

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/159635>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Экономика предприятия

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ 6

1.1. Понятие, сущность и функции прибыли организации 6

1.2. Методы анализа формирования и использования прибыли 18

1.3. Направления повышения прибыли и методы ее прогнозирования 28

2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ СЦ ГЛАВХОЛДСЕРТИФИКАЦИЯ 36

2.1 Краткая характеристика ООО СЦ ГлавХолдСертификация 36

2.2 Анализ финансово-экономических показателей деятельности 46

2.3 Анализ формирования и использования прибыли 53

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ 63

3.1 Рекомендации по оптимизации использования и формирования прибыли 63

3.2 Прогнозирование прибыли на 2021 с учетом реализации предложенных мероприятий по увеличению прибыли 69

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 72

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 77

ПРИЛОЖЕНИЯ 80

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования заключается в необходимости проведения анализа процессов формирования, использования прибыли на современных предприятиях. Формирование прибыли позволяет выявить источники доходов компании, их удельный вес в структуре доходов. Использование прибыли отражает основные направления применения прибыли для обеспечения нужд потребностей предприятия. Прибыль предприятия как важнейшая экономическая категория является основным барометром деятельности любого предприятия, является выражением его экономической и финансовой эффективности, поскольку позволяет компании успешно действовать среди других компаний в современной рыночной экономике.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

1.1. Понятие, сущность и функции прибыли организации

Прибыль предприятия представляет собой часть общей выручки, которая остается после возмещения затрат на реализацию и производственный процесс предприятия.

Прибыль предприятия – это абсолютный показатель и мерило оценки эффективности бизнеса. В рыночных условиях главная цель предпринимательства заключается в получении прибыли.

В экономической литературе выделяют несколько подходов к определению прибыли [8, с.41]:

□ академический подход: прибыль – это экономическая разница между доходами и расходами;

□ предпринимательский подход: прибыль – результат изменения чистых активов;

□ бухгалтерский подход: прибыль – разница между доходами и расходами за период времени.

Прибыль является финансовым результатом предприятия, когда доходы превышают расходы. Она связана с изменением собственного капитала субъекта за отчетный период [11, с.31].

Выручка — это сколько заработает компания, когда выполнит обязательства, например, отгрузит товар или окажет услугу. Обязательство выполнено — выручка есть, даже если деньги еще не перевели.

Обязательство не выполнено — выручки нет, даже если клиент уже заплатил заранее. Поэтому деньги на расчетном счете и выручка — не одно то же. А прибыль — это то, что останется самой компании, ее финансовый результат. Считается она как разница между выручкой и расходами. И расходы признаются по факту выполнения обязательств, а не оплаты поставщику. Например, отгрузили товар покупателю — признали в расходах его себестоимость.

Между выручкой и чистой прибылью много статей расходов. Трудно анализировать их влияние на деньги, которые компания заработала честным трудом. Поэтому, кроме чистой прибыли, есть еще маржинальная, валовая и операционная. Они помогают понять, продуктивно ли работает компания.

Маржинальная прибыль. Это выручка минус переменные расходы. Переменные — это те, которые напрямую зависят от выручки. Например, проценты менеджерам продаж: они изменяются прямо пропорционально выручке. Растет выручка — растут проценты, снижается выручка — снижаются проценты. Маржинальная прибыль позволяет оценить эффективность переменных расходов.

Валовая прибыль. По ней оценивается, сколько компания зарабатывает на отдельных направлениях бизнеса. Это позволяет оценивать не только общий бизнес, а еще и его отдельные составляющие. Валовая прибыль помогает принять решение о закрытии направлений в компании. Чтобы посчитать валовую прибыль, нужно взять выручку по направлению и вычесть из нее расходы, которые можно отнести конкретно к этому направлению. Этими расходами будут переменные и общепроизводственные.

Общепроизводственные — это те, которые относятся к конкретному направлению бизнеса, но не зависят от выручки.

