

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/otchet-po-praktike/16058>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Инвестиции и проекты

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Общая характеристика отрасли 5

1.1. Общая характеристика отрасли розничной торговли в России 5

1.2. Анализ положения предприятия в отрасли 10

2. Анализ финансового состояния ИП 12

2.1. Экономическая характеристика предприятия 12

2.2. Горизонтальный и вертикальный анализ отчетности 15

2.3. Коэффициентный анализ финансового состояния предприятия 18

2.3.1. Анализ финансовой устойчивости 18

2.3.2. Анализ ликвидности 20

2.3.3. Анализ рентабельности 22

2.3.4. Анализ деловой активности 24

2.3.5. Анализ рыночной активности 27

2.3.6. Вывод о финансовом состоянии 28

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 33

Приложения 36

А пока розничным сетям предстоит продолжить работу над повышением собственной рентабельности. В частности, магазины будут более тщательно подходить к выбору мест для аренды. Также компании продолжают работу над улучшением своих IT-систем, которые позволят эффективнее отладить взаимодействие между складом и розничной сетью, а также уделять внимание программам лояльности для разных целевых групп покупателей.

В достаточно тяжелом положении оказались и продавцы бытовой техники и электроники. По оценкам GfK Rus, в первом полугодии рынок бытовой техники и электроники в денежном выражении упал на 14% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года до 540,6 млрд рублей.

В первую очередь от падения рынка пострадали небольшие компании. Лидеры рынка, напротив, смогли даже нарастить свои доходы за счет ухода более слабых игроков. Например, выручка "М.Видео" за первые девять месяцев увеличилась на 4,6% до 130,7 млрд рублей.

Как заявили представители компании, в 2016 году они ожидают "плоского рынка, без явных перекосов в плюс или минус". При этом компания также рассчитывает продемонстрировать опережающую динамику благодаря правильной стратегии развития интернет-продаж. "Мы делаем ставку на развитие онлайн-сервисов, включая онлайн-кредитование, различные способы доставки и оплаты, и благодаря этому интернет-магазин показывает быстрый рост. До 70% всех онлайн-заказов покупатели забирают самостоятельно в ближайших розничных магазинах сети", - уточнили в компании. Всего за первые девять месяцев 2015 года выручка интернет-магазина "М.Видео" увеличилась на 36% до 13,4 млрд рублей, что составляет около 7,5% оборота всей сети.

Снижение более чем на 10% по итогам 2015 года демонстрирует и сектор товаров для дома. Возможно, падение было бы более значительным, если бы компании сектора не смогли сдержать рост цен.

На данном сегменте рынка новинки не так заметны и не являются значительным драйвером для роста. Благодаря такой особенности большинство игроков смогли собрать крупные запасы на складах, которые приобретались еще по ценам 2014 года. Однако теперь "докризисные запасы" сходят на "нет" и вопрос о повышении цен вновь стоит на повестке дня.

По мнению предпринимателей, такое изменение приведет к сокращению рынка в натуральном выражении. В денежном выражении объем рынка сохранится на уровне 2015 года благодаря постепенному росту цен. В таких условиях для поддержания прибыльности игрокам предстоит сконцентрироваться на развитии

основных конкурентных преимуществ – силе собственного бренда и эффективной работе с поставщиками. Оба преимущества необходимы для привлечения внимания двух основных категорий покупателей товаров для дома.

Сильный бренд необходим для привлечения пользователей, которые совершают небольшие, но частые покупки для повышения собственного настроения. Именно покупка элементов интерьера и товаров для дома является самым недорогим способом получения позитивных эмоций по сравнению с покупкой нового телефона или значительным обновлением гардероба.

