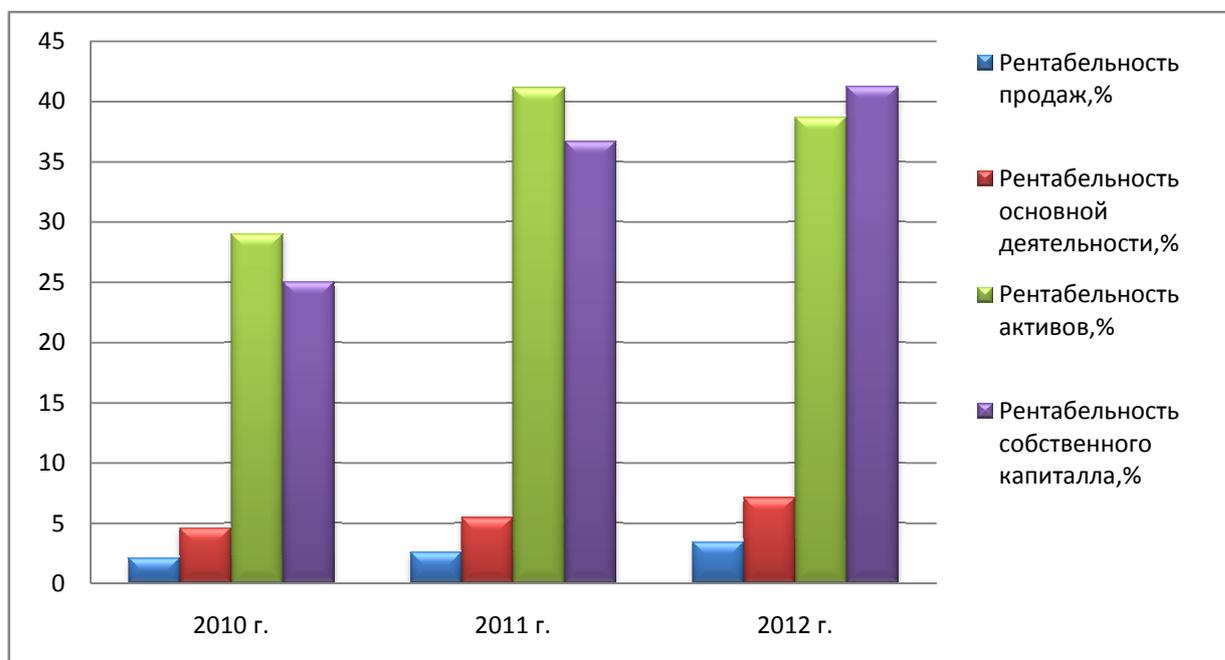


Рисунок-10. Динамика основных показателей рентабельности ООО «Каримбек» за анализируемый период²⁵

²⁵ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

Анализ рентабельности производства продукции дает возможность установить тот уровень рентабельности, с которым работало предприятие в отчетном году по выпуску продукции.

Рентабельность производства продукции определяется отношением чистой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и материальных оборотных активов. Если в расчете использовать в качестве дополнительной величины объем продаж продукции (N), то формулу рентабельности производственной деятельности можно представить в следующем виде:

$$k = (N/F+E) \times (P/N),$$

где: k – рентабельность производственной деятельности;

P – чистая прибыль;

N – выручка от продажи продукции, работ, услуг;

F – среднегодовая стоимость основных производственных фондов;

E – среднегодовая стоимость материальных оборотных средств.

Из приведенной формулы следует, что рентабельность производственной деятельности зависит от изменения двух факторов:

- фондоотдачи производственных фондов (N/F+E).
- рентабельности продаж (P/N).

Определить влияние перечисленных факторов можно методом цепных подстановок.

Изменение рентабельности производственной деятельности за счет влияния фондоотдачи с одного сум производственных фондов (f):

$$Dk(f) = (N_1 / F_1 + E_1) \times ([P_0 / N_0] - [N_0 / F_0 + E_0] \times (P_0 / N_0)),$$

Изменение рентабельности производственной деятельности за счет влияния уровня рентабельности продаж (kp):

$$Dk(kp) = (N_1 / F_1 + E_1) \times (P_1 / N_1) - (N_1 / F_1 + E_1) \times (P_0 / N_0)$$

Расчет влияния факторов на рентабельность производственной деятельности можно произвести на основе приведенных данных таблицы 15

Таблица 15

Рентабельность производства продукции²⁶

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Отклонение 2011 г. от 2010г.	Отклонение 2012 г. от 2011 г.
01	02	03	04	05	06
1. Чистая прибыль, млн. сумм	101	145	170	44	25
2. Выручка от продаж товаров, работ, услуг, млн. сумм	6263	7273	7672	1010	399
3. Стоимость основных производственных фондов, млн. сумм	245	226	308	-19	82
4. Стоимость материальных оборотных средств, млн. сумм	216	236	253	20	17
5. Итого стоимость производственных фондов (3+4), млн. сумм	461	462	561	1	99
6. Рентабельность производства (1/5), %	21,91	31,39	30,3	9,48	-1,09
7. Фондоотдача производственных фондов (2/5)	13,59	15,74	13,68	2,15	-2,06
8. Рентабельность продаж от чистой прибыли (1/2)	0,0161	0,0199	0,0221	0,0038	0,0022

На основе приведенных данных в таблице 15 можно определить условный уровень рентабельности производства (k_y), рассчитанный, исходя из уровня фондоотдачи производственных фондов отчетного периода и рентабельности продаж базисного периода, т.е.

$$k_{y_{2010г.}} = 15,74 \times 0,0161 = 0,253$$

$$k_{y_{2011г.}} = 13,68 \times 0,0199 = 0,272$$

Уменьшение реализации на один сум производственных фондов в 2011 году повысило рентабельность производства на 3,43% (25,34 – 21,91), а увеличение прибыли, приходящейся на один сум продаж, привело к росту рентабельности производства на 6,05% (31,39 – 25,34).

Увеличение реализации на один сум производственных фондов в 2012 году снизило рентабельность производства на 4,17% (27,22 – 31,39), а

²⁶ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

увеличение прибыли приходящейся на сум продаж, привело к росту рентабельности производства на 3,08% (30,3 – 27,22).

Каждый из рассмотренных выше факторов является сложным, зависящим в свою очередь от ряда других факторов второго порядка. Например, реализация, приходящаяся на один сум производственных фондов, зависит от эффективности использования основных фондов и материальных оборотных средств. Изменение уровня прибыли, приходящейся на один сум продаж, зависит от уровня себестоимости и структуры ассортимента реализованной продукции, от изменения качества продукции и цен на нее, от результатов прочей деятельности предприятия.

Чтобы определить раздельное влияние фондоотдачи основных производственных фондов и оборачиваемости материальных оборотных средств на рентабельность производства, используется способ долевого участия. Согласно этому способу отклонение рентабельности отчетного периода от базисного за счет изменения реализации на один сум фондов распределяется между фондоотдачей основных производственных фондов (kf), и оборачиваемостью материальных оборотных средств (ke), пропорционально изменению их величины с учетом изменения объема реализованной продукции.