Операционная прибыль. Она показывает, зарабатывает ли компания по своей основной деятельности, хватает ли у нее денег, чтобы покрыть проценты по кредитам, амортизацию и вывозит ли она налоговую нагрузку. Чтобы получить операционную прибыль, из выручки вычитают переменные, общепроизводственные и косвенные расходы.

Чистая прибыль — это окончательный финансовый результат компании, она покажет, эффективен ли бизнес в целом. Оценивая рентабельность чистой прибыли, собственник видит, приносит ли бизнес деньги, хватит ли на развитие компании и дивиденды для себя. Чтобы получить чистую прибыль, нужно из выручки вычесть не только все общепроизводственные, косвенные расходы и себестоимость, но и налоги, проценты по кредитам, амортизацию оборудования.

Для анализа показателей прибыли применяются разные методы, доступные и распространенные способы. В целом он состоит из трех шагов: сначала надо сравнить показатели с аналогичными за прошлый период, потом оценить структуру прибыли и сравнить себя с конкурентами.

Шаг 1. Оценить, как меняется прибыль во времени. Это часть горизонтального анализа прибыли. Чтобы его провести, нужно сравнить рентабельность за текущий период с той, что была в прошлом месяце, квартале или году. Горизонтальный анализ нужен, чтобы понимать, где компания находится сейчас — стали зарабатывать больше или меньше денег.

Шаг 2. Изучается структура прибыли. С помощью диаграмм можно представить вертикальный анализ и в бизнесе. Здесь видно, какая доля от выручки уходит на разные расходы. Чтобы провести вертикальный анализ, нужно посчитать долю расходов в общей выручке — сколько процентов от выручки уходит на себестоимость, налоги, кредиты. А потом сравнить, как изменилась структура расходов. Например, в один месяц доля себестоимости сильно подскочила. Он поможет понять, в каком виде расходов искать причину изменения прибыли.

1.2. Методы анализа формирования и использования прибыли

Любое коммерческое предприятие, работающее на рынке в достаточно жесткой конкурентной среде, обязано эффективно распоряжаться имеющимися внутренними ресурсами и своевременно реагировать на изменение внешних условий. Эти цели и преследуют соответствующие аналитические мероприятия, о которых пойдет речь в публикации.

Объектом пристального внимания аналитика является прибыль предприятия, поскольку именно она отображает эффективность работы компании, ее ликвидность и платежеспособность. Прибыль выступает индикатором, реагируя на любые изменения внешней среды и внутри фирмы, поэтому важно уметь анализировать этот показатель, правильно оценивая степень воздействия всех критериев.

Под факторным анализом понимается методика комплексного и системного изучения и измерения воздействия факторов на величину результативных показателей.

Факторный анализ прибыли с помощью методики Гилеровской проводится с помощью элиминирования (метода цепных подстановок), представляющего собой технический прием анализа, используемый для определения влияния отдельных факторов на объект изучения.

Для проведения факторного анализа методом цепных подстановок прибыль можно представить в следующем виде:

$$Pr = Vr - Cr - Py - Pk$$

Vr - выручка от продажи продукции, товаров, работ и услуг;

Cr - себестоимость реализации продукции, товаров, работ и услуг;

Py - управленческие расходы;

Pk - коммерческие расходы.

Указанные составляющие и есть факторы, влияющие на прибыль. Оценивается их размер, и разрабатываются методы их оптимизации.

Факторный анализ чистой прибыли компании рассматривает два влияющих блока: внешние и внутренние. Внутренними считают факторы, влиять на которые предприятие в состоянии. К примеру, фирма может влиять на прибыль, поскольку степень загруженности мощностей и уровень применяемых технологий сказываются на качестве выпускаемых продуктов. Сложнее с непроизводственными факторами, как то – реакция персонала на изменение трудовых условий, логистика и др.