Эффективная работа с поставщиками, наоборот, необходима для привлечения пользователей, которые совершают крупные покупки, но достаточно редко. В условиях экономии пользователи в равной степени уделяют внимание качеству товаров и ценам на них, и только благодаря работе с поставщиками розничные сети смогут добиться от них значительных скидок и одновременно следить за полнотой ассортимента. Таким образом, чем сильнее в стране разворачивается кризис, тем труднее сегодня малому и среднему бизнесу выживать на рынке. С одной стороны давят конкуренты – крупные сетевые компании, а с другой стороны заботится государство, ежегодно увеличивая налоги и административную нагрузку. При этом розничная торговля, с точки зрения властей, не относится к отраслям, которые нуждаются в субсидиях, льготных кредитах или какой-либо господдержке, хотя именно в ней и занята треть малого бизнеса России.

1.2. Анализ положения предприятия в отрасли

Индивидуальный предприниматель Мадирахимова Феруза Анваржоновна зарегистрирован 5 мая 2012 г. регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №15 по Санкт-Петербургу. Основным видом деятельности является «Торговля оптовая фруктами и овощами». ИП присвоены ИНН 784201268622 и ОГРНИП 315784700088542.

Основным видом деятельности фирмы является изготовление домашних кондитерских изделий. Российский рынок кондитерских изделий был одним из ведущих по темпам роста вплоть до 2015 года. Негативное влияние, как и на другие отрасли экономики, оказали макроэкономические факторы, ослабление курса рубля, снижение реальных доходов населения. Все это привело к снижению спроса на кондитерские изделия. В условиях, когда расходы на продукты питания составляют более 50% дохода домохозяйств, спрос на товары, не относящиеся к категории первой необходимости, значительно снижается. В первую очередь, это касается импортируемых изделий – шоколадных и мучных, стоимость которых из-за ослабления рубля возросла в несколько раз. Объем импорта всех видов кондитерских изделий упал как минимум в два раза. Импорт шоколада и продуктов, содержащих какао, упал на 27,6%. Объемы экспорта в натуральном выражении сохранились на уровне предыдущих лет, но при этом снизились в денежном выражении, опять же по причине ослабления курса национальной валюты. Ограничивающим фактором, в том числе и для экспорта, стал рост цен на основное сырье – сахар, какао-бобы, добавки и прочие ингредиенты. В некоторых сегментах, однако, наблюдается рост объемов экспорта. Например, экспорт мучных изделий вырос на 11,2% до 9,9 тыс. тонн в натуральном выражении и на 4,1% в денежном; шоколадных изделий – на 14,1% до 8,1 тыс. тонн и на 6,5% в денежном выражении. Крупным рынком для экспорта стал Китай; до 2016 года он находился на седьмом месте по закупке российских шоколадных изделий и на десятом – по закупке мучных изделий; в 2016 году он вышел на второе место по всем позициям.

Следствием произошедших на рынке изменений стало снижение потребления шоколада без добавок, различных тортов и пирожных; увеличились объемы производства мучных кондитерских изделий длительного срока хранения, карамели и шоколадных конфет. Одним из драйверов роста этого сегмента стало увеличение объемов экспорта данных видов продукции. Также на рост сегмента повлияло смещение спроса в сторону более дешевой продукции – печенья, кексов, вафель, рулетов, пряников. Их продажи выросли в натуральном выражении в 2015 году следующим образом: печенье – на 6%, пряников – на 7%, вафель – на 9%; в денежном выражении: печенье – на 21%, пряников на 24%, вафель – на 25%. Рост цен на кондитерские изделия всех видов составил в 2015 году в среднем 24%. Лидерами роста цен стали сахаристые кондитерские изделия – шоколад (+38%) и карамель (+35%). Это вызвало смещение спроса в сторону более дешевой продукции. По данным Росстата, килограмм печенья в 2016 году в среднем стоил 140 рублей, килограмм пряников – 118 рублей, а шоколада и шоколадных конфет – соответственно 752 рубля и 570 рублей.

Таким образом, на фоне кризисных явлений в отрасли ИП может испытывать значительные трудности в реализации своей продукции, что отразится на экономических показателях.

