

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра менеджмента в образовании

**Совершенствование управления рентабельностью организации
(на примере ООО «Миртта»)**

(АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ)

студентки 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Земсковой Ольги Дмитриевны

Научный руководитель:

доцент кафедры менеджмента

в образовании ИДПО СГУ, д.э.н.,

профессор О.А. Мызрова

Зав.кафедрой:

д-р соц.н., доцент Н.В. Медведева

Саратов 2016

Введение

Обобщающим показателем экономической эффективности производства является показатель рентабельности. Рентабельность означает доходность, прибыльность предприятия. Она рассчитывается путём сопоставления валового дохода или прибыли с затратами или используемыми ресурсами.

Ввиду того, что современная экономическая жизнь предприятий крайне сложна на такие важные показатели, как прибыль и рентабельность, влияет (прямо или косвенно) очень большое число различных факторов. Причем если влияние одних факторов буквально «лежит на поверхности» и видно даже неспециалистам, то влияние многих других не так очевидно и грамотно оценить их влияние может только тот человек, который в совершенстве владеет методикой экономического анализа.

В экономическом анализе результаты деятельности предприятий могут быть оценены такими показателями, как объем выпуска продукции, объем продаж, прибыль. Однако значений перечисленных показателей недостаточно для того, чтобы сформировать мнение об эффективности деятельности того или иного предприятия. Это связано с тем, что данные показатели являются абсолютными характеристиками деятельности предприятия, и их правильная интерпретация по оценке результативности может быть осуществлена лишь во взаимосвязи с другими показателями, отражающими вложенные в предприятие средства. Поэтому для характеристики эффективности работы предприятия в целом, доходности различных направлений деятельности (хозяйственной, финансовой, предпринимательской) в экономическом анализе рассчитывают показатели рентабельности (или доходности). Необходимо отметить, что показатели рентабельности являются важными элементами, отражающими факторную среду формирования прибыли предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния

предприятия. Кроме того, показатели рентабельности применяются при анализе эффективности управления предприятием, при определении долгосрочного благополучия организации, используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

Анализ рентабельности предприятия позволяет выявить большое число тенденций развития, он призван указать руководству предприятия пути дальнейшего успешного развития, указывает на ошибки в хозяйственной деятельности, а также выявляет резервы роста прибыли, что, в конечном счете, позволяет предприятию более успешно осуществлять свою деятельность.

Значимость экономического анализа таких важнейших показателей, как прибыль и рентабельность предприятия трудно переоценить, ведь именно прибыль есть конечный финансовый результат деятельности предприятия, служащий источником пополнения финансовых ресурсов предприятия. Вследствие выше перечисленного, анализ рентабельности на предприятии сегодня становится чрезвычайно актуальным. Актуальность проблемы обусловила выбор темы дипломной работы.

Высокая практическая значимость и роль анализа рентабельности, как инструмента экономического анализа, находит свое отражение в отечественной и зарубежной литературе.

В разработку вопросов теории рентабельности значительный вклад внесли учёные Ван-Бред М.Ф., Максимов В.А., Самуэльсон П., Смит А., Соколов Я.В., Томпсон М., Формби Д., Хендриксен Э.С. и др. В настоящее время существует множество публикаций по вопросам планирования прибыли и резервов ее увеличения. Эти вопросы освещены в работах таких авторов, как Богатин Ю.В., Котляров И.Д., Максименко Н.В., Максютов А.А., Швандар В.А. и др.

Цель работы: разработка мероприятий по совершенствованию управления рентабельностью организации.

Задачи работы:

1. Раскрыть теоретико-методические основы управления рентабельностью предприятия;
2. Провести анализ управления рентабельностью предприятия ООО «Миртта». Дать характеристику ООО «Миртта» и проанализировать результаты его производственно-хозяйственной деятельности.
3. Проанализировать формирование прибыли ООО «Миртта», а также выявить факторы, влияющие на формирование прибыли от реализации продукции, и рентабельности продукции.
4. Определить основные направления увеличения рентабельности данного предприятия.

Объект исследования: ООО «Миртта», основным видом деятельности которого является изготовление мебели.

Предмет исследования: управление рентабельностью ООО «Миртта».

Методы исследования:

- синтеза;
- абстракции;
- динамики;
- факторный анализ.

Краткое содержание

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех основных разделов, заключения, списка использованных источников и приложения.

В первом разделе «Теоретико-методические аспекты управления рентабельностью предприятия» представлен теоретический материал по теме исследования, подробно раскрывается понятие сущность рентабельности.