Влияние фондоотдачи основных производственных фондов (kf) на рентабельность производства (k) можно определить по следующей формуле:

$$Dk(kf)_{2010г.} = 3,55 \times [(226 - 245 \times 1,61) / (226 + 236) - (245 + 216) \times 1,61] = -67,45$$

$$Dk(kf)_{2011г.} = -4,17 \times [(308 - 226 \times 1,99) / (308 + 253) - (226 + 236) \times 1,99] = -3,454$$

Влияние оборачиваемости материальных оборотных средств (ke) на рентабельность производства (k) можно определить по следующей формуле:

$$Dk(ke)_{2010г.} = 3,55 \times [(236 - 216 \times 1,99) / (226 + 236) - (245 + 216) \times 1,61] = 87,76$$

$$Dk(ke)_{2011г.} = -4,7 \times [(253 - 236 \times 2,21) / (308 + 253) - (226 + 236) \times 1,99] = -0,893$$

Результаты факторного анализа свидетельствуют о том, что эффективность использования производственных фондов снизилась в большей степени за счет снижения стоимости основных средств в 2011 году, а в 2012 году на снижение повлияло в большей степени снижения оборачиваемости материальных оборотных средств. Это и явилось основной причиной снижения реализации на один сум производственных фондов, и как следствие, снижение уровня рентабельности производства.

Для того чтобы выявить причины снижения эффективности использования материальных оборотных средств, необходимо проанализировать издержки на производство продукции данного предприятия.

Особенности анализа издержек общественного питания определяются спецификой деятельности общественного питания по выполнению функции производства, реализации и обслуживания. Поэтому доходы и соответственно издержки общественного питания состоят из издержек по производству продукции и издержек обращения.

В первую очередь проводится анализ структуры издержек производства и обращения, классифицируя их по отношению к обороту на условно-постоянные и условно-переменные (таблица-16).

Общая сумма издержек производства и обращения в 2012 г. увеличилась на 124 млн. сум, в основном за счет роста условно-постоянных издержек.

Среди условно-переменных издержек в 2012 году по сравнению с 2010 годом наибольшее изменение в сторону снижения претерпели расходы на доставку на перевозку продукции и товаров. В 2011г. их сумма снизилась на 74 млн. сум. Связано это было с тем, что начале 2011г. предприятие приобрело автомобиль по системе лизинга. Данная схема позволяет иметь автомобиль, в собственности не ставя его на баланс. Но уже в 2012 году расходы на доставку увеличились на 0,71 млн. сум, что связано с увеличением производства.

Структура издержек производства и обращения ООО «Каримбек»²⁷, млн. сум

Наименование статей издержек производства и обращения	2010 год		2011 год		2012 год		Отклонение 2011 г. от 2010г.		Отклонение 2012 г. от 2011 г.	
	сумма млн. сум	в % к итогу	сумма, млн. сумм	в % к итогу	сумма, млн. сум	в % к итогу	сумма, млн. сум	в % к итогу	сумма, млн. сум	в % к итогу
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
1. Условно-переменные издержки, в том числе:	940	29,20	1 014	28,00	1034	27,60	74	-1,20	20	-0,4
1.1. Расходы на перевозку товаров	28,97	0,90	14,49	0,40	15,20	0,41	-14,48	-0,50	0,71	0,01
1.2. Расходы на оплату труда	700,14	21,75	769,68	21,25	780,3	20,83	69,54	-0,50	10,62	-0,42
1.3. Единый социальный налог	210,85	6,55	230,00	6,35	238,5	6,37	19,15	-0,20	8,5	0,02
2. Условно-постоянные издержки, в том числе:	2 279	70,80	2 608	72,00	2712	72,4	329	1,20	104	0,4
2.1. Расходы на оплату труда	700,14	21,75	769,68	21,25	780,3	20,83	69,54	-0,50	10,62	-0,42
2.2. Единый социальный налог	210,85	6,55	230,00	6,35	238,5	6,37	19,15	-0,20	8,5	0,02
2.3. Расходы на содержание и аренду зданий	363,75	11,30	231,81	6,40	274,77	7,34	-131,94	-4,90	42,96	0,94
2.4. Амортизация основных средств	80,48	2,50	119,53	3,30	129,93	3,47	39,05	0,80	10,4	0,17
2.5. Расходы на рекламу	151,29	4,70	315,11	8,70	327,2	8,73	163,82	4,00	12,09	0,03
2.6. Коммунальные платежи	469,97	14,60	499,84	13,80	512,2	13,67	29,87	-0,80	12,36	-0,13
2.7. Расходы на вневедомственную охрану	67,6	2,10	54,33	1,50	59,6	1,59	-13,27	-0,60	5,27	0,09
2.8. Налоги	234,99	7,30	387,55	10,70	389,5	10,4	152,56	3,40	1,95	-0,3
2.9. Всего издержек	3219	100,0	3622	100,0	3746	100,0	403	0,00	124	0,00

²⁷ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

Среди условно-постоянных издержек наибольшее изменение в сторону увеличения претерпели расходы на рекламу. В 2011г. их сумма увеличилась на 164 млн. сум, а в 2012 году на 12 млн. сум

Следующие по значимости это издержки производства и обращения, которые составляют 10,4% в общей структуре издержек. В 2011г. сумма налогов увеличилась на 153 млн. сум, а в 2012 году лишь на 2 млн. сум

Условно-переменные издержки ООО "Каримбек" в 2011 году сократились прямо пропорционально условно-переменным издержкам на 1,2% к общей структуре издержек, а в 2012 году их снижение составило еще на 0,4%

Для того чтобы изучить влияние факторов на структуру издержек производства и обращения составим таблицу-17.

Таблица 17

Издержки производства и обращения ООО «Каримбек»²⁸

(млн. сум)

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	темп изменения 2011г от 2010г., %	темп изменения 2012г от 2011г., %
01	02	03	04	05	06
1. Оборот общественного питания, всего, в том числе:	6263	7273	7672	116,1	105,49
продукция собственного производства	5025,5	5703,6	5919,7	113,49	103,79
2. Доля продукции собственного производства в общем обороте, %	80,24	78,42	77,16	97,73	98,39
3. Издержки общественного питания, всего сумма	3219	3622	3746	112,5	103,42
уровень, в % к обороту	51,40	49,80	48,83	96,9	98,05
В том числе:					
3.1.Постоянные издержки производства и обращения, сумма	2279	2608	2712	114,4	103,99
уровень, в % к обороту	36,39	35,86	35,35	98,54	98,58
3.2. Переменные издержки производства и обращения, сумма	940	1014	1034	107,9	101,97
уровень, в % к обороту	15,01	13,94	13,48	92,9	96,7

²⁸ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

В первую очередь рассчитывается коэффициент реагирования затрат, который в 2011 г. составил 0,97 (112,5 / 116,1) и в 2012 году составил 0,98 (103,42/105,49), то есть издержки общественного питания имели дегрессивный характер изменения.

Уровень издержек ООО "Каримбек" в 2011 году снизился на 1,6% к обороту, темп снижения составил 3,1%, а в 2012 году на 0,97% и темп снижения составил 1,95%.

Сумма относительного снижения издержек в 2011 году определена в размере 116,4 млн. сум ($7273 \times (-1,6)/100$), а в 2012 году в размере 74,42 млн. сум ($7672 \times (-0,97)/100$).

Сумма относительного снижения постоянных издержек в 2011 году определена в размере 38,55 млн. сум ($7273 \times (-0,53)/100$), а в 2012 году определена в размере 39,13 млн. сум ($7672 \times (-0,51)/100$).

Сумма относительного снижения переменных издержек в 2011 году определена в размере 77,8 млн. сум ($7273 \times (-1,07)/100$), а в 2012 году она составила 35,29 млн. сум ($7672 \times (-0,46)/100$).

Увеличение объемов оборота вызвало рост абсолютной суммы издержек на 403 млн. сум в 2011 году и в 2012 году на 124 млн. сум, преимущественно за счет роста постоянных издержек 329 млн. сум и 124 млн. сум соответственно.