2. Анализ финансового состояния ИП

2.1. Экономическая характеристика предприятия

Основным видом деятельности фирмы ИП Мадирахимова является изготовление домашних кондитерских изделий.

Фирма изготавливает следующие статьи товаров, которые потом будут реализованы: медлвики, морковные торты, ванильные торты, шоколадные торты, наполеоны, паннакоты, канноли, кантуччини, сахарное печенье (ванильное/шоколадное/имбирное/с шоколадной крошкой), капкейки (из любого теста как торты и с различными начинками на выбор), торт "красный бархат", брауни, мусс и прочее.

Для производства своих изделий фирма закупает такие продукты, как яйца, мука, сливочное масло, подсолнечное масло, морковь, сода, разрыхлитель, какао, ванилин, молоко, сливки, сметану, сливочный сыр, шоколад, мастику, коробки для продукции, крахмал, желатин, ваниль в стручках, мед, лимон и прочее. Приведем в Таблице 1 нормы годовой потребности в основных закупаемых ресурсах и среднюю цену по рынку (цены взяты из основной информации Комитета по развитию малого и среднего бизнеса, и потребительского рынка Перми):

Таблица 1 – Определение потребности в материальных ресурсах

Наименование Объем закупок, ед. Средняя цена Стоимость, руб.

Яйца, 10 шт. 100 62,77 6277

Мука, кг. 30 39,50 1185

Масло, кг. 50 121,95 6097,5

Разрыхлитель, кг 20 124 2480

Какао, уп. 25 14,90 372,5

Молоко, л. 40 62,29 2491,6

Шоколад, 1 кг. 5 1976 9880

Крахмал, кг. 45 80 3600

Морковь, кг. 15 24,86 372,9

коробки 70 339 23730

Таким образом, общая сумма закупок материальных ресурсов составляет 56 975 рублей.

Выбор поставщика составляет важную часть функции закупок в фирме ИП Мадирахимова Ф.А и включает поиск источников снабжения и оценку возможности своей временной поставки и предоставления необходимых услуг до и после продажи. Среди основных сведений, которые могут храниться как в электронном виде, так и в книгах учета, в отделе закупок должна быть информация о действующих контрактах с поставщиками в соответствии с которыми размещаются заказы, товарная классификация закупленных изделий, реестр поставщиков. Анализ и выбор поставщика, являющиеся вопросами субъективной оценки, ведут к размещению заказа. ИП Мадирахимова Ф.А применяет простую форму оценки предложений при их анализе. Многие заказы размещаются в результате тендера, например, после ознакомления с прайс-листом или в ходе переговоров.

Поиском и выбором поставщиков на предприятии занимается непосредственно сам предприниматель. Для того, чтобы изучить поставщиков, а также их коммерческие предложения ИП Мадирахимова Ф.А составляется собственная база данных потенциальных поставщиков.

В настоящее время предприниматель закупается в магазине "Прайм декор" и "Metro" в г.Перми.

При выборе поставщика ведется их изучение положительных и отрицательных сторон его деятельности, определяются более выгодные позиции для фирмы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азаренкова Г.М. Финансы предприятия. – М.:Юнити-Дана, 2013.. Доступ через <http://uchebnikionline.com>
2. Антонов А.Ю. Управленческий анализ деятельности как основа эффективного развития предприятия // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). - 2012. - № 11. - С. 116-119.
3. Балдин К.В.. Банкротство предприятий: анализ, учёт, прогнозирование. – М.: Дашков и К, 2011. – 244 с.
4. Барчуков А.В. Система KPI в процессе контроля деятельности подразделений компании финансовой службой // Финансовый менеджмент. - 2012.- № 5. –С.57.