Под внешними понимают факторы рыночных реалий, контролировать которые компания не может, но принимает во внимание. Например, невозможно воздействовать на рыночную конъюнктуру, уровень инфляции, удаленность от ресурсов, особенности климата, смену гостарифов, нарушение условий соглашений партнерами и др.

Факторный анализ чистой прибыли – составляющая анализа финансовой деятельности компании.

Применяется он для определения степени воздействия различных показателей на результат. К примеру, исследуют:

- динамику изменений величины выручки;
- прирост объема продаж;
- влияние на прибыль динамики продаж, изменения цен и себестоимости.

Анализируют показатели, сравнивая итоги двух конкретных периодов. Начинают анализ с группировки влияющих на прибыль факторов. Чистая прибыль определяется как выручка, уменьшенная на себестоимость, налоги, коммерческие, административные и прочие расходы.

Таким образом, в основе факторного анализа лежит исследование изменений каждого фактора, влияющего на величину прибыли, т. е. анализ изменения чистой прибыли в рассматриваемом периоде осуществляется сравнением изменений всех составляющих ее значений.

Прибыль от продаж любого предприятия зависит от трех основных факторов:

1) от количества реализованной продукции по каждой позиции номенклатуры (ассортимента);

2) от уровня себестоимости единицы продукции по каждой позиции номенклатуры (ассортимента). В условиях инфляции себестоимость в течение отчетного периода неоднократно меняется, поэтому при планировании и экономическом анализе необходимо использовать средние показатели себестоимости единицы продукции;

3) от уровня цен, по которым реализуются конкретные виды продукции. При планировании и экономическом анализе необходимо использовать средние цены на единицу продукции.

В экономической литературе предложены многочисленные варианты методик факторного анализа прибыли от продаж (В. В. Ковалев, Е. В. Негашев, Г. В. Савицкая, А. П. Чечета, А. Д. Шеремет), изучение которых позволило нам выделить два основных подхода к факторному анализу прибыли от продаж:

1) анализ предполагает прямые расчеты влияния факторов – объема продаж, себестоимости и цены единицы продукции – по отдельным позициям номенклатуры (ассортимента);

2) анализ основывается на информации, содержащейся в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках», так называемый экспресс-анализ (метод Адамайтиса).

Таким образом, для оперативного управления организацией предпочтителен первый подход, поскольку он позволяет принимать обоснованные управленческие решения относительно объемов продаж, себестоимости и цены изделий по отдельным позициям номенклатуры (ассортимента). Вместе с тем необходим и экспресс-анализ, когда в распоряжении менеджера имеется бухгалтерская отчетность своей

организации и организаций-конкурентов.

Таким авторами, как А.Д., Бороненковой С.А., Донцовой Л.В., Никифоровой Н.А., было впервые в российской практике применена методика экспресс-анализа прибыли от продаж по данным бухгалтерской отчетности. К особенностям PEST – анализа можно отнести:

- проблемы правильной интерпретации полученных аналитических результатов
- краткосрочная ориентация анализа;
- расхождение мнений различных сторон бизнес – анализа;
- сложность централизации полученных результатов.

Для анализа внутренних факторов, влияющих на прибыль компании, можно воспользоваться методом SWOT-анализа.

В основе этого подхода находится анализ сильных сторон компании (Strengths), ее слабых сторон (Weaknesses), возможностей развития (Opportunities) и угроз (Threats)

Сильные и слабые стороны компании относятся к внутренним факторам, возможности и угрозы зависят от внешних условий рынка, которые помогают либо мешают достичь поставленных целей развития компании. Такая модель пользуется огромной популярностью и применяется очень широко среди компаний. Однако следует учитывать, что результативность SWOT-анализа очень сильно зависит от полноты и качества исходной информации. Большим является риск ошибок еще на ранних стадиях бизнес - анализа, что может привести к неверным результатам.

