

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И. В. Панасенко

подпись      инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Управление доходами и расходами предприятия мелкооптовой

тема

и розничной торговли (на примере ООО «Тамара»)

Руководитель

\_\_\_\_\_

подпись, дата      должность, ученая степень

Е. Л. Прокопьева

Выпускник

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Н. В. Санникова

Абакан 2017

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме  
Управление доходами и расходами предприятия мелкооптовой и розничной торговли (на примере ООО «Тамара»)

Консультанты по разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Е. Л. Прокопьева

Аналитическая часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т. И. Островских

Проектная часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Н. Л. Сигачева

**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**в форме бакалаврской работы**

Тема выпускной квалификационной работы Управление доходами и расходами на предприятии мелкооптовой и розничной торговли (на примере ООО Тамара).

ВКР выполнена на 88 страницах, с использованием 2 иллюстраций, 5 таблиц, 8 формул, 10 приложений, 28 использованных источников, 8 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: управление доходами (расходами), финансовая деятельность, эффективность методов, анализ финансовых результатов, разработка рекомендаций.

Автор работы      ЗС - 73

\_\_\_\_\_ Н. В. Санникова  
подпись

Руководитель работы

\_\_\_\_\_ Е. Л. Прокопьева  
подпись

Год защиты квалификационной работы - 2017

Целью бакалаврской работы является изучение теоретических основ управления доходами и расходами, и методов эффективного их использования на предприятии.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Раскрыть сущность и содержание доходов и расходов организации исследовать их основные принципы классификации.
2. На основе соизмерения доходов и расходов организации оценить фактическое состояние деятельности предприятия ООО «Тамара».
3. Выработать практические рекомендации по совершенствованию эффективности использования доходов и расходов в организации.

Актуальность: доходы и расходы указывают в системе оценки на результативность деятельности предприятия, на степень его финансового благополучия. Грамотное управление доходами и расходами – обеспечение роста рыночной стоимости организации, финансового равновесия в процессе ее развития, путем балансирования объемов поступления и расходования денежных средств и синхронизации их во времени.

В результате проведения финансового анализа была определена структура управления предприятием, установлено направление финансовой деятельности, состав документации, выявлены основные проблемы предприятия.

Были разработаны рекомендации и предложения, как малозатратных и быстрореализуемых, так и на перспективу с достаточно емкими капиталовложениями.

## SUMMARY

The theme of the paper is «The Control of the income and expenditures at the enterprise of small wholesale and retail trade (on the example of LLC (the limited liability company) "Tamara")».

The paper has 88 pages, 2 illustrations, 5 tables, 8 formulas, 10 applications, 28 references, 8 sheets of illustrative material (slides).

Keywords: control of the income (expenditures), financial activities, efficiency of methods, analysis of financial results, development of recommendations.

Author (ZS – 73)

\_\_\_\_\_  
signature

N.V. Sannikova

Supervisor

\_\_\_\_\_  
signature

E. L. Prokopyeva

Supervisor in English

\_\_\_\_\_  
signature

E. A. Nikitina

Year - 2017

The purpose of the bachelor's work is the study of theoretical bases of control of the income and expenditures, and methods of their effective use at the enterprise.

Achievement of a goal requires the decision of the following tasks:

1. To open an entity and contents of the income and expenditures of the organization to research their basic principles of classification.
2. On the basis of the comparison of the income and expenditures of the organization to estimate actual state of activities of the LLC Tamara enterprise.
3. To work out practical recommendations about enhancement of efficiency of use of the income and expenditures in the organization.

Relevance: the income and expenditures are specified in system of an assessment effectiveness of activities of the enterprise, a level of its financial wellbeing. Competent control of the income and expenditures – support of growth of market value of the organization, financial equilibrium in the course of its development, by balancing of volumes of arrival and an expenditure of money and their synchronization in time.

As a result of carrying out the financial analysis the structure of business management was defined, the direction of financial activities, composition of documentation is set, the main problems of the enterprise are revealed.

Recommendations and sentences as low-cost and fast-implementable, and on perspective with rather capacious capital investments were developed.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО

«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И.В. Панасенко

подпись    инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**ЗАДАНИЕ  
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ  
в форме бакалаврской работы**

Студенту \_\_\_\_\_ Санниковой Наталье Валерьевне \_\_\_\_\_.

фамилия, имя, отчество

Группа ЗС – 73 Направление 38.03.01 Экономика \_\_\_\_\_.

номер

код наименование

Тема выпускной квалификационной работы Управление доходами и расходами предприятия мелкооптовой и розничной торговли (на примере ООО «Тамара»

Утверждена приказом по институту № 152 от 28.02.2017 г.

Руководитель ВКР Е. Л. Прокопьева доцент кафедры «Экономика и менеджмент», кандидат экономических наук, доцент, ХТИ, г.Абакан

Исходные данные для ВКР: материалы преддипломной практики, специальная учебная литература и периодическая, нормативные документы, устав и бухгалтерская отчетность предприятия, материалы и концепция из опубликованной научной литературы.

Перечень разделов ВКР:

Теоретическая часть 1 Экономическая сущность управления доходами и расходами на предприятии.

Аналитическая часть 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Тамара».

Проектная часть 3 Разработка рекомендаций по повышению прибыли на предприятии ООО «Тамара».

Перечень иллюстративного материала (слайдов) 8

Руководитель ВКР

\_\_\_\_\_

подпись

Е. Л. Прокопьева

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_

подпись

Н. В. Санникова

« 28 » февраля 2017 г

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	6
1 Теоретическая часть. Экономическая сущность управления доходами и расходами на предприятии .....	9
1.1 Понятие и классификация доходов и расходов предприятия .....	9
1.2 Методы управления доходами и расходами .....	13
1.3 Финансовый анализ и контроль как инструмент управления доходами и расходами предприятия .....	15
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Тамара» .....	27
2.1 Характеристика предприятия .....	27
2.2 Анализ баланса .....	32
2.3 Анализ финансового состояния предприятия .....	34
2.4 Показатели эффективности .....	38
2.5 Финансовая устойчивость предприятия .....	41
2.6 Вопросы экологии .....	44
3 Проектная часть. Разработка мероприятий по повышению прибыли на предприятии ООО «Тамара» .....	46
3.1 Мероприятия по оптимизации продаж .....	46
3.2 Оценка экономической эффективности мероприятий .....	50
3.3 Прогноз роста выручки .....	52
Заключение .....	54
Список сокращений .....	56
Список использованных источников.....	57
Приложения А – Ж .....	59

## ВВЕДЕНИЕ

Современная рыночная экономика ориентирует предприятия на удовлетворение спроса и потребностей рынка, на запросы конкретных потребителей и организацию производства только тех видов продукции, которые пользуются спросом и могут принести предприятию необходимую для развития прибыль. Рынок характерен постоянным стремлением к повышению эффективности производства, предполагает свободу принятия решений теми, кто несет ответственность за конечные результаты деятельности предприятия и его подразделений; требует постоянных корректировок целей и плановых программ предприятия в зависимости от состояния рынка. Для этого нужна особая система управления, учитывающая приоритеты, специфику и менталитет России.

Успеха на рынке добиться невозможно без эффективного и целенаправленного управления всеми процессами, связанными с функционированием предприятия в рыночных условиях. Одним из таких процессов является процесс формирования доходов и расходов предприятия.

Ошибка многих российских предпринимателей заключается в недооценке ими учета и управления потоками доходов и расходов на предприятии. Именно в движении этих потоков и концентрируется, реальный результат предпринимательской активности и скрыты те возможности повышения результативности бизнеса.

В условиях рынка каждый хозяйствующий субъект выступает как обособленный товаропроизводитель, который экономически и юридически самостоятелен. Хозяйствующий субъект самостоятельно выбирает сферу бизнеса, формирует товарный ассортимент, определяет затраты, формирует цены, учитывает выручку от реализации, а следовательно, выявляет прибыль или убыток по результатам деятельности. Классификация доходов и расходов и их учет позволяет планировать прибыль и регулировать ее количество. В условиях рынка получение прибыли является непосредственной целью



производства субъекта хозяйствования. Реализация данной цели возможна, если субъект хозяйствования производит продукцию (работы, услуги), которые по своим потребительским свойствам соответствуют потребностям общества. Обществу нужны не рублевые эквиваленты, а конкретные товарно-материальные ценности.

Получение выручки за произведенную и реализованную продукцию еще не означает получение прибыли. Для выявления финансового результата необходимо выручку сопоставить с затратами на производство и реализацию.

Выручка представляет собой сумму дохода, получаемого предприятием от продажи определенного количества благ, а затраты показывают совокупность фактических расходов на осуществление уставной деятельности. Когда выручка превышает затраты, тогда финансовый результат свидетельствует о получении прибыли. При равенстве выручки и затрат удается лишь возмещать затраты – прибыль отсутствует, а следовательно, отсутствует и основа развития хозяйствующего субъекта. Когда затраты превышают выручку, субъект хозяйствования получает убытки – это область критического риска, что ставит хозяйствующего субъекта в критическое финансовое положение, не исключаящее банкротство. Убытки высвечивают ошибки, просчеты в направлениях использования средств организации производства, управления и сбыта продукции.

Прибыль отражает положительный финансовый результат. Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, снижение затрат. Это обеспечивает реализацию не только цели субъекта хозяйствования, но и цели общества – удовлетворение общественных потребностей. Прибыль сигнализирует, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти предприятия.

Прибыль представляет собой произведенный и обязательно реализованный продукт. Она создается на всех стадиях воспроизводственного

цикла, но свою специфическую форму получает на стадии реализации. Прибыль является основной формой чистого дохода наряду с акцизами и НДС.

Тему данной бакалаврской работы считаю актуальной, так как в условиях экономической и юридической самостоятельности субъект хозяйствования постоянно сталкивается с показателями доходов и расходов, образующимся в результате его функционирования, возникает необходимость постоянного соизмерения доходов и расходов с тем, чтобы определить прибыль ли убыток по результатам деятельности.

Целью бакалаврской работы является изучение теоретических основ управления доходами и расходами, и методов эффективного их использования на предприятии.

Предметом исследования является теоретико-методологические и прикладные проблемы организации управления доходами и расходами в организации.

Объектом исследования являются доходы и расходы предприятия мелкооптовой и розничной торговли ООО «Тамара».

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Раскрыть сущность и содержание доходов и расходов организации исследовать их основные принципы классификации.
2. Провести финансовый анализ доходов и расходов на предприятии.
3. На основе соизмерения доходов и расходов организации оценить фактическое состояние деятельности предприятия ООО «Тамара».
4. Выработать практические рекомендации по повышению продаж.

# ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

## 1.1 Понятие и классификация доходов и расходов предприятия

Финансовый результат деятельности предприятия формируется из двух слагаемых, основным из которых является результат, полученный от продажи продукции и товаров, поступлений связанных с выполнением работ, оказанием услуг. Другая часть – в виде доходов и расходов, непосредственно не связанных с процессом реализации.

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) или погашение обязательств, приводящие к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов собственников.

Не признаются доходами организации: суммы НДС, акцизов, налога с продаж и иных обязательных платежей, а также суммы авансов в счет оплаты продукции, задатка, суммы в погашение кредита, займа.

Доходы организации в зависимости от их характера, условия получения и направлений деятельности организации подразделяют на:

доходы от обычных видов деятельности и прочие поступления.

Доходами от обычных видов деятельности являются выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказания услуг [5].

К прочим поступлениям относятся:

Поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации.

Поступления от продажи основных средств и иных активов.

Поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций.

Проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации.

Штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договора.

Активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения.

Поступления в возмещение причиненных организации убытков.

Суммы кредиторской и дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности.

Прочие доходы.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества), или возникновения обязательств, приводящих к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников.

Расходы организации в зависимости от их характера, условий осуществления и направления деятельности организации подразделяются на расходы по обычным видам деятельности и прочие расходы.

Расходами по обычным видам деятельности являются расходы, связанные с изготовлением и продажей продукции, приобретением и продажей товаров. Таким расходами также считаются расходы, осуществление которых связано с выполнением работ, оказанием услуг.

Расходы отличные от расходов по обычным видам деятельности, считаются прочими расходами:

Расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации.

Расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов.

Расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций.

Проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов).

Штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров.

Возмещение причиненных организацией убытков.

Убытки прошлых лет, признанные в отчетном году.

Суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания.

Прочие расходы.

Если за отчетный период предприятие по обычным видам деятельности получило прибыль, то весь финансовый результат будет равен: прибыль по обычным видам деятельности плюс прочие доходы, минус прочие расходы.

Если предприятие получило убыток по обычным видам деятельности, то его финансовый результат будет равен сумме убытка по обычным видам деятельности, плюс прочие расходы, минус прочие доходы.

Величина балансовой, налогооблагаемой и чистой прибыли зависит от многочисленных факторов. Ключевым, из которых является учетная политика, применяемая на анализируемом предприятии. Закон о бухгалтерском учете и другие нормативные документы представляют право субъектам хозяйствования самостоятельно выбирать некоторые методы учета, способные существенно повлиять на формирование финансовых результатов [6].

Действующие нормативные акты допускают следующие методы регулирования прибыли субъектов хозяйствования:

1. Использование метода ускоренной амортизации по активной части основных средств также приводит к увеличению себестоимости продукции и уменьшению суммы прибыли, а, следовательно, и налогов на прибыль.

2. Применение различных методов оценки нематериальных активов и способов начисления амортизации по ним.

3. Выбор метода оценки потребленных производственных запасов.

4. Изменение порядка списания затрат по ремонту основных средств на себестоимость продукции (по фактическим затратам ил равномерными частями за счет созданного ремонтного фонда).

5. Изменение сроков погашения расходов будущих периодов, сокращение которых ведет к росту себестоимости продукции отчетного периода.

б. Изменение метода определения прибыли от реализации (по моменту отгрузки продукции или моменту ее оплаты).

Кроме того, доходы и расходы могут быть:

фактические, плановые и внеплановые;

от основной, финансовой и инвестиционной деятельности;

бюджетные и внебюджетные;

постоянные и переменные, сезонные;

сгруппированные отдельно по отделам, подразделениям, предприятиям;

общие и частные;

текущие, долгосрочные, одноразовые;

в национальной и иностранной валютах [9].

Расходы могут группироваться по статьям и элементам; быть прямыми и косвенными; элементными и комплексными; продуктивными и непродуктивными; включаемыми и не включаемыми в себестоимость, постоянными и переменными [9].

Вывод: Доходы и расходы указывают в системе оценки на результативность деятельности предприятия, на степень его финансового благополучия.

Доход – это выручка от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат. Доход после вычета налога подразделяется на фонды потребления, инвестиционный и страховой.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества), или возникновения обязательств, приводящих к уменьшению капитала этой организации.

Классификация доходов и расходов по разным признакам является одним из инструментов управления предприятием, что способствует тщательному учету производственных расходов и полученных доходов.

## **1.2 Методы управления доходами и расходами**

Метод управления является тем механизмом управления, который позволяет решать производственные задачи и составляет методологию. Метод с перевода греческого означает «путь исследования», способ достижения цели, решения задач, совокупность приемов.

Сущность экономических методов в том, чтобы через воздействие на экономические интересы сотрудников компании и других лиц, участвующих в экономической деятельности компании при помощи экономических рычагов (заработной платы, премий, прибыли, налогов, льготных цен) организовать эффективное управление производством.

Получению устойчивой прибыли, достижению окончательной цели коммерческого расчета, способствуют: ценообразование, финансирование и кредитование, издержки производства [7].

Финансово-экономическое положение подразделения зависит от степени оперативной самостоятельности организации. Руководитель несет полную материальную и административную ответственность за деятельность подразделения. Так же можно установить цены на конечную продукцию, принять меры по уменьшению затрат, ввести научные исследования, внедрить нововведения, изучить рынок.

В ценах отображаются все аспекты экономической деятельности организации. Ценообразование включает в себя, во-первых, регулирующие факторы, во-вторых – рыночную конкуренцию.

Фирмы выпускают под своим товарным знаком преЙскурант на стандартную продукцию потребительского товара массового спроса. Компании, направленные на сбыт продукции производят продажу по установленным ценам или ценам экспорта (импорта), а получение прибыли достигается за счет скидок с цен, установленного преЙскурантом.

Расчетные цены относительно стабильны. Их отличие – единый уровень на одинаковую продукцию. Наиболее известный способ установления цены –

«целевой» метод по принципу «полезных издержек», суть его в том, что цену получаем при сложении целевой нормы прибыли и издержек производства.

Финансовая политика любой фирмы отражает влияние внутренних и внешних факторов. Включает в себя все аспекты экономической деятельности – производственный, научно-технический, материально-техническое снабжение, сбыт. Она отражает выявление источников финансового ресурса и его распределения между подразделениями; распределение (перераспределение) прибыли; кредитование и финансирование подразделений; характер и структуру внутрифирменных финансовых операций.

Гибкость этой политики обусловлена приспособлением к денежному рынку, валютному курсу и налоговому законодательству.

Для определения положения компании проводится анализ ее финансового состояния: в ходе расчетов, интерпретаций и оценки финансовых показателей обнаруживаются уязвимости предприятия, для устранения которых затем разрабатывается ряд мер, а также выявляются резервы повышения эффективности производства.

Анализ может проводиться как службами предприятия, так и инвесторами, поставщиками ресурсов, контролирующими органами на основе публикуемой отчетности. В первом случае целью будет обеспечение непрерывности входящего потока финансов и дальнейшее их распределение таким образом, чтобы получить максимальную прибыль; во-вторых – поиск возможности наиболее выгодного вложения средств и исключение потерь [9].

Основные этапы процесса разработки политики управления доходами (расходами) предприятия:

Идентификация различных видов доходов (расходов) предприятия в процессе их учета.

Анализ динамики доходов (расходов) предприятия в предшествующем периоде.

Исследование и прогнозирование факторов, влияющих на формирование доходов (расходов) предприятия.



Обеспечение эффективного контроля доходов (расходов) предприятия.

Оценка результативности разработанной политики управления доходами (расходами) [10].

Вывод: Управление доходами (расходами) предприятия – это деятельность, направленная на решение финансово-хозяйственных вопросов в работе предприятия. Оперативное управление доходами (расходами) состоит из совокупности методических, организационных и технологических средств. Методы управления доходами (расходами) обеспечивают организации четкое и своевременное управление ее финансовыми ресурсами.

Методы управления доходами (расходами) предприятия – это такие инструменты, с помощью которых субъекты управления воздействуют на финансовые отношения и фонды денежных средств. В экономической литературе такие методы еще называют формами, элементами, рычагами, приемами.

К методам управления доходами (расходами) предприятия относят: идентификация различных видов доходов (расходов) предприятия в процессе их учета; анализ динамики доходов (расходов) предприятия в предшествующем периоде; исследование и прогнозирование факторов, влияющих на формирование доходов (расходов) предприятия; обеспечение эффективного контроля доходов (расходов) предприятия; оценка результативности разработанной политики управления доходами (расходами).

### **1.3 Финансовый анализ и контроль как инструмент управления доходами и расходами предприятия**

Анализ является инструментом управления. Это практически единственный инструмент оценки надежности потенциального партнера, так как в отрыве один от другого данные бухгалтерской отчетности не позволяют составить целостную картину финансового положения предприятия. Успех хозяйственной деятельности на всех ступенях управленческой иерархии

непосредственно зависит от своевременно принимаемых управленческих решений. Принять правильное управленческое решение, выявить его рациональность и эффективность можно лишь на основе предварительного экономического анализа.

В экономическом анализе нашли применение многие методы, наиболее распространенным из которых является метод сравнения. При использовании данного метода можно выявить наиболее узкие места, требующие особого внимания. Отклонения факта от плана позволяют говорить о перевыполнении последнего либо его невыполнении.

Можно также сравнивать показатели исследуемого хозяйствующего субъекта с показателями других субъектов хозяйствования отрасли, в которой работает предприятие, и увидеть, насколько оно ликвидно и конкурентно по производству данной продукции или оказанию тех или иных услуг. Сравнение с лучшими показателями, передовым опытом, новыми достижениями науки и техники позволит предприятию идти в ногу со временем и ни в чем не уступать свои конкурентам.

На основе сравнения различных финансовых коэффициентов можно узнать, насколько исследуемое предприятие в данной отрасли платежеспособно, рентабельно, прибыльно и насколько оно активно на рынке по отношению к своим конкурентам. Значение сравнительного метода экономического анализа деятельности предприятия в условиях рыночной экономики повышается, он становится для предприятия жизненно необходимым. В свою очередь результаты экономического анализа используются для совершенствования организации производства, внедрения научной организации труда и использования зарубежного опыта.

Таким образом, основным инструментом для оценки деятельности хозяйствующего субъекта является финансовый анализ, с помощью которого можно объективно оценить внутренние и внешние отношения анализируемого объекта, охарактеризовать его платежеспособность, эффективность и

доходность деятельности, перспективы развития, а по результатам оценки принять обоснованные решения [11].

Предприятия и организации представляют бухгалтерскую (финансовую) отчетность по следующим адресам:

Собственникам (участникам, учредителям) в соответствии с учредительными документами.

Государственной налоговой инспекции (налоговую отчетность по месту нахождения юридического адреса предприятия).

Другим государственным органам, на которые возложена проверка отдельных сторон деятельности предприятия и получение соответствующей отчетности. К ним относятся, например, финансовые органы, осуществляющие финансирование расходов предприятия за счет ассигнований из бюджета или бюджетных ссуд.

Органам государственной статистики для обобщения и публичного использования внешними пользователями информации [11].

Основным источником сведений для проведения обоснованного анализа финансовых результатов является Форма №1 «Бухгалтерский баланс» хозяйствующего субъекта с прилагающимися специальными формами:

Форма №2 «Отчет о финансовых результатах»;

Форма №3 «Отчет об изменениях капитала»;

Форма №4 «Отчетность о движении денежных средств»;

Форма №5 «Пояснительная записка» [1].

«Пояснительная записка» с изложением основных факторов, повлиявших в отчетном году на итоговые результаты деятельности предприятия, с оценкой его финансового состояния [11].

Далее рассмотрим основные направления анализа.

1) Анализ структуры баланса

Прежде всего, необходимо оценить итоги разделов актива и пассива баланса. Как известно, в активе баланса в обобщенном денежном выражении

показаны состояние и размещение средств организации, в пассиве – источники образования или целевое назначение этих средств.

Анализируя данные статей аналитического баланса, нужно определить, какие изменения произошли в составе средств и источников, основных групп этих средств, а также получить ответы на следующие вопросы:

В каком направлении и насколько изменились отдельные статьи баланса, какой оценки эти изменения заслуживают.

Необходимо ли проводить более углубленный анализ и за какой период.

Какие узкие места имеются в деятельности предприятия, в его обеспечении финансовыми ресурсами, в их использовании [12].

Установив конечный итог изменений в аналитическом балансе, следует определить, по каким разделам и статьям произошли наибольшие изменения. Так, снижение валютного баланса оценивается отрицательно. Рост оборотных активов с финансовой точки зрения свидетельствует об усилении мобильности имущества. Темпы роста кредиторской и дебиторской задолженности должны находиться в равновесии. Кроме того, темпы роста кредиторской задолженности должны быть ниже темпов роста объемов дебиторской задолженности. Следует также обратить внимание на наличие «больных» статей баланса (наличие убытков).