При определении экономической сущности понятия "рентабельность" систематизированы взгляды ученых, которые можно объединить следующим образом. В практике российских предприятий наиболее распространенным является показатель уровня рентабельности, исчисляемый как отношение прибыли к полной себестоимости реализованной продукции. Этот показатель показывает, сколько на каждый потраченный в хозяйстве рубль или другую денежную единицу получено прибыли. По утверждениям известных ученых, расчет относительных показателей рентабельности предприятий осуществляется только при положительных финансовых результатах, однако такой результат поспешный. Ведь при обнаружении ущерба от осуществления хозяйственных операций важным также для предприятия является определение уровня убыточности, то есть сколько убытков приходится на каждую вложенную в производство денежную единицу. Уровень рентабельности или убыточности можно определять по отдельным видам продукции, по отраслям и по хозяйству в целом.

Во втором параграфе этого раздела «Характеристика показателей рентабельности и методы управления» сформулированы следующие выводы.: Основные показатели рентабельности предприятия: рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, рентабельность инвестиций, рентабельность продукции. Разнообразие показателей рентабельности приводит, в свою очередь, к разнообразию методик анализа рентабельности и, соответственно, определяет альтернативность поиска путей ее повышения.

В третьем параграфе «Методы управления рентабельностью» проанализированы методы управления рентабельностью. В современной экономической практике популярными методиками, применяемыми при анализе рентабельности, являются методики следующих авторов: В.В. Ковалева, Л.Т. Гиляровской, Г.В. Савицкой, И.А. Бланка, Е. Станиславчика и др. В экономической литературе существует много различных методик

анализа рентабельности предприятия, но следует отметить, что каждая из них имеет свои преимущества и недостатки

Изучение теоретических основ позволило выбрать методику анализа прибыли и рентабельности деятельности конкретного торгового предприятия. Для повышения эффективности деятельности предприятия (финансовая).

Второй раздел «Анализ управления рентабельностью предприятия ООО «Миртга» посвящен исследованию экономических показателей деятельности и анализу рентабельности предприятия.

ООО «Миртга» занимается изготовлением корпусной и встроенной мебели для дома и офиса. Производство мебели осуществляется на собственном современном и высокотехнологичном оборудовании в соответствии с установленными нормами и правилами. ООО «Миртга» работает на рынке производства мебельной продукции более 11 лет.

Наибольший удельный вес в структуре производимой продукции в 2015 году занимают кухни и шкафы-купе – 70% и 20% соответственно.

Анализ основных экономических показателей деятельности ООО «Миртга» выявил, что с 2012 по 2015 гг. объём производства продукции возрос на 15,3%, что является результатом конкурентоспособности продукции мебельной компании и увеличения количества заказов. Увеличение объема производимой продукции также произошло за счет роста цен на комплектующие и готовую продукцию. Одинаковые темпы роста производства и реализации продукции свидетельствует о том, что предприятие работает под заказ, то есть сразу же после изготовления мебель устанавливается заказчику.

В ООО «Миртга» численность работников составляет 21 человек, это на 16,7% больше, чем в 2012 году.

Рассматривая динамику затрат на производство и реализацию продукции можно отметить, что они увеличились на 15,9% за весь рассматриваемый период. За последние четыре года затраты на 1 рубль

товарной продукции не изменились. Но в 2015 году наметилась тенденция роста этого показателя.

Материалоемкость продукции в 2015 году увеличилась на 2,3% и составила 0,57 руб., соответственно, материалоотдача снизилась на 2,3% и в 2015 г. её значение составило 1,75 руб. Это свидетельствует о снижении эффективности использования материалов.

Эффективность использования ОПФ за анализируемый период снизилась. Об этом свидетельствует показатель фондоотдачи, который снизился на 26,1%, так как среднегодовая стоимость основных фондов росла более быстрыми темпами, чем объем товарной продукции. Фондоемкость, соответственно, увеличилась на 35,4%.

Для анализа финансовых результатов ООО «Миртта» в работе проведен горизонтальный и вертикальный анализ показателей прибыли. В результате было выявлено, что в 2015 году на предприятии наблюдался значительный рост затрат на производство продукции, что отразилось на величине прибыли от продаж, она сократилась в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 30,4%. Но за весь анализируемый период этот показатель увеличился на 14,4%.

Значительная часть прибыли ООО «Миртта» расходуется на развитие материально технической базы предприятия – 70%.

Эффективность работы предприятия в целом отражают показатели рентабельности. В 2013 г. наблюдался рост всех показателей рентабельности по сравнению с 2012 г., а затем их значения начинают снижаться. В итоге, рентабельность продаж и рентабельность реализованной продукции практически не изменились за рассматриваемый период, а рентабельность собственного капитала превысила значение базового года на 1,2 п.п.