Изменение издержек общественного питания произошло за счет ряда факторов.

Так, в 2011 году по сравнению с 2010г. увеличение объема оборота вызвало увеличение уровня издержек на 5,05 % к обороту, или на 316,28 млн. сум. А в 2012 году увеличение объема продаж вызвало увеличение уровня издержек на 1,87% или 136 млн. сум

Размер влияния определен следующим образом:

$$U_{\text{ио}2010\text{г.}} = (2279 / 6263) \times 100 - (2279/7273) \times 100 = 36,39 - 31,34 = 5,05.$$

$$U_{\text{ио}2010\text{г.}} = (6263 \times 5,05) / 100 = 316,28 \text{ млн. сум}$$

$$У_{ио2011г.} = (2608 / 7273 \times 100) - (2608 / 7672) \times 100 = 35,86 - 33,99 = 1,87.$$

$$У_{ио2011г.} = (7273 \times 1,87) / 100 = 136,0 \text{ млн. сум}$$

Влияние изменения состава товарооборота (доли продукции собственного производства в товарообороте) на уровень издержек производства и обращения может быть измерено при помощи поправочного коэффициента (Кизд):

$$K_{изд} = \frac{У_{изд} \times (A_{изд} - 1)}{D_{соб} \times (A_{изд} - 1) + 100},$$

где: $У_{изд}$ – средний уровень издержек производства и обращения (базисный);

$D_{соб}$ – удельный вес (доля) собственной продукции в общем объеме товарооборота (базисный);

$A_{изд}$ – отношение уровня издержек по производству и продаже собственной продукции к уровню издержек по реализации покупных товаров (отношение издержкостности продукции собственного производства к издержкостности покупных товаров).

По анализируемому предприятию питания $A_{изд 2010г.} = 3,1 (2429 / 790)$;

$$A_{изд 2011г.} = 2,69 (2505 / 930);$$

Поправочный коэффициент показывает, на сколько процентов к обороту изменится уровень издержек, если доля продукции собственного производства в обороте возрастет или уменьшится на 1 %.

По ООО "Каримбек" в 2011 году поправочный коэффициент равен 0,403% к обороту $(51,4 \times (3,1 - 1) / 80,24 \times 2,1 + 100)$, а в 2012 году это же коэффициент равен 0,362 к обороту $(49,8 \times (2,69 - 1) / 78,42 \times 1,69 + 100)$

Увеличение доли собственной продукции в обороте столовой по сравнению с 2010 годом на 6,0 % повысило уровень издержек производства и обращения на 2,418 % к обороту $(0,403 \times 6,0)$, что составляет 175,86 млн. сум $(7273 \times 2,418) / 100$.

Рентабельность издержек производства (окупаемость издержек) вычисляется путем отношения прибыли от продаж или чистой прибыли к сумме затрат по реализованной продукции и показывает, сколько предприятие получило прибыли с каждого сум, затраченного на производство и реализацию собственной продукции.

Расчет влияния факторов на рентабельность текущих затрат можно произвести на основе приведенных данных таблицы 2.4.2.1.

Таблица -18

Рентабельность текущих затрат²⁹

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Отклонение 2011 г. от 2010г.	Отклонение 2012 г. от 2011 г.
01	02	03	04	05	06
1. Оборот общественного питания, млн. сумм	6263	7273	7672	1010	399
2. Издержки общественного питания, млн. сум	3219	3622	3746	403	124
уровень, в % к обороту	51,40	49,80	48,83	-1,6	-0,97
3. Доход от реализации товаров и продукции, млн. сум	3353	3812	3926	459	114
уровень, в % к обороту	53,54	52,41	51,17	-1,13	-1,24
4. Прибыль от реализации товаров и продукции, млн. сум	134	190	267	56	77
5. Чистая прибыль, млн. сум	101	145	170	44	25
6. Рентабельность текущих затрат, %					
6.1. Исходя из прибыли от продаж, %	4,16	5,24	7,13	1,08	1,89
6.2. Исходя из чистой прибыли, %	3,14	4,00	4,54	0,86	0,54

Анализ таблицы-18 показал, что уровень рентабельности издержек производства и обращения по прибыли от реализации товаров и продукции увеличился на 1,09% по отношению к 2010г., когда данный показатель составлял 4,16. Таким образом на один сум затрат ООО "Каримбек" в 2011 году получило 5,25 тийин прибыли.

²⁹ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

Исходные данные для факторного анализа рентабельности совокупного капитала ООО "Каримбек" представлены в таблице-19.

Таблица 19

Анализ рентабельности совокупного капитала предприятия³⁰

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Отклонение 2011 г. от 2010г.	Отклонение 2012 г. от 2011 г.
01	02	03	04	05	06
1. Оборот общественного питания, млн. сум	6263	7273	7672	1010	399
2. Прибыль от реализации товаров и продукции, млн. сум	134	190	267	56	77
уровень, в % к товарообороту	2,14	2,61	3,48	0,47	0,87
3. Чистая прибыль, млн. сум	101	145	170	44	25
4. Среднегодовая стоимость совокупного капитала, млн. сум	450	461	511	11	50
уровень, % к товарообороту	7,185	6,3385	6,66	-0,846	0,32
5. Коэффициент оборачиваемости совокупного капитала (стр.1/стр.4)	13,92	15,77	15,01	2,68	-0,76
6. Рентабельность совокупного капитала, %					
6.1. Исходя из прибыли от продаж (2/4)	29,78	41,21	52,25	11,43	11,04
6.2. Исходя из чистой прибыли (3/4)	22,44	31,45	33,37	9,01	1,92

Так, судя по данным аналитической таблицы 19, рентабельность совокупного капитала имеет положительную тенденцию. В 2012 году уровень рентабельности совокупного капитала составил 41,21% тем самым, увеличившись по отношению к предыдущему периоду 11,43%

Расчет факторов, влияющих на рентабельность совокупного капитала предприятия общественного питания произведем по следующей формуле:

$$R_a = \frac{П}{ТО} \times Коб \times 100,$$

где: R_a - рентабельность совокупного капитала;

$П$ - прибыль от реализации продукции или чистая прибыль.

³⁰ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

ТО - Оборот общественного питания, млн. сум

Коб. - коэффициент оборачиваемости совокупного капитала (отношение объема продаж к средней сумме основного и оборотного капитала).

Для расчета влияния факторов на изменение уровня рентабельности совокупного капитала ООО "Каримбек" используем данные таблицы 3.3.1.

$$R_{a_{2007}} = \frac{134}{6263} \times 13,92 \times 100 = 29,78\%;$$

$$R_{a_{2008}} = \frac{190}{7273} \times 15,77 \times 100 = 41,2\%;$$

$$R_{a_{усл1}} = \frac{134}{7273} \times 13,92 \times 100 = 25,65\%;$$

$$R_{a_{усл1}} = \frac{190}{7672} \times 15,77 \times 100 = 39,05\%;$$

$$R_{a_{усл2}} = \frac{190}{7273} \times 13,92 \times 100 = 36,36\%;$$

$$R_{a_{усл2}} = \frac{267}{7672} \times 15,77 \times 100 = 54,88\%;$$

$$R_{a_{\phi}} = \frac{190}{7273} \times 15,77 \times 100 = 41,2\%;$$

$$R_{a_{\phi}} = \frac{267}{7672} \times 15,01 \times 100 = 52,24\%;$$

Таким образом, рентабельность совокупного капитала ООО "Каримбек" за 2011г. увеличилась на 11,4%, а за 2012 год на 11,04%. Данные изменения собственного капитала предприятия произошли за счет изменения:

а) оборота общественного питания:

$$25,65 - 29,78 = -4,13\%;$$

а) оборота общественного питания:

$$39,05 - 41,2 = -2,15\%;$$

б) уровня дохода от реализации

$$\text{продукции и товаров: } 36,36 - 25,65 = +10,71\%;$$

б) уровня дохода от реализации

$$\text{продукции и товаров: } 54,88 - 39,05 = +15,83\%;$$

в) ускорения оборачиваемости

$$\text{совокупного капитала: } 41,2 - 36,36 = +4,84\%$$

в) ускорения оборачиваемости

$$\text{совокупного капитала: } 52,24 - 54,88 = -2,64\%$$

Таким образом, мы можем констатировать, что на изменение рентабельности совокупного капитала предприятия положительно повлияло увеличение прибыли от реализации товаров (услуг) и ускорение оборачиваемости совокупного капитала (т.е. изменение коэффициента оборачиваемости совокупного капитала) в 2011 году.