Показатель «Наличие собственного оборотного капитала» является расчетным и определяется по разнице итогов первых разделов пассива и актива аналитического баланса плюс долгосрочные обязательства. По этому показателю можно судить о величине оборотного капитала, имеющегося в долгосрочном распоряжении предприятия, в отличие от краткосрочных обязательств, которые могут быть востребованы у предприятия в любой момент времени.

Система критериев для оценки удовлетворенности структуры бухгалтерского баланса хозяйствующего субъекта определена Федеральным законом от 08.01.1998 №6-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» [3].

Согласно закону анализ и оценка структуры баланса предприятий проводятся на основе коэффициентов: текущей ликвидности, обеспеченности собственными средствами, восстановления (утраты) платежеспособности.

## 2) Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости

Несомненный интерес представляет коэффициент маневренности собственного оборотного капитала, который вычисляется как отношение собственного оборотного капитала к сумме собственного капитала и долгосрочных обязательств. Чем больше значение этого коэффициента, тем выше возможность финансового маневра у предприятия. Финансовое состояние хозяйствующих субъектов анализируется по данным бухгалтерской отчетности с расчетом ряда коэффициентов. Так, анализ платежеспособности проводится по данным аналитических таблиц, формирующих финансовые коэффициенты ликвидности и финансовой устойчивости.

Ликвидность определяет возможность или невозможность предприятия погасить свои краткосрочные обязательства. Платежеспособность предприятия шире понятия ликвидности и наряду с ним понятие финансовой устойчивости. Предприятие может иметь ликвидную структуру баланса и в тоже время быть финансово неустойчивым. На практике такие примеры встречаются довольно часто, поэтому платежеспособность предприятия необходимо определять исходя из значений коэффициентов, как ликвидности баланса, так и финансовой устойчивости. С помощью коэффициентов ликвидности определяется способность предприятия оплачивать свои краткосрочные обязательства [12].

Как правило, наиболее общий показатель ликвидности определяется как отношение мобильного (оборотного) капитала предприятия к краткосрочным обязательствам или же текущих активов к текущим пассивам. Однако не все составляющие оборотного капитала обладают одинаковой ликвидностью, то есть возможностью обращения в денежную форму. Наибольшей ликвидностью обладают денежные средства. Поскольку им нет необходимости обращаться в самих себя, то говорят, что они обладают абсолютной ликвидностью. В то же

время, например, затраты в незавершенном производстве обладают несравненно меньшей ликвидностью, так как для обращения их в денежную форму должен пройти определенный период в виде технологического цикла производства продукции, ее реализации и поступления денежных средств на счета предприятия.

Каждая часть оборотного капитала предприятия, обладает собственной ликвидностью, при отношении к сумме краткосрочных обязательств показывает, какую долю краткосрочных обязательств предприятия эта часть «проект» погасит в случае ее обращения в деньги. Такие соотношения называют коэффициентами ликвидности.

Различают следующие показатели ликвидности: общий коэффициент покрытия; текущая ликвидность; абсолютная ликвидность; срочная ликвидность; ликвидность средств в обращении; ликвидность при мобилизации (Приложение А).

Запас источников собственного капитала представляет собой запас финансовой устойчивости предприятия при условии, что его собственный капитал превышает заемный. Финансовая устойчивость хозяйствующего субъекта оценивается по соотношению собственного и заемного капитала. Коэффициенты финансовой устойчивости называются также показателями структуры капитала или показателями покрытия.

К ним относятся: уровень собственного капитала; соотношение заемного и собственного капитала; обеспечение внеоборотных активов собственным капиталом; соотношение оборотного и внеоборотного капитала; уровень чистого оборотного капитала; уровень инвестиционного капитала; уровень функционирующего капитала; показатели, определяющие банкротство (Приложение Б).

Оценка возможности восстановления (утраты) платежеспособности проводится на основании показателя, характеризующего наличие реальной возможности у предприятия восстановить (либо утратить) свою платежеспособность в течение определенного периода. Это так называемый

коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности (КЗ), который определяется как отношение расчетного коэффициента текущей ликвидности к его установленному значению:

$$KЗ_в = \frac{\frac{K1_ф + 6}{T * (K1_ф - K1_н)}}{K1_{норм}} \quad (1.1)$$

где,  $K1_ф$  - фактическое значение коэффициента текущей ликвидности  $K1$  в конце отчетного периода;

$K1_н$  - значение коэффициента текущей ликвидности в начале;

$K1_{норм}$  - нормативное значение коэффициента текущей ликвидности;

6 – период восстановления платежеспособности, мес.;

T – отчетный период, месс [14].

Значение  $KЗ_в$ , превышающее 1, свидетельствует о реальной возможности предприятия восстановить свою платежеспособность; значение, меньше 1 – о том, что у предприятия, нет реальной возможности восстановить платежеспособность в ближайшее время.

Коэффициент утраты платежеспособности определяется аналогично коэффициенту восстановления платежеспособности, с той лишь разницей, что период утраты платежеспособности составляет 3 месяца. Значение  $KЗ_у$ , превышающие 1, свидетельствует о реальной возможности предприятия не утратить свою платежеспособность; значение, меньше 1 – о том, что в ближайшее время существует опасность утратить платежеспособность [14].

### 3) Анализ деловой активности и рентабельности.

Анализ показателей деловой активности предприятия позволяет выявить, насколько эффективно предприятие использует свои средства. К показателям, характеризующим деловую активность, относят коэффициенты оборачиваемости и рентабельности.

Коэффициенты оборачиваемости имеют большое значение для оценки финансового предприятия, поскольку скорость оборота капитала (скорость обращения его в денежную форму) оказывает непосредственное влияние на платежеспособность предприятия. Кроме того, увеличение скорости оборота капитала отражает повышение технического потенциала предприятия.

Рентабельность предприятия определяется величиной прибыли, которую оно получает. Для анализа рентабельности рассчитываются две группы показателей: рентабельность капитала и рентабельность деятельности. Показатели рентабельности капитала отражают то, на сколько эффективно предприятие использует свой капитал в целях получения прибыли. Показатели рентабельности деятельности вычисляются на основании данных «Отчета о прибылях и убытках» и позволяют оценить прибыльность всех направлений деятельности предприятия [15].

#### 4) Анализ финансовых результатов деятельности предприятия.

Для объективной оценки финансового положения предприятия необходимо от отдельных учетных данных перейти к определенным ценностным соотношениям основных факторов – финансовым показателям или коэффициентам. Расчет и интерпретация их значений – функция бухгалтера-аналитика, способного ориентироваться в экономике предприятия, выявлять ее «больные» места на основе финансово-учетных данных. Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности хозяйствующего субъекта получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Обобщенно они представлены в форме №2 «Отчет о финансовых результатах». Конечный финансовый результат деятельности хозяйствующего субъекта (балансовая прибыль или убыток) представляет собой алгебраическую сумму результата (прибыли или убытка) от реализации товарной продукции (работ, услуг), результат (прибыли или убытка) от финансовой деятельности, доходов и расходов от прочих внереализационных операций:



$$\Pi_{\text{б}} = \pm \Pi_{\text{р}} \pm \Pi_{\text{ф}} \pm \Pi_{\text{вн}} \quad (1.2.)$$

где,  $\Pi_{\text{б}}$  - балансовая прибыль или убыток (прибыль или убыток ОП),  
 $\Pi_{\text{р}}$  - результат от реализации товарной продукции (работ, услуг),  
 $\Pi_{\text{ф}}$  - результат от финансовой деятельности,  
 $\Pi_{\text{вн}}$  - результат от прочих внереализационных операций [18].

Выручка от реализации продукции свидетельствует о завершении производственного цикла хозяйствующего субъекта, возврате авансированных на производство средств хозяйствующего субъекта в денежную наличность и начале нового витка в обороте средств. После вычета из выручки от реализации продукции затрат на производство получается чистый результат (прибыль или убыток) от реализации.

Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия. Наряду с абсолютной оценкой определяют относительную эффективность. Отношение балансовой стоимости имущества предприятия, капитала (основных и оборотных фондов) дает общую рентабельность. Рентабельность продаж определяется как отношение прибыли от реализации продукции к выручке от реализации.

Прибыль – важнейший показатель эффективности работы предприятия. Анализ прибыли должен охватывать как факторы ее формирования, так и распределения. При этом важны такие направления исследований, как:

Динамика показателей прибыли, обоснованность фактических данных об образовании и распределении прибыли.

Выявление и измерение влияния различных факторов на прибыль.

Оценка возможности резервов дальнейшего роста прибыли на основе оптимизации объемов производства и издержек.

В последнее время большой интерес вызывает методика анализа прибыли, которая базируется на делении производственных затрат на постоянные и переменные, а также маржинальный анализ. Указанная методика

широко используется в странах с развитой рыночной экономикой, и получила название системы «директ-костинг». С ее помощью возможно изучение зависимости прибыли от наибольшего круга факторов и на этой основе управление процессом формирования ее величины [7].

В основе данной системы лежит идея о безусловности и неизбежности осуществляемых накладных затрат в планируемом периоде, что обуславливает отношения к ним как фиксированным условно постоянным затратам периода. Следовательно, распределение косвенных затрат на производство продукции не осуществляется, и косвенные расходы периодически списываются на финансовый результат. Исчисление неполной себестоимости продукции и проведение анализа прямых расходов дает возможность получить дополнительный инструментарий для принятия управленческих решений в области безубыточности производства, ценообразования [5].

При анализе прибыли отечественными предприятиями в основном используется следующая модель:

$$П = V(Ц-С) \quad (1.3)$$

где, П – сумма прибыли,

V – объем реализованной продукции,

Ц – цена реализации единицы продукции,

С – себестоимость единицы продукции [7].

При такой постановке задачи предполагается, что все эти факторы изменяются независимо друг от друга. Прибыль прямо пропорциональна объему реализации, если реализуется рентабельная продукция. Если продукция убыточная, то прибыль обратно пропорциональна объему продаж. Однако здесь не учитывается взаимосвязь объема производства (реализации) продукции и ее себестоимость. При увеличении объема производства (реализации) себестоимость единицы продукции снижается, так как при этом обычно возрастает только сумма переменных расходов (сырье, материалы, сделанная

заработная плата рабочим), а сумма постоянных расходов (аренда, амортизация, зарплата управленческого персонала), как правило, остается без изменений. При спаде производства себестоимость изделий возрастает, поскольку на единицу продукции приходится больше постоянных расходов.

Не менее важное значение принадлежит финансовому контролю, который связан с финансовым анализом.

Концепция финансового контроля должна включать следующие блоки:

Роль и значение финансового контроля.

Модели и методы финансового контроля, экономика и статистик.

Интересы различных сторон в финансовом контроле.

Регулирование финансового контроля.

Взаимосвязь финансового контроля с другими дисциплинами.

Оценка достоверности отчетности – одна из основных задач финансового контроля. Системный подход к разработке концепции финансового контроля предполагает предварительное рассмотрение более общей системы, с которой непосредственно связан и взаимодействует финансовый контроль. Такие системы достаточно подробно описаны применительно к аудиту. В частности, входящие в них информационное звено, обеспечивающее необходимую для предприятия различных решений информацию, состоит из пяти блоков: первичный учет, бухгалтерский учет, оценка достоверности, анализ и поддержка принятия решений [18].

Оценка достоверности отражает основное поле деятельности финансового контроля. Для предприятий частного сектора естественно реализовать через внутренний контроль (аудит). Деление контроля на внутренний и внешний осуществляется по отношению к проверяемой организации и обычно не вызывает затруднений. Например, контроль со стороны руководства холдинга является внешним по отношению к дочерним компаниям, а внутренним, когда холдинг проверяется независимой аудиторской компанией. Внешний и внутренний финансовый контроль

дополняют друг друга, в то же время существенно различаясь. Чем выше качество внутреннего контроля, тем меньше затрат на внешний контроль.

К блоку – оценка достоверности налоговой отчетности имеют отношение внутренний контроль, внешний аудит и контроль со стороны налоговых органов, однако если первых двух видов контроля нередко может и не быть, то третий применительно к налоговой отчетности присутствует всегда.

Вывод: Для финансового контроля, как инфраструктурного сектора экономики, возникает проблема построения системы показателей, характеризующих его экономическое состояние, сбора необходимых для их исчисления исходных данных и анализа результатов исчисления этих показателей. Создание экономики финансового контроля следует начинать с разработки системы показателей, способной, во-первых, достаточно полно характеризовать состояние сектора и динамику его развития, во-вторых, облегчить решение конкретных злободневных задач и, в-третьих, обеспечить более или менее простое и достоверное получение таких показателей, поэтому ясно, что в число таких показателей должны войти среднегодовая численность занятых, годовая выручка и аналогичные ей показатели финансового контроля, объем услуг (прямых и сопутствующих), затраты, наличие и квалификация специалистов, показатели эффективности.

Финансовый контроль тесно связан с бухгалтерским учетом. Технологическая близость с бухгалтерским учетом связана с тем, что финансовый контроль осуществляет проверку достоверности именно бухгалтерской отчетности (или явным образом с ней связанной – налоговой).

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТАМАРА»

### 2.1 Характеристика предприятия

Торговая сеть «Командор» - динамично развивающаяся розничная компания, занимающая лидирующее положение по количеству магазинов, товарообороту в Красноярском крае, Республике Хакасия и Иркутской области.

Магазины сети открыты в 15-ти городах трех регионов Российской Федерации. Сеть развивает 4 формата розничной торговли: Гипермаркет, Супермаркет, Магазин у дома, Дискаунтер «Хороший».

На данный момент в составе сети 200 магазинов: 10 гипермаркетов, 180 супермаркетов и магазинов у дома, 10 дискаунтеров [27].

Супермаркеты «Командор» – это современные магазины смешанной формы торговли – самообслуживания и прилавочной, площадью торгового зала от 500 до 2000 м<sup>2</sup>. Супермаркеты рассчитаны на ежедневное обслуживание жителей крупных «спальных» районов. Предлагая лучшие цены на рынке в формате «Супермаркет», обеспечивает все условия для комфортной покупки у дома и по дороге домой.

Магазины у дома «Командор» – это наибольшие современные супермаркеты шаговой доступности, с площадью торгового зала от 200 до 500 м<sup>2</sup>, расположенные у Вашего дома, возле Вашей работы или места отдыха. Это формат магазинов, разработанный специально для покупателей, ограниченных во времени на покупки.

Цель компании: Быть компанией №1 в Красноярском крае, Хакасии и Иркутской области по качеству услуг, товарообороту и эффективности [27].

Качество услуг это: близость магазина к месту жительства покупателя; удобная и вместительная парковка; достаточный ассортимент; наличие уникальных позиций в ассортименте; лучшее предложение по фруктам в

городе; высокое качество всей продукции; вкусная домашняя еда от собственного производства; доброжелательное обслуживание; индивидуальное отношение к каждому клиенту (через карту Копилку); простота и скорость покупки.

Каждый магазин стремится привлечь больше покупателей и увеличить долю на рынке. Магазины функционируют в условиях жесткой конкуренции.

В конкурентной политике относительно супермаркета принимаются во внимание, прежде всего, уровень организации торговли (метод обслуживания, организации внутреннего пространства, организация уголка покупателей), уровень и культура обслуживания (скорость расчета), уровень осуществления рекламных и стимулирующих мероприятий (наличие фирменного стиля, реклама, стимулирующие мероприятия). Наличие высокой степени этих показателей является важнейшим конкурентным преимуществом.

Чем обширнее ассортиментные наборы, тем выше вероятность того, что покупатель найдет для себя оптимальный вариант закупки. Ключевым моментом в завоевании наивысшей позиции относительно многочисленных конкурентов является своевременное обновление товаров, подготовка и организация производства новых видов продукции [27].

Организационно-правовая форма:

Общество с ограниченной ответственностью

Юридический адрес:

660064, Красноярский край, город Красноярск, улица Академика Вавилова, дом №1, строение 51/1, тел.: 3912524555

Основной вид деятельности:

Мелкооптовая и розничная торговля

Структура управления предприятием представлена на рис. 1.1

Обязанности Руководителя Южного направления:

Организация работы отдельного подразделения, контроль, мотивация персонала.

Планирование и организация достижения плановых показателей по товарообороту и коммерческому доходу.

Контроль соблюдения плана продаж и плана дохода в разрезе товарных категорий.

Формирование ассортиментной матрицы в сети.

Анализ затрат на обеспечение деятельности, выявление резервов снижения себестоимости продукции.

Проведение договорной компании.

Контроль за выстраиванием логических процессов в цепочке прямых поставок, снижение затрат в процессе создания себестоимости продукта.

Организационная структура предприятия ООО «Тамара» на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 – Организационная структура предприятия ООО «Тамара»

Обязанности Директора магазина:

Достижение плановых показателей по объемам продаж, повышение эффективности продаж.

Оперативное управление коллективом, проведение мероприятий по снижению издержек.

Поддержание фирменных стандартов, обеспечение хозяйственной деятельности магазина.

Обязанности Руководителя кассовых операций:

Осуществлять контроль по своевременному и корректному ведению хозяйственных операций в бухгалтерском учете.

Осуществлять контроль за порядком оформления первичных учетных документов, соблюдения графика документооборота.

Оказывать методологическую помощь старшим кассирам [27].

Обязанности Старшего кассира:

Осуществлять операции по приему, учету и хранению денежных средств.

Отслеживать и осуществлять бесперебойную работу контрольно-кассовой техники.

Производить инкассацию денежных средств.

Своевременная подготовка кассовых отчетов.

Обязанности Руководителя Службы контроля:

Организация работы сотрудников службы контроля.

Сохранность ТМЦ за счет снижения ошибок в работе персонала.

Изучение результатов инвентаризации и проведения служебных проверок с целью сокращения недостатков ТМЦ в будущем.

Отслеживание потерь предприятия на каждом из торговых процессов с целью предотвращения потерь.

Обязанности Менеджера Службы контроля:

Сохранение товарно-материальных ценностей.

Контроль персонала и работа с покупателем.



Осуществление наблюдения за покупателями, сотрудниками, контрагентами через систему видеонаблюдения с целью предотвращения хищений и порчи ТМЦ.

Обязанности Менеджера-товароведа:

Обеспечение товарных запасов в магазине.

Анализ продаж, формирование заявок поставщикам.

Контроль товарных остатков, списаний.

Комплектация сертификатов [27].

Обязанности Кладовщика-оператора:

Осуществляет прием на склад, взвешивание, хранение и выдачу со склада ТМЦ.

Проверяет соответствия принимаемых ценностей сопроводительным документам.

Руководит работой по погрузке, выгрузке грузов и размещению их внутри склада.

Участвует в проведении инвентаризации товарно-материальных ценностей.

Ведет учет складских операций.

Обязанности Администратора:

Внедрение мероприятий по увеличению товарооборота.

Работа с первичной документацией.

Списание товара.

Решение нестандартных ситуаций в торговом зале.

Работа с персоналом.

Обязанности Оператора торгового зала:

Производить выкладку товара.

Консультировать покупателей.

Поддерживать чистоту и порядок на отделе.

Работать на кассе [27].

Отслеживать сроки годности на товар.

Контролировать остатки товара в торговом зале.

Обязанности Грузчика:

Погрузочно-разгрузочные работы.

Выкладка товаров в складе и торговом зале.

Работа на кассе.

Обязанности Фасовщика:

Фасовка ассортимента товаров.

Выкладка товаров.

Работа на кассе [27].

## **2.2 Анализ баланса**

Предварительная оценка финансового положения предприятия осуществляется на основании форм «Бухгалтерский баланс», «Отчет о финансовых результатах», а также приложения к балансу предприятия: «Отчет об изменениях капитала», «Отчетность о движении денежных средств», «Пояснительная записка» [21].

На этом этапе анализа составляется изначальное представление о деятельности предприятия, выявляются изменения в составе имущества и их источниках, устанавливаются связи между показателями.

Для этого необходимо определить отношение отдельных статей пассива и актива баланса, а так же их удельный вес по отношению к валюте баланса. Рассчитать суммы отклонений главных статей баланса по сравнению с предшествующим годом.

Общая сумма изменения баланса делится на части, так как это позволяет сделать предварительные выводы о характере изменений в составе активов, источниках их формирования и их взаимной обусловленности.

Для того что бы было удобнее проводить анализ можно использовать аналитический баланс, который формируется путем сложения однородных по

своему составу элементов балансовых статей в необходимых разрезах (недвижимое имущество, текущие активы) как это показано в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Аналитический баланс ООО «Гамара»

Показатели	2015 г, тыс. руб.	2016 г, тыс. руб.	Изменения тыс. руб	Изменение %
1	2	3	4	5
1. I Внеоборотные активы	118998,0	121060,0	+2062,0	+1,7
2. Основные средства	78874,0	85498,0	+6624,0	+8,4
3. Финансовые вложения	13977,0	12020,0	-1957,0	-14
4. Отложенные налоговые активы	5335,0	-	-5335,0	-100,0
5. Прочие внеоборотные активы	13895,0	10683,0	-3212,0	-23,1
6. II Оборотные активы	49783,0	40073,0	-9710,0	-19,5
7. Запасы	14644,0	16833,0	+2189,0	+14,9
8. Налог на добавленную стоимость	1549,0	1822,0	+273,0	+17,6
9. Дебиторская задолженность	23903,0	16851,0	-7052,0	-29,5
10. Финансовые вложения	1941,0	703,0	-1238,0	-63,8
11. Денежные средства	7746,0	3864,0	-3882,0	-50,1
12. III Капитал и резервы	-76,0	-43309,0	-43233,0	-
13. Уставный капитал	11421,0	11421,0	0,0	-
14. Переоценка внеоборотных активов	27971,0	27114,0	-857,0	-3,1
15. Добавочный капитал	15311,0	15311,0	0,0	-
16. Резервный капитал	571,0	571,0	0,0	-
17. Нераспределенная прибыль	-55350,0	-97726,0	-42376,0	-
18. IV Долгосрочные обязательства	81969,0	91755,0	+9786,0	+11,9
19. Заемные средства	70763,0	85140,0	+14377,0	+20,3
20. Отложенные налоговые обязательства	-	3630,0	+3630,0	-
21. Прочие долгосрочные обязательства	10512,0	2469,0	-8043,0	-76,5
22. V Краткосрочные обязательства	86888,0	112687,0	+25799,0	+29,7
23. Заемные средства	35320,0	41485,0	+6165,0	+17,5
24. Кредиторская задолженность	47677,0	67257,0	+19580,0	+41,1
25. Доходы будущих периодов	197,0	193,0	-4,0	-2,0
26. БАЛАНС	168781,0	161133,0	-7648,0	-4,5

Вывод к таблице 2.1: Можно сказать, что в 2016 году активы предприятия уменьшились на 7648 тыс. руб., в том числе за счет уменьшения оборотных активов на 9710 тыс. руб. Увеличилась доля внеоборотных средств, которые выросли на 2062 тыс. руб., если рассматривать показатель относительно валюты баланса, то внеоборотные активы возросли до 75% в 2016 году. В пассиве баланса мы можем увидеть сильный рост заемного капитала, как за счет долгосрочных обязательств, так и краткосрочных, это достаточно большой риск. Также можно заметить значительное уменьшение доли нераспределенной прибыли в 2016 году. Показатель уменьшился на 42376 тыс. руб., в структуре баланса показатель упал в 2 раза по сравнению с 2015 годом. Снижение доли нераспределенной прибыли свидетельствует о падении активности предприятия.