1.3. Направления повышения прибыли и методы ее прогнозирования

Увеличение прибыли организации может происходить при повышении денежных поступлений или в результате сокращения расходов. Чем эти показатели выше, тем больший доход и прибыль будет получать организация.

Невзирая на то, что прирост прибыли — это один из важнейших примеров хорошей экономической деятельности предприятия, она совсем не свидетельствует о его эффективности (рис.7). Для оценки прироста продаж в полной мере, следует сопоставить прибыль с ресурсами и затратами, обеспечивающими качество товара.

Следовательно, мероприятия по увеличению прибыли предприятия могут идти по таким путям, как: понижение себестоимости; повышение объема продаж (то есть, собственно, выручки). Чтобы увеличить прибыль, к примеру, на 100 рублей, нужно на столько же уменьшить затраты или же поднять объем продаж хотя бы на 594 рубля.

Вариант по уменьшению затрат, таким образом, является более выгодным, поскольку уменьшить расходы значительно проще, чем почти на половину увеличить объем проданных товаров. Однако, для увеличения произведенной продукции требуется немало дополнительных оборотных средств, а для увеличения торговли понадобится еще и осваивать новые сегменты рынка.

Для предприятия уменьшение затрат — это объективная деятельность, поскольку она влияет не только на рост прибыли, но и на конкурентоспособность, которая заставляет снижать в определенных обстоятельствах ценовое значение. На многих предприятиях для влияния на прибыль целесообразно вовремя осваивать и налаживать выпуск нового ассортимента продукции.

Факторы, имеющие особое влияние на уменьшение затрат: стремление к максимальной трудовой производительности; повышение оборачиваемость не только средств, но и их источников; изучение постоянных и переменных расходов; анализ собственных и заемных средств и капитала предприятия в целом; ведение и тщательное изучение управленческого учета, а также и совершенствование управления бюджетом; управление затратами и их эффективностью; уменьшение склада запасов; ликвидация непроизводительных затрат и других потерь. мероприятия по увеличению прибыли предприятия.

Факторы увеличения выручки и роста продаж:

- увеличение гибкости производства
- расширение объема,
- изучение ассортимента и т. п.;
- соблюдение условий договоров;
- повышение эффективности процессов ценообразования;

- повышение качества изготовления;
- пересмотр кредитной политики;
- завоевание новых сегментов на рынке;
- расширение количества дилеров;
- повышение эффективности реализации.

Таким образом, основные методы влияния на прибыль предприятия — оптимизация планирования ее величины, достижения минимальной запланированной прибыли и ее распределение в соответствии с эффективной предпринимательской деятельностью.

Одним из самых сложных бизнес-инструментов является прогнозирование прибыли, посредством которого предприниматели пытаются предугадать доход предприятия в определенный период.

Обоснованность прогнозирования прибыли существенна для планирования бизнеса.

Но в бизнесе прогнозирование прибыли относится к недостаточно изученной проблеме финансового планирования.

На величину прибыли влияет множество факторов. Это затрудняет прогнозирование прибыли посредством наблюдения за ее изменениями в прошлые периоды.

На практике допускается использование различных методик планирования (прогнозирования) прибыли, классифицирующиеся по трем группам:

- маржинального анализа;
- традиционные;
- экономико-математические.

К традиционным относятся методы:

- прямого ассортиментного расчета;
- совмещенного расчета;
- укрупненный (на основе планового объема товарной продукции, изменения остатков нереализованной продукции).

2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ СЦ ГЛАВХОЛДСЕРТИФИКАЦИЯ

2.1 Краткая характеристика ООО СЦ ГлавХолдСертификация

ООО "СЦ "Главхолдсертификация" зарегистрирована 13 мая 2016 г. регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №23 по Московской области.

Руководитель организации: генеральный директор Самсонова Анна Сергеевна.

Юридический адрес ООО "СЦ "Главхолдсертификация" - 141190, обл. Московская, г. Фрязино, Школьная ул., д. 5а, этаж 3 ком 6.