5. Безрукова Т.Л., Борисов А.Н., Шанин И.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организаций // Общество: политика, экономика, право. - 2013. - № 1. - С. 44-50.
6. Бутов Д.В. Диагностика предприятия с помощью финансовых коэффициентов // Справочник экономиста. - № 9. - 2011. - С. 51
7. Бушуев П. Управленческая отчетность в группе компаний: достоверная и оперативная // Финансовый директор. - № 2. - 2013. - С.121.
8. Васильева Л.С. Финансовый анализ. - М.: КноРус, 2017. - 804 с.
9. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности. - М.: Вузовский учебник, 2014. - 347 с.
10. Виноградская, Н.А. Диагностика и оптимизация финансово-экономического состояния предприятия: финансовый анализ: Практикум / Н.А. Виноградская. - М.: МИСиС, 2011. - 118 с.
11. Григорьева, Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: Учебник для магистров / Т.И. Григорьева. - М.: Юрайт, ИД Юрайт, 2013. - 462 с.
12. Ендовицкий Д.А., Щербакова М.В. Диагностический анализ финансовой несостоятельности организаций. М.: Экономистъ, 2010. - 287 стр.
13. Ефимова О.В. Анализ финансовой отчетности предприятия. - М.: Омега-Л, 2012. - 449 с.
14. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: Учебник / О.В. Ефимова. - М.: Омега-Л, 2013. - 349 с.
15. Жарковская Е.П. Финансовый анализ. - М.: Омега-А, 2011. - 325 с.
16. Жилкина, А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: Учебник / А.Н. Жилкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 332 с.
17. Казакова Н.А. Финансовый анализ// учебник и практикум. - М.: Юрайт, 2015. - 327 с.
18. Киреева, Н.В. Экономический и финансовый анализ: Учебное пособие / Н.В. Киреева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 293 с.
19. Кирьянова Э.В. Анализ финансовой отчетности. - М.: Юрайт, 2014. - 428 с.
20. Кокорев Н.А., Турчаева И.Н. Учёт и анализ банкротств. М.: КНОРУС, 2010. - 368 стр.
21. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Л.И. Кравченко. - М.: Новое знание, 2006. - 247 с.
22. Крейнина М.Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. - М.: ИКЦДИС, 2008. - 223 с.
23. Лапуста М.Г. Финансы предприятий. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 585 с.
24. Литовченко, В.П. Финансовый анализ: Учебное пособие / В.П. Литовченко. - М.: Дашков и К, 2013. - 216 с.
25. Передеряев И.И. Учёт и анализ банкротств. М.: МГИУ, 2007. - 356 стр.
26. Ровенских В.А. Бухгалтерская отчетность. - М.: Дашков и К, 2013. - 562 с.
27. Ронова Г.Н. Анализ финансовой отчетности. Доступ через <http://azbook.net/book>
28. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - Минск: Новое знание, 2010. Доступ через <http://www.bibliotekar.ru>
29. Сергеев И.В. Экономика предприятий. Доступ через <http://uchebnik.biz>
30. Турманидзе, Т.У. Финансовый анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Т.У. Турманидзе. - М.: ФиС, 2012. - 224 с.
31. Турманидзе, Т.У. Финансовый анализ: Учебник для студентов вузов / Т.У. Турманидзе. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 287 с.
32. Черненко А.Ф. Финансовое положение и эффективность использования ресурсов предприятия. - М.: Юнити-Дана, 2009. - 208 с.
33. Чуев И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. - М.: Дашков и К, 2013. - 367 с.
34. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. - М.: Инфра-М, 2013. - 208 с.
35. <http://www.finances-analysis.ru/> - анализ финансового состояния предприятия
36. <http://www.cfin.ru/> - корпоративный менеджмент
37. <http://www.audit-it.ru> - коэффициенты и анализ платежеспособности
38. <http://finance0.ru/> - расчет финансовых показателей
39. <http://economuch.com> - анализ коэффициентов ликвидности

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://studservis.ru/otchet-po-praktike/16058>