### **2.3 Анализ финансового состояния предприятия ООО «Тамара»**

Ликвидность (текущая платежеспособность) – одна из важнейших характеристик финансового состояния организации, определяющая возможность своевременно оплачивать счета и фактически является одним из показателей банкротства. Результаты анализа ликвидности важны с точки зрения как внутренних, так и внешних пользователей информации об организации. Ликвидность баланса выражается в степени покрытия обязательств организации его активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств. Ликвидность баланса достигается путем установления равенства между обязательствами организации и его активами [22].

Оценка платежеспособности предприятия необходима для того, чтобы понять может ли предприятие рассчитываться по своим долгосрочным обязательствам. Анализ платежеспособности производится при помощи финансовых коэффициентов, характеризующих ликвидность предприятия.

Предприятие считается ликвидным, если, реализуя текущие активы, оно может оплатить свои краткосрочные обязательства.

Для проведения предварительной оценки ликвидности необходимы данные бухгалтерского баланса. Обязательства группируются по степени их срочности.

Например, наиболее срочные обязательства организации (оплатить которые надо в текущем месяце) соотносятся с величиной активов, которые обладают наивысшей ликвидностью (легко реализуемые ценные бумаги, денежные средства). При этом часть обязательств, которые остаются непокрытыми, должны быть уравновешены наименее ликвидными активами – дебиторской задолженностью и легкорезализуемыми запасами товарно-материальных ценностей. Рассмотрим показатели ликвидности в таблице 3.1.

Таблица 2.2 – Анализ показателей ликвидности ООО «Тамара»

Показатели	Значение			Изменение		Нормативное ограничение
	2014	2015	2016	2015	2016	
1	2	3	4	5	6	7
Общий показатель ликвидности	0,8656	0,6178	0,733	-0,248	0,115	не менее 1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,6659	0,3401	0,5096	-0,326	0,17	0,2 и более. Допустимое значение 0,1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,7383	0,3608	0,5793	-0,378	0,219	0,2 и более
Коэффициент срочной ликвидности	2,0415	1,2935	1,2339	-0,748	-0,0596	не менее 1. Допустимое значение 0,7-0,8
Коэффициент текущей ликвидности	2,5957	1,817	1,7153	-0,779	-0,102	не менее 2,0

Окончание таблицы 3.1

1	2	3	4	5	6	7
Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия)	0,9918	0,737	0,7755	-0,255	0,0385	1 и более. Оптимальное не менее 2,0

Соответствующим норме оказался коэффициент абсолютной ликвидности (0,5096 при норме 0,2). За рассматриваемый период коэффициент вырос на 0,17. Соответствующим норме оказался коэффициент быстрой ликвидности (1,2339 при норме 1).

Таким образом, если организация получит деньги от дебиторов, то на конец периода она сможет расплатиться по все своим долгам. За рассматриваемый период коэффициент снизился на 0,0596.

Коэффициент текущей ликвидности в отчетном периоде находится ниже нормативного значения 2, что говорит о том, что предприятие не в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. Вместе с тем, показатель все же находится на уровне, превышающем единицу, что указывает на то, что в течение операционного цикла организация имеет возможность погасить свои краткосрочные обязательства. За рассматриваемый период коэффициент снизился на 0,102.

Поскольку коэффициент текущей ликвидности за 2016 оказался ниже нормы ( $1,817 < 2$ ), то необходимо рассчитывать коэффициент восстановления платежеспособности.

$$K_{\text{вост.платеж.}} = \frac{\frac{K_{\text{ТЛКп}} + 6}{T * (K_{\text{ТЛКп}} - K_{\text{ТЛНп}})}}{2} \quad (2.1)$$

$$K_{\text{вост.платеж.}} = \frac{\frac{1,817 + 6}{12 * (1,817 - 2,5957)}}{2} = 0,7$$

На конец анализируемого периода значение показателя меньше 1, что говорит о том, что предприятие не сможет восстановить свою платежеспособность. Поскольку коэффициент текущей ликвидности за 2016 год оказался ниже нормы ( $1,7153 < 2$ ), то необходимо рассчитывать коэффициент восстановления платежеспособности.

$$K_{\text{вост.платеж.}} = \frac{\frac{1,7153+6}{12*(1,7153-1,817)}}{2} = 0,8$$

На конец анализируемого периода значение показателя меньше 1, что говорит о том, что предприятие не сможет восстановить свою платежеспособность в ближайшие шесть месяцев.

Платежеспособность – это готовность организации погасить долги в случае одновременного предъявления требований о платежах со стороны всех кредиторов. Поскольку в процессе анализа изучается текущая и перспективная платежеспособность, текущая платежеспособность за анализируемый период может быть определена путем сопоставления наиболее ликвидных средств и быстро реализуемых активов с наиболее срочными и краткосрочными обязательствами [26].

Текущая платежеспособность считается нормальной, если соблюдается условие,  $A1 + A2 \geq П1 + П2$  и это свидетельствует о платежеспособности (неплатежеспособности) на ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени.

Текущая платежеспособность за 2014

$$71727+148189 \geq 97154+10568$$

На конец анализируемого периода организация платежеспособна, платежный излишек составил 112194 тыс. руб. ( $219916 - 107722$ ), на конец периода возможности превышают обязательства организации в 2 раза.

Текущая платежеспособность за 2015

$$37187+104236 \geq 103062+6275$$

На конец анализируемого периода организация платежеспособна, платежный излишек составил 32086 тыс. руб. (141423 - 109337), на конец периода возможности превышают обязательства организации в 1.3 раза.

Текущая платежеспособность за 2016

$$51021+72518 \geq 88075+12047$$

Вывод: На конец анализируемого периода организация платежеспособна, платежный излишек составил 23417 тыс. руб. (123539 - 100122), на конец периода возможности превышают обязательства организации в 1,2 раза. В целом по всем рассматриваемым периодам предприятие всегда оказывалось платежеспособным.

К положительным признакам можно отнести тот факт, что оборотные активы ООО «Тамара» превышают краткосрочные обязательства, что свидетельствует о способности погасить задолженность перед кредиторами.

#### **2.4 Показатели эффективности**

Эффективность развития предприятия отражают показатели: выручка, прибыль, деловая активность и рентабельность.

Экономическая эффективность – это результат, который можно получить, соизмерив показатели доходности производства по отношению к общим затратам и использованным ресурсам. Если первый показатель выше по сравнению со второй составляющей, значит, цели достигнута, все потребности удовлетворены. Если ситуация наоборот, значит, экономического эффекта не наблюдается и предприятие несет убытки. Суть экономической эффективности состоит в том, чтобы из доступных предприятию ресурсов получать больше результатов производства, окупив затраты на приобретение ресурсов.

Выполним расчет и дадим оценку показателям выручи и прибыли. Данные расчетов отобразим в таблице 2.3.



Таблица 2.3 – Показатели прибыли предприятия ООО «Тамара»

Показатели	2015 тыс.руб.	2016 тыс.руб.	Изменения тыс.руб.	Темпы роста %
1	2	3	4	5
1. Выручка	238004,0	151280,0	-86724,0	63,56
2. Расходы по обычным видам деятельности	286685,0	189607,0	-97078,0	66,14
3. Прибыль (убыток) от продаж	-48681,0	-38327,0	10354,0	78,73
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	62298,0	71983,0	9685,0	115,55
5. Прибыль до уплаты процентов и налогов	13617,0	33656,0	20039,0	247,16
6. Проценты к уплате	23114,0	24019,0	905,0	103,92
7. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее	2845,0	1566,0	-1279,0	55,04
8. Чистая прибыль (убыток)	-6652,0	11203,0	17855,0	-168,42
9. Изменение за период нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) по данным бухгалтерского баланса	-12342,0	7962,0	20304,0	-64,51

Выручка за анализируемый период упала на 36.44 %. Прибыль от основной деятельности предприятия повысилась на 21.27 %, что является позитивным фактором. Сравнив темп роста выручки и себестоимости  $63.56 < 66.14$ , можно сказать, что деятельность предприятия неэффективна.

Считается, что организация работала в отчетном периоде эффективно, если выполняется условие

$$T_{рА} < T_{рв} < T_{рп}, \quad (2.2)$$

где,  $T_{рА}$  – темп роста активов  
 $T_{рв}$  – темп роста выручки,  
 $T_{рп}$  – темп роста прибыли.

Тра (2016) = 88,69%

Трв (2016) = 63,56%

Трп (2016) = -168,42%

Это означает, что активы опережают в своем росте выручку, что свидетельствует о замедлении оборачиваемости средств организации. Прибыль возросла не так значительно как выручка. Таким образом, за данный период, соотношение не выполняется.

Рентабельность продаж — коэффициент рентабельности, который показывает долю прибыли в каждом заработанном рубле. Обычно рассчитывается как отношение чистой прибыли (прибыли после налогообложения) за определённый период к выраженному в денежных средствах объёму продаж за тот же период. Формула рентабельности:

Рентабельность продаж = Чистая прибыль : Выручка

Рентабельность продаж является индикатором ценовой политики компании и её способности контролировать издержки. Различия в конкурентных стратегиях и продуктовых линейках вызывают значительное разнообразие значений рентабельности продаж в различных компаниях. Часто используется для оценки операционной эффективности компаний.

Выполним расчет и сравнительную оценку показателей рентабельности, характеризующих эффективность использования ресурсов предприятия

Данные расчетов поместим в таблицу 2.4.

Таблица 2.4 – Показатели, характеризующие рентабельность использования вложенного капитала

Показатели	Значение		Изменение	Нормативное ограничение
	2015	2016		
1	2	3	4	5
1. Рентабельность собственного капитала	-7,26	12,53	19,79	Нормальное значение: не менее 16%
2. Рентабельность чистого капитала	106,72	95,59	-11,13	
3. Рентабельность активов	-1,81	3,35	5,16	Нормальное значение: 9% и более

#### Окончание таблицы 2.4

1	2	3	4	5
4. Прибыль на инвестированный капитал	5,27	14,63	9,36	
5. Рентабельность производственных фондов	-47,3	-45,07	2,23	
6. Фондоотдача, коэфф.	5,35	4,68	-0,67	Положительная динамика

Вывод: В отчетном году у предприятия имеется убыток от продаж в размере 38327 тыс. руб. Каждый рубль собственного капитала организации принес 12,53 руб. чистой прибыли. Значение рентабельности активов свидетельствует о низкой эффективности использования имущества. Фондоотдача показывает эффективность использования средств организации. Фондоотдача уменьшилась на 0,67 руб. и составила 4,68 руб., то есть возросла сумма амортизационных отчислений, приходящихся на один рубль объема продаж, и, следовательно, упала доля прибыли в цене товара.

В отчетном году у предприятия имеется убыток от продаж в размере 38327 тыс. руб. Выручка за анализируемый период упала на 36.44 %. Прибыль от основной деятельности предприятия повысилась на 21.27 %, что является позитивным фактором. Сравнив темп роста выручки и себестоимости  $63.56 < 66.14$ , можно сказать, что деятельность предприятия неэффективна.

#### 2.5 Финансовая устойчивость предприятия

Финансовая устойчивость организации – это такое состояние ее финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие организации на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого риска. Финансовая устойчивость определяется на основе соотношения разных видов источников финансирования и его соответствия составу активов. Знание предельных границ изменения источников средств для покрытия вложений капитала в основные средства или производственные

запасы позволяет генерировать такие направления хозяйственных операций, которые ведут к улучшению финансового состояния организации, к повышению ее устойчивости. Финансовая устойчивость оценивается с помощью абсолютных и относительных показателей [26].

Абсолютные показатели финансовой устойчивости - это показатели, характеризующие состояние запасов и обеспеченность их источниками формирования.

О достаточно устойчивом финансовом состоянии ООО «Тамара» свидетельствует тот факт, что на конец периода коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами составил 0,5435, то есть 54,4 % собственных средств организации направлено на пополнение оборотных активов.

Коэффициент обеспеченности запасов источниками собственных оборотных средств выше нормативного значения, то есть организация не зависит от заемных источников средств при формировании своих оборотных активов.

Необходимо проследить динамику составляющих коэффициентов, которая позволит определить, за счет чего растет коэффициент – за счет изменения состояния источников покрытия или самих запасов. Стоимость оборотных средств уменьшилась в 0,8 раз (48198 : 57241). Организация не сумела покрыть такой объем запасов собственными оборотными средствами, так как они снизились за этот период в 0,8 раза (71471 : 89103).

Для комплексной оценки применим обобщающий коэффициент финансовой устойчивости (ФУ):

$$\text{ФУ} = \frac{1+2\text{КД}+\text{КА}+1}{\text{К}_{\text{зс}}+\text{КР}+\text{КП}} \quad (2.3)$$

$$\Delta = -0,332 : 4,7959 = -0,0692 \quad (2.4)$$

Таблица 2.5 – Коэффициенты финансовой устойчивости предприятия

Показатели	Значение			Изменение		Нормативное ограничение
	2014	2015	2016	2015	2016	
1	2	3	4	5	6	7
1. Коэффициент обеспеченности запасов источниками собственных оборотных средств	2,876	1,5566	1,4829	-1,319	-0,0737	более 1. Оптимально 0,6 – 0,8
2. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (коэффициент финансового левериджа)	2,8816	3,1519	2,3713	0,27	-0,781	меньше 1; отрицательная динамика
3. Индекс постоянного актива	1,0216	1,827	1,5312	0,805	-0,296	менее 1
4. Коэффициент реальной стоимости имущества	0,1343	0,1069	0,0848	-0,0274	-0,0221	
5. Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	0,6403	0,6519	0,5649	0,0116	-0,087	
6. Коэффициент финансовой устойчивости	0,7161	0,6918	0,6818	-0,0243	-0,01	0,8-0,9
7. Коэффициент концентрации заемного капитала	0,7424	0,7591	0,7034	0,0167	-0,0557	0,5 и менее
8. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,3496	0,4301	0,5435	0,0805	0,113	0,1 и более
9. Обобщ. коэффициент финансовой устойчивости	4,0411	4,7959	4,4641	0,755	-0,332	

Уровень финансовой устойчивости в ООО «Тамара» снижен на 6,92%.

Вывод: Анализ финансовой устойчивости показывает, насколько сильную зависимость организация испытывает от заемных средств, насколько свободно она может маневрировать собственным капиталом, без риска выплаты лишних процентов за просрочку платежа, либо неполную выплату кредиторской задолженности вовремя.

На конец анализируемого периода организация платежеспособна, платежный излишек составил 23417 тыс. руб. (123539 - 100122), на конец периода возможности превышают обязательства организации в 1.2 раза. В целом по всем рассматриваемым периодам предприятие всегда оказывалось платежеспособным.

## **2.6 Вопросы экологии**

На данный момент бизнес неразрывно связан с социальными и экологическими вопросами и перед руководителями встают новые задачи. Одной из таких задач для предприятия ООО «Тамара» является решение вопроса о том, как совместить снижение негативного воздействия на окружающую среду и экономическую выгоду.

Потребление электроэнергии. В магазине должно минимизироваться потребление электроэнергии, например, за счёт выключения освещения в нерабочее время (за исключением аварийного), максимального использования естественного освещения, установления датчиков движения в служебных помещениях, использования энергоэффективного электрооборудования и накопительных аккумуляторных систем бесперебойного питания.

Водопотребление. В магазине должен вестись регулярный учёт потребления воды, в системе водоснабжения всё оборудование должно быть исправно; для водонагрева приветствуется использование солнечной энергии и тепловых насосов.

Температурный и воздушный режимы помещения. Например, стандартом устанавливаются нижнее значение для температуры в помещении летом и высшее значение для температуры зимой.

Отходы. Одно из самых важных требований – это организация системы отдельного сбора мусора и последующего вывоза его на переработку, а также сбор и безопасная утилизация опасных отходов, таких как аккумуляторы, батарейки и ртутные лампы. В то время как во всем мире одним из наиболее

важных аспектов воздействия на окружающую среду является энергопотребление, в России приоритетной проблемой стоит считать именно образование отходов. На предприятиях розничной торговли могут образовываться отходы всех пяти классов опасности, установленных приказом Министерства природных ресурсов РФ.

Ассортимент товаров. В ассортименте экологически ответственных магазинов в разных группах товаров должны быть представлены экологически дружелюбные товары. Это могут быть экосертифицированные товары, продукция из вторичного сырья, энергоэффективная техника, продукты местного производства.

Упаковочные материалы. На предприятии розничной торговли в качестве альтернативы одноразовым пластиковым пакетам и упаковке должны использоваться экологически предпочтительные виды упаковки, например, многоразовые сумки для покупок на кассе, возвратная тара, пакеты с содержанием вторичного сырья или пакеты из биополимеров, разлагающиеся в окружающей среде на органические соединения.

Вывод: Руководством предприятия должны быть назначены сотрудники, которые будут отвечать за экологический менеджмент на предприятии ООО «Тамара». Уделяет большое внимание работе с покупателями, информируя их об экологической политике компании и стимулируя их снижать своё негативное воздействие на окружающую среду.

## **ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ТАМАРА»**

### **3.1. Мероприятия по оптимизации продаж**

Во второй аналитической главе проведен анализ доходов и расходов ООО «Тамара». Результатом работы явилось углубленное изучение всех финансовых результатов организации за последние три года. В 2016 году положение ООО «Тамара» изменилось в сторону ухудшения финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Упала выручка от реализации продукции и услуг, организация получила убыток 1070 тыс. руб. Одним из объяснений такого спада является потеря части покупателей из-за открывшегося в соседнем строении нового магазина «Смешные цены». Так же значительно снизились расходы на рекламу: в 2015 году они составляли 12,6 % от управленческих расходов, а в 2016 году всего лишь 3,3 %.

При определении политики ценообразования менеджеры торгового отдела на предприятии ООО «Тамара» запланировали добиться увеличения дохода с помощью иных маркетинговых инструментов, нежели инструментами ценообразования, таких как уменьшение себестоимости товаров, внедрение ноу-хау (экспресс - кассы, кассы самообслуживания), проведение акций на некоторые товары, накопительные скидки по дисконтным картам покупателя, обновить базу поставщиков и расширить ассортимент товаров.

Чтобы магазин продавал больше, можно сделать всего лишь две вещи:

1. Продавать большему количеству людей, то есть увеличить поток.
2. Продавать на большую сумму, то есть повысить средний чек.

Каким образом сделать число покупок больше, чем в предыдущем, отчетном периоде?

Можно привлечь в магазин большее количество людей. По статистике розницы как минимум из 10 зашедших уже 1 то точно купит. Во многих магазинах эта статистика больше. Значит, если в магазин будет заходить 50 человек, то и число покупок будет 5.



Схему стратегий повышения оборотов магазина изображена на рисунке 3.1.



Рисунок 3.1 – Схема стратегий повышения оборотов магазина

Для увеличения проходимости магазина можно использовать:

1. Размещать рекламные материалы, призванные остановить человека и направить в магазин. Этот рекламный материал призван заставить человека вспомнить о существовании магазина и зайти в него.

2. Давать рекламу информационно-стимулирующего характера. Мы можем рассказывать о своем магазине по подходящему каналу ТВ, радио, в интернете.

3. Кросс – мероприятия. Ключевая идея совместного мероприятия – привлечение нового потока клиентов в магазин от своих партнеров. Например, в магазине скидка на акционный товар для клиентов Сбербанка.

4. Размещать рекламные носители в почтовые ящики людей, живущих неподалеку, в соседних домах с магазином.

Можно пойти по пути увеличения количества, то есть частоты покупок текущих клиентов. В данном блоке есть два ключевых направления работы:

а) Повышение частоты покупок вашей аудиторией

б) Повышение конверсии магазина

Для повышения частоты покупок прежней аудиторией необходимо проработать клиентскую базу магазина. Такая база делится на покупателей, которые покупают наши товары максимально часто; основную массу и «балласт».

Первый тип – это активные и лояльные покупатели. Наш магазин у них «первый в списке» при появлении потребности. Это означает, что когда покупателю понадобится купить, к примеру, свежесдобитый хлеб, он пойдет сначала в наш магазин, а потом, если не обнаружит любимый хлеб, уже во все остальные. Это самые любимые клиенты. Доля таких покупателей – 40 % от общей аудитории.

Второй тип – основная масса, покупает у нас от случая к случаю, и может «изменить» магазину в зависимости от ассортимента, ценового положения и удобства покупки. Например, если покупателю понадобится качественное вино, то он сначала сходит в другой магазин, где сейчас распродажа, а потом дойдет и до нас.

Третий тип – это люди, которые покупают у нас редко, случайно. Это приезжие, либо не наша целевая аудитория, зашедшая после покупки автомобиля.

Для увеличения частоты покупок основной массы покупателей мы можем использовать программу лояльности и разовые акции. Программа лояльности – это система мероприятий, направленных на удержание и поощрение покупателей. Зачем? За тем, что удерживать покупателей дешевле, чем привлекать новых. Существует еще одна закономерность – 20 % покупателей приносят 80 % прибыли. Этим покупателей можно стимулировать приходить еще чаще и покупать еще больше.

Наша программа должна решать несколько задач:

1. Стимулирование постоянных обращений клиентов.
2. Увеличение частоты и суммы покупок.

3. Формирование информационной базы о клиенте.
4. Формирование положительного образа компании в глазах клиента.
5. Привлечение новых клиентов.

Рекомендуется использовать механизмы накопительных скидок либо бонусов, с возможностью оплаты покупки накопленными бонусами, с несколькими уровнями участия и возможностью точечного поощрения. Например, существуют три уровня бонусных карт (3-5-7 % от покупки на счет), с возможностью оплатить до 50 % покупки бонусами, и возможностью получения дополнительных бонусов за покупку более 3-х позиций.

Рассмотрим второй способ увеличить число покупок – повышение конверсии магазина. Конверсия – это отношение купивших к зашедшим, то есть количество чеков к количеству посетителей магазина. Существует здравая мысль, что конверсия должна стремиться к 100 %, но даже и показатель а 50 % будет для многих магазинов вполне приемлемым.

Важно понимать, почему конверсия может быть низкой? Чаще всего причины две: плохой мерчандайзинг и неэффективная работа продавцов.

Ошибки в мерчандайзинге – это непонятная или недопустимая выкладка товара. Когда покупатель не может понять логику размещения товара, найти нужную позицию самостоятельно, попробовать, примерить, пощупать товар.

Неэффективность продавцов заключается либо в неумении начинать диалог с потоком покупателей – и поток уходит, не купив; либо в неумении довести продажу до кассы – оставив покупателя без ответа на заданный вопрос. Здесь можно помочь обучением продавцов, желательно в торговом зале с реальными покупателями и выдачей им инструкций (фирменных стандартов в торговом зале и памяток по алгоритму покупателя) с прописанными фразами.

Но можно решить задачу увеличения продаж принципиально иным путем. Можно остановить покупательский поток на текущем уровне и работать над увеличением суммы покупок. Сумму чека можно увеличить, либо продавая больше штук, либо, продавая более дорогие в линейке товары.

Самый простой путь – увеличивать количество купленного товара. На эту задачу в менчандайзинге работают: дублирование ходового товара в дополнительной выкладке, размещение мелкого товара в кассовой зоне.