Отрицательным фактором для изменения рентабельности совокупного капитала явилось изменение оборота общественного питания и замедление оборачиваемости совокупного капитала в 2012 году.

2.3. Анализ ликвидности предприятия.

Способность предприятия платить по своим краткосрочным обязательствам называется *ликвидностью*. Иначе говоря, предприятие считается ликвидным, если оно в состоянии выполнить свои краткосрочные обязательства, реализуя текущие активы.

Исходя из сказанного, в практике аналитической работы используют целую систему показателей ликвидности. Рассмотрим важнейшие из них.

Коэффициент абсолютной ликвидности (коэффициент срочности) исчисляется как отношение денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам. Краткосрочные обязательства предприятия, представленные суммой наиболее срочных обязательств и краткосрочных пассивов, включают: кредиторскую задолженность и прочие пассивы; краткосрочные кредиты и заемные средства.

$$K_{ал} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{краткосрочные финансовые вложения}}{\text{краткосрочные обязательства}}$$

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время. Нормальное ограничение этого коэффициента следующее: **$K_{ал} \geq 0.2$** .

Коэффициент критической ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия) - определяется как отношение денежных средств, ценных бумаг и дебиторской задолженности к краткосрочным обязательствам.

$$K_{кл} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{денежные эквиваленты} + \text{дебиторская задолженность}}{\text{краткосрочные обязательства}}$$

Этот показатель характеризует, какая часть текущих обязательств может быть погашена не только за счет наличности, но и за счет ожидаемых поступлений за отгруженную продукцию, выполненные работы или оказанные

услуги. Нормативное ограничение для коэффициента критической ликвидности $K_{кл} \geq 1$.

Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия) представляет собой отношение всех текущих активов к краткосрочным обязательствам.

$$K_{тл} = \frac{\text{текущие_активы}}{\text{краткосрочные_обязательства}}$$

Он позволяет установить, в какой кратности текущие активы покрывают краткосрочные обязательства.

Следует иметь в виду, что если отношение текущих активов и краткосрочных обязательств ниже, чем 1:1, то можно говорить о высоком финансовом риске, связанном с тем, что предприятие не в состоянии оплатить свои счета.

Соотношение 1:1 предполагает равенство текущих активов и краткосрочных обязательств. Принимая во внимание различную степень ликвидности активов, можно с уверенностью предположить, что не все активы будут реализованы в срочном порядке, а, следовательно, и в данной ситуации возникает угроза финансовой стабильности предприятия.

Если же значение коэффициента покрытия значительно превышает соотношение 1:1, то можно сделать вывод о том, что предприятие располагает значительным объемом свободных ресурсов, формируемых за счет собственных источников.

Другим показателем, характеризующим ликвидность предприятия, является **оборотный капитал**, который определяется как разность текущих активов и краткосрочных обязательств. Иными словами, предприятие имеет оборотный капитал до тех пор, пока Текущие активы превышают краткосрочные обязательства (или в целом до тех пор, пока оно ликвидно).

В этой связи полезно определить, какая часть собственных источников средств вложена в наиболее мобильные активы. Для этого рассчитывается так

называемый **коэффициент маневренности**. Он определяется как соотношение оборотного капитала и средств из собственных источников.

$$K_m = \frac{\text{оборотный капитал}}{\text{собственные источники}}$$

Оптимальная величина коэффициента рекомендуется 0.5.

Также, наряду с коэффициентом маневренности целесообразно использовать **коэффициент финансового риска** или **общей платежеспособности**.

$$K_{фр} = \frac{\text{активы предприятия}}{\text{обязательства предприятия}}$$

Он представляет собой частное от деления всей суммы обязательств по привлеченным заемным средствам к сумме собственных средств. Он указывает, сколько заемных средств привлекло предприятие на один сум вложенных в активы собственных средств.

Общество с ограниченной ответственностью «Арка-мебел» является правопреемником индивидуального частного предприятия «Арка-мебел», которое преобразовано в Общество в соответствии с требованиями гражданского кодекса.

Проведем анализ ликвидности баланса ООО «Арка-мебел» за 2012 год. Для этого выделим в активе баланса:

A1-наиболее ликвидные активы (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения);

A2-быстро реализуемые активы (дебиторская задолженность до 1 года и прочие оборотные активы);

A3-медленно реализуемые активы (запасы и НДС по ним);

A4-трудно реализуемые активы (внеоборотные активы и дебиторская задолженность больше 1 года.

В пассиве баланса выделим:

П1-наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность и ссуды не погашенные в срок);

П2-краткосрочные пассивы (краткосрочная кредиторская задолженность);

П3-долгосрочные пассивы (долгосрочные кредиты и займы);

П4-постоянные пассивы (собственный капитал).

Таблица-20

Анализ ликвидности баланса за 2012 год³¹

Статья актива	На начало года	На конец года	Статья пассива	На начало года	На конец года	Платежный недостаток (-), излишек(+).	
						На начало года	На конец года
1	2	3	4	5	6	7	8
A1	60	65	П1	49	60	11	5
A2	19	43	П2	120	53	-101	-10
A3	240	270	П3	100	175	140	95
A4	300	320	П4	350	410	-50	-90
Баланс	619	698	Баланс	619	698	-	-
То же в процентах к итогу							
A1	9,69	9,31	П1	7,92	8,60	1,78	0,72
A2	3,07	6,16	П2	19,39	7,59	-16,32	-1,43
A3	38,77	38,68	П3	16,16	25,07	22,62	13,61
A4	48,47	45,85	П4	56,54	58,74	-8,08	-12,89
Баланс	100	100	Баланс	100	100	-	-

Из данных таблицы видим, что увеличилась краткосрочная дебиторская задолженность, видимо предприятие реализовало продукцию в долг, или получило аванс. Увеличились долгосрочные кредиты и займы, но уменьшились краткосрочные обязательства, также уменьшилась сумма труднореализуемых активов, скорее всего предприятие получило долгосрочную дебиторскую задолженность, и брало долгосрочный кредит, за счет чего уплатило часть своих краткосрочных обязательств. Также как и в прошлые годы не выполняется одно условие ликвидности баланса, но ситуация улучшается и П2 превышает А2 уже всего на 10 млн. сум. (в прошлом году на 101 млн.сум.).