Основным видом деятельности является «Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления», зарегистрировано 8 дополнительных видов деятельности. Организации ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "СЕРТИФИКАЦИОННЫЙ ЦЕНТР "ГЛАВХОЛДСЕРТИФИКАЦИЯ" присвоены ИНН 6449083067, ОГРН 1166451063316, ОКПО 02511319.

Группа компаний «ГлавХолдСертификация» — это объединение грамотных специалистов, имеющих большой опыт в сфере оформления пакета подтверждающих документов [42].

Менеджеры компании качественно, оперативно и эффективно могут оформить документы соответствия, которые необходимы для производства, реализации и перевозки продукции. Документы, выданные «СЦ «ГлавХолдСертификация», соответствуют всем требованиям и нормам технических регламентов, стандартов и законодательству РФ. Каждую клиентскую организацию курирует персональный специалист по сертификации, который готов помочь в любом вопросе, оперативно и четко решить поставленную задачу.

«СЦ «ГлавХолдСертификация» является независимой организационной структурой, включающей в свой состав Органы по сертификации и Испытательные Лаборатории, выполняющие работы в различных направлениях оценки соответствия продукции.

Есть 5 аккредитованных органов по сертификации, 7 лабораторий

В Сертификационном Центре «ГлавХолдСертификация» можно получить комплексную услугу: проведение испытаний образцов, с последующей регистрацией документа в реестре. И, если учесть, что на некоторые виды товаров заявителю требуется оформить сразу несколько деклараций или сертификатов, то компания

является наиболее выигрышным вариантом. Достаточно выполнить обращение, а за координацию действий всех дальнейших участников процедуры подтверждения соответствия отвечает специалист центра. Так как органы и лаборатории, входящие в состав "СЦ "ГлавХолдСертификация", длительное время работают совместно, в том числе, над возникающими в процессе работы проблемами и вопросами, существует масса эффективных решений неординарных ситуаций. В случае необходимости, составляются индивидуальные варианты испытаний для уникальных видов продукции.

Каждый заявитель вправе сам решать, куда именно ему обращаться для получения подтверждающих документов, при этом рекомендуется учитывать все вышеперечисленные факторы.

Таким образом, сертификационный центр в Московской области «ГлавХолдСертификация» предлагает услуги в области оформления и регистрации различных документов, подтверждающих качество продукции. Команда центра – профессиональные специалисты по сертификации. Главная задача каждого сотрудника – качественное сопровождение клиента на каждом этапе сотрудничества. Ответственный и грамотный подход к порученным обязанностям гарантирует оперативное получение требуемых документов.

Разрешительные документы, полученные через ООО "СЦ "ГлавХолдСертификация", позволяют беспрепятственно производить, реализовывать и транспортировать товары и продукцию.

Выдаются документы, соответствующие требованиям законодательства РФ, ТС (ЕЭС).

"СЦ "ГлавХолдСертификация" функционирует в качестве независимой организационной структуры, включает в состав:

- аккредитованных органов – 5;
- аккредитованных лабораторий – 7.

Рассмотрим основные услуги, оказываемые компанией.

1. Сертификация СМК ГОСТ ISO 9001-2011

Предлагаемая Центром сертификация по стандартам ISO – процедура не обязательная, однако наличие такого документа улучшает репутацию и престиж компании, повышает ее конкурентоспособность.

Основная цель получить сертификат ISO 9001 – желание подтвердить на международном и внутреннем рынке соответствие системы менеджмента общепринятым стандартам.

2.2 Анализ финансово-экономических показателей деятельности

Проанализируем основные финансовые показатели деятельности ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» за 2018-2020 гг.

Для признания баланса ликвидным, необходимо выполнение следующих условий:

$$A1 \leq P1,$$

$$A2 \geq P2,$$

$$A3 \geq P3,$$

$$A4 \leq P4.$$

Условие 1 выполняется

Условие 2 выполняется

Условие 3 выполняется

Условие 4 выполняется.