Чтобы продавцы расширяли чек, их надо учить этому и поощрять за нужное поведение. На первый план выходят памятки с алгоритмом – что и как предлагать. В мотивации – внутренние конкурсы и акции. Так же продавцы вполне способны предлагать и продавать в первую очередь наиболее престижный (дорогой) товар в линейке аналогов. Позиции можно расположить по цене, от большей к меньшей. Все обычно упирается в умение продавца связано и красиво пояснить разницу в цене, так называемую добавочную стоимость товара. Добавочная стоимость товара – это дополнительные выгоды, за которые покупатель готов переплатить. Их надо найти и прокомментировать. Здесь так же потребуются работа с персоналом, например, мини-тренинги по презентации дорогого товара по утрам.

Вывод: При определении политики ценообразования менеджеры торгового отдела на предприятии ООО «Тамара» запланировали добиться увеличения дохода с помощью иных маркетинговых инструментов, нежели инструментами ценообразования, таких как уменьшение себестоимости товаров, внедрение ноу-хау (экспресс-кассы, кассы самообслуживания), проведение акций на некоторые товары, накопительные скидки по дисконтным картам покупателя, обновить базу поставщиков и расширить ассортимент товаров.

### **3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий**

Ценовые промо акции являются самым распространенным видом промо активности, так как просты и низкзатратны в применении, требуют минимального привлечения дополнительного персонала и минимальных временных ресурсов на подготовку.

Экономическую эффективность маркетинговых мероприятий чаще всего определяют путем измерения ее влияния на развитие товарооборота. Чтобы выявить в какой степени разработка маркетинговых мероприятий повлияла на рост товарооборота, анализируют оперативные и бухгалтерские данные.

Дополнительный товарооборот под воздействием маркетинговых мероприятий определяется по формуле:

$$T_d = \frac{T_c * П * Д}{100\%} \quad (3.1)$$

где,

$T_c$  – средневзвешенный товарооборот до маркетинговых мероприятий, тыс. руб. /дн

$П$  – прирост средневзвешенного товарооборота за период внедрения маркетинговых мероприятий и после них, %

$Д$  – количество дней учета товарооборота в период внедрения маркетинговых мероприятий и после внедрения, дн

Средневзвешенный товарооборот до маркетинговых мероприятий равен:

$$T_c = 9791862 \text{ тыс. руб.} : 365 \text{ дн} = 2682,7 \text{ тыс. руб. / дн}$$

Прирост средневзвешенного товарооборота за период внедрения маркетинговых мероприятий равен 20 % . Количество дней учета товарооборота равно 180 дней.

$$T_d = \frac{2682,7 * 20\% * 180}{100\%} = 96577,2 \text{ тыс. руб.}$$

Об экономической эффективности маркетинговых мероприятий можно судить по тому экономическому результату, который был достигнут от внедрения.

Экономический результат определяется соотношением между прибылью от дополнительного товарооборота, полученного под воздействием маркетинговых мероприятий и расходами на них.

Для расчета экономического эффекта можно использовать следующую формулу:

$$\mathcal{E} = \frac{T_d * H_T}{100\% - (Z_p + P_d)} \quad (3.2)$$

где,  $T_d$  - дополнительный товарооборот под воздействием маркетинговых мероприятий, тыс. руб.

$H_T$  - торговая надбавка за единицу товара;

$Z_p$  - расходы на маркетинговые мероприятия, тыс. руб.

$P_d$  - дополнительные расходы по приросту товарооборота, тыс. руб.

Экономический эффект от проведения предложенных мероприятий составляет:

$$\mathcal{E} = \frac{96577,2 * 40\%}{100\% - (3107,52 + 0)} = 7555,67 \text{ тыс. руб.}$$

Вывод: На данном этапе мы сопоставляем полученный эффект (7 555,67 тыс. руб.) с затратами на его осуществление (3107,52 тыс. руб.) Расчеты показали что данные мероприятия оказались прибыльными. Магазин получит дополнительную прибыль 96577,2 тыс. руб.

### **3.3 Прогноз роста выручки**

Основное отличие прогноза от плана состоит в том, что прогнозируются те показатели, которыми компания не может управлять в полной мере – объем продаж, риски или действия конкурентов. Планироваться может то, что полностью находится в сфере влияния, например, расходы. Основная цель

прогнозирования состоит в том, чтобы получить возможность оценивать работу компании как "удачную" или "неудачную" не по тем показателям (прибылям, рынкам, дивидендам), которые есть, а по тем, которые потенциально могли быть.

Коэффициент роста (снижения) показывает во сколько раз изменился уровень ряда по сравнению с предыдущим.

$$T_p = \sqrt[5]{\frac{B_{16}}{B_{12}}} - 1, \quad (3.1)$$

где,  $T_p$  - среднегодовой темп роста

$B_{12}$  - выручка от реализации продукции за базисный 2012 год

$B_{16}$  - выручка от реализации продукции за 2016 год

$$T_p = \sqrt[5]{\frac{B_{16}}{B_{12}}} - 1 = \sqrt[5]{\frac{151280000}{252829000}} - 1 = \sqrt[5]{0,60} - 1 = 0,097$$

Определим сколько составит выручка :

$$B_{n+1} = B_n * (1 + \bar{T}_p) \quad (3.2)$$

$$B_2 = B_1 * (1 + \bar{T}_p)$$

$$B_3 = B_2 * (1 + \bar{T}_p)$$

$$B_4 = B_3 * (1 + \bar{T}_p)$$

$$B_5 = B_4 * (1 + \bar{T}_p)$$

$$B_1 = 151280000 * (1 + (0,097)) = 165954160$$

$$B_2 = 165954160 * 1,097 = 182051713$$

$$B_3 = 182051713 * 1,097 = 199710729$$

$$B_4 = 199710729 * 1,097 = 219082670$$

$$B_5 = 219082670 * 1,097 = 240333689$$

Вывод: Выручка к пятому году значительно увеличится. Основная деятельность предприятия станет прибыльной.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Управление любым объектом требует, прежде всего, знания его исходной бухгалтерской отчетности. Лишь получив достаточно полную и достоверную информацию о деятельности предприятия в прошлом, о сложившихся тенденциях в его функционировании и развитии, можно вырабатывать уверенные управленческие решения.

Предприятия прибегают к анализу финансового состояния периодически в процессе регулирования, контроля, наблюдения за состоянием и работой предприятия.

Целью данной работы ставится изучение теоретических основ управления доходами и расходами, и методов их эффективного использования на действующем предприятии мелкооптовой и розничной торговли ООО «Тамара».

В первой теоретической части раскрыты сущность и содержание доходов и расходов организации, исследованы их основные принципы классификации.

Анализ финансовой и хозяйственной деятельности предприятия связан с обработкой обширной информации, характеризующей самые разнообразные аспекты функционирования предприятия как производственного, финансового, имущественного комплекса. Данные сосредоточены в документах финансовой отчетности, балансе предприятия, учетных ведомостях.

Во второй аналитической части проведен анализ доходов и расходов ООО «Тамара». Дана характеристика финансово-хозяйственной деятельности предприятия и проанализированы его доходы и расходы.

Основным источником сведений для проведения обоснованного анализа финансовых результатов для предприятия ООО «Тамара» является форма №1 «Бухгалтерский баланс» и форма №2 «Отчет о финансовых результатах».

Результатом работы явилось углубленное изучение всех финансовых результатов организации за последние пять лет. В 2016 году положение ООО «Тамара» изменилось в сторону ухудшения финансово-хозяйственной



деятельности предприятия. Упала выручка от реализации продукции и услуг, организация получила убыток 1070 тыс. руб. Одним из объяснений такого спада является потеря части покупателей из-за открывшегося в соседнем строении нового магазина «Смешные цены». Так же значительно снизились расходы на рекламу: в 2015 году они составляли 12,6 % от управленческих расходов, а в 2016 году всего лишь 3,3 %.

В третьей проектной части сформулирован ряд предложений по совершенствованию управления доходами и расходами предприятия.

На основании изменений, выявленных во второй аналитической главе дипломной работы, даны рекомендации по улучшению финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Тамара»:

Увеличение объема реализации товаров.

Расширение маркетинговой службы (привлечение новых покупателей, изучение потребительского спроса на товары).

Развертывание рекламы.

Внедрение экспресс-касс и касс самообслуживания.

Сбыт неиспользованного оборудования.

В 2016 году руководство ООО «Тамара», учитывая ошибки прошлого периода, активизировало свою работу по расширению контрактов с новыми поставщиками. Рынок сбыта относительно стабилизируется за счет обновления ассортимента товаров, объем реализации постепенно увеличивается. За счет рекламы будет увеличен покупательский поток, что увеличит прибыль нашей организации.

## СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

A1 – активы

$V_n$  - выручка от реализации продукции за год

V – объем реализованной продукции

d – денежные средства

$K1_{\text{норм}}$  - нормативное значение коэффициента текущей ликвидности

$K_{\text{вост.платеж.}}$  - коэффициент восстановления платежеспособности

мес. - месяц

НДС – налог на добавленную стоимость

ООО «Тамара» - общество с ограниченной ответственность «Тамара»

ОП – отчетный период

П – сумма прибыли

П1 – пассивы

$P_{\text{ф}}$  - результат от финансовой деятельности

Рис. – рисунок

РФ – Российская Федерация

C – себестоимость единицы продукции

T – отчетный период, мес.

ТМЦ – товарно-материальные ценности

тыс. руб. – тысяча рублей

$T_p$  - среднегодовой темп роста

Табл. – таблица

$T_{\text{рв}}$  – темп роста выручки

$T_{\text{рп}}$  – темп роста прибыли

Тел. - телефон

ФЗ – Федеральный закон

ФУ – финансовая устойчивость

Ц – цена реализации единицы продукции

[1] – порядковый номер использованной литературы

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 21.04.1996 № 159-ФЗ (ред. От 28.12.2013)
2. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 № 17-ФЗ (ред. От 14.07.2014)
3. Федеральный закон от 08.01.1998 №6-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»
4. Классификация доходов и расходов организации ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99
5. Баканов, М. И. , Шеремет А.Д. Теория экономического анализа : Учебник . - М.: Финансы и статистика , 2002 – 288 с .
6. Богата, И. Н. Аудит : учебное пособие / Ростов н /Д Феникс – 2014. – 244 с.
7. Ворошбит, Е. Г. Директ-костинг : преимущества и недостатки // М . : Экономика и бизнес , 2014. – 248 с .
8. Войтоловский, Н. В. Комплексный экономический анализ предприятия: учебник / Под ред. Войтоловского Н. В. , Калининой А. П. , Мазуровой И. И. – СПб . : Питер , 2013 – 569 с .
9. Гаврилова, А. Н . , Попов А. А. Финансы организации (предприятий) : учебн. пособие. – М . : КНОРУС, 2015. – 412 с .
10. Гальчина, О. Н. , Пожидаев Т. А. Теория экономического анализа : Учебное пособие . : Изд-во ВГУ, 2012 . – 67 с .
11. Глазунов, В. Н. Управление доходами фирмы : Практические рекомендации / М . : Экономика, 2013 . – 228 с .
12. Грачев, А. В. Финансовая устойчивость предприятия / Учебное пособие / М . : Экономист , - 2010 . – 227 с .
13. Зайцев, Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием : учеб. пособие / М . : ИНФРА-М , 2007 . – 455 с .
14. Зимин, Н. Е. Анализ и диагностика финансового состояния фирм . – М . : ИНФРА-М , 2008 . – 240 с .

15. Казуева, Т. С. Управление доходами и расходами предприятия . – М . : ИД «Дошков и К» , 2007 . – 314 с .
16. Краюхин, Г. А. Управление затратами на предприятии : Учебник под ред . Г. А. Краюхина, / СПб . : «Издательский дом «Бизнес-пресс», 2012 . – 235 с .
17. Крейнина, М. Н. Объем продаж: значение , сущность, величина / Финансовый менеджмент . М . : Юнити Дана . – 2011 . – 93 с .
18. Маркин, Ю. П. Анализ финансовой отчетности коммерческой организации : учеб . Пособие – М . : Омега-Л , 2010 – 512 с .
19. Мясникова, О. В. Экономика предприятия : учеб . Пособие / О. В. Мясникова, Б. Г. Преображенский . – М . : КНОРУС , 2008 . – 191 с .
20. Островских, Т. И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия . Методические указания к курсовой работе / Сиб . Фед . Ун-т , ХТИ – филиал СФУ, - Абакан : Ред .- изд . Сектор ХТИ – филиал СФУ , 2013 . – 41 с .
21. Позняков, В .Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : Учебник / под ред . Проф . В. Я. Познякова . – М . : ИНФРА – 2008 . 617 с .
22. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – 8-е изд . , перераб . – М . : Новое знание , 2012 . – 640 с .
23. Сигидов, Ю . , Трубилин А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность // М . : ИНФРА , 2012 . - 360 с .
24. Смольский, А. Управление бизнесом с учетом поведения расходов / М . : Финансовый директор , - 2010. – 116 с .
25. Чернова, Т. В. Экономическая статистика . Учебное пособие . / Изд . : ТРТУ , 2011 . – 206 с .
26. Шуляк, П. Н. Финансы предприятия: Учебник . – 2-е изд . – М . - Издательский дом «Дашков и К» , 2012 – 248 с .
27. Сайт «Торговой сети Командор» [http://www . sm-komandor . ru](http://www.sm-komandor.ru)
28. Бухгалтерская отчетность ООО «Тамара» // 1С: Астор

## Характеристика показателей финансового состояния предприятия

Наименование показателя	Способ расчета	Рекомендуемое значение
Общий коэффициент покрытия	$\frac{\text{Оборотный капитал}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$ $\frac{\text{Оборотный капитал} - \text{дебиторская задолженность}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	Более 1,0
Абсолютная ликвидность	$\frac{\text{Денежные средства}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	1,0-2,0
Срочная ликвидность	$\frac{\text{Денежные средства} + \text{краткосрочные финансовые вложения}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	0,1-0,3
Ликвидность средств в обращении	$\frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения} + \text{Дебиторская задолженность}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	0,2-0,4
Ликвидность при мобилизации средств	$\frac{\text{Материальные оборотные средства}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	0,5-1,0

## Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатели	Способ расчета	Рекомендуемые значения и характеристика
Уровень собственного капитала	Собственный капитал / Итог баланса	0,6 и более
Соотношение заемного и собственного капитала	Обязательства / Собственный капитал	менее 0,7
Обеспечение внеоборотных активов собственным капиталом	Внеоборотный капитал / Собственный капитал	менее 1
Соотношение оборотного и внеоборотного капитала	Оборотный капитал / Внеоборотный капитал	В зависимости от вида деятельности
Уровень чистого оборотного капитала	Оборотный капитал – Краткосрочные обязательства / Итог баланса	Чем выше значение, тем устойчивее финансовое состояние
Уровень инвестированного капитала	Долгосрочные финансовые вложения – Краткосрочные финансовые вложения / Итог баланса	Показывает долю инвестиций в общей стоимости имущества
Уровень функционирующего капитала	Итог баланса – Долгосрочные финансовые вложения – Краткосрочные финансовые вложения / Итог баланса	Показывает долю функционирующего капитала в общей стоимости имущества предприятия

**Расчет коэффициентов ликвидности**

Общий показатель ликвидности

$$K_{Л}=(A1+0.5A2+0.3A3)/(П1+0.5П2+0.3П3)$$

$$K_{Л}(2014)=(71727+0.5*148189+0.3*59699)/(97154+0.5*148189+0.3*59699)=0.8656$$

$$K_{Л}(2015)=(37187+0.5*104236+0.3*57241)/(103062+0.5*104236+0.3*57241)=0.6178$$

$$K_{Л}(2016)=(51021+0.5*72518+0.3*48198)/(88075+0.5*72518+0.3*48198)=0.733$$

Коэффициент абсолютной ликвидности

$$K_{АЛ}=A1/(П1+П2)$$

$$K_{АЛ}(2014)=71727/(97154+10568)=0.6659$$

$$K_{АЛ}(2015)=37187/(103062+6275)=0.3401$$

$$K_{АЛ}(2016)=51021/(88075+12047)=0.5096$$

Коэффициент абсолютной ликвидности

$$K_{АЛ}=A1/П1$$

$$K_{АЛ}(2014)=71727/97154=0.7383$$

$$K_{АЛ}(2015)=37187/103062=0.3608$$

$$K_{АЛ}(2016)=51021/88075=0.5793$$

Коэффициент срочной ликвидности

$$K_{КЛ}=(A1+A2)/(П1+П2)$$

$$K_{КЛ}(2014)=(71727+148189)/(97154+10568)=2.0415$$

$$K_{КЛ}(2015)=(37187+104236)/(103062+6275)=1.2935$$

$$K_{КЛ}(2016)=(51021+72518)/(88075+12047)=1.2339$$

Коэффициент текущей ликвидности

$$K_{ТЛ}=(A1+A2+A3)/(П1+П2)$$

$$K_{ТЛ}(2014)=(71727+148189+59699)/(97154+10568)=2.5957$$

$$K_{ТЛ}(2015)=(37187+104236+57241)/(103062+6275)=1.817$$

$$K_{ТЛ}(2016)=(51021+72518+48198)/(88075+12047)=1.7153$$

Коэффициент текущей ликвидности (Коэффициент покрытия) \*

$$K_{ТЛ}=(A1+A2+A3)/(П1+П2+П3)$$

$$K_{ТЛ}(2014)=(71727+148189+59699)/(97154+10568+174198)=0.9918$$

$$K_{ТЛ}(2015)=(37187+104236+57241)/(103062+6275+160217)=0.737$$

$$K_{ТЛ}(2016)=(51021+72518+48198)/(88075+12047+121338)=0.7755$$

**Расчет коэффициентов финансовой устойчивости предприятия**

Коэффициент обеспеченности запасов источниками собственных оборотных средств

$$K_o = EC/Z$$

$$K_o(2014) = 171695/59699 = 2.876$$

$$K_o(2015) = 89103/57241 = 1.5566$$

$$K_o(2016) = 71471/48198 = 1.4829$$

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств

$$K_{з/с} = ЗК/ИС$$

$$K_{з/с}(2014) = 281722/97765 = 2.8816$$

$$K_{з/с}(2015) = 269330/85449 = 3.1519$$

$$K_{з/с}(2016) = 221316/93331 = 2.3713$$

Коэффициент автономии (финансовой независимости)

$$K_A = ИС/В$$

$$K_A(2014) = 97765/379487 = 0.2576$$

$$K_A(2015) = 85449/354779 = 0.2409$$

$$K_A(2016) = 93331/314647 = 0.2966$$

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств

$$K_{м/и} = М/И$$

$$K_{м/и}(2014) = 279616/99872 = 2.7997$$

$$K_{м/и}(2015) = 198664/156115 = 1.2725$$

$$K_{м/и}(2016) = 171737/142910 = 1.2017$$

Коэффициент маневренности функционирующего капитала

$$K_M = СОС2/Капитал \text{ и резервы}$$

$$K_M(2014) = 171695/97765 = 1.7562$$

$$K_M(2015) = 89103/85449 = 1.0428$$

$$K_M(2016) = 71471/93331 = 0.7658$$

Индекс постоянного актива

$$K_{п} = \text{ФИММ}/ИС$$

$$K_{п}(2014) = 99872/97765 = 1.0216$$

$$K_{п}(2015) = 156115/85449 = 1.827$$

$$K_{п}(2016) = 142910/93331 = 1.5312$$

Коэффициент реальной стоимости имущества

$$K_p = (СОС + ЗС + ЗН) / В$$



$$K_p(2014)=(50976+0+0)/379487=0.1343$$

$$K_p(2015)=(37940+0+0)/354779=0.1069$$

$$K_p(2016)=(26687+0+0)/314647=0.0848$$

Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств

$$K_d=KT/(ИС+КТ)$$

$$K_d(2014)=174000/(97765+174000)=0.6403$$

$$K_d(2015)=159993/(85449+159993)=0.6519$$

$$K_d(2016)=121194/(93331+121194)=0.5649$$

Коэффициент финансовой устойчивости

$$K_y=(ИС+КТ)/В$$

$$K_y(2014)=(97765+174000)/379487=0.7161$$

$$K_y(2015)=(85449+159993)/354779=0.6918$$

$$K_y(2016)=(93331+121194)/314647=0.6818$$

Коэффициент концентрации заемного капитала

$$K_k=ЗК/В$$

$$K_k(2014)=281722/379487=0.7424$$

$$K_k(2015)=269330/354779=0.7591$$

$$K_k(2016)=221316/314647=0.7034$$

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами

$$K_{oc}=ИС/ОА$$

$$K_{oc}(2014)=171695/279616=0.3496$$

$$K_{oc}(2015)=89103/198664=0.4301$$

$$K_{oc}(2016)=71471/171737=0.5435$$

## Бухгалтерский баланс

на 31 декабря 2016 г.

Организация ООО "Тамара"

Идентификационный номер налогоплательщика

Вид экономической

деятельности Прочая розничная торговля

Организационно-правовая форма / форма собственности

**Общество с ограниченной**

**ответственностью** / **Частная**

Единица измерения: в тыс. рублей

Местонахождение (адрес)

655158 Республика Хакасия г.Абакан проспект Дружбы Народов 54 строение 2

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

по ОКПО

ИНН

по

ОКВЭД

по ОКППФ / ОКФС

по ОКЕИ

**Коды**

**0710001**

31	12	2016
----	----	------

**01415789**

**6455007280**

**52,12**

47	16
----	----

**384**

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2016г.	На 31 декабря 2015	На 31 декабря 2014
	<b>АКТИВ</b>				
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
	Нематериальные активы	1110	-	-	52
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	26 687	37 940	50 976
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	116 223	118 175	48 844
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	<b>Итого по разделу I</b>	<b>1100</b>	<b>142 910</b>	<b>156 115</b>	<b>99 872</b>
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
	Запасы	1210	48 178	57 241	59 699
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	20	-	-
	Дебиторская задолженность	1230	69 387	101 100	145 166
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	46 580	33 529	66 271
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	4 441	3 658	5 456
	Прочие оборотные активы	1260	3 131	3 136	3 023
	<b>Итого по разделу II</b>	<b>1200</b>	<b>171 737</b>	<b>198 664</b>	<b>279 616</b>
	<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>314 647</b>	<b>354 779</b>	<b>379 487</b>

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2016	На 31 декабря 2015	На 31 декабря 2014
	<b>ПАССИВ</b>				
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у	1320	-	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	12 234	12 234	12 234
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	80 943	72 981	85 323
	Итого по разделу III	1300	93 187	85 225	97 567
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
	Заемные средства	1410	121 194	159 993	174 000
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	121 194	159 993	174 000
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
	Заемные средства	1510	12 047	6 275	10 568
	Кредиторская задолженность	1520	88 075	103 062	97 154
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	144	224	198
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	100 266	109 561	107 920
	<b>БАЛАНС</b>	1700	314 647	354 779	379 487

Руководитель \_\_\_\_\_  
(подпись)

**Шамбир Павел Петрович**  
(расшифровка подписи)

4 февраля 2017 г.