Таблица 21

³¹ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

Анализ коэффициентов ликвидности баланса за 2012 год³²

Показатели	Нормальные ограничения	На начало года	На конец года	Изменения
1	2	3	4	5
1. Коэффициент абсолютной ликвидности.	Больше 0,2.	0,4	0,57	0,17
2. Коэффициент критической ликвидности.	От 0,5 до 1	0,47	0,87	0,4
3. Коэффициент текущей ликвидности.	Больше 1	1,55	3,05	1,5
4. Оборотный капитал. млн.сум		136	248	112
5. Коэффициент маневренности.		0,36	0,65	0,29

Все коэффициенты за текущий период увеличились. Резко возросли коэффициенты критической и текущей ликвидности и, в отличии от прошлых лет коэффициент критической ликвидности вошел в норму. Также увеличился оборотный капитал и коэффициент маневренности, что говорит о стабилизации работы предприятия.

Выводы по 2-главе

Переход к рыночной экономике в нашей стране способствовал изменению существующих требований к методам управления, в том числе, **управления рентабельностью предприятия**, которые использовались на коммерческих предприятиях. Появилась необходимость быстрого реагирования на постоянные изменения внешней и внутренней среды для поддержки устойчивого и стабильного финансового состояния предприятия, постоянного совершенствования производственных методов и анализа изменений конъюнктуры рынка. В условиях современной экономики задачи планирования производственной деятельности, **управления рентабельностью предприятия**,

³² Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

определения дальнейших планов и перспектив данного предприятия полностью возложены на администрацию, которая должна анализировать существующий на рынке спрос на производимую продукцию, необходимость повышения уровня социальных условий и развития процесса производства, повышения уровня прибыли.

Анализ ликвидности предприятия — это оценка способности предприятия в установленные сроки погашать имеющиеся финансовые обязательства наличными денежными ресурсами. Для оценки платежеспособности в качестве основы используются характеристики ликвидности баланса.

Ликвидность баланса характеризует способность компании обращать имеющиеся активы в деньги для погашения платежных обязательств, то есть возможность изыскания средств для покрытия долгов предприятия только за счет реализации активов. Ликвидность предприятия предполагает возможность привлечения заемных средств для покрытия собственных долговых обязательств.

Для анализа ликвидности предприятия определяют следующие показатели:

1. Коэффициент абсолютной ликвидности, показывающий, какая часть имеющихся долговых обязательств может быть погашена в определенный срок.
2. Коэффициент критической, или промежуточной ликвидности, позволяющий оценить возможность погашать текущие обязательства не только за счет имеющихся в наличии денежных средств, но и за счет будущих поступлений.
3. Коэффициент текущей ликвидности, позволяющий установить соотношение текущих активов и краткосрочных обязательств.
4. Ликвидность материально-производственных запасов, показывающая степень, в какой могут быть покрыты краткосрочные обязательства материально-производственными запасами.

5. Коэффициент покрытия всех финансовых обязательств имеющимися активами.
6. Коэффициент общей платежеспособности.
7. Коэффициент финансового риска.

ГЛАВА III. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ.

Анализ уровня рентабельности любого предприятия необходим для выявления определенных резервов и путей повышения рентабельности данного предприятия. Особенно важным и серьезным фактором путей повышения рентабельности любого предприятия в современных условиях рынка является работа по сбережению ресурсов. Это ведет к снижению себестоимости производимой продукции и к снижению затрат, соответственно, к росту прибыли.

Уменьшения затрат на производство продукции возможно, благодаря:

- снижению материалоемкости продукции, чего можно достигнуть внедрением новых, еще более экономных конструкций
- применению определенных технологий, направленных на сбережение ресурсов, современных форм амортизации, информационных технологий и малоотходных технологий
- использование материалов определенных прогрессивных видов, снижение затрат по переработке, транспортировке и хранению материалов, повышение контроля по охране материалов, снижение потерь материалов
- вторичное использование ресурсов, в том числе, регенерация, утилизация отходов, сбор, заготовка, восстановление и использование отходов
- повышение производительности труда, создание и поддержание благоприятной обстановки в рабочем коллективе
- эффективное использование оборудования, снижение затрат на основные средства путем ликвидации ненужных основных средств.

Кроме этого пути повышения рентабельности предусматривают:

- увеличение объемов реализации готовой продукции улучшенного качества.
- расширение объемов производства и деятельности предприятия в целом
- распределение затрат на сменные и постоянные

- исследование номенклатуры продукции на предмет необходимости ее выпуска
- снижение производства материалоемкой продукции, применяя более новые и современные технологии производства, повышение квалификации и производительности рабочей силы, более эффективное использование производственного оборудования
- поиски новых поставщиков на более выгодных условиях для закупки более дешевых материалов и сырья
- улучшение политики сбыта, возможное снижение цен, разработка систем скидок и дисконтов для реализации запасов
- поиски новых рынков сбыта благодаря маркетинговой политике
- проведение различных акций, конкурсов, улучшение рекламы для продажи товаров потребителям
- постоянное совершенствование методов работы на предприятии.

Таким образом, для каждого предприятия существуют свои пути повышения рентабельности, в том числе, снижение себестоимости выпускаемой продукции, увеличение объемов ее реализации, повышение эффективности работы на предприятии, более рациональное использование необоротный и оборотных активов, а также заемного или собственного капиталов.

ООО "Каримбек" в своей деятельности стремится максимизировать прибыль, а для этого оно должно так организовать свою деятельность, чтобы издержки на единицу проданной продукции были минимальны, при неизменных ценах на продукцию. Снижение себестоимости продукции имеет большое значение для повышения эффективности деятельности.

Основным источником резервов снижения себестоимости продукции является:

- увеличение объема продаж;
- сокращение затрат.

Каждое предприятие независимо от форм собственности разрабатывает ряд мероприятий по снижению затрат и получению наиболее высокой прибыли от реализации предметов своей деятельности.

Основными задачами предприятия по снижению затрат являются:

- рациональное использование материальных ресурсов и энергоресурсов;
- установление норм затрат рабочего времени на выполнение работы;
- снижение потерь от брака;
- использование передовых технологий;
- автоматизация технологических процессов;
- повышение производительности труда;
- планирование издержек производства и выявление непроизводственных затрат в составе всех затрат;
- управление издержками производства, включающее контроль и регулирование затрат.

Регулирование затрат предусматривает снижение самих нормативов, что отразится положительно на прибыли полученной за счет экономии затрат.

Для составления прогноза условно-переменных издержек производства и обращения ООО «Каримбек» мы используем статистический метод.

Сумма условно - переменных издержек обращения на планируемый год может быть рассчитана по формуле:

$$I_{\text{ПЛПЕР}} = I_{\text{БАЗПЕР}} \times (1 + (t_{\text{пер}} * K)),$$

где: $I_{\text{ПЛПЕР}}$, $I_{\text{БАЗПЕР}}$ - условно - переменные издержки обращения в плановом и базисном периодах;

$t_{\text{пер}}$ - прирост оборота, в долях единицы;

K - коэффициент соотношения среднегодовых темпов прироста условно - переменных издержек обращения и розничного оборота, в долях единицы.

Сумма условно - постоянных издержек обращения на планируемый год может быть рассчитана по формуле:

$$I_{\text{ПЛПОС}} = I_{\text{БАЗПОС}} \times \text{тпос},$$

где: $I_{\text{ПЛПОС}}$, $I_{\text{БАЗПОС}}$ - условно - постоянные издержки производства и обращения в плановом и базисном периодах;

тпос - среднегодовой темп роста условно - постоянных издержек производства и обращения.

Таким образом, используя исходные данные таблицы сумма условно-переменных издержек составит 1140 млн. сум ($(1034 \times (1 + (0,108 \times 0,95)))$).

Сумма условно-постоянных издержек производства и обращения в 2011 году составит 2962 млн. сум ($2712 \times 1,0922$).