Результат факторного анализа прибыли от продаж показал, что увеличение прибыли произошло в основном за счет увеличения среднереализационных цен. Росту суммы прибыли на 25,6 тыс. руб. способствовал также рост объемов реализации продукции. В связи с

повышением себестоимости продукции сумма прибыли уменьшилась на 883,1 тыс. руб.

Факторный анализ рентабельности свидетельствует о том, что повышение уровня рентабельности на 8,14% произошло в связи с повышением среднего уровня цен. Рост себестоимости реализованной продукции на 1624 тыс. руб. вызвал снижение уровня рентабельности на 8,16%.

Считаем, что в сложившихся условиях основная управленческая задача руководства ООО «Миртта» должна быть направлена на уменьшение степени неопределенности и риска в хозяйственной деятельности, увеличение собственных средств и обеспечение концентрации ресурсов на выбранных приоритетных направлениях. Основным направлением использования прибыли в условиях высокой конкуренции на региональном рынке мебельной продукции является развитие бизнеса и активизация продвижения своей продукции на рынок.

В третьем разделе «Направления совершенствования управления рентабельностью предприятия ООО «Миртта»» рекомендуется внедрение следующих мероприятий:

- расширение деятельности компании;
- оптимизация системы управления запасами;
- автоматизация проектирования корпусной мебели;
- мероприятия по увеличению прибыли и рентабельности за счёт стимулирования спроса;
- совершенствование распределения прибыли.

Для повышения эффективности бизнеса ООО «Миртта» необходимо обратить внимание на использование новых информационных технологий и открыть свой Интернет-магазин.

Для разработки дизайна и функционала Интернет-магазина, а также наполнения его товаром необходимо использовать один из двух возможных вариантов:

1. Воспользоваться готовым Интернет-решением для своего магазина;
2. Заказать разработку Интернет-магазина специалистам.

В первом случае можно воспользоваться сервисом «UMI CMS» (www.umi-cms.ru). Здесь на главной странице необходимо выбрать раздел «готовые сайты» и подкатегорию «Интернет-магазины». С условиями использования этой платформы можно ознакомиться здесь же на сайте сервиса.

Во втором случае, можно заказать Интернет-магазин на сайте «Фриланс» (fl.ru) или обратиться в одну из веб-студий г. Саратова (Инфро-Эксперт, Медиапродукт, Фоксел, popresent, NSVision, Клевер АС и т.д.). Специалисты сделают профессиональный дизайн, верстку, необходимый функционал и подключат платежные системы, чтобы мебельная компания могла принимать платежи от клиентов прямо через Интернет.

Одним из основных условий успешной работы Интернет-магазина является правильное планирование рекламной. Обычно большинство Интернет-магазинов использует рекламу от Яндекса и Гугла: «Яндекс.Директ» и «Google AdWords».

Общие затраты на создание интернет магазина и его функционирование в первый год составят 524 тыс. руб. При среднем чеке на мебель в 12 тысяч рублей месячная выручка Интернет-магазина мебели составит 720 тыс. руб., соответственно в год – 8640 тыс. руб. При сохранении уровня рентабельности продаж 1,52% прибыль от продаж составит 129,6 тыс. руб., т.е. увеличится более, чем на 70%.

Нами также предлагается мероприятие по увеличению рентабельности за счёт оптимизации системы управления запасами. Кроме того, представляется интерес автоматизировать проектирование корпусной мебели с помощью приобретения и установки комплексной системы автоматизации конструкторско-технологических работ на мебельном предприятии «БАЗИС», имеющую настраиваемую модульную структуру. Сферу ее применения составляют мебельные предприятия, занимающиеся

производством любой корпусной мебели, независимо от объемов производства, используемых материалов и оборудования и особенностей технологических процессов.

В стандартный состав САПР БАЗИС входят следующие программные модули: БАЗИС-Мебельщик, БАЗИС-Шкаф, БАЗИС-Смета, БАЗИС-Раскрой, БАЗИС-Салон, БАЗИС-Склад, БАЗИС-ЧПУ.

У ООО «Миртга» имеется возможность различной комплектации модулей системы БАЗИС. Внедрение на мебельной фабрике САПР БАЗИС на начальном этапе незначительно повысит затраты на производство продукции, но в долгосрочной перспективе позволит оптимизировать материальные и трудовые затраты, что положительно скажется на конечных финансовых результатах деятельности ООО «Миртга».

Чтобы увеличить объемы продаж и привлечь новых клиентов ООО «Миртга» необходимо использовать различные рекламные мероприятия. Наиболее доступным рекламным средством является печать визитных карточек. Стоимость изготовления одной визитки составляет от 2 руб., а изготовление макета – 200 руб.