**Отчет о движении денежных средств  
за Январь - Декабрь 2016 г.**

Организация ООО "Тамара"  
 Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_  
 Вид экономической деятельности Прочая розничная торговля  
 Организационно-правовая форма / форма собственности Общество с ограниченной ответственностью / Частная  
 Единица измерения: в тыс. рублей

по ОКВЭД

Коды		
0710004		
31	12	2016
01415789		
6455007280		
52,12		
47	16	
384		

Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
<b>Денежные потоки от текущих операций</b>			
Поступления - всего	4110	288 752	318 436
в том числе:			
от продажи продукции, товаров, работ и услуг	4111	286 531	316 739
арендных платежей, лицензионных платежей, роялти,	4112	-	-
от перепродажи финансовых вложений	4113	1 097	-
	4114	-	-
прочие поступления	4119	1 124	1 697
Платежи - всего	4120	(234 173)	(341 973)
в том числе:			
поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	4121	(181 442)	(238 399)
в связи с оплатой труда работников	4122	(25 568)	(37 666)
процентов по долговым обязательствам	4123	(21 705)	(22 122)
налога на прибыль организаций	4124	-	(956)
	4125	-	-
прочие платежи	4129	(5 458)	(42 830)
Сальдо денежных потоков от текущих операций	4100	54 579	(23 537)
<b>Денежные потоки от инвестиционных операций</b>			
Поступления - всего	4210	175 361	62 535
в том числе:			
от продажи внеоборотных активов (кроме финансовых вложений)	4211	163 701	318
от продажи акций других организаций (долей от возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам)	4212	-	-
дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям и аналогичных поступлений от долевого участия в других организациях	4213	11 381	50 605
	4214	279	11 612
	4215	-	-
прочие поступления	4219	-	-
Платежи - всего	4220	(196 769)	(99 725)
в том числе:			
в связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов	4221	(116 098)	(519)
в связи с приобретением акций других организаций (долей участия)	4222	-	(42 719)
в связи с приобретением долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам), предоставление займов другим лицам	4223	(80 086)	(56 487)
процентов по долговым обязательствам, включаемым в стоимость инвестиционного актива	4224	(585)	-
	4225	-	-
прочие платежи	4229	-	-
Сальдо денежных потоков от инвестиционных	4200	(21 408)	(37 190)

Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
<b>Денежные потоки от финансовых операций</b>			
Поступления - всего	4310	90 349	219 044
в том числе:			
получение кредитов и займов	4311	88 554	147 109
денежных вкладов собственников (участников)	4312	-	-
от выпуска акций, увеличения долей участия	4313	-	-
от выпуска облигаций, векселей и других долговых ценных бумаг и др.	4314	1 795	71 935
	4315	-	-
прочие поступления	4319	-	-
Платежи - всего	4320	(122 964)	(160 045)
в том числе:			
собственникам (участникам) в связи с выкупом у них акций (долей участия) организации или их выходом из состава участников	4321	-	-
на уплату дивидендов и иных платежей по распределению прибыли в пользу собственников	4322	-	-
в связи с погашением (выкупом) векселей и других долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов	4323	(122 964)	(160 045)
	4324	-	-
прочие платежи	4329	-	-
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	4300	(32 615)	58 999
<b>Сальдо денежных потоков за отчетный период</b>	4400	556	(1 728)
<b>Остаток денежных средств и денежных эквивалентов на начало отчетного периода</b>	4450	3 658	5 456
<b>Остаток денежных средств и денежных эквивалентов на конец отчетного периода</b>	4500	4 441	3 658
Величина влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к рублю	4490	227	(70)

Руководитель \_\_\_\_\_  
(подпись)

**Шамбир Павел Петрович**  
(расшифровка подписи)

4 февраля 2017 г.

## Отчет о финансовых результатах

за Январь - Декабрь 2016 г.

				<b>Коды</b>
Форма по ОКУД				<b>0710002</b>
Дата (число, месяц, год)				<b>31   12   2016</b>
Организация <b>ООО "Тамара"</b>				<b>01415789</b>
Идентификационный номер налогоплательщика				<b>6455007280</b>
Вид экономической деятельности <b>Прочая розничная торговля</b>				<b>52,12</b>
Организационно-правовая форма / форма собственности <b>Общество с ограниченной ответственностью / Частная</b>				<b>47   16</b>
Единица измерения: в тыс. рублей				<b>384</b>

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
	Выручка	2110	151 280	238 004
	Себестоимость продаж	2120	(95 937)	(153 655)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	55 343	84 349
	Коммерческие расходы	2210	(93 670)	(133 030)
	Управленческие расходы	2220	-	-
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	(38 327)	(48 681)
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	3 958	3 358
	Проценты к уплате	2330	(24 019)	(23 114)
	Прочие доходы	2340	217 880	63 691
	Прочие расходы	2350	(149 855)	(4 751)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	9 637	(9 497)
	Текущий налог на прибыль	2410	(28)	-
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-
	Прочее	2460	(1 594)	(2 845)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	8 015	(12 342)

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	8 015	(12 342)
	<b>СПРАВОЧНО</b>			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель \_\_\_\_\_  
(подпись)

**Шамбир Павел Петрович**  
(расшифровка подписи)

4 февраля 2017 г.

## Расчет стоимости чистых активов

Общество с ограниченной ответственностью "Тамара"  
(наименование организации)

Наименование показателя	Код строки бухгалтерского баланса	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.
<b>Активы</b>				
Нематериальные активы	1110	-	-	52
Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
Основные средства	1150	26 687	37 940	50 976
Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
Финансовые вложения долгосрочные	1170	116 223	118 175	48 844
Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
Запасы	1210	48 178	57 241	59 699
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	20	-	-
Дебиторская задолженность*	1230	69 387	101 100	145 166
Финансовые вложения краткосрочные	1240	46 580	33 529	66 271
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	4 441	3 658	5 456
Прочие оборотные активы	1260	3 131	3 136	3 023
<b>ИТОГО активы</b>	<b>-</b>	<b>314 647</b>	<b>354 779</b>	<b>379 487</b>
<b>Пассивы</b>				
Заемные средства долгосрочные	1410	121 194	159 993	174 000
Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
Оценочные обязательства долгосрочные	1430	-	-	-
Прочие обязательства долгосрочные	1450	-	-	-
Заемные средства краткосрочные	1510	12 047	6 275	10 568
Кредиторская задолженность	1520	88 075	103 062	97 154
Оценочные обязательства краткосрочные	1540	144	224	198
Прочие обязательства краткосрочные	1550	-	-	-
<b>ИТОГО пассивы</b>	<b>-</b>	<b>221 460</b>	<b>269 554</b>	<b>281 920</b>
<b>Стоимость чистых активов</b>	<b>-</b>	<b>93 187</b>	<b>85 225</b>	<b>97 567</b>

\* - За исключением задолженности участников (учредителей) по взносам в уставный капитал.



## Пояснительная записка

Форма 0710005 с.5

### Незавершенные капитальные вложения

Наименование показателя	Код	Период	На начало года	вложения за период			На конец периода
				затраты за период	списано	принято к учету в качестве основных средств или увеличена стоимость	
Незавершенное строительство и незаконченные операции по приобретению, модернизации и т.п. основных средств - всего	5240	за 2016 г.	-	112 605	(104 053)	(8 552)	-
	5250	за 2015 г.	-	1 496	-	(1 496)	-
в том числе: Земельный участок (4355 кв.м)	5241	за 2016 г.	-	8 552	-	8 552	-
	5251	за 2015 г.	-	-	-	-	-

### Изменение стоимости основных средств в результате достройки, дооборудования, реконструкции и частичной ликвидации

Наименование показателя	Код	за 2016 г.	за 2015 г.
Увеличение стоимости объектов основных средств в результате достройки, дооборудования,	5260	-	-
в том числе:	5261	-	-
Уменьшение стоимости объектов основных средств в результате частичной ликвидации -	5270	-	-
в том числе:	5271	-	-

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Используемые в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 28 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

«23» июня 2017 г.

---

(подпись)

Н. В. Санникова

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И. В. Панасенко

подпись      инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Управление доходами и расходами предприятия мелкооптовой

тема

и розничной торговли (на примере ООО «Тамара»)

Руководитель

\_\_\_\_\_

подпись, дата      должность, ученая степень

Е. Л. Прокопьева

Выпускник

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Н. В. Санникова

Абакан 2017

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме  
Управление доходами и расходами предприятия мелкооптовой и розничной  
торговли (на примере ООО «Тамара»)

Консультанты по разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Е. Л. Прокопьева

Аналитическая часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т. И. Островских

Проектная часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Н. Л. Сигачева

**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**в форме бакалаврской работы**

Тема выпускной квалификационной работы Управление доходами и расходами на предприятии мелкооптовой и розничной торговли (на примере ООО Тамара).

ВКР выполнена на 88 страницах, с использованием 2 иллюстраций, 5 таблиц, 8 формул, 10 приложений, 28 использованных источников, 8 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: управление доходами (расходами), финансовая деятельность, эффективность методов, анализ финансовых результатов, разработка рекомендаций.

Автор работы      ЗС - 73

\_\_\_\_\_ Н. В. Санникова  
подпись

Руководитель работы

\_\_\_\_\_ Е. Л. Прокопьева  
подпись

Год защиты квалификационной работы - 2017

Целью бакалаврской работы является изучение теоретических основ управления доходами и расходами, и методов эффективного их использования на предприятии.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Раскрыть сущность и содержание доходов и расходов организации исследовать их основные принципы классификации.
2. На основе соизмерения доходов и расходов организации оценить фактическое состояние деятельности предприятия ООО «Тамара».
3. Выработать практические рекомендации по совершенствованию эффективности использования доходов и расходов в организации.

Актуальность: доходы и расходы указывают в системе оценки на результативность деятельности предприятия, на степень его финансового благополучия. Грамотное управление доходами и расходами – обеспечение роста рыночной стоимости организации, финансового равновесия в процессе ее развития, путем балансирования объемов поступления и расходования денежных средств и синхронизации их во времени.

В результате проведения финансового анализа была определена структура управления предприятием, установлено направление финансовой деятельности, состав документации, выявлены основные проблемы предприятия.

Были разработаны рекомендации и предложения, как малозатратных и быстрореализуемых, так и на перспективу с достаточно емкими капиталовложениями.

## SUMMARY

The theme of the paper is «The Control of the income and expenditures at the enterprise of small wholesale and retail trade (on the example of LLC (the limited liability company) "Tamara")».

The paper has 88 pages, 2 illustrations, 5 tables, 8 formulas, 10 applications, 28 references, 8 sheets of illustrative material (slides).

Keywords: control of the income (expenditures), financial activities, efficiency of methods, analysis of financial results, development of recommendations.

Author (ZS – 73)

\_\_\_\_\_  
signature

N.V. Sannikova

Supervisor

\_\_\_\_\_  
signature

E. L. Prokopyeva

Supervisor in English

\_\_\_\_\_  
signature

E. A. Nikitina

Year - 2017

The purpose of the bachelor's work is the study of theoretical bases of control of the income and expenditures, and methods of their effective use at the enterprise.

Achievement of a goal requires the decision of the following tasks:

1. To open an entity and contents of the income and expenditures of the organization to research their basic principles of classification.
2. On the basis of the comparison of the income and expenditures of the organization to estimate actual state of activities of the LLC Tamara enterprise.
3. To work out practical recommendations about enhancement of efficiency of use of the income and expenditures in the organization.

Relevance: the income and expenditures are specified in system of an assessment effectiveness of activities of the enterprise, a level of its financial wellbeing. Competent control of the income and expenditures – support of growth of market value of the organization, financial equilibrium in the course of its development, by balancing of volumes of arrival and an expenditure of money and their synchronization in time.

As a result of carrying out the financial analysis the structure of business management was defined, the direction of financial activities, composition of documentation is set, the main problems of the enterprise are revealed.

Recommendations and sentences as low-cost and fast-implementable, and on perspective with rather capacious capital investments were developed.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО

«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И.В. Панасенко

подпись    инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**ЗАДАНИЕ  
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ  
в форме бакалаврской работы**





## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	6
1 Теоретическая часть. Экономическая сущность управления доходами и расходами на предприятии .....	9
1.1 Понятие и классификация доходов и расходов предприятия .....	9
1.2 Методы управления доходами и расходами .....	13
1.3 Финансовый анализ и контроль как инструмент управления доходами и расходами предприятия .....	15
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Тамара» .....	27
2.1 Характеристика предприятия .....	27
2.2 Анализ баланса .....	32
2.3 Анализ финансового состояния предприятия .....	34
2.4 Показатели эффективности .....	38
2.5 Финансовая устойчивость предприятия .....	41
2.6 Вопросы экологии .....	44
3 Проектная часть. Разработка мероприятий по повышению прибыли на предприятии ООО «Тамара» .....	46
3.1 Мероприятия по оптимизации продаж .....	46
3.2 Оценка экономической эффективности мероприятий .....	50
3.3 Прогноз роста выручки .....	52
Заключение .....	54
Список сокращений .....	56
Список использованных источников.....	57
Приложения А – Ж .....	59

## ВВЕДЕНИЕ

Современная рыночная экономика ориентирует предприятия на удовлетворение спроса и потребностей рынка, на запросы конкретных потребителей и организацию производства только тех видов продукции, которые пользуются спросом и могут принести предприятию необходимую для развития прибыль. Рынок характерен постоянным стремлением к повышению эффективности производства, предполагает свободу принятия решений теми, кто несет ответственность за конечные результаты деятельности предприятия и его подразделений; требует постоянных корректировок целей и плановых программ предприятия в зависимости от состояния рынка. Для этого нужна особая система управления, учитывающая приоритеты, специфику и менталитет России.

Успеха на рынке добиться невозможно без эффективного и целенаправленного управления всеми процессами, связанными с функционированием предприятия в рыночных условиях. Одним из таких процессов является процесс формирования доходов и расходов предприятия.

Ошибка многих российских предпринимателей заключается в недооценке ими учета и управления потоками доходов и расходов на предприятии. Именно в движении этих потоков и концентрируется, реальный результат предпринимательской активности и скрыты те возможности повышения результативности бизнеса.

В условиях рынка каждый хозяйствующий субъект выступает как обособленный товаропроизводитель, который экономически и юридически самостоятелен. Хозяйствующий субъект самостоятельно выбирает сферу бизнеса, формирует товарный ассортимент, определяет затраты, формирует цены, учитывает выручку от реализации, а следовательно, выявляет прибыль или убыток по результатам деятельности. Классификация доходов и расходов и их учет позволяет планировать прибыль и регулировать ее количество. В условиях рынка получение прибыли является непосредственной целью

производства субъекта хозяйствования. Реализация данной цели возможна, если субъект хозяйствования производит продукцию (работы, услуги), которые по своим потребительским свойствам соответствуют потребностям общества. Обществу нужны не рублевые эквиваленты, а конкретные товарно-материальные ценности.

Получение выручки за произведенную и реализованную продукцию еще не означает получение прибыли. Для выявления финансового результата необходимо выручку сопоставить с затратами на производство и реализацию.

Выручка представляет собой сумму дохода, получаемого предприятием от продажи определенного количества благ, а затраты показывают совокупность фактических расходов на осуществление уставной деятельности. Когда выручка превышает затраты, тогда финансовый результат свидетельствует о получении прибыли. При равенстве выручки и затрат удается лишь возмещать затраты – прибыль отсутствует, а следовательно, отсутствует и основа развития хозяйствующего субъекта. Когда затраты превышают выручку, субъект хозяйствования получает убытки – это область критического риска, что ставит хозяйствующего субъекта в критическое финансовое положение, не исключаящее банкротство. Убытки высвечивают ошибки, просчеты в направлениях использования средств организации производства, управления и сбыта продукции.

Прибыль отражает положительный финансовый результат. Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, снижение затрат. Это обеспечивает реализацию не только цели субъекта хозяйствования, но и цели общества – удовлетворение общественных потребностей. Прибыль сигнализирует, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти предприятия.

Прибыль представляет собой произведенный и обязательно реализованный продукт. Она создается на всех стадиях воспроизводственного

цикла, но свою специфическую форму получает на стадии реализации. Прибыль является основной формой чистого дохода наряду с акцизами и НДС.

Тему данной бакалаврской работы считаю актуальной, так как в условиях экономической и юридической самостоятельности субъект хозяйствования постоянно сталкивается с показателями доходов и расходов, образующимся в результате его функционирования, возникает необходимость постоянного соизмерения доходов и расходов с тем, чтобы определить прибыль ли убыток по результатам деятельности.

Целью бакалаврской работы является изучение теоретических основ управления доходами и расходами, и методов эффективного их использования на предприятии.

Предметом исследования является теоретико-методологические и прикладные проблемы организации управления доходами и расходами в организации.

Объектом исследования являются доходы и расходы предприятия мелкооптовой и розничной торговли ООО «Тамара».

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Раскрыть сущность и содержание доходов и расходов организации исследовать их основные принципы классификации.
2. Провести финансовый анализ доходов и расходов на предприятии.
3. На основе соизмерения доходов и расходов организации оценить фактическое состояние деятельности предприятия ООО «Тамара».
4. Выработать практические рекомендации по повышению продаж.

# ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

## 1.1 Понятие и классификация доходов и расходов предприятия

Финансовый результат деятельности предприятия формируется из двух слагаемых, основным из которых является результат, полученный от продажи продукции и товаров, поступлений связанных с выполнением работ, оказанием услуг. Другая часть – в виде доходов и расходов, непосредственно не связанных с процессом реализации.

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) или погашение обязательств, приводящие к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов собственников.

Не признаются доходами организации: суммы НДС, акцизов, налога с продаж и иных обязательных платежей, а также суммы авансов в счет оплаты продукции, задатка, суммы в погашение кредита, займа.

Доходы организации в зависимости от их характера, условия получения и направлений деятельности организации подразделяют на:

доходы от обычных видов деятельности и прочие поступления.

Доходами от обычных видов деятельности являются выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказания услуг [5].

К прочим поступлениям относятся:

Поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации.

Поступления от продажи основных средств и иных активов.

Поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций.

Проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации.

Штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договора.

Активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения.

Поступления в возмещение причиненных организации убытков.

Суммы кредиторской и дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности.

Прочие доходы.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества), или возникновения обязательств, приводящих к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников.

Расходы организации в зависимости от их характера, условий осуществления и направления деятельности организации подразделяются на расходы по обычным видам деятельности и прочие расходы.

Расходами по обычным видам деятельности являются расходы, связанные с изготовлением и продажей продукции, приобретением и продажей товаров. Таким расходами также считаются расходы, осуществление которых связано с выполнением работ, оказанием услуг.

Расходы отличные от расходов по обычным видам деятельности, считаются прочими расходами:

Расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации.

Расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов.

Расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций.

Проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов).

Штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров.

Возмещение причиненных организацией убытков.

Убытки прошлых лет, признанные в отчетном году.

Суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания.

Прочие расходы.

Если за отчетный период предприятие по обычным видам деятельности получило прибыль, то весь финансовый результат будет равен: прибыль по обычным видам деятельности плюс прочие доходы, минус прочие расходы.

Если предприятие получило убыток по обычным видам деятельности, то его финансовый результат будет равен сумме убытка по обычным видам деятельности, плюс прочие расходы, минус прочие доходы.

Величина балансовой, налогооблагаемой и чистой прибыли зависит от многочисленных факторов. Ключевым, из которых является учетная политика, применяемая на анализируемом предприятии. Закон о бухгалтерском учете и другие нормативные документы представляют право субъектам хозяйствования самостоятельно выбирать некоторые методы учета, способные существенно повлиять на формирование финансовых результатов [6].

Действующие нормативные акты допускают следующие методы регулирования прибыли субъектов хозяйствования:

1. Использование метода ускоренной амортизации по активной части основных средств также приводит к увеличению себестоимости продукции и уменьшению суммы прибыли, а, следовательно, и налогов на прибыль.

2. Применение различных методов оценки нематериальных активов и способов начисления амортизации по ним.

3. Выбор метода оценки потребленных производственных запасов.

4. Изменение порядка списания затрат по ремонту основных средств на себестоимость продукции (по фактическим затратам ил равномерными частями за счет созданного ремонтного фонда).

5. Изменение сроков погашения расходов будущих периодов, сокращение которых ведет к росту себестоимости продукции отчетного периода.

б. Изменение метода определения прибыли от реализации (по моменту отгрузки продукции или моменту ее оплаты).

Кроме того, доходы и расходы могут быть:

фактические, плановые и внеплановые;

от основной, финансовой и инвестиционной деятельности;

бюджетные и внебюджетные;

постоянные и переменные, сезонные;

сгруппированные отдельно по отделам, подразделениям, предприятиям;

общие и частные;

текущие, долгосрочные, одноразовые;

в национальной и иностранной валютах [9].

Расходы могут группироваться по статьям и элементам; быть прямыми и косвенными; элементными и комплексными; продуктивными и непродуктивными; включаемыми и не включаемыми в себестоимость, постоянными и переменными [9].

Вывод: Доходы и расходы указывают в системе оценки на результативность деятельности предприятия, на степень его финансового благополучия.

Доход – это выручка от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат. Доход после вычета налога подразделяется на фонды потребления, инвестиционный и страховой.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества), или возникновения обязательств, приводящих к уменьшению капитала этой организации.

Классификация доходов и расходов по разным признакам является одним из инструментов управления предприятием, что способствует тщательному учету производственных расходов и полученных доходов.



## **1.2 Методы управления доходами и расходами**

Метод управления является тем механизмом управления, который позволяет решать производственные задачи и составляет методологию. Метод с перевода греческого означает «путь исследования», способ достижения цели, решения задач, совокупность приемов.

Сущность экономических методов в том, чтобы через воздействие на экономические интересы сотрудников компании и других лиц, участвующих в экономической деятельности компании при помощи экономических рычагов (заработной платы, премий, прибыли, налогов, льготных цен) организовать эффективное управление производством.

Получению устойчивой прибыли, достижению окончательной цели коммерческого расчета, способствуют: ценообразование, финансирование и кредитование, издержки производства [7].

Финансово-экономическое положение подразделения зависит от степени оперативной самостоятельности организации. Руководитель несет полную материальную и административную ответственность за деятельность подразделения. Так же можно установить цены на конечную продукцию, принять меры по уменьшению затрат, ввести научные исследования, внедрить нововведения, изучить рынок.

В ценах отображаются все аспекты экономической деятельности организации. Ценообразование включает в себя, во-первых, регулирующие факторы, во-вторых – рыночную конкуренцию.

Фирмы выпускают под своим товарным знаком преЙскурант на стандартную продукцию потребительского товара массового спроса. Компании, направленные на сбыт продукции производят продажу по установленным ценам или ценам экспорта (импорта), а получение прибыли достигается за счет скидок с цен, установленного преЙскурантом.

Расчетные цены относительно стабильны. Их отличие – единый уровень на одинаковую продукцию. Наиболее известный способ установления цены –

«целевой» метод по принципу «полезных издержек», суть его в том, что цену получаем при сложении целевой нормы прибыли и издержек производства.

Финансовая политика любой фирмы отражает влияние внутренних и внешних факторов. Включает в себя все аспекты экономической деятельности – производственный, научно-технический, материально-техническое снабжение, сбыт. Она отражает выявление источников финансового ресурса и его распределения между подразделениями; распределение (перераспределение) прибыли; кредитование и финансирование подразделений; характер и структуру внутрифирменных финансовых операций.