Таблица-22

Расчет издержек производства и обращения ООО «Каримбек»³³

(млн. сум)

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Среднегодовой темп роста, %
Оборот общественного питания	6 263	7 273	7672	110,8
Издержки производства и обращения, в том числе:	3 219	3 622	3659	106,77
Условно-переменные издержки	940	1014	1034	104,92
Условно-постоянные издержки	2 279	2608	2712	109,22

Таким образом, получив планируемую сумму доходов и расходов, мы получили возможность рассчитать конечный финансовый результат ООО "Каримбек" на 2012г.

Используя расчетно-аналитический метод, который опирается на анализ динамики ретроспективных данных и экспортную оценку прогнозируемого финансового показателя, а также на основе приведенных выше результатов составим прогнозный финансовый результат. Для этих целей мы составили агрегированную таблицу -23.

³³ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2010-2012 гг. ООО «Каримбек»

**Прогноз прибыли и рентабельности столовой ООО "Каримбек" на
2012год³⁴.**

Показатели	2011год	2012год	Отклонение (+,-)		Темп роста, %
			по уровню , %	В сумме,	
01	02	03	04	05	06
Оборот общественного питания, млн. сумм	7672	10287		2615	134,08
Доход от реализации продукции, млн. сумм	3926	5251	-	1325	133,74
К обороту, %	51,17	51,05	-0,12		99,77
Переменные расходы, млн. сум	1034	1140	-	106	110,25
К обороту, %	13,48	11,08	-2,4		82,19
Постоянные расходы, млн. сум	2712	2962	-	250	109,22
К обороту, %	33,35	28,79	-4,56		86,33
Прибыль до налогообложения, млн. сумм	217	1149	-	932	529,49
К обороту, %	2,83	11,17	8,34		394,7
Налог на прибыль, млн. сум	47	272	-	225	578,72
К обороту, %	0,61	2,64	2,03		432,79
Чистая прибыль, млн. сум	170	877	-	707	515,88
Рентабельность продаж, %	2,22	8,53	6,31		384,23

В результате чего мы видим, что в 2012году значительно увеличится рентабельность продаж, в общей сумме 6,31%.

Произошло это в основном за счет опережающего роста оборота и относительной экономии издержек производства и обращения.

Так, за счет относительной экономии условно-переменных издержек сумма прибыли увеличилась на 24689 млн. сум (10287 × (-2,4)).

³⁴ Сделано автором по данным бухгалтерских отчетов за 2011-2012 гг. ООО «Каримбек»

За счет относительной экономии условно-постоянных издержек сумма прибыли увеличилась на 46908 млн. сум ($10287 \times (-4,56)$).

Заключающим моментом в планировании финансового результата является проверка надежности полученных результатов, которая достигается путем расчета порога рентабельности и запаса финансовой прочности.

Порог рентабельности (точка безубыточности) – это показатель, характеризующий объем продаж, при котором доходы от продажи товаров, продукции будут равны совокупным затратам, т.е. это тот объем продаж, при котором организация не имеет ни прибыли, ни убытка.

Критическая точка оборота (T_k) рассчитывается по формуле [10, с. 119]:

$$T_k = \frac{ИО_{пс}}{Увд - УИО_{пер}} \times 100;$$

где: Увд - уровень доходов от реализации продукции и товаров;

ИО_{пс} - постоянные издержки производства и обращения;

УИО_{пер} - уровень переменных издержки производства и обращения.

Отсюда точка безубыточности по валовому доходу ООО «Каримбек» в 2012г. равна 7411 млн. сум

$$T_k = \frac{2962}{51,05 - 11,08} \times 100 = \frac{2962}{39,97} \times 100 = 7411$$

Далее находится запас финансовой прочности (ЗФП) по формуле:

$$ЗФП = \frac{T_p - T_k}{T_p} \times 100;$$

где: T_p – плановый оборот общественного питания;

T_k – оборот в критической точке.

Используя рассчитанную выше точку безубыточности, определим запас финансовой прочности:

$$ЗФП = \frac{10287 - 7311}{10287} \times 100 = 28,93\% .$$

Из приведенного расчета видно, что у ООО «Каримбек» в 2012г. имеется запас финансовой прочности. Следовательно, снижение оборота более чем на

28,93% от планируемого оборота снизит платежеспособность предприятия и создаст вероятность его банкротства.

Таким образом, можно ещё раз отметить достаточно высокий уровень запаса финансовой прочности, что несомненно отражается на финансовой стабильности предприятия, а значит формирует ещё один фактор конкурентоспособности предприятия.

Увеличение дохода от реализации продукции и товаров ООО «Каримбек» будет достигнуто в 2012 году за счет:

- повышения производительности сотрудников;
- расширения ассортимента блюд;
- ускорения оборачиваемости продукции за счет внедрения современных методов анализа запасов;
- рационализации схемы завоза товаров, исключив посредников;
- увеличения числа посадочных мест в обеденном зале;
- занятия поиском более дешевых источников закупок;
- совершенствование рекламной деятельности.

Для обеспечения роста прибыли ООО «Каримбек» следует осуществлять следующие меры:

- оптимизировать реализацию наиболее ходовых блюд;
- постоянно повышать культуру обслуживания;
- обеспечивать полноту товарного ассортимента;
- улучшать эффективность рекламы предприятия;
- по продукции, пользующейся наиболее высоким спросом, обеспечивать более высокую норму прибыли.

При реализации предложенных мероприятий у ООО "Каримбек" имеется реальная возможность увеличения сумм прибыли и рентабельности и, как следствие позволит добиться более выгодной конкурентоспособности.

Таким образом, если руководство предприятия примет меры по внедрению в практику предложений и рекомендаций данной выпускной

квалификационной работы, то результатом этого будет получение прибыли, а следовательно и увеличение рентабельности его деятельности.

Существуют два способа повысить ликвидность организации:

а) Необходимо снизить величину краткосрочных обязательств. Уменьшить краткосрочные обязательства можно, переведя их часть в долгосрочные обязательства, т.е. привлекая кредиты и займы на долгосрочной основе, а не на краткосрочной.

б) Следует увеличить долю ликвидных (оборотных) активов. Причем вариант увеличения наиболее ликвидных активов за счет снижения доли труднореализуемых внеоборотных активов.

Выводы по 3-главе

Для повышения рентабельности необходимо:

- увеличивать объемы реализации продукции и ее улучшать качество;
- расширять объемы деятельности, возможно, за счет привлечения нового заемного средства, тем паче, что имеющееся предприятие использует очень эффективно, о чем свидетельствует значение финансового рычага, которые представляют около двух почти во всех годах;
- осуществить распределение затрат на постоянные и сменные;
- исследовать необходимость и возможность номенклатуры продукции, которая выпускается;
- снизить материалоемкости продукции, применять новую прогрессивную технику и технологии, повысить производительность работы и квалификацию работников, эффективность использования оборудования;
- начать сотрудничество с новыми поставщиками на более удобных условиях с целью закупки более дешевого сырья и материалов;
- реализовать запасы путем улучшения сбытовой политики, возможно, снижение цен, разработки системы скидок, проведение дисконтной политики;

- проводить маркетинговые исследования, выходить на новые, более удобные рынки;
- улучшить организацию политики коммуникаций, а именно, расширить объемы рекламы, ради информирования потребителей и убеждение их приобрести продукцию именно этого предприятия, проводить разные конкурсы и акции ;
- постоянно совершенствовать методы работы, обобщать и использовать нагроможденный на других предприятиях положительный опыт.

Управление ликвидностью подразумевает комплексный подход, в оценке состояния организации, задействовании скрытых и явных источников для покрытия обязательств фирмы, в принятии мер по достижению постоянной, устойчивой платежеспособности.

