

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/407697>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Коммерция

Общая характеристика магазина бытовой химии «Хим-Топ» 3
Анализ динамики и структуры баланса магазина бытовой химии «Хим-Топ» 7
Налоги организации 15
Анализ финансовой устойчивости магазина 17
Маркетинговое исследование на тему «Изучение уровня спроса на товары (услуги) организации» 21
Анализ маркетинговых коммуникаций магазина 26
Сбытовая политика магазина 29
Основные экономические показатели работы организации 35

Объектом исследования в курсовой работе является предприятие розничной торговли бытовой химией ИП Малышева Л. Н. «Хим-Топ»

Предприятие находится в Республике Тыва г. Кызыл по адресу: ул. Оюна Курседи, 103/2. Предприятие зарегистрировано в сентябре 2011 года и функционирует на рынке уже 12 лет.

Основной вид деятельности ИП Малышева Л. Н. по ОКВЭД:

Торговля оптовая чистящими средствами (46.44.2).

Дополнительные виды деятельности:

1. Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств (20.41).
 2. Производство смазочных материалов, присадок к смазочным материалам и антифризов (20.59.4).
 3. Производство прочих химических продуктов, не включенных в другие группировки (20.59.5).
 4. Торговля оптовая туалетным и хозяйственным мылом (46.45.2).
 5. Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом (68.20.2).
- Ассортимент магазина рассчитан на небольшой сегмент потребителей и удовлетворение потребностей местного населения. Ассортиментный перечень товаров представлен в основном продуктами постоянного спроса: различные моющие средства, косметические средства, чулочно-носочные изделия, средства личной гигиены, товары для дома и т.д.

Общая площадь магазина составляет примерно 80 кв.м. Из которых: торговый зал, рассчитанный на два рабочих места, подсобное помещение для приема товаров, складское помещение. В магазине имеется уголок покупателя, на котором вывешена информация о предприятии, а также копия государственного регистрационного свидетельства, правила торговли, книга отзывов, телефоны областной торгинспекции и местного отдела защиты прав потребителей.

Высшим органом управления является индивидуальный предприниматель. Также в состав сотрудников магазина входят бухгалтер, товаровед, продавцы и технический персонал.

Персонал магазина, за исключением технических служащих, имеет высшее или среднеспециальное образование, что позволяет качественно выполнять процесс продаж. Предприниматель организует весь процесс закупки товаров и дальнейшей продажи, заключает все договоры поставки и продажи и все прочие сопутствующие операции.

Основными контрагентами магазина являются оптовики и производители бытовой химии, косметических средств, средств личной гигиены, товаров для дома и т.д. В их числе НПФ «Геникс» г. Йошкар-Ола, ул. Крылова, д. 26.

ООО «Новосибирский завод бытовой химии» г. Новосибирск, проспект Карла Маркса, 57, метро Студенческая.

Торговая Компания «Бикмарк» г. Новосибирск, улица Кирова, 113/3, метро Октябрьская.

Целевыми потребителями магазина бытовой химии являются обычно люди, которые регулярно занимаются уборкой и поддержанием чистоты в своих домах или рабочих помещениях. Это могут быть хозяйки домов, домохозяйки, семьи с детьми, студенты, а также предприятия и организации, которые нуждаются в профессиональных средствах для уборки. Потребители приобретают бытовую химию для мытья посуды, стирки белья, уборки поверхностей и т.д. Целевые потребители могут отличаться в зависимости от конкретного магазина и его ассортимента товаров.

Магазин бытовой химии «Хим-Топ» имеет хорошие перспективы для расширения в рамках торговой сети в г. Кызыл и на территории респ. Тыва. Существует ряд факторов, которые становятся предпосылками к этому:

1. Растущий спрос на продукцию. С увеличением осведомленности о гигиене и чистоте, спрос на бытовую химию в настоящее время растет. Люди становятся более осознанными и активно ищут продукты, которые обеспечивают безопасность и эффективность при очистке и уходе за домом.

2. Разнообразие продуктов бытовой химии и товаров для дома. Магазин бытовой химии может предложить широкий ассортимент продуктов, включая моющие средства, средства для ухода за одеждой, средства для дезинфекции и многое другое. Разнообразие продуктов может привлечь больше клиентов и удовлетворить разные потребности.