Гибкость этой политики обусловлена приспособлением к денежному рынку, валютному курсу и налоговому законодательству.

Для определения положения компании проводится анализ ее финансового состояния: в ходе расчетов, интерпретаций и оценки финансовых показателей обнаруживаются уязвимости предприятия, для устранения которых затем разрабатывается ряд мер, а также выявляются резервы повышения эффективности производства.

Анализ может проводиться как службами предприятия, так и инвесторами, поставщиками ресурсов, контролирующими органами на основе публикуемой отчетности. В первом случае целью будет обеспечение непрерывности входящего потока финансов и дальнейшее их распределение таким образом, чтобы получить максимальную прибыль; во-вторых – поиск возможности наиболее выгодного вложения средств и исключение потерь [9].

Основные этапы процесса разработки политики управления доходами (расходами) предприятия:

Идентификация различных видов доходов (расходов) предприятия в процессе их учета.

Анализ динамики доходов (расходов) предприятия в предшествующем периоде.

Исследование и прогнозирование факторов, влияющих на формирование доходов (расходов) предприятия.

Обеспечение эффективного контроля доходов (расходов) предприятия.

Оценка результативности разработанной политики управления доходами (расходами) [10].

Вывод: Управление доходами (расходами) предприятия – это деятельность, направленная на решение финансово-хозяйственных вопросов в работе предприятия. Оперативное управление доходами (расходами) состоит из совокупности методических, организационных и технологических средств. Методы управления доходами (расходами) обеспечивают организации четкое и своевременное управление ее финансовыми ресурсами.

Методы управления доходами (расходами) предприятия – это такие инструменты, с помощью которых субъекты управления воздействуют на финансовые отношения и фонды денежных средств. В экономической литературе такие методы еще называют формами, элементами, рычагами, приемами.

К методам управления доходами (расходами) предприятия относят: идентификация различных видов доходов (расходов) предприятия в процессе их учета; анализ динамики доходов (расходов) предприятия в предшествующем периоде; исследование и прогнозирование факторов, влияющих на формирование доходов (расходов) предприятия; обеспечение эффективного контроля доходов (расходов) предприятия; оценка результативности разработанной политики управления доходами (расходами).

### **1.3 Финансовый анализ и контроль как инструмент управления доходами и расходами предприятия**

Анализ является инструментом управления. Это практически единственный инструмент оценки надежности потенциального партнера, так как в отрыве один от другого данные бухгалтерской отчетности не позволяют составить целостную картину финансового положения предприятия. Успех хозяйственной деятельности на всех ступенях управленческой иерархии

непосредственно зависит от своевременно принимаемых управленческих решений. Принять правильное управленческое решение, выявить его рациональность и эффективность можно лишь на основе предварительного экономического анализа.

В экономическом анализе нашли применение многие методы, наиболее распространенным из которых является метод сравнения. При использовании данного метода можно выявить наиболее узкие места, требующие особого внимания. Отклонения факта от плана позволяют говорить о перевыполнении последнего либо его невыполнении.

Можно также сравнивать показатели исследуемого хозяйствующего субъекта с показателями других субъектов хозяйствования отрасли, в которой работает предприятие, и увидеть, насколько оно ликвидно и конкурентно по производству данной продукции или оказанию тех или иных услуг. Сравнение с лучшими показателями, передовым опытом, новыми достижениями науки и техники позволит предприятию идти в ногу со временем и ни в чем не уступать свои конкурентам.

На основе сравнения различных финансовых коэффициентов можно узнать, насколько исследуемое предприятие в данной отрасли платежеспособно, рентабельно, прибыльно и насколько оно активно на рынке по отношению к своим конкурентам. Значение сравнительного метода экономического анализа деятельности предприятия в условиях рыночной экономики повышается, он становится для предприятия жизненно необходимым. В свою очередь результаты экономического анализа используются для совершенствования организации производства, внедрения научной организации труда и использования зарубежного опыта.

Таким образом, основным инструментом для оценки деятельности хозяйствующего субъекта является финансовый анализ, с помощью которого можно объективно оценить внутренние и внешние отношения анализируемого объекта, охарактеризовать его платежеспособность, эффективность и

доходность деятельности, перспективы развития, а по результатам оценки принять обоснованные решения [11].

Предприятия и организации представляют бухгалтерскую (финансовую) отчетность по следующим адресам:

Собственникам (участникам, учредителям) в соответствии с учредительными документами.

Государственной налоговой инспекции (налоговую отчетность по месту нахождения юридического адреса предприятия).

Другим государственным органам, на которые возложена проверка отдельных сторон деятельности предприятия и получение соответствующей отчетности. К ним относятся, например, финансовые органы, осуществляющие финансирование расходов предприятия за счет ассигнований из бюджета или бюджетных ссуд.

Органам государственной статистики для обобщения и публичного использования внешними пользователями информации [11].

Основным источником сведений для проведения обоснованного анализа финансовых результатов является Форма №1 «Бухгалтерский баланс» хозяйствующего субъекта с прилагающимися специальными формами:

Форма №2 «Отчет о финансовых результатах»;

Форма №3 «Отчет об изменениях капитала»;

Форма №4 «Отчетность о движении денежных средств»;

Форма №5 «Пояснительная записка» [1].

«Пояснительная записка» с изложением основных факторов, повлиявших в отчетном году на итоговые результаты деятельности предприятия, с оценкой его финансового состояния [11].

Далее рассмотрим основные направления анализа.

1) Анализ структуры баланса

Прежде всего, необходимо оценить итоги разделов актива и пассива баланса. Как известно, в активе баланса в обобщенном денежном выражении

показаны состояние и размещение средств организации, в пассиве – источники образования или целевое назначение этих средств.

Анализируя данные статей аналитического баланса, нужно определить, какие изменения произошли в составе средств и источников, основных групп этих средств, а также получить ответы на следующие вопросы:

В каком направлении и насколько изменились отдельные статьи баланса, какой оценки эти изменения заслуживают.

Необходимо ли проводить более углубленный анализ и за какой период.

Какие узкие места имеются в деятельности предприятия, в его обеспечении финансовыми ресурсами, в их использовании [12].

Установив конечный итог изменений в аналитическом балансе, следует определить, по каким разделам и статьям произошли наибольшие изменения. Так, снижение валютного баланса оценивается отрицательно. Рост оборотных активов с финансовой точки зрения свидетельствует об усилении мобильности имущества. Темпы роста кредиторской и дебиторской задолженности должны находиться в равновесии. Кроме того, темпы роста кредиторской задолженности должны быть ниже темпов роста объемов дебиторской задолженности. Следует также обратить внимание на наличие «больных» статей баланса (наличие убытков).

Показатель «Наличие собственного оборотного капитала» является расчетным и определяется по разнице итогов первых разделов пассива и актива аналитического баланса плюс долгосрочные обязательства. По этому показателю можно судить о величине оборотного капитала, имеющегося в долгосрочном распоряжении предприятия, в отличие от краткосрочных обязательств, которые могут быть востребованы у предприятия в любой момент времени.

Система критериев для оценки удовлетворенности структуры бухгалтерского баланса хозяйствующего субъекта определена Федеральным законом от 08.01.1998 №6-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» [3].

Согласно закону анализ и оценка структуры баланса предприятий проводятся на основе коэффициентов: текущей ликвидности, обеспеченности собственными средствами, восстановления (утраты) платежеспособности.

## 2) Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости

Несомненный интерес представляет коэффициент маневренности собственного оборотного капитала, который вычисляется как отношение собственного оборотного капитала к сумме собственного капитала и долгосрочных обязательств. Чем больше значение этого коэффициента, тем выше возможность финансового маневра у предприятия. Финансовое состояние хозяйствующих субъектов анализируется по данным бухгалтерской отчетности с расчетом ряда коэффициентов. Так, анализ платежеспособности проводится по данным аналитических таблиц, формирующих финансовые коэффициенты ликвидности и финансовой устойчивости.

Ликвидность определяет возможность или невозможность предприятия погасить свои краткосрочные обязательства. Платежеспособность предприятия шире понятия ликвидности и наряду с ним понятие финансовой устойчивости. Предприятие может иметь ликвидную структуру баланса и в тоже время быть финансово неустойчивым. На практике такие примеры встречаются довольно часто, поэтому платежеспособность предприятия необходимо определять исходя из значений коэффициентов, как ликвидности баланса, так и финансовой устойчивости. С помощью коэффициентов ликвидности определяется способность предприятия оплачивать свои краткосрочные обязательства [12].

Как правило, наиболее общий показатель ликвидности определяется как отношение мобильного (оборотного) капитала предприятия к краткосрочным обязательствам или же текущих активов к текущим пассивам. Однако не все составляющие оборотного капитала обладают одинаковой ликвидностью, то есть возможностью обращения в денежную форму. Наибольшей ликвидностью обладают денежные средства. Поскольку им нет необходимости обращаться в самих себя, то говорят, что они обладают абсолютной ликвидностью. В то же

время, например, затраты в незавершенном производстве обладают несравненно меньшей ликвидностью, так как для обращения их в денежную форму должен пройти определенный период в виде технологического цикла производства продукции, ее реализации и поступления денежных средств на счета предприятия.

Каждая часть оборотного капитала предприятия, обладает собственной ликвидностью, при отношении к сумме краткосрочных обязательств показывает, какую долю краткосрочных обязательств предприятия эта часть «проект» погасит в случае ее обращения в деньги. Такие соотношения называют коэффициентами ликвидности.

Различают следующие показатели ликвидности: общий коэффициент покрытия; текущая ликвидность; абсолютная ликвидность; срочная ликвидность; ликвидность средств в обращении; ликвидность при мобилизации (Приложение А).

Запас источников собственного капитала представляет собой запас финансовой устойчивости предприятия при условии, что его собственный капитал превышает заемный. Финансовая устойчивость хозяйствующего субъекта оценивается по соотношению собственного и заемного капитала. Коэффициенты финансовой устойчивости называются также показателями структуры капитала или показателями покрытия.

К ним относятся: уровень собственного капитала; соотношение заемного и собственного капитала; обеспечение внеоборотных активов собственным капиталом; соотношение оборотного и внеоборотного капитала; уровень чистого оборотного капитала; уровень инвестиционного капитала; уровень функционирующего капитала; показатели, определяющие банкротство (Приложение Б).

Оценка возможности восстановления (утраты) платежеспособности проводится на основании показателя, характеризующего наличие реальной возможности у предприятия восстановить (либо утратить) свою платежеспособность в течение определенного периода. Это так называемый



коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности (КЗ), который определяется как отношение расчетного коэффициента текущей ликвидности к его установленному значению:

$$KЗ_в = \frac{\frac{K1_ф + 6}{T * (K1_ф - K1_н)}}{K1_{норм}} \quad (1.1)$$

где,  $K1_ф$  - фактическое значение коэффициента текущей ликвидности  $K1$  в конце отчетного периода;

$K1_н$  - значение коэффициента текущей ликвидности в начале;

$K1_{норм}$  - нормативное значение коэффициента текущей ликвидности;

6 – период восстановления платежеспособности, мес.;

T – отчетный период, мес [14].

Значение  $KЗ_в$ , превышающее 1, свидетельствует о реальной возможности предприятия восстановить свою платежеспособность; значение, меньше 1 – о том, что у предприятия, нет реальной возможности восстановить платежеспособность в ближайшее время.

Коэффициент утраты платежеспособности определяется аналогично коэффициенту восстановления платежеспособности, с той лишь разницей, что период утраты платежеспособности составляет 3 месяца. Значение  $KЗ_у$ , превышающие 1, свидетельствует о реальной возможности предприятия не утратить свою платежеспособность; значение, меньше 1 – о том, что в ближайшее время существует опасность утратить платежеспособность [14].

### 3) Анализ деловой активности и рентабельности.

Анализ показателей деловой активности предприятия позволяет выявить, насколько эффективно предприятие использует свои средства. К показателям, характеризующим деловую активность, относят коэффициенты оборачиваемости и рентабельности.

Коэффициенты оборачиваемости имеют большое значение для оценки финансового предприятия, поскольку скорость оборота капитала (скорость обращения его в денежную форму) оказывает непосредственное влияние на платежеспособность предприятия. Кроме того, увеличение скорости оборота капитала отражает повышение технического потенциала предприятия.

Рентабельность предприятия определяется величиной прибыли, которую оно получает. Для анализа рентабельности рассчитываются две группы показателей: рентабельность капитала и рентабельность деятельности. Показатели рентабельности капитала отражают то, на сколько эффективно предприятие использует свой капитал в целях получения прибыли. Показатели рентабельности деятельности вычисляются на основании данных «Отчета о прибылях и убытках» и позволяют оценить прибыльность всех направлений деятельности предприятия [15].

#### 4) Анализ финансовых результатов деятельности предприятия.

Для объективной оценки финансового положения предприятия необходимо от отдельных учетных данных перейти к определенным ценностным соотношениям основных факторов – финансовым показателям или коэффициентам. Расчет и интерпретация их значений – функция бухгалтера-аналитика, способного ориентироваться в экономике предприятия, выявлять ее «больные» места на основе финансово-учетных данных. Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности хозяйствующего субъекта получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Обобщенно они представлены в форме №2 «Отчет о финансовых результатах». Конечный финансовый результат деятельности хозяйствующего субъекта (балансовая прибыль или убыток) представляет собой алгебраическую сумму результата (прибыли или убытка) от реализации товарной продукции (работ, услуг), результат (прибыли или убытка) от финансовой деятельности, доходов и расходов от прочих внеоперационных операций:

$$\Pi_{\text{б}} = \pm \Pi_{\text{р}} \pm \Pi_{\text{ф}} \pm \Pi_{\text{вн}} \quad (1.2.)$$

где,  $\Pi_{\text{б}}$  - балансовая прибыль или убыток (прибыль или убыток ОП),  
 $\Pi_{\text{р}}$  - результат от реализации товарной продукции (работ, услуг),  
 $\Pi_{\text{ф}}$  - результат от финансовой деятельности,  
 $\Pi_{\text{вн}}$  - результат от прочих внереализационных операций [18].

Выручка от реализации продукции свидетельствует о завершении производственного цикла хозяйствующего субъекта, возврате авансированных на производство средств хозяйствующего субъекта в денежную наличность и начале нового витка в обороте средств. После вычета из выручки от реализации продукции затрат на производство получается чистый результат (прибыль или убыток) от реализации.

Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия. Наряду с абсолютной оценкой определяют относительную эффективность. Отношение балансовой стоимости имущества предприятия, капитала (основных и оборотных фондов) дает общую рентабельность. Рентабельность продаж определяется как отношение прибыли от реализации продукции к выручке от реализации.

Прибыль – важнейший показатель эффективности работы предприятия. Анализ прибыли должен охватывать как факторы ее формирования, так и распределения. При этом важны такие направления исследований, как:

Динамика показателей прибыли, обоснованность фактических данных об образовании и распределении прибыли.

Выявление и измерение влияния различных факторов на прибыль.

Оценка возможности резервов дальнейшего роста прибыли на основе оптимизации объемов производства и издержек.

В последнее время большой интерес вызывает методика анализа прибыли, которая базируется на делении производственных затрат на постоянные и переменные, а также маржинальный анализ. Указанная методика

широко используется в странах с развитой рыночной экономикой, и получила название системы «директ-костинг». С ее помощью возможно изучение зависимости прибыли от наибольшего круга факторов и на этой основе управление процессом формирования ее величины [7].

В основе данной системы лежит идея о безусловности и неизбежности осуществляемых накладных затрат в планируемом периоде, что обуславливает отношения к ним как фиксированным условно постоянным затратам периода. Следовательно, распределение косвенных затрат на производство продукции не осуществляется, и косвенные расходы периодически списываются на финансовый результат. Исчисление неполной себестоимости продукции и проведение анализа прямых расходов дает возможность получить дополнительный инструментарий для принятия управленческих решений в области безубыточности производства, ценообразования [5].

При анализе прибыли отечественными предприятиями в основном используется следующая модель:

$$П = V(Ц-С) \quad (1.3)$$

где, П – сумма прибыли,

V – объем реализованной продукции,

Ц – цена реализации единицы продукции,

С – себестоимость единицы продукции [7].

При такой постановке задачи предполагается, что все эти факторы изменяются независимо друг от друга. Прибыль прямо пропорциональна объему реализации, если реализуется рентабельная продукция. Если продукция убыточная, то прибыль обратно пропорциональна объему продаж. Однако здесь не учитывается взаимосвязь объема производства (реализации) продукции и ее себестоимость. При увеличении объема производства (реализации) себестоимость единицы продукции снижается, так как при этом обычно возрастает только сумма переменных расходов (сырье, материалы, сделанная

заработная плата рабочим), а сумма постоянных расходов (аренда, амортизация, зарплата управленческого персонала), как правило, остается без изменений. При спаде производства себестоимость изделий возрастает, поскольку на единицу продукции приходится больше постоянных расходов.

Не менее важное значение принадлежит финансовому контролю, который связан с финансовым анализом.

Концепция финансового контроля должна включать следующие блоки:

Роль и значение финансового контроля.

Модели и методы финансового контроля, экономика и статистик.

Интересы различных сторон в финансовом контроле.

Регулирование финансового контроля.

Взаимосвязь финансового контроля с другими дисциплинами.

Оценка достоверности отчетности – одна из основных задач финансового контроля. Системный подход к разработке концепции финансового контроля предполагает предварительное рассмотрение более общей системы, с которой непосредственно связан и взаимодействует финансовый контроль. Такие системы достаточно подробно описаны применительно к аудиту. В частности, входящие в них информационное звено, обеспечивающее необходимую для предприятия различных решений информацию, состоит из пяти блоков: первичный учет, бухгалтерский учет, оценка достоверности, анализ и поддержка принятия решений [18].

Оценка достоверности отражает основное поле деятельности финансового контроля. Для предприятий частного сектора естественно реализовать через внутренний контроль (аудит). Деление контроля на внутренний и внешний осуществляется по отношению к проверяемой организации и обычно не вызывает затруднений. Например, контроль со стороны руководства холдинга является внешним по отношению к дочерним компаниям, а внутренним, когда холдинг проверяется независимой аудиторской компанией. Внешний и внутренний финансовый контроль

дополняют друг друга, в то же время существенно различаясь. Чем выше качество внутреннего контроля, тем меньше затрат на внешний контроль.

К блоку – оценка достоверности налоговой отчетности имеют отношение внутренний контроль, внешний аудит и контроль со стороны налоговых органов, однако если первых двух видов контроля нередко может и не быть, то третий применительно к налоговой отчетности присутствует всегда.

Вывод: Для финансового контроля, как инфраструктурного сектора экономики, возникает проблема построения системы показателей, характеризующих его экономическое состояние, сбора необходимых для их исчисления исходных данных и анализа результатов исчисления этих показателей. Создание экономики финансового контроля следует начинать с разработки системы показателей, способной, во-первых, достаточно полно характеризовать состояние сектора и динамику его развития, во-вторых, облегчить решение конкретных злободневных задач и, в-третьих, обеспечить более или менее простое и достоверное получение таких показателей, поэтому ясно, что в число таких показателей должны войти среднегодовая численность занятых, годовая выручка и аналогичные ей показатели финансового контроля, объем услуг (прямых и сопутствующих), затраты, наличие и квалификация специалистов, показатели эффективности.

Финансовый контроль тесно связан с бухгалтерским учетом. Технологическая близость с бухгалтерским учетом связана с тем, что финансовый контроль осуществляет проверку достоверности именно бухгалтерской отчетности (или явным образом с ней связанной – налоговой).

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТАМАРА»

### 2.1 Характеристика предприятия

Торговая сеть «Командор» - динамично развивающаяся розничная компания, занимающая лидирующее положение по количеству магазинов, товарообороту в Красноярском крае, Республике Хакасия и Иркутской области.

Магазины сети открыты в 15-ти городах трех регионов Российской Федерации. Сеть развивает 4 формата розничной торговли: Гипермаркет, Супермаркет, Магазин у дома, Дискаунтер «Хороший».

На данный момент в составе сети 200 магазинов: 10 гипермаркетов, 180 супермаркетов и магазинов у дома, 10 дискаунтеров [27].

Супермаркеты «Командор» – это современные магазины смешанной формы торговли – самообслуживания и прилавочной, площадью торгового зала от 500 до 2000 м<sup>2</sup>. Супермаркеты рассчитаны на ежедневное обслуживание жителей крупных «спальных» районов. Предлагая лучшие цены на рынке в формате «Супермаркет», обеспечивает все условия для комфортной покупки у дома и по дороге домой.

Магазины у дома «Командор» – это наибольшие современные супермаркеты шаговой доступности, с площадью торгового зала от 200 до 500 м<sup>2</sup>, расположенные у Вашего дома, возле Вашей работы или места отдыха. Это формат магазинов, разработанный специально для покупателей, ограниченных во времени на покупки.

Цель компании: Быть компанией №1 в Красноярском крае, Хакасии и Иркутской области по качеству услуг, товарообороту и эффективности [27].

Качество услуг это: близость магазина к месту жительства покупателя; удобная и вместительная парковка; достаточный ассортимент; наличие уникальных позиций в ассортименте; лучшее предложение по фруктам в

городе; высокое качество всей продукции; вкусная домашняя еда от собственного производства; доброжелательное обслуживание; индивидуальное отношение к каждому клиенту (через карту Копилку); простота и скорость покупки.

Каждый магазин стремится привлечь больше покупателей и увеличить долю на рынке. Магазины функционируют в условиях жесткой конкуренции.

В конкурентной политике относительно супермаркета принимаются во внимание, прежде всего, уровень организации торговли (метод обслуживания, организации внутреннего пространства, организация уголка покупателей), уровень и культура обслуживания (скорость расчета), уровень осуществления рекламных и стимулирующих мероприятий (наличие фирменного стиля, реклама, стимулирующие мероприятия). Наличие высокой степени этих показателей является важнейшим конкурентным преимуществом.

Чем обширнее ассортиментные наборы, тем выше вероятность того, что покупатель найдет для себя оптимальный вариант закупки. Ключевым моментом в завоевании наивысшей позиции относительно многочисленных конкурентов является своевременное обновление товаров, подготовка и организация производства новых видов продукции [27].

Организационно-правовая форма:

Общество с ограниченной ответственностью

Юридический адрес:

660064, Красноярский край, город Красноярск, улица Академика Вавилова, дом №1, строение 51/1, тел.: 3912524555

Основной вид деятельности:

Мелкооптовая и розничная торговля

Структура управления предприятием представлена на рис. 1.1

Обязанности Руководителя Южного направления:

Организация работы отдельного подразделения, контроль, мотивация персонала.



Планирование и организация достижения плановых показателей по товарообороту и коммерческому доходу.

Контроль соблюдения плана продаж и плана дохода в разрезе товарных категорий.

Формирование ассортиментной матрицы в сети.

Анализ затрат на обеспечение деятельности, выявление резервов снижения себестоимости продукции.

Проведение договорной компании.

Контроль за выстраиванием логических процессов в цепочке прямых поставок, снижение затрат в процессе создания себестоимости продукта.

Организационная структура предприятия ООО «Тамара» на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 – Организационная структура предприятия ООО «Тамара»

Обязанности Директора магазина:

Достижение плановых показателей по объемам продаж, повышение эффективности продаж.