Таким образом, баланс предприятия ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» может быть признан ликвидным.

Также более целесообразно рассмотреть следующие условия для более точной оценки:

$$A1 + A2 \geq P1 - \text{выполняется.}$$

$$A1 + A2 + A3 \geq P1 + P2 - \text{выполняется, что подтверждает первую гипотезу о ликвидности.}$$

При этом стоит отметить общий платежный излишек по балансу, поскольку группы-активы преобладают над группами-пассивами в 2018-2020 гг.

2.3 Анализ формирования и использования прибыли

В целом, прибыль предприятия ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» сформирована за счет продажи готовой продукции на рынке (выручка от продаж), объемы реализации которой ежегодно растут (таблица 10).

Таким образом, анализ финансового состояния предприятия ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» говорит о росте рентабельности функционирования предприятия. Огромное влияние на создание данного

финансового типа имеет быстроликвидное направление деятельности предприятия (продажи готовой продукции, на которую всегда есть спрос, населению страны). Немалый вклад приносит административно – управленческий персонал компании, продавцы, современная техника, большой опыт работы персонала, а также хорошо выполненная работа, создавая благоприятный имидж компании, что ведет к привлечению покупателей и увеличению чистой прибыли предприятия.

На основе проанализированного финансового состояния ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» было выяснено, что прибыль и рентабельность компании в 2020 году выросли.

Проведем корреляционный анализ, чтобы выявить факторы, которые в большей мере повлияли на прибыль компании. Это позволит в дальнейшем сформировать меры по увеличению финансового результата.

Для того, чтобы оценить перспективы и возможные сценарии развития какого-либо экономического явления или объекта в будущем, применяется система экономико-математического моделирования. Оно содержит множество этапов, в случае прогнозирования величины прибыли ООО «СЦ

«ГлавХолдСертификация» основными этапами при создании подобной модели будут выступать:

I этап - постановка экономической проблемы – несмотря на то, что в настоящее время финансовое состояние компании оценивается как «хорошее», есть множество факторов, которые могут в перспективе повлиять на этот показатель. Эти факторы необходимо принять во внимание и учесть.

II этап – построение математической модели, формализация экономической проблемы, выраженная в виде конкретных математических зависимостей и отношений.

Поскольку различные расходы являются одним из важнейших аспектов величины прибыли предприятия в долгосрочном развитии, то экономическая модель будет описывать зависимость между величиной прибыли и основными влияющими на нее параметрами.

III этап – математический анализ модели, выявление общей взаимозависимости между параметрами модели.

На величину прибыли организации ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» оказывают влияние следующие факторы:

- себестоимость продаж,
- прочие расходы.

IV этап – подготовка исходной информации о рассматриваемых показателях.

Для того чтобы изучить зависимость прибыли организации от вышеуказанных факторов, необходимо построить корреляционно-регрессионную модель зависимости параметра от выбранных факторов.

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

3.1 Рекомендации по оптимизации использования и формирования прибыли

Для повышения прибыли предприятия ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» необходимо разработать мероприятия по улучшению структуры активов организации за счет:

- оптимизации затрат предприятия;
- повышение притока денежных средств;
- повышение доходов предприятия.

Мероприятие 1. Оптимизация затрат предприятия.

С целью повышения прибыли предприятия необходимо использовать современные методы управления затратами. Это позволит сократить расходы и увеличить прибыль. Эффективная система управления затратами сегодня является одним из основных факторов повышения показателей прибыли предприятий. Данное направление включают в себя решение широкого круга задач, основными среди которых являются:

- развитие систем материально-технического обеспечения и управления материальными потоками в снабжении;
- эффективная маркетинговая деятельность;
- совершенствование системы управления персоналом и методов мотивации.