3. Развитие новых продуктов в производстве бытовой химии. Производители бытовой химии постоянно разрабатывают и внедряют новые продукты и технологии, которые облегчают бытовые задачи. Это позволяет магазину предлагать инновационные продукты, которые привлекают внимание и интерес потребителей.

4. Онлайн-продажи товаров для дома. Расширение магазина бытовой химии может включать развитие онлайн-продаж. В настоящее время все больше людей предпочитают делать покупки онлайн, и иметь возможность заказать продукты бытовой химии через интернет может привлечь больше клиентов и увеличить доходы.

ИП Малышева Л. Н. не имеет финансовые документы, документы планирования и другие плановые отчеты. На основе имеющихся данных, составим управленческий баланс на 2020, 2021 и 2022 г. и проведем его анализ динамики (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика управленческого баланса ИП Малышева Л. Н.

По данным анализа видно, что стоимость имущества в анализируемый период возростала за счет наращивания внеоборотных активов (основных средств) на 2 186 тыс. руб. (450,3%).

Оборотные активы снижаются на 2925 тыс. руб. за счет снижения запасов на 1481 тыс. руб., дебиторской задолженности на 713 тыс. руб. и денежных средств на 731 тыс. руб.

Капитал и резервы снижаются на 1879 тыс. руб. (97,2%) за счет снижения нераспределенной прибыли на аналогичную величину. Краткосрочные обязательства увеличиваются за счет наращивания кредиторской задолженности на 1140 тыс. руб. за 3 анализируемых года.

Рассмотрим структуру управленческого баланса (табл. 2).

По данным, представленным в таблице 2, наибольший удельный вес в структуре баланса предприятия имеют оборотные активы (95,78% в 2020 г., 85,17% в 2021 г., 80,01% в 2022 г.), преимущественно за счет запасов (68% в 2020 г., 66,8% в 2021 г., 61,04% в 2022 г.).

В пассиве баланса наибольший удельный вес имеет раздел «Капитал и резервы», преимущественно за счет нераспределенной прибыли (91,07% в 2020 г., 88,51% в 2021 г., 82,49% в 2022 г.).

Также необходимо провести анализ ликвидности и платежеспособности баланса.

Ликвидность баланса – это возможность предприятия обратить активы в наличность и погасить свои платежные обязательства. Ликвидность баланса зависит от степени соответствия величины имеющихся платежных средств величине долгосрочных долговых обязательств. Степень ликвидности определяется продолжительностью временного периода, в течение которого может быть осуществлена трансформация какого – либо актива в денежные средства.

Задача анализа ликвидности баланса в ходе анализа финансового состояния предприятия возникает в связи с необходимостью давать оценку кредитоспособности предприятия, т. е. его способности своевременно и полностью рассчитываться по всем своим обязательствам.

Баланс компании за все 3 анализируемых года не является ликвидным, так как не выполняется первое условие.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какую часть краткосрочных обязательств предприятие может погасить немедленно. Чем больше его величина, тем больше гарантия погашения долга.

Рекомендуемый стандарт 0,2 – 0,25.

Коэффициент абсолютной ликвидности компании в 2020 и 2022 годах находятся ниже рекомендуемых показателей, это говорит о том, что магазин не имеет возможности погасить свои краткосрочные обязательства немедленно.

Коэффициент среднесрочной (быстрой) ликвидности показывает платежные возможности организации при условии своевременного погашения дебиторской задолженности.

Коэффициент среднесрочной ликвидности компании значительно выше рекомендуемых, это говорит о том,

что при условии своевременного погашения дебиторской задолженности предприятие могло погасить 138% краткосрочных обязательств в 2020 году, 251% краткосрочных обязательств в 2021 году и 355% краткосрочных обязательств в 2022 году.

Коэффициент текущей ликвидности характеризует степень обеспеченности всеми оборотными активами краткосрочных обязательств организации.

Коэффициент текущей ликвидности на 1.01.2020 г. составил 1,42. Оборотные активы превышают краткосрочные обязательства в 1,42 раза.