Оперативное управление коллективом, проведение мероприятий по снижению издержек.

Поддержание фирменных стандартов, обеспечение хозяйственной деятельности магазина.

Обязанности Руководителя кассовых операций:

Осуществлять контроль по своевременному и корректному ведению хозяйственных операций в бухгалтерском учете.

Осуществлять контроль за порядком оформления первичных учетных документов, соблюдения графика документооборота.

Оказывать методологическую помощь старшим кассирам [27].

Обязанности Старшего кассира:

Осуществлять операции по приему, учету и хранению денежных средств.

Отслеживать и осуществлять бесперебойную работу контрольно-кассовой техники.

Производить инкассацию денежных средств.

Своевременная подготовка кассовых отчетов.

Обязанности Руководителя Службы контроля:

Организация работы сотрудников службы контроля.

Сохранность ТМЦ за счет снижения ошибок в работе персонала.

Изучение результатов инвентаризации и проведения служебных проверок с целью сокращения недостатков ТМЦ в будущем.

Отслеживание потерь предприятия на каждом из торговых процессов с целью предотвращения потерь.

Обязанности Менеджера Службы контроля:

Сохранение товарно-материальных ценностей.

Контроль персонала и работа с покупателем.

Осуществление наблюдения за покупателями, сотрудниками, контрагентами через систему видеонаблюдения с целью предотвращения хищений и порчи ТМЦ.

Обязанности Менеджера-товароведа:

Обеспечение товарных запасов в магазине.

Анализ продаж, формирование заявок поставщикам.

Контроль товарных остатков, списаний.

Комплектация сертификатов [27].

Обязанности Кладовщика-оператора:

Осуществляет прием на склад, взвешивание, хранение и выдачу со склада ТМЦ.

Проверяет соответствия принимаемых ценностей сопроводительным документам.

Руководит работой по погрузке, выгрузке грузов и размещению их внутри склада.

Участвует в проведении инвентаризации товарно-материальных ценностей.

Ведет учет складских операций.

Обязанности Администратора:

Внедрение мероприятий по увеличению товарооборота.

Работа с первичной документацией.

Списание товара.

Решение нестандартных ситуаций в торговом зале.

Работа с персоналом.

Обязанности Оператора торгового зала:

Производить выкладку товара.

Консультировать покупателей.

Поддерживать чистоту и порядок на отделе.

Работать на кассе [27].

Отслеживать сроки годности на товар.

Контролировать остатки товара в торговом зале.

Обязанности Грузчика:

Погрузочно-разгрузочные работы.

Выкладка товаров в складе и торговом зале.

Работа на кассе.

Обязанности Фасовщика:

Фасовка ассортимента товаров.

Выкладка товаров.

Работа на кассе [27].

## **2.2 Анализ баланса**

Предварительная оценка финансового положения предприятия осуществляется на основании форм «Бухгалтерский баланс», «Отчет о финансовых результатах», а также приложения к балансу предприятия: «Отчет об изменениях капитала», «Отчетность о движении денежных средств», «Пояснительная записка» [21].

На этом этапе анализа составляется изначальное представление о деятельности предприятия, выявляются изменения в составе имущества и их источниках, устанавливаются связи между показателями.

Для этого необходимо определить отношение отдельных статей пассива и актива баланса, а так же их удельный вес по отношению к валюте баланса. Рассчитать суммы отклонений главных статей баланса по сравнению с предшествующим годом.

Общая сумма изменения баланса делится на части, так как это позволяет сделать предварительные выводы о характере изменений в составе активов, источниках их формирования и их взаимной обусловленности.

Для того что бы было удобнее проводить анализ можно использовать аналитический баланс, который формируется путем сложения однородных по

своему составу элементов балансовых статей в необходимых разрезах (недвижимое имущество, текущие активы) как это показано в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Аналитический баланс ООО «Гамара»

Показатели	2015 г, тыс. руб.	2016 г, тыс. руб.	Изменения тыс. руб	Изменение %
1	2	3	4	5
1. I Внеоборотные активы	118998,0	121060,0	+2062,0	+1,7
2. Основные средства	78874,0	85498,0	+6624,0	+8,4
3. Финансовые вложения	13977,0	12020,0	-1957,0	-14
4. Отложенные налоговые активы	5335,0	-	-5335,0	-100,0
5. Прочие внеоборотные активы	13895,0	10683,0	-3212,0	-23,1
6. II Оборотные активы	49783,0	40073,0	-9710,0	-19,5
7. Запасы	14644,0	16833,0	+2189,0	+14,9
8. Налог на добавленную стоимость	1549,0	1822,0	+273,0	+17,6
9. Дебиторская задолженность	23903,0	16851,0	-7052,0	-29,5
10. Финансовые вложения	1941,0	703,0	-1238,0	-63,8
11. Денежные средства	7746,0	3864,0	-3882,0	-50,1
12. III Капитал и резервы	-76,0	-43309,0	-43233,0	-
13. Уставный капитал	11421,0	11421,0	0,0	-
14. Переоценка внеоборотных активов	27971,0	27114,0	-857,0	-3,1
15. Добавочный капитал	15311,0	15311,0	0,0	-
16. Резервный капитал	571,0	571,0	0,0	-
17. Нераспределенная прибыль	-55350,0	-97726,0	-42376,0	-
18. IV Долгосрочные обязательства	81969,0	91755,0	+9786,0	+11,9
19. Заемные средства	70763,0	85140,0	+14377,0	+20,3
20. Отложенные налоговые обязательства	-	3630,0	+3630,0	-
21. Прочие долгосрочные обязательства	10512,0	2469,0	-8043,0	-76,5
22. V Краткосрочные обязательства	86888,0	112687,0	+25799,0	+29,7
23. Заемные средства	35320,0	41485,0	+6165,0	+17,5
24. Кредиторская задолженность	47677,0	67257,0	+19580,0	+41,1
25. Доходы будущих периодов	197,0	193,0	-4,0	-2,0
26. БАЛАНС	168781,0	161133,0	-7648,0	-4,5

Вывод к таблице 2.1: Можно сказать, что в 2016 году активы предприятия уменьшились на 7648 тыс. руб., в том числе за счет уменьшения оборотных активов на 9710 тыс. руб. Увеличилась доля внеоборотных средств, которые выросли на 2062 тыс. руб., если рассматривать показатель относительно валюты баланса, то внеоборотные активы возросли до 75% в 2016 году. В пассиве баланса мы можем увидеть сильный рост заемного капитала, как за счет долгосрочных обязательств, так и краткосрочных, это достаточно большой риск. Также можно заметить значительное уменьшение доли нераспределенной прибыли в 2016 году. Показатель уменьшился на 42376 тыс. руб., в структуре баланса показатель упал в 2 раза по сравнению с 2015 годом. Снижение доли нераспределенной прибыли свидетельствует о падении активности предприятия.

### **2.3 Анализ финансового состояния предприятия ООО «Тамара»**

Ликвидность (текущая платежеспособность) – одна из важнейших характеристик финансового состояния организации, определяющая возможность своевременно оплачивать счета и фактически является одним из показателей банкротства. Результаты анализа ликвидности важны с точки зрения как внутренних, так и внешних пользователей информации об организации. Ликвидность баланса выражается в степени покрытия обязательств организации его активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств. Ликвидность баланса достигается путем установления равенства между обязательствами организации и его активами [22].

Оценка платежеспособности предприятия необходима для того, чтобы понять может ли предприятие рассчитываться по своим долгосрочным обязательствам. Анализ платежеспособности производится при помощи финансовых коэффициентов, характеризующих ликвидность предприятия.

Предприятие считается ликвидным, если, реализуя текущие активы, оно может оплатить свои краткосрочные обязательства.

Для проведения предварительной оценки ликвидности необходимы данные бухгалтерского баланса. Обязательства группируются по степени их срочности.

Например, наиболее срочные обязательства организации (оплатить которые надо в текущем месяце) соотносятся с величиной активов, которые обладают наивысшей ликвидностью (легко реализуемые ценные бумаги, денежные средства). При этом часть обязательств, которые остаются непокрытыми, должны быть уравновешены наименее ликвидными активами – дебиторской задолженностью и легкорезализуемыми запасами товарно-материальных ценностей. Рассмотрим показатели ликвидности в таблице 3.1.

Таблица 2.2 – Анализ показателей ликвидности ООО «Тамара»

Показатели	Значение			Изменение		Нормативное ограничение
	2014	2015	2016	2015	2016	
1	2	3	4	5	6	7
Общий показатель ликвидности	0,8656	0,6178	0,733	-0,248	0,115	не менее 1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,6659	0,3401	0,5096	-0,326	0,17	0,2 и более. Допустимое значение 0,1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,7383	0,3608	0,5793	-0,378	0,219	0,2 и более
Коэффициент срочной ликвидности	2,0415	1,2935	1,2339	-0,748	-0,0596	не менее 1. Допустимое значение 0,7-0,8
Коэффициент текущей ликвидности	2,5957	1,817	1,7153	-0,779	-0,102	не менее 2,0

Окончание таблицы 3.1

1	2	3	4	5	6	7
Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия)	0,9918	0,737	0,7755	-0,255	0,0385	1 и более. Оптимальное не менее 2,0

Соответствующим норме оказался коэффициент абсолютной ликвидности (0,5096 при норме 0,2). За рассматриваемый период коэффициент вырос на 0,17. Соответствующим норме оказался коэффициент быстрой ликвидности (1,2339 при норме 1).

Таким образом, если организация получит деньги от дебиторов, то на конец периода она сможет расплатиться по все своим долгам. За рассматриваемый период коэффициент снизился на 0,0596.

Коэффициент текущей ликвидности в отчетном периоде находится ниже нормативного значения 2, что говорит о том, что предприятие не в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. Вместе с тем, показатель все же находится на уровне, превышающем единицу, что указывает на то, что в течение операционного цикла организация имеет возможность погасить свои краткосрочные обязательства. За рассматриваемый период коэффициент снизился на 0,102.

Поскольку коэффициент текущей ликвидности за 2016 оказался ниже нормы ( $1,817 < 2$ ), то необходимо рассчитывать коэффициент восстановления платежеспособности.

$$K_{\text{вост.платеж.}} = \frac{\frac{K_{\text{ТЛКп}} + 6}{T * (K_{\text{ТЛКп}} - K_{\text{ТЛНп}})}}{2} \quad (2.1)$$

$$K_{\text{вост.платеж.}} = \frac{\frac{1,817 + 6}{12 * (1,817 - 2,5957)}}{2} = 0,7$$



На конец анализируемого периода значение показателя меньше 1, что говорит о том, что предприятие не сможет восстановить свою платежеспособность. Поскольку коэффициент текущей ликвидности за 2016 год оказался ниже нормы ( $1,7153 < 2$ ), то необходимо рассчитывать коэффициент восстановления платежеспособности.

$$K_{\text{вост.платеж.}} = \frac{\frac{1,7153+6}{12*(1,7153-1,817)}}{2} = 0,8$$

На конец анализируемого периода значение показателя меньше 1, что говорит о том, что предприятие не сможет восстановить свою платежеспособность в ближайшие шесть месяцев.

Платежеспособность – это готовность организации погасить долги в случае одновременного предъявления требований о платежах со стороны всех кредиторов. Поскольку в процессе анализа изучается текущая и перспективная платежеспособность, текущая платежеспособность за анализируемый период может быть определена путем сопоставления наиболее ликвидных средств и быстро реализуемых активов с наиболее срочными и краткосрочными обязательствами [26].

Текущая платежеспособность считается нормальной, если соблюдается условие,  $A1 + A2 \geq П1 + П2$  и это свидетельствует о платежеспособности (неплатежеспособности) на ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени.

Текущая платежеспособность за 2014

$$71727+148189 \geq 97154+10568$$

На конец анализируемого периода организация платежеспособна, платежный излишек составил 112194 тыс. руб. ( $219916 - 107722$ ), на конец периода возможности превышают обязательства организации в 2 раза.

Текущая платежеспособность за 2015

$$37187+104236 \geq 103062+6275$$

На конец анализируемого периода организация платежеспособна, платежный излишек составил 32086 тыс. руб. (141423 - 109337), на конец периода возможности превышают обязательства организации в 1.3 раза.

Текущая платежеспособность за 2016

$$51021+72518 \geq 88075+12047$$

Вывод: На конец анализируемого периода организация платежеспособна, платежный излишек составил 23417 тыс. руб. (123539 - 100122), на конец периода возможности превышают обязательства организации в 1,2 раза. В целом по всем рассматриваемым периодам предприятие всегда оказывалось платежеспособным.

К положительным признакам можно отнести тот факт, что оборотные активы ООО «Тамара» превышают краткосрочные обязательства, что свидетельствует о способности погасить задолженность перед кредиторами.

#### **2.4 Показатели эффективности**

Эффективность развития предприятия отражают показатели: выручка, прибыль, деловая активность и рентабельность.

Экономическая эффективность – это результат, который можно получить, соизмерив показатели доходности производства по отношению к общим затратам и использованным ресурсам. Если первый показатель выше по сравнению со второй составляющей, значит, цели достигнуты, все потребности удовлетворены. Если ситуация наоборот, значит, экономического эффекта не наблюдается и предприятие несет убытки. Суть экономической эффективности состоит в том, чтобы из доступных предприятию ресурсов получать больше результатов производства, окупив затраты на приобретение ресурсов.

Выполним расчет и дадим оценку показателям выручи и прибыли. Данные расчетов отобразим в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Показатели прибыли предприятия ООО «Тамара»

Показатели	2015 тыс.руб.	2016 тыс.руб.	Изменения тыс.руб.	Темпы роста %
1	2	3	4	5
1. Выручка	238004,0	151280,0	-86724,0	63,56
2. Расходы по обычным видам деятельности	286685,0	189607,0	-97078,0	66,14
3. Прибыль (убыток) от продаж	-48681,0	-38327,0	10354,0	78,73
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	62298,0	71983,0	9685,0	115,55
5. Прибыль до уплаты процентов и налогов	13617,0	33656,0	20039,0	247,16
6. Проценты к уплате	23114,0	24019,0	905,0	103,92
7. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее	2845,0	1566,0	-1279,0	55,04
8. Чистая прибыль (убыток)	-6652,0	11203,0	17855,0	-168,42
9. Изменение за период нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) по данным бухгалтерского баланса	-12342,0	7962,0	20304,0	-64,51

Выручка за анализируемый период упала на 36.44 %. Прибыль от основной деятельности предприятия повысилась на 21.27 %, что является позитивным фактором. Сравнив темп роста выручки и себестоимости  $63.56 < 66.14$ , можно сказать, что деятельность предприятия неэффективна.

Считается, что организация работала в отчетном периоде эффективно, если выполняется условие

$$T_{рА} < T_{рв} < T_{рп}, \quad (2.2)$$

где,  $T_{рА}$  – темп роста активов  
 $T_{рв}$  – темп роста выручки,  
 $T_{рп}$  – темп роста прибыли.

Тра (2016) = 88,69%

Трв (2016) = 63,56%

Трп (2016) = -168,42%

Это означает, что активы опережают в своем росте выручку, что свидетельствует о замедлении оборачиваемости средств организации. Прибыль возросла не так значительно как выручка. Таким образом, за данный период, соотношение не выполняется.

Рентабельность продаж — коэффициент рентабельности, который показывает долю прибыли в каждом заработанном рубле. Обычно рассчитывается как отношение чистой прибыли (прибыли после налогообложения) за определённый период к выраженному в денежных средствах объёму продаж за тот же период. Формула рентабельности:

Рентабельность продаж = Чистая прибыль : Выручка

Рентабельность продаж является индикатором ценовой политики компании и её способности контролировать издержки. Различия в конкурентных стратегиях и продуктовых линейках вызывают значительное разнообразие значений рентабельности продаж в различных компаниях. Часто используется для оценки операционной эффективности компаний.

Выполним расчет и сравнительную оценку показателей рентабельности, характеризующих эффективность использования ресурсов предприятия

Данные расчетов поместим в таблицу 2.4.

Таблица 2.4 – Показатели, характеризующие рентабельность использования вложенного капитала

Показатели	Значение		Изменение	Нормативное ограничение
	2015	2016		
1	2	3	4	5
1. Рентабельность собственного капитала	-7,26	12,53	19,79	Нормальное значение: не менее 16%
2. Рентабельность чистого капитала	106,72	95,59	-11,13	
3. Рентабельность активов	-1,81	3,35	5,16	Нормальное значение: 9% и более

#### Окончание таблицы 2.4

1	2	3	4	5
4. Прибыль на инвестированный капитал	5,27	14,63	9,36	
5. Рентабельность производственных фондов	-47,3	-45,07	2,23	
6. Фондоотдача, коэфф.	5,35	4,68	-0,67	Положительная динамика

Вывод: В отчетном году у предприятия имеется убыток от продаж в размере 38327 тыс. руб. Каждый рубль собственного капитала организации принес 12,53 руб. чистой прибыли. Значение рентабельности активов свидетельствует о низкой эффективности использования имущества. Фондоотдача показывает эффективность использования средств организации. Фондоотдача уменьшилась на 0,67 руб. и составила 4,68 руб., то есть возросла сумма амортизационных отчислений, приходящихся на один рубль объема продаж, и, следовательно, упала доля прибыли в цене товара.

В отчетном году у предприятия имеется убыток от продаж в размере 38327 тыс. руб. Выручка за анализируемый период упала на 36.44 %. Прибыль от основной деятельности предприятия повысилась на 21.27 %, что является позитивным фактором. Сравнив темп роста выручки и себестоимости  $63.56 < 66.14$ , можно сказать, что деятельность предприятия неэффективна.

#### 2.5 Финансовая устойчивость предприятия

Финансовая устойчивость организации – это такое состояние ее финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие организации на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого риска. Финансовая устойчивость определяется на основе соотношения разных видов источников финансирования и его соответствия составу активов. Знание предельных границ изменения источников средств для покрытия вложений капитала в основные средства или производственные

запасы позволяет генерировать такие направления хозяйственных операций, которые ведут к улучшению финансового состояния организации, к повышению ее устойчивости. Финансовая устойчивость оценивается с помощью абсолютных и относительных показателей [26].

Абсолютные показатели финансовой устойчивости - это показатели, характеризующие состояние запасов и обеспеченность их источниками формирования.

О достаточно устойчивом финансовом состоянии ООО «Тамара» свидетельствует тот факт, что на конец периода коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами составил 0,5435, то есть 54,4 % собственных средств организации направлено на пополнение оборотных активов.

Коэффициент обеспеченности запасов источниками собственных оборотных средств выше нормативного значения, то есть организация не зависит от заемных источников средств при формировании своих оборотных активов.

Необходимо проследить динамику составляющих коэффициентов, которая позволит определить, за счет чего растет коэффициент – за счет изменения состояния источников покрытия или самих запасов. Стоимость оборотных средств уменьшилась в 0,8 раз (48198 : 57241). Организация не сумела покрыть такой объем запасов собственными оборотными средствами, так как они снизились за этот период в 0,8 раза (71471 : 89103).

Для комплексной оценки применим обобщающий коэффициент финансовой устойчивости (ФУ):

$$\text{ФУ} = \frac{1+2\text{КД}+\text{КА}+1}{\text{К}_{\text{зс}}+\text{КР}+\text{КП}} \quad (2.3)$$

$$\Delta = -0,332 : 4,7959 = -0,0692 \quad (2.4)$$

Таблица 2.5 – Коэффициенты финансовой устойчивости предприятия

Показатели	Значение			Изменение		Нормативное ограничение
	2014	2015	2016	2015	2016	
1	2	3	4	5	6	7
1. Коэффициент обеспеченности запасов источниками собственных оборотных средств	2,876	1,5566	1,4829	-1,319	-0,0737	более 1. Оптимально 0,6 – 0,8
2. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (коэффициент финансового левериджа)	2,8816	3,1519	2,3713	0,27	-0,781	меньше 1; отрицательная динамика
3. Индекс постоянного актива	1,0216	1,827	1,5312	0,805	-0,296	менее 1
4. Коэффициент реальной стоимости имущества	0,1343	0,1069	0,0848	-0,0274	-0,0221	
5. Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	0,6403	0,6519	0,5649	0,0116	-0,087	
6. Коэффициент финансовой устойчивости	0,7161	0,6918	0,6818	-0,0243	-0,01	0,8-0,9
7. Коэффициент концентрации заемного капитала	0,7424	0,7591	0,7034	0,0167	-0,0557	0,5 и менее
8. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,3496	0,4301	0,5435	0,0805	0,113	0,1 и более
9. Обобщ. коэффициент финансовой устойчивости	4,0411	4,7959	4,4641	0,755	-0,332	

Уровень финансовой устойчивости в ООО «Тамара» снижен на 6,92%.

Вывод: Анализ финансовой устойчивости показывает, насколько сильную зависимость организация испытывает от заемных средств, насколько свободно она может маневрировать собственным капиталом, без риска выплаты лишних процентов за просрочку платежа, либо неполную выплату кредиторской задолженности вовремя.

На конец анализируемого периода организация платежеспособна, платежный излишек составил 23417 тыс. руб. (123539 - 100122), на конец периода возможности превышают обязательства организации в 1.2 раза. В целом по всем рассматриваемым периодам предприятие всегда оказывалось платежеспособным.

## **2.6 Вопросы экологии**

На данный момент бизнес неразрывно связан с социальными и экологическими вопросами и перед руководителями встают новые задачи. Одной из таких задач для предприятия ООО «Тамара» является решение вопроса о том, как совместить снижение негативного воздействия на окружающую среду и экономическую выгоду.

Потребление электроэнергии. В магазине должно минимизироваться потребление электроэнергии, например, за счёт выключения освещения в нерабочее время (за исключением аварийного), максимального использования естественного освещения, установления датчиков движения в служебных помещениях, использования энергоэффективного электрооборудования и накопительных аккумуляторных систем бесперебойного питания.

Водопотребление. В магазине должен вестись регулярный учёт потребления воды, в системе водоснабжения всё оборудование должно быть исправно; для водонагрева приветствуется использование солнечной энергии и тепловых насосов.

Температурный и воздушный режимы помещения. Например, стандартом устанавливаются нижнее значение для температуры в помещении летом и высшее значение для температуры зимой.

Отходы. Одно из самых важных требований – это организация системы отдельного сбора мусора и последующего вывоза его на переработку, а также сбор и безопасная утилизация опасных отходов, таких как аккумуляторы, батарейки и ртутные лампы. В то время как во всем мире одним из наиболее



важных аспектов воздействия на окружающую среду является энергопотребление, в России приоритетной проблемой стоит считать именно образование отходов. На предприятиях розничной торговли могут образовываться отходы всех пяти классов опасности, установленных приказом Министерства природных ресурсов РФ.

Ассортимент товаров. В ассортименте экологически ответственных магазинов в разных группах товаров должны быть представлены экологически дружелюбные товары. Это могут быть экосертифицированные товары, продукция из вторичного сырья, энергоэффективная техника, продукты местного производства.

Упаковочные материалы. На предприятии розничной торговли в качестве альтернативы одноразовым пластиковым пакетам и упаковке должны использоваться экологически предпочтительные виды упаковки, например, многоразовые сумки для покупок на кассе, возвратная тара, пакеты с содержанием вторичного сырья или пакеты из биополимеров, разлагающиеся в окружающей среде на органические соединения.