Разработка системы мониторинга издержек, обеспечивающей менеджеров предприятия оперативной информацией об образовании издержек по местам их возникновения. Система имеет в своем составе комплекс управленческой отчетности, обеспечивающей мониторинг издержек, и внутренние стандарты по организации процессов мониторинга издержек.

Эффективная система управления затратами сегодня является одним из основных факторов повышения

прибыли предприятия. Направлением снижения затрат является экономия сырья, материалов, энергии. Контроль затрат - это не только отслеживание затрат, но и в снижении затрат или попытки оставить их на одном уровне (Рис.16). Но когда идет рост цен, то затраты в любом случае возрастут. Предприятию необходимо иметь резервных поставщиков, во-первых, это даст предприятию надежность, и всегда будут поставки. Во-вторых, это дает возможность отслеживания роста цен на рынке.

Предприятию ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» рекомендуется оптимизировать работу с поставщиками. ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» нужно изменить формат работы со своими поставщиками, сделать ставку на категорийных менеджеров, которые должны помочь поднять плотность продаж до 35%. Одновременно с этим ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» должен развивать электронный документооборот и автоматизацию, а также заняться совместным прогнозированием продаж с поставщиками и оценкой их репутации.

В центре внимания ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» — потребности и желания покупателей. Стратегия развития сети предусматривает улучшение форматов, расширение выбора услуг, яркие промоакции, новые сервисы. Компания будет изучать потребности конкретного региона и предлагать жителям ту продукцию, которую они хотят видеть. Новый подход к покупателю принципиально меняет работу с поставщиками.

ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» становится более открытым для производителей, нацеленным на совместное решение вопросов.

ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» должно оперативно узнавать, что происходит с каждой позицией и какие услуги пользуются большим спросом. Для этого ритейлер может изменить принципы коммуникации с поставщиками, чтобы в перспективе добавлять новые промо, SKU, СТМ и в перспективе увеличить плотность продаж.

До последнего времени в ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация» не занимались управлением ассортиментом отдельных товарных категорий. Существовавшие функции маркетинга, ценообразования, которые работали сами по себе.

Категорийный менеджер — CEO категории — будет полностью управлять конкретным видом услуг, включая ассортимент, ценообразование, промоакции.

Ожидается, что поставщик в режиме сможет получать обратную связь по работе с фирмой. Новшество должно позволить проводить более качественное промо для покупателей, исключить «пересечение» акций по одному виду услуг, управлять линейкой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Любое коммерческое предприятие, работающее на рынке в достаточно жесткой конкурентной среде, обязано эффективно распоряжаться имеющимися внутренними ресурсами и своевременно реагировать на изменение внешних условий.

Прибыль предприятия представляет собой часть от общей выручки, остающейся после возмещения затрат на реализацию и воспроизводственные процессы на предприятии.

Прибыль - это общий результат всех товарообменных операций с материальными ценностями, работами и услугами, предоставлением аренды и коммуникационных каналов.

Для того, чтобы определить финансовый результат деятельности фирм сопоставляется выручка, аккумулированная от всех продаж и затрат на подготовку, производство, доведение до товарного состояния, транспортировку и реализацию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Основные источники:

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. – Киев: Ника-Центр Эльга, 2012. – 656 с.
2. Васильева Л.С. Финансовый анализ. – М.: КноРус, 2013. – 804 с.
3. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности. – М.: Вузовский учебник, 2013. – 347 с.
4. Гаврилова А.Н. Финансы организации. – М.: Мнорус, 2013. – 608 с.
5. Гугова А.Б. Управление денежными потоками: теоретические аспекты// Финансовый менеджмент, №4, 2014. – с.50-87
6. Дробозина Л.А. Прибыль и рентабельность предприятия. Доступ через <http://uchebnik-online.com/124/660.html>
7. Ермасов С.В., Ермасова Н.Б. Финансовый менеджмент: учебное пособие. – М.: Юрайт, 2014. – 621 с.
8. Ефремова А.А. Себестоимость от управленческого учета затрат до бухгалтерского учета расходов. — М.: Вершина, 2016. — 204 с.
9. Забелина, О.В. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие / О.В. Забелина, Г.Л. Толкаченко. - М.: Экзамен, 2014. - 224 с.
10. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансовая статистика, 2013. – 359 с.
11. Колчина Н.В. Финансы организаций. – М.: Дашков и К, 2012. – 382 с.
12. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Л.И. Кравченко. – М.: Новое знание, 2016. – 247 с.
13. Крутик А.Б., Хайкин М.М. Основы финансовой деятельности предприятия - Спб: Бизнес-пресса, 2015. - 448 с.
14. Лапуста М.Г. Финансы предприятий. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 585 с.
15. Ларионова И.К. Стратегическое управление. – М.: Дашков и К, 2014. – 274 с.
16. М. А. Федотова. Количественные методы анализа зависимости финансовой устойчивости от стоимости компании// Эффективное антикризисное управление, №2, 2014. - Электронная версия <http://www.info.e-s-m.ru/magazine/83/>
17. Маннибаева К.А., Остапенко В.В. Обеспеченность предприятия собственными оборотными средствами: факторы изменения // Финансовый менеджмент. - 2013. - N 4. С. 40-47.
18. Мескон М.Х. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2013. – 318 с.
19. Поддериогин А.М. Финансы предприятия. Доступ через <http://lybs.ru/index-11155.htm>
20. Покропивный С.Ф. Экономика предприятия. Доступ через <http://mmlib.net/knigi/ekonomika/kniga-27/>
21. Полякова О.В. Сущность и методические основы разработки финансовой стратегии фирмы. Режим доступа через http://nsuem.ru/science/publications/science_notes/issue.php?ELEMENT_ID=3344
22. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е издание / Г.В. Савицкая. - Минск: ООО "Новое Знание", 2013. - 688 с.
23. Сергеев И.В. Экономика предприятий. Доступ через <http://uchebnik.biz>
24. Теннент Дж. Управление денежными потоками. – М.: Альпина Паблишинг, 2014. – 585 с.
25. Терехова В. А. Финансовый учет: Краткий курс. - СПб.: Питер, 2014. - 368 с.
26. Финансовая стратегия предприятия// Учебник для ВУЗов. Доступ через <http://uchebnik.biz/book/837-finansy/45-112-finansovaya-strategiya-predpriyatiya.html>
27. Черногорский С.А. Основы финансового анализа, М.: Герда, 2013. - 176 с.
28. Чечевицына Л.Н., Чуев И.Н.. Экономика фирмы: Учебное пособие для студентов вузов. - Ростов н/Д: Феникс, 2013. - 400 с.
29. Чуев И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Дашков и К, 2013. – 367 с.
30. Юркова, Т.И. Экономика предприятия/ Т.И. Юркова. - Режим доступа :// [http:// www.aup.ru](http://www.aup.ru)
31. Яркина, Т.В. Основы экономики предприятия/ Т.В. Яркина. - Режим доступа: [http:// www.aup.ru](http://www.aup.ru)

Электронные источники:

32. <http://institutiones.com> – экономический портал
33. <http://fd.ru/> - журнал «Финансовый директор»
34. <http://www.fin-izdat.ru> – финансы и кредит
35. <http://www.finman.ru> – финансовый менеджмент

36. <http://www.upruchet.ru> – журнал «Управленческий учет»
37. finance-journal.ru – журнал «Финансовый вестник»
38. <http://www.finansy.ru/m/> - экономика и финансы
39. <http://www.minfin.ru/ru/> - Минфин России
40. <http://www.finanz.ru/> - финансовые статьи
41. <http://www.fingramota.org/> - финансовая грамотность
42. <https://glavholdcert.ru/> - ООО «СЦ «ГлавХолдСертификация»

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/159635>