Изучена методика определения ликвидности на основе сравнения сгруппированных по степени ликвидности активов и срочности погашения пассивов, на основе расчета коэффициентов ликвидности предприятия. Так же была рассмотрена оценка вероятности восстановления (утери) платежеспособности предприятия.

Заключение

Подводя итоги работы можно сделать следующие выводы:

Оценка количественных и качественных показателей деятельности ООО «Каримбек» показала, что прибыль от продаж в 2011г. увеличилась на 56 млн. сум

Так рост общего объема продаж в сопоставимых ценах на 103,96% способствовал увеличению прибыли на 5,3 млн. сум

В результате рост цен на 11,7% способствовал увеличению прибыли на 761,8 млн. сум

За счет увеличения себестоимости реализованной сумма прибыли увеличилась на 435,76 млн. сум

А вот влияние сдвигов в структуре и ассортименте на величину прибыли в сумме составило 127,65 млн. сум

Увеличению прибыли от продаж способствовало увеличение издержек обращения и производства на 403 млн. сум

Совокупное влияние всех этих факторов дало общее отклонение прибыли от продажи товаров и продукции в сумме 56 млн. сум

Уровень рентабельности продаж по чистой прибыли и продукции увеличился на 0,38%. Произошло это в большей степени из-за снижения оборачиваемости материальных оборотных средств.

Уровень рентабельности издержек производства и обращения по прибыли от реализации товаров и продукции увеличился на 1,09% по отношению к 2011г, когда данный показатель составлял 4,16. Таким образом на один сум затрат ООО "Каримбек" в 2011 году получило 5,25 тийин прибыли. Уровень рентабельности издержек производства и обращения по чистой прибыли за анализируемый период увеличился на 0,86% (4% – 3,14%).

Анализ факторов повлиявших на изменение рентабельности издержек производства и обращения на 1,08 %, произошел за счет изменения уровня

издержек производства и обращения в сумме 3,35% и снижения уровня дохода от реализации продукции и товаров -2,27%.

Рентабельность совокупного капитала ООО "Каримбек" за 2011г. увеличилась на 11,4%, за счет изменения снижения среднего уровня дохода от реализации продукции и товаров в размере 15,74 %, увеличения среднего уровня издержек производства и обращения - 22,28% и ускорения оборачиваемости совокупного капитала в сумме 4,86%.

Увеличение рентабельности заемного капитала в размере 141,56%, было вызвано за счет:

- увеличения рентабельности продаж в размере 20,93%;
- увеличения коэффициента оборачиваемости оборотных активов в сумме 14,30%;
- снижения коэффициента покрытия оборотными активами кредиторской задолженности в размере 7,86%;
- увеличения коэффициента соотношения кредиторской и дебиторской задолженности в размере 4,16%;
- увеличения доли дебиторской задолженности в чистых активах организации в размере 11,78 %;
- увеличения коэффициента покрытия чистыми активами взятых в долг средств в размере 98,25%.

Увеличение рентабельности собственного капитала в размере 10,27%, было вызвано за счет:

1. увеличения рентабельности продаж 6,18%;
2. увеличения оборачиваемости заемного капитала в размере 35,63%;
3. снижения соотношения заемного капитала к собственному в размере 31,54%.

Подводя итоги факторного анализа прибыли и рентабельности ООО "Каримбек" в 2011г. можно сказать, что основное положительное влияние на их

уровень оказало увеличение физического оборота и скорости оборачиваемости активов.

Несмотря на увеличение абсолютной суммы издержек производства и обращения их удельный вес по отношению к обороту снизился, в связи, с чем уровень прибыли прямо пропорционально увеличился.

Негативное влияние оказало снижение уровня доходов от реализации продукции собственного приготовления и товаров, в связи, с чем был проведен дополнительный анализ.

Увеличение доли собственной продукции в обороте на 1% повысило уровень дохода на 0,466%, что составляет 33,89 млн. сум В целом влияние данного фактора составляет 203,34 млн. сум

Общая сумма издержек производства и обращения в 2004г. увеличилась на 403 млн. сум, в основном за счет роста условно-постоянных издержек.

Среди условно-переменных издержек наибольшее изменение в сторону снижения претерпели расходы на доставку на перевозку продукции и товаров. В 2011г. их сумма снизилась 74 млн. сум Связано это было с тем, что начале 2011г. предприятие приобрело автомобиль по системе лизинга. Данная схема позволяет иметь автомобиль, в собственности не ставя его на баланс.

Среди условно-постоянных издержек наибольшее изменение в сторону увеличения претерпели расходы на рекламу. В 2011г. их сумма увеличилась 164 млн. сум

Следующие по значимости это издержки производства и обращения, которые составляют 10,70% в общей структуре издержек. В 2011г. сумма налогов увеличилась на 153 млн. сум

Условно-переменные издержки ООО "Каримбек" в 2011г. сократились прямо пропорционально условно-переменным издержкам на 1,20% к общей структуре издержек.

Список использованной литературы.

Законы Республики Узбекистан

1. Конституция Республики Узбекистан-Т.: Узбекистан, 1992.
2. Закон Республики Узбекистан «Об акционерных обществах и защите прав акционеров» 26.04.96 г., №223-І, новая ред. утверждена законом от 27.09.2008 г. №190 (4569)
3. Законы Республики Узбекистан «Об инвестиционной деятельности» 24.12.1998г. №719- І.
4. Законы Республики Узбекистан «Об иностранных инвестициях» 30.04.1998г. №609- І.
5. Законы Республики Узбекистан «О рынке ценных бумаг» от 22.07.2008 г.

Указы и Постановления Президента Республики Узбекистан

6. Указ Президента Республики Узбекистан «О создании свободной индустриально-экономической зоны в Навоийской области». № УП-4059. 2 декабря 2008 года.
7. Указ Президента Республики Узбекистан «О создании специальной индустриальной зоны «АНГРЕН». № УП-4436. 13 апреля 2012 года.
8. Указ Президента Республики Узбекистан от 19 марта 2012 года № ПП-1727 «О мерах по дальнейшему развитию фондового рынка».
9. Постановление Президента Республики Узбекистан «О приоритетных направлениях дальнейшего реформирования и повышения устойчивости финансово-банковской системы республики в 2011-2015 годах и достижения высоких международных рейтинговых показателей» №ПП-1438. 26 ноября 2010 года.
10. Постановление Президента Республики Узбекистан «О приоритетах развития промышленности Республики Узбекистан в 2011–2015 годах». № ПП-1442. 15 декабря 2010 года.

11. Постановление Президента РУз О прогнозе основных макроэкономических показателей и параметрах государственного бюджета Республики Узбекистан на 2012 год» №ПП-1675. 30 декабря 2011 года.

12. Постановление Президента РУз О прогнозе основных макроэкономических показателей и параметрах государственного бюджета Республики Узбекистан на 2013 год» №ПП-1887. 25 декабря 2012 года.

Научные труды и выступления Президента Республики Узбекистан

13. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана.-Т.:Узбекистан, 2009.-48 с.

14. Каримов И.А. Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышение благосостояния народа. –Т.: «Узбекистан», 2011. – 54 с.

15. Каримов И.А. Все наши устремления и программы – во имя дальнейшего развития родины и повышения благосостояния народа. –Т.: «Узбекистан», 2011. – 48 с.

16. Каримов И.А. Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране. –Т.: «Узбекистан», 2011. – 52 с.

17. Каримов И.А. 2012 год станет годом поднятия на новый уровень развития нашей родины. –Т.: «Узбекистан», 2012. – 34 с.

18. Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на заседании Кабинета министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2012 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2013 год. “Народное слово”. 21 января 2013 года.

19. Ўзбекистон Республикасининг 2013 йилги Асосий Макроиктисодий Кўрсаткичлари Прогнози ва Давлат бюджети параметрлари тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори 25.12.2012 й. № ПҚ-1887.

20. Ўзбекистон Республикасининг 2012 йилги асосий макроиктисодий кўрсаткичларнинг прогнози ва Давлат бюджети параметрлари тўғрисида”

Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-1675-сонли Қарори, 30 декабрь 2011 йил.

21. Ўзбекистон Республикасининг 2011 йилги асосий макроиктисодий кўрсаткичларнинг прогнози ва Давлат бюджети параметрлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-1449-сонли Қарори, 24 декабрь 2010 йил.

Книги и учебники

22. Бахолдин А.А. Финансовая стабильность, денежно-кредитная политика и банковские риски // Финансы и кредит, – М.: –2007. –№5, – С. 59–61.;

23. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. — Киев: Эльга: Ника-Центр. 2009.

24. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс. 2-е изд., перераб. и доп. - К.: Эльга, Ника-центр, 2004. - 656 с.

25. Бочаров В.В. Финансовое моделирование. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.;

26. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами. / Пер. с англ. / Гл. ред. Я.В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 800 с.;

27. Ваҳабов А.В. Жаҳон молиявий-иктисодий инқирози таъсирини юмшатиш омиллари // Халқ сўзи, –2009. –№68. (4731) 2 апрел 1-2 б;

28. Ваҳабов А.В., Зайнитдинова У. Барқарор иқтисодий усиш омиллари//Рынок, деньги и кредит – 2011. –№6, -с.38-42 ;

29. Инвестиции. Инвестиционный портфель. Источники финансирования. Выбор стратегии/ В.В.Бочаров. - СПб: Питер, 2002.

30. Каратуев А.Г. Финансовый менеджмент: Учебно-справочное пособие/А.Г. Каратуев.-М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2009-483с.

31. Хоминич И.П. Финансовая стратегия компании: Научное Издание. 2006.

32. Инвестиции: источники и методы финансирования/ А. Г.Ивасенко, Я. И.Никонова. -3-изд., перераб. и доп. - М.: Омега-Л, 2009. -261 с.

33. Инвестиции: системный анализ и управление/ Под ред. К.В. Балдина. -2-е изд.. -М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К",2007.-288 с.

34. Инвестиции: теория и практика : учеб. пособие/ Ю.А.Корчагин, И.П.Маличенко. - Ростов-на-Дону: "ФЕНИКС", 2008. -509 с.
35. Инвестиции : учеб. пособие/ К. П.Янковский. - СПб.: Питер, 2008. -368 с.
36. Инвестиционные проекты: Учебник. 2-е изд. перераб. и доп./ Б.А.Колтыннюк. - СПб: Изд-во В.А.Михайлова, 2002. -622 с.
37. Инвестиционный анализ: Учеб.пос. Н.А. Кравченко. - М.:ДЕЛО 2007.-264 с.
38. Карлибаева Р.Х. Финансы акционерных обществ в условиях рынка: Автореф. дис. канд. экон. наук.–Т.: БФА РУз. –2007. – 23 с.;
39. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия. Изд. 4-е, – М.: Центр экономики и маркетинга, –2000.;
40. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, –2000. –768 с.;
41. Ковалева А.М., Лапуста М.Г. Финансы фирмы: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 416 с.;
42. Корпоративные финансы и инвестирование/ Р.Пайк, Б.Нил; Пер. с англ. - 4-е изд. -СПб: Питер, 2006. -784 с.
43. Круцвиц Л. Финансовые инвестиции. Неоклассические основы теории финансов / Пер. с нем. // Под общ.ред. В.В.Ковалева. 2005., - 255с.
44. Маликов Т.С., Хайдаров Н.Х. Молия: Умумдавлат молияси, Укув кулланма – Т.: «Iqtisod-moliya», –2009. – 556 б.;
45. Мирзаев М.Л. Регуляторы стабилизации промышленного производства // Десять лет экономических реформ в Узбекистане: достижения, проблемы и перспективы. – Ташкент – Берлин – Бонн, –2001. – С. 45.;
46. Мирзаев Ф.И. Молиявий рискларнинг турлари, таснифи, бошқариш ва бахолаш усуллари. Т.: “Молия” нашриёти, – 2006. –135 б.;
47. Пардаев М. К., Исроилов Б. И. Иктисодий тахлил: (Укув кулланма): 1-кисм. – Тошкент: «Иктисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, – 2001. – 176 б.;

48. Подъяблонская Л.М., Поздняков К.К. Финансовая устойчивость и оценка несостоятельности предприятий. // Финансы, – М.: –2000. –№12, – С. 20.;
49. Тожиев Р.Р. Мухиддинов У.Д. Государственные финансы. Учебное пособие. – Ташкент: ТГЭУ, – 2006. – 368 с.;
50. Тошмуродова Б., Элмирзаев С. “Корпоратив солиқ менежменти”, -Т., “Мумтоз-сўз”. 2010й
51. Управление финансовой структурой фирмы : учеб. практ. пособие/ В.В.Ковалев. -М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. -256 с.
52. Федяшева Г. Сектор высоких технологий – приоритет развития // Рынок, деньги и кредит. – Т., –2010, –№ 5, –С. 45-47.;
53. Финансирование бизнеса/ И.А.Никонова. -М: А. Паблишер, 2003. -197 с.
54. Финансирование и кредитование инвестиций : Учебное пособие/ И.И. Кикоть. -Минск: Вышэйшая школа, 2003. -255 с.
55. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие/ О.В.Забелина, Г.Л.Толкаченко. -М.: "Экзамен", 2005. -224 с. -(Учебное пособие для вузов).
56. Финансовый менеджмент : Учебное пособие/ А.Н.Гаврилова, Е.Ф.Сысоева, А.И.Барабанов и др.. -5-е изд., стер. -М.:КноРус, 2008-432 с.
57. Финансы: Учебник для ВУЗов/ Под ред. Романовского М.В., Врублевской О.В., Сабанти Б.М. – М.: Юрайт, –2000. – 361 с.;
58. Хожиев Р.Р., Мухитдинов У.Д. Государственные финансы. Учебное пособие.-Т.: ТГЭУ, –2006. –368с.;
59. Чепель С., Асадов Х. Оценка результативности отраслевых программ модернизации экономики. // Рынок, деньги и кредит. Т.,2010,№ 12, 41-45.;
60. Э.Акрамов корхоналарнинг молиявий ҳолати таҳлили. Т.:-“Молия” нашриёти – 2003. 224-б.;
61. Деловая среда в Узбекистане глазами представителей частного бизнеса. Международная финансовая корпорация, 2011. – 115 с.

Сайты интернет

62. <http://www.press-service.uz> - (Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот хизмати)
63. <http://www.stat.uz> - (Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси)
64. <http://www.institutiones.com> – (Экономический портал – электронная библиотека)
65. <http://www.uzreport.com> – (Ўзрепорт ахборот агентлиги)
66. <http://ru.wikipedia.org> – (Википедис свободная энциклопедия)
67. [http:// www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) - Корпоративный менеджмент - финансовый анализ, инвестиции, бизнес-планы, консалтинг.
68. <http://www.fma.org> – (Financial Management Association International)
69. [http:// www.finman.ru](http://www.finman.ru) – (Журнал Финансовый менеджмент)
70. [http:// www.aup.ru](http://www.aup.ru) – (Бизнес портал – электронная библиотека)