Коэффициент текущей ликвидности на 1.01.2021 г. составил 1,51. Оборотные активы превышают краткосрочные обязательства в 1,51 раза.

Коэффициент текущей ликвидности на 1.01.2022 г. составил 1,4. Оборотные активы превышают краткосрочные обязательства в 1,4 раза.

Превышение оборотных активов в два раза над краткосрочными обязательствами обеспечивает резервный запас для компенсации убытков и создает условия для устойчивого развития производственной деятельности организации, в результате чего формируется рабочий капитал, или чистые оборотные активы. В нашем случае видно, что в организации превышение оборотных активов над краткосрочными обязательствами в полтора раза, такое положение свидетельствует о рациональном вложении средств в пополнение оборотных активов и эффективном их использовании.

Далее проведем анализ деловой активности и рентабельности магазина.

Под деловой активностью понимается эффективность использования капитала и формирование его оптимальной структуры. Оценка деловой активности включает:

Деловую активность характеризует, так называемое, золотое правило экономики:

$100\% \text{ Такт Тв Тп}$;

где:

Такт - темп роста совокупных активов;

Тв - темп роста объема продаж;

Тп - темп роста прибыли от продаж.

Первое неравенство ($100\% \text{ Такт}$) показывает, что организация наращивает свой экономический потенциал и масштабы деятельности.

Второе неравенство (Такт Тв) свидетельствует о том, что объем продаж растет быстрее экономического потенциала. Из этого можно сделать вывод о повышении эффективности использования ресурсов на предприятии.

Третье неравенство (Тв Тп) означает, что прибыль от продаж растет быстрее объема реализации продукции вследствие снижения текущих затрат.

Если данные пропорции соблюдаются, то это свидетельствует о динамичности развития организации и укреплении ее финансового состояния.

В нашем случае неравенство выглядит следующим образом:

$100\% > 82\% > 77\% > -184\%$

Не соблюдается ни одно из условий неравенства. Можно говорить о том, что объём продаж растёт медленнее экономического потенциала. Тогда нельзя говорить об устойчивом финансовом состоянии предприятия.

Затратный цикл за 2020 г. составил 54 дня, за 2021 г. — 34 дня, а за 2022 г. — 55 дней. Чем больше затратный цикл, тем больше потребность предприятия в финансировании производственного процесса и ниже уровень эффективности использования активов. В организации наблюдается рост затратного цикла, это свидетельствует о снижении эффективности использования имущества.

Чистый цикл за 2020 г. составил -72,6 дней, за 2021 г. — -59 дней, а за 2022 г. — -94 дней. Чем больше чистый цикл, тем меньше текущих активов профинансировано за счет непосредственных участников производственного процесса (тем больше текущих активов, которые профинансированы за счет внешних по отношению к производственному процессу источников финансирования - прироста собственного капитала, кредитов).

На основе проведенных расчетов сформированы следующие выводы. В течение 2020 - 2022 гг. значительно увеличились масштабы деятельности компании, об этом свидетельствует рост выручки: объем реализации продукции увеличился, составив 68,5% в сравнении с 2020 годом. Также себестоимость реализации товаров увеличилась, составив 32% от себестоимости продукции в 2021 году. В результате увеличилась разница между выручкой от реализации и себестоимостью реализованной продукции и, как следствие, увеличилась прибыль от продаж и составила 155% по отношению также к 2020 году. Проведенный анализ

свидетельствует об увеличении эффективности деятельности компании, так как за период 2020-2022 гг. произошел рост всех показателей рентабельности. В итоге проведения финансового анализа необходимо выделить, что финансовое состояние компании характеризуется платежеспособностью и абсолютной финансовой устойчивостью, а также обеспеченностью собственными финансовыми ресурсами, необходимыми для стабильного прогрессивного функционирования бизнеса, целесообразностью размещения данных ресурсов и максимальной эффективностью их использования. Сохранение существующих тенденций роста в целом всех финансовых показателей и их развитие будут способствовать дальнейшему утверждению конкурентных позиций магазина «Хим-Топ» на рынке.

-

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/407697>