Эффективным рекламным ходом, для привлечения все большего количества клиентов является сувенирная продукция с логотипом мебельной фабрики.

На наш взгляд, будет целесообразным разместить рекламу на общественном транспорте. Реклама на транспорте имеет следующие преимущества:

- Охват целевой аудитории сравним с телевизионной рекламой. Размещённую на автомобиле рекламу могут заметить люди всех возрастов (от совсем маленьких детей, до стариков), любых социальных групп, уровня достатка, профессий.
- Частый цикл показа рекламы: всего один брендированный автобус ходит по маршруту следования несколько раз в день – это значит, что рекламу будет появляться несколько раз в каждом конкретном месте.

Большая площадь размещения: в зависимости от носителя рекламы (автобус, троллейбус, маршрутное такси или трамвай) площадь рекламы может составлять до 100 м².

- Оперативность размещения: наклейки быстро наносятся и довольно легко снимаются – это значит, что блоки размещаемой рекламы можно быстро менять и оперативно оптимизировать их содержимое
- Цена вопроса при всех очевидных преимуществах и эффективности значительно ниже, чем у других способов привлечения внимания потребителей.

Стоимость аренды рекламной поверхности на городском транспорте г. Саратова зависит от вида транспорта и маршрута. Стоимость разработки макета и монтажа рекламы на транспорт составляет: автобус – от 17 тыс. руб., троллейбус – от 16 тыс. руб., трамвай – от 19 тыс. руб.

Затраты на рекламу в 2016 году составят 101,2 тыс. руб. и фабрика получит чистую прибыль более 180 тыс. рублей. В последующие годы прибыль будет увеличиваться.

Одной из основных задач ООО «Миртта» является совершенствование распределения прибыли. Процесс распределения прибыли затрагивает интересы как внешних, так и внутренних пользователей финансовой (бухгалтерской) отчетности (собственники, персонал, менеджмент, контрагенты и др.) и является неотъемлемой частью управления прибылью.

Для управления прибылью необходима информация о процессах ее распределения. Такая информация формируется в рамках учетно-аналитической системы коммерческой организации, включающей в себя различные виды (финансовый, налоговый, управленческий), методы и методики анализа.

В целях совершенствования учетного обеспечения нами рекомендуется общая схема отражения в учете процесса распределения прибыли, сформированная на модульной основе и включающая в себя шесть основных модулей: 1 «Учет расчетов по дивидендам»; 2 «Учет формирования

резервного капитала»; 3 «Учет увеличения уставного капитала за счет нераспределенной прибыли»; 4 «Учет погашения убытка за счет нераспределенной прибыли»; 5 «Учет выплат социального характера и иных выплат за счет чистой прибыли в пользу работников»; 6 «Учет инвестиций во внеоборотные активы за счет чистой прибыли».

При отражении в финансовом учете процесса распределения чистой прибыли рекомендуется использовать предложенную модульную схему, позволяющую выполнить требования действующего законодательства и сформировать достоверную и более детализированную, в отличие от применяемых сейчас методик, информацию о процессе распределения прибыли, которая может служить для анализа, а также для целей принятия решений по управлению прибылью.

Заключение

Показатели рентабельности являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия.

Факторный анализ рентабельности свидетельствует о том, что повышение уровня рентабельности на 8,14% произошло в связи с повышением среднего уровня цен. Рост себестоимости реализованной продукции на 1624 тыс. руб. вызвал снижение уровня рентабельности на 8,16%.

В сложившихся условиях основная управленческая задача руководства ООО «Миртта» должна быть направлена на уменьшение степени неопределенности и риска в хозяйственной деятельности, увеличение собственных средств и обеспечение концентрации ресурсов на выбранных приоритетных направлениях. Основным направлением использования прибыли в условиях высокой конкуренции на региональном рынке

мебельной продукции является развитие бизнеса и активизация продвижения своей продукции на рынок.

Прогнозный анализ рентабельности показал, что по всем показателям рентабельности имеется рост. Рентабельность реализованной продукции возросла на 2, 26%, экономическая рентабельность возросла на 1,1%, рентабельность основных фондов возросла на 1, 02%, рентабельность деятельности возросла на 1, 28%, рентабельность собственного капитала возросла 0,1%, рентабельность активов возросла на 0,44%.

Таким образом, все рекомендуемые мероприятия будут способствовать увеличению прибыли мебельной компании ООО «Миртга», повышению ее финансовой устойчивости, а также оптимизации распределения и использования чистой прибыли предприятия и увеличения рентабельности.