Вывод: Руководством предприятия должны быть назначены сотрудники, которые будут отвечать за экологический менеджмент на предприятии ООО «Тамара». Уделяет большое внимание работе с покупателями, информируя их об экологической политике компании и стимулируя их снижать своё негативное воздействие на окружающую среду.

## **ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ТАМАРА»**

### **3.1. Мероприятия по оптимизации продаж**

Во второй аналитической главе проведен анализ доходов и расходов ООО «Тамара». Результатом работы явилось углубленное изучение всех финансовых результатов организации за последние три года. В 2016 году положение ООО «Тамара» изменилось в сторону ухудшения финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Упала выручка от реализации продукции и услуг, организация получила убыток 1070 тыс. руб. Одним из объяснений такого спада является потеря части покупателей из-за открывшегося в соседнем строении нового магазина «Смешные цены». Так же значительно снизились расходы на рекламу: в 2015 году они составляли 12,6 % от управленческих расходов, а в 2016 году всего лишь 3,3 %.

При определении политики ценообразования менеджеры торгового отдела на предприятии ООО «Тамара» запланировали добиться увеличения дохода с помощью иных маркетинговых инструментов, нежели инструментами ценообразования, таких как уменьшение себестоимости товаров, внедрение ноу-хау (экспресс - кассы, кассы самообслуживания), проведение акций на некоторые товары, накопительные скидки по дисконтным картам покупателя, обновить базу поставщиков и расширить ассортимент товаров.

Чтобы магазин продавал больше, можно сделать всего лишь две вещи:

1. Продавать большему количеству людей, то есть увеличить поток.
2. Продавать на большую сумму, то есть повысить средний чек.

Каким образом сделать число покупок больше, чем в предыдущем, отчетном периоде?

Можно привлечь в магазин большее количество людей. По статистике розницы как минимум из 10 зашедших уже 1 то точно купит. Во многих магазинах эта статистика больше. Значит, если в магазин будет заходить 50 человек, то и число покупок будет 5.

Схему стратегий повышения оборотов магазина изображена на рисунке 3.1.



Рисунок 3.1 – Схема стратегий повышения оборотов магазина

Для увеличения проходимости магазина можно использовать:

1. Размещать рекламные материалы, призванные остановить человека и направить в магазин. Этот рекламный материал призван заставить человека вспомнить о существовании магазина и зайти в него.

2. Давать рекламу информационно-стимулирующего характера. Мы можем рассказывать о своем магазине по подходящему каналу ТВ, радио, в интернете.

3. Кросс – мероприятия. Ключевая идея совместного мероприятия – привлечение нового потока клиентов в магазин от своих партнеров. Например, в магазине скидка на акционный товар для клиентов Сбербанка.

4. Размещать рекламные носители в почтовые ящики людей, живущих неподалеку, в соседних домах с магазином.

Можно пойти по пути увеличения количества, то есть частоты покупок текущих клиентов. В данном блоке есть два ключевых направления работы:

а) Повышение частоты покупок вашей аудиторией

б) Повышение конверсии магазина

Для повышения частоты покупок прежней аудиторией необходимо проработать клиентскую базу магазина. Такая база делится на покупателей, которые покупают наши товары максимально часто; основную массу и «балласт».

Первый тип – это активные и лояльные покупатели. Наш магазин у них «первый в списке» при появлении потребности. Это означает, что когда покупателю понадобится купить, к примеру, свежесдобитый хлеб, он пойдет сначала в наш магазин, а потом, если не обнаружит любимый хлеб, уже во все остальные. Это самые любимые клиенты. Доля таких покупателей – 40 % от общей аудитории.

Второй тип – основная масса, покупает у нас от случая к случаю, и может «изменить» магазину в зависимости от ассортимента, ценового положения и удобства покупки. Например, если покупателю понадобится качественное вино, то он сначала сходит в другой магазин, где сейчас распродажа, а потом дойдет и до нас.

Третий тип – это люди, которые покупают у нас редко, случайно. Это приезжие, либо не наша целевая аудитория, зашедшая после покупки автомобиля.

Для увеличения частоты покупок основной массы покупателей мы можем использовать программу лояльности и разовые акции. Программа лояльности – это система мероприятий, направленных на удержание и поощрение покупателей. Зачем? За тем, что удерживать покупателей дешевле, чем привлекать новых. Существует еще одна закономерность – 20 % покупателей приносят 80 % прибыли. Этим покупателей можно стимулировать приходить еще чаще и покупать еще больше.

Наша программа должна решать несколько задач:

1. Стимулирование постоянных обращений клиентов.
2. Увеличение частоты и суммы покупок.

3. Формирование информационной базы о клиенте.
4. Формирование положительного образа компании в глазах клиента.
5. Привлечение новых клиентов.

Рекомендуется использовать механизмы накопительных скидок либо бонусов, с возможностью оплаты покупки накопленными бонусами, с несколькими уровнями участия и возможностью точечного поощрения. Например, существуют три уровня бонусных карт (3-5-7 % от покупки на счет), с возможностью оплатить до 50 % покупки бонусами, и возможностью получения дополнительных бонусов за покупку более 3-х позиций.

Рассмотрим второй способ увеличить число покупок – повышение конверсии магазина. Конверсия – это отношение купивших к зашедшим, то есть количество чеков к количеству посетителей магазина. Существует здравая мысль, что конверсия должна стремиться к 100 %, но даже и показатель а 50 % будет для многих магазинов вполне приемлемым.

Важно понимать, почему конверсия может быть низкой? Чаще всего причины две: плохой мерчандайзинг и неэффективная работа продавцов.

Ошибки в мерчандайзинге – это непонятная или недопустимая выкладка товара. Когда покупатель не может понять логику размещения товара, найти нужную позицию самостоятельно, попробовать, примерить, пощупать товар.

Неэффективность продавцов заключается либо в неумении начинать диалог с потоком покупателей – и поток уходит, не купив; либо в неумении довести продажу до кассы – оставив покупателя без ответа на заданный вопрос. Здесь можно помочь обучением продавцов, желательно в торговом зале с реальными покупателями и выдачей им инструкций (фирменных стандартов в торговом зале и памяток по алгоритму покупателя) с прописанными фразами.

Но можно решить задачу увеличения продаж принципиально иным путем. Можно остановить покупательский поток на текущем уровне и работать над увеличением суммы покупок. Сумму чека можно увеличить, либо продавая больше штук, либо, продавая более дорогие в линейке товары.

Самый простой путь – увеличивать количество купленного товара. На эту задачу в менчандайзинге работают: дублирование ходового товара в дополнительной выкладке, размещение мелкого товара в кассовой зоне.

Чтобы продавцы расширяли чек, их надо учить этому и поощрять за нужное поведение. На первый план выходят памятки с алгоритмом – что и как предлагать. В мотивации – внутренние конкурсы и акции. Так же продавцы вполне способны предлагать и продавать в первую очередь наиболее престижный (дорогой) товар в линейке аналогов. Позиции можно расположить по цене, от большей к меньшей. Все обычно упирается в умение продавца связано и красиво пояснить разницу в цене, так называемую добавочную стоимость товара. Добавочная стоимость товара – это дополнительные выгоды, за которые покупатель готов переплатить. Их надо найти и прокомментировать. Здесь так же потребуются работа с персоналом, например, мини-тренинги по презентации дорогого товара по утрам.

Вывод: При определении политики ценообразования менеджеры торгового отдела на предприятии ООО «Тамара» запланировали добиться увеличения дохода с помощью иных маркетинговых инструментов, нежели инструментами ценообразования, таких как уменьшение себестоимости товаров, внедрение ноу-хау (экспресс-кассы, кассы самообслуживания), проведение акций на некоторые товары, накопительные скидки по дисконтным картам покупателя, обновить базу поставщиков и расширить ассортимент товаров.

### **3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий**

Ценовые промо акции являются самым распространенным видом промо активности, так как просты и низкзатратны в применении, требуют минимального привлечения дополнительного персонала и минимальных временных ресурсов на подготовку.

Экономическую эффективность маркетинговых мероприятий чаще всего определяют путем измерения ее влияния на развитие товарооборота. Чтобы выявить в какой степени разработка маркетинговых мероприятий повлияла на рост товарооборота, анализируют оперативные и бухгалтерские данные.

Дополнительный товарооборот под воздействием маркетинговых мероприятий определяется по формуле:

$$T_d = \frac{T_c * П * Д}{100\%} \quad (3.1)$$

где,

$T_c$  – среднедневной товарооборот до маркетинговых мероприятий, тыс. руб. /дн

$П$  – прирост среднедневного товарооборота за период внедрения маркетинговых мероприятий и после них, %

$Д$  – количество дней учета товарооборота в период внедрения маркетинговых мероприятий и после внедрения, дн

Среднедневной товарооборот до маркетинговых мероприятий равен:

$$T_c = 9791862 \text{ тыс. руб.} : 365 \text{ дн} = 2682,7 \text{ тыс. руб. / дн}$$

Прирост среднедневного товарооборота за период внедрения маркетинговых мероприятий равен 20 % . Количество дней учета товарооборота равно 180 дней.

$$T_d = \frac{2682,7 * 20\% * 180}{100\%} = 96577,2 \text{ тыс. руб.}$$

Об экономической эффективности маркетинговых мероприятий можно судить по тому экономическому результату, который был достигнут от внедрения.

Экономический результат определяется соотношением между прибылью от дополнительного товарооборота, полученного под воздействием маркетинговых мероприятий и расходами на них.

Для расчета экономического эффекта можно использовать следующую формулу:

$$\mathcal{E} = \frac{T_d * H_T}{100\% - (Z_p + P_d)} \quad (3.2)$$

где,  $T_d$  - дополнительный товарооборот под воздействием маркетинговых мероприятий, тыс. руб.

$H_T$  - торговая надбавка за единицу товара;

$Z_p$  - расходы на маркетинговые мероприятия, тыс. руб.

$P_d$  - дополнительные расходы по приросту товарооборота, тыс. руб.

Экономический эффект от проведения предложенных мероприятий составляет:

$$\mathcal{E} = \frac{96577,2 * 40\%}{100\% - (3107,52 + 0)} = 7555,67 \text{ тыс. руб.}$$

Вывод: На данном этапе мы сопоставляем полученный эффект (7 555,67 тыс. руб.) с затратами на его осуществление (3107,52 тыс. руб.) Расчеты показали что данные мероприятия оказались прибыльными. Магазин получит дополнительную прибыль 96577,2 тыс. руб.

### 3.3 Прогноз роста выручки

Основное отличие прогноза от плана состоит в том, что прогнозируются те показатели, которыми компания не может управлять в полной мере – объем продаж, риски или действия конкурентов. Планироваться может то, что полностью находится в сфере влияния, например, расходы. Основная цель



прогнозирования состоит в том, чтобы получить возможность оценивать работу компании как "удачную" или "неудачную" не по тем показателям (прибылям, рынкам, дивидендам), которые есть, а по тем, которые потенциально могли быть.

Коэффициент роста (снижения) показывает во сколько раз изменился уровень ряда по сравнению с предыдущим.

$$T_p = \sqrt[5]{\frac{B_{16}}{B_{12}}} - 1, \quad (3.1)$$

где,  $T_p$  - среднегодовой темп роста

$B_{12}$  - выручка от реализации продукции за базисный 2012 год

$B_{16}$  - выручка от реализации продукции за 2016 год

$$T_p = \sqrt[5]{\frac{B_{16}}{B_{12}}} - 1 = \sqrt[5]{\frac{151280000}{252829000}} - 1 = \sqrt[5]{0,60} - 1 = 0,097$$

Определим сколько составит выручка :

$$B_{n+1} = B_n * (1 + \bar{T}_p) \quad (3.2)$$

$$B_2 = B_1 * (1 + \bar{T}_p)$$

$$B_3 = B_2 * (1 + \bar{T}_p)$$

$$B_4 = B_3 * (1 + \bar{T}_p)$$

$$B_5 = B_4 * (1 + \bar{T}_p)$$

$$B_1 = 151280000 * (1 + (0,097)) = 165954160$$

$$B_2 = 165954160 * 1,097 = 182051713$$

$$B_3 = 182051713 * 1,097 = 199710729$$

$$B_4 = 199710729 * 1,097 = 219082670$$

$$B_5 = 219082670 * 1,097 = 240333689$$

Вывод: Выручка к пятому году значительно увеличится. Основная деятельность предприятия станет прибыльной.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Управление любым объектом требует, прежде всего, знания его исходной бухгалтерской отчетности. Лишь получив достаточно полную и достоверную информацию о деятельности предприятия в прошлом, о сложившихся тенденциях в его функционировании и развитии, можно выработать уверенные управленческие решения.

Предприятия прибегают к анализу финансового состояния периодически в процессе регулирования, контроля, наблюдения за состоянием и работой предприятия.

Целью данной работы ставится изучение теоретических основ управления доходами и расходами, и методов их эффективного использования на действующем предприятии мелкооптовой и розничной торговли ООО «Тамара».

В первой теоретической части раскрыты сущность и содержание доходов и расходов организации, исследованы их основные принципы классификации.

Анализ финансовой и хозяйственной деятельности предприятия связан с обработкой обширной информации, характеризующей самые разнообразные аспекты функционирования предприятия как производственного, финансового, имущественного комплекса. Данные сосредоточены в документах финансовой отчетности, балансе предприятия, учетных ведомостях.

Во второй аналитической части проведен анализ доходов и расходов ООО «Тамара». Дана характеристика финансово-хозяйственной деятельности предприятия и проанализированы его доходы и расходы.

Основным источником сведений для проведения обоснованного анализа финансовых результатов для предприятия ООО «Тамара» является форма №1 «Бухгалтерский баланс» и форма №2 «Отчет о финансовых результатах».

Результатом работы явилось углубленное изучение всех финансовых результатов организации за последние пять лет. В 2016 году положение ООО «Тамара» изменилось в сторону ухудшения финансово-хозяйственной

деятельности предприятия. Упала выручка от реализации продукции и услуг, организация получила убыток 1070 тыс. руб. Одним из объяснений такого спада является потеря части покупателей из-за открывшегося в соседнем строении нового магазина «Смешные цены». Так же значительно снизились расходы на рекламу: в 2015 году они составляли 12,6 % от управленческих расходов, а в 2016 году всего лишь 3,3 %.

В третьей проектной части сформулирован ряд предложений по совершенствованию управления доходами и расходами предприятия.

На основании изменений, выявленных во второй аналитической главе дипломной работы, даны рекомендации по улучшению финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Тамара»:

Увеличение объема реализации товаров.

Расширение маркетинговой службы (привлечение новых покупателей, изучение потребительского спроса на товары).

Развертывание рекламы.

Внедрение экспресс-касс и касс самообслуживания.

Сбыт неиспользованного оборудования.

В 2016 году руководство ООО «Тамара», учитывая ошибки прошлого периода, активизировало свою работу по расширению контрактов с новыми поставщиками. Рынок сбыта относительно стабилизируется за счет обновления ассортимента товаров, объем реализации постепенно увеличивается. За счет рекламы будет увеличен покупательский поток, что увеличит прибыль нашей организации.

## СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

A1 – активы

$V_n$  - выручка от реализации продукции за год

V – объем реализованной продукции

d – денежные средства

$K1_{\text{норм}}$  - нормативное значение коэффициента текущей ликвидности

$K_{\text{вост.платеж.}}$  - коэффициент восстановления платежеспособности

мес. - месяц

НДС – налог на добавленную стоимость

ООО «Тамара» - общество с ограниченной ответственность «Тамара»

ОП – отчетный период

П – сумма прибыли

П1 – пассивы

$P_{\text{ф}}$  - результат от финансовой деятельности

Рис. – рисунок

РФ – Российская Федерация

C – себестоимость единицы продукции

T – отчетный период, мес.

ТМЦ – товарно-материальные ценности

тыс. руб. – тысяча рублей

$T_p$  - среднегодовой темп роста

Табл. – таблица

$T_{\text{рв}}$  – темп роста выручки

$T_{\text{рп}}$  – темп роста прибыли

Тел. - телефон

ФЗ – Федеральный закон

ФУ – финансовая устойчивость

Ц – цена реализации единицы продукции

[1] – порядковый номер использованной литературы

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 21.04.1996 № 159-ФЗ (ред. От 28.12.2013)
2. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 № 17-ФЗ (ред. От 14.07.2014)
3. Федеральный закон от 08.01.1998 №6-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»
4. Классификация доходов и расходов организации ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99
5. Баканов, М. И. , Шеремет А.Д. Теория экономического анализа : Учебник . - М.: Финансы и статистика , 2002 – 288 с .
6. Богата, И. Н. Аудит : учебное пособие / Ростов н /Д Феникс – 2014. – 244 с.
7. Ворошбит, Е. Г. Директ-костинг : преимущества и недостатки // М . : Экономика и бизнес , 2014. – 248 с .
8. Войтоловский, Н. В. Комплексный экономический анализ предприятия: учебник / Под ред. Войтоловского Н. В. , Калининой А. П. , Мазуровой И. И. – СПб . : Питер , 2013 – 569 с .
9. Гаврилова, А. Н . , Попов А. А. Финансы организации (предприятий) : учебн. пособие. – М . : КНОРУС, 2015. – 412 с .
10. Гальчина, О. Н. , Пожидаев Т. А. Теория экономического анализа : Учебное пособие . : Изд-во ВГУ, 2012 . – 67 с .
11. Глазунов, В. Н. Управление доходами фирмы : Практические рекомендации / М . : Экономика, 2013 . – 228 с .
12. Грачев, А. В. Финансовая устойчивость предприятия / Учебное пособие / М . : Экономист , - 2010 . – 227 с .
13. Зайцев, Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием : учеб. пособие / М . : ИНФРА-М , 2007 . – 455 с .
14. Зимин, Н. Е. Анализ и диагностика финансового состояния фирм . – М . : ИНФРА-М , 2008 . – 240 с .

15. Казуева, Т. С. Управление доходами и расходами предприятия . – М . : ИД «Дошков и К» , 2007 . – 314 с .
16. Краюхин, Г. А. Управление затратами на предприятии : Учебник под ред . Г. А. Краюхина, / СПб . : «Издательский дом «Бизнес-пресс», 2012 . – 235 с .
17. Крейнина, М. Н. Объем продаж: значение , сущность, величина / Финансовый менеджмент . М . : Юнити Дана . – 2011 . – 93 с .
18. Маркин, Ю. П. Анализ финансовой отчетности коммерческой организации : учеб . Пособие – М . : Омега-Л , 2010 – 512 с .
19. Мясникова, О. В. Экономика предприятия : учеб . Пособие / О. В. Мясникова, Б. Г. Преображенский . – М . : КНОРУС , 2008 . – 191 с .
20. Островских, Т. И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия . Методические указания к курсовой работе / Сиб . Фед . Ун-т , ХТИ – филиал СФУ, - Абакан : Ред .- изд . Сектор ХТИ – филиал СФУ , 2013 . – 41 с .
21. Позняков, В .Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : Учебник / под ред . Проф . В. Я. Познякова . – М . : ИНФРА – 2008 . 617 с .
22. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – 8-е изд . , перераб . – М . : Новое знание , 2012 . – 640 с .
23. Сигидов, Ю . , Трубилин А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность // М . : ИНФРА , 2012 . - 360 с .
24. Смольский, А. Управление бизнесом с учетом поведения расходов / М . : Финансовый директор , - 2010. – 116 с .
25. Чернова, Т. В. Экономическая статистика . Учебное пособие . / Изд . : ТРТУ , 2011 . – 206 с .
26. Шуляк, П. Н. Финансы предприятия: Учебник . – 2-е изд . – М . - Издательский дом «Дашков и К» , 2012 – 248 с .
27. Сайт «Торговой сети Командор» [http://www . sm-komandor . ru](http://www.sm-komandor.ru)
28. Бухгалтерская отчетность ООО «Тамара» // 1С: Астор

## Характеристика показателей финансового состояния предприятия

Наименование показателя	Способ расчета	Рекомендуемое значение
Общий коэффициент покрытия	$\frac{\text{Оборотный капитал}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$ $\frac{\text{Оборотный капитал} - \text{дебиторская задолженность}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	Более 1,0
Абсолютная ликвидность	$\frac{\text{Денежные средства}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	1,0-2,0
Срочная ликвидность	$\frac{\text{Денежные средства} + \text{краткосрочные финансовые вложения}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	0,1-0,3
Ликвидность средств в обращении	$\frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения} + \text{Дебиторская задолженность}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	0,2-0,4
Ликвидность при мобилизации средств	$\frac{\text{Материальные оборотные средства}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	0,5-1,0

## Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатели	Способ расчета	Рекомендуемые значения и характеристика
Уровень собственного капитала	Собственный капитал / Итог баланса	0,6 и более
Соотношение заемного и собственного капитала	Обязательства / Собственный капитал	менее 0,7
Обеспечение внеоборотных активов собственным капиталом	Внеоборотный капитал / Собственный капитал	менее 1
Соотношение оборотного и внеоборотного капитала	Оборотный капитал / Внеоборотный капитал	В зависимости от вида деятельности
Уровень чистого оборотного капитала	Оборотный капитал – Краткосрочные обязательства / Итог баланса	Чем выше значение, тем устойчивее финансовое состояние
Уровень инвестированного капитала	Долгосрочные финансовые вложения – Краткосрочные финансовые вложения / Итог баланса	Показывает долю инвестиций в общей стоимости имущества
Уровень функционирующего капитала	Итог баланса – Долгосрочные финансовые вложения – Краткосрочные финансовые вложения / Итог баланса	Показывает долю функционирующего капитала в общей стоимости имущества предприятия



**Расчет коэффициентов ликвидности**

Общий показатель ликвидности

$$K_{Л}=(A1+0.5A2+0.3A3)/(П1+0.5П2+0.3П3)$$

$$K_{Л}(2014)=(71727+0.5*148189+0.3*59699)/(97154+0.5*148189+0.3*59699)=0.8656$$

$$K_{Л}(2015)=(37187+0.5*104236+0.3*57241)/(103062+0.5*104236+0.3*57241)=0.6178$$

$$K_{Л}(2016)=(51021+0.5*72518+0.3*48198)/(88075+0.5*72518+0.3*48198)=0.733$$

Коэффициент абсолютной ликвидности

$$K_{АЛ}=A1/(П1+П2)$$

$$K_{АЛ}(2014)=71727/(97154+10568)=0.6659$$

$$K_{АЛ}(2015)=37187/(103062+6275)=0.3401$$

$$K_{АЛ}(2016)=51021/(88075+12047)=0.5096$$

Коэффициент абсолютной ликвидности

$$K_{АЛ}=A1/П1$$

$$K_{АЛ}(2014)=71727/97154=0.7383$$

$$K_{АЛ}(2015)=37187/103062=0.3608$$

$$K_{АЛ}(2016)=51021/88075=0.5793$$

Коэффициент срочной ликвидности

$$K_{КЛ}=(A1+A2)/(П1+П2)$$

$$K_{КЛ}(2014)=(71727+148189)/(97154+10568)=2.0415$$

$$K_{КЛ}(2015)=(37187+104236)/(103062+6275)=1.2935$$

$$K_{КЛ}(2016)=(51021+72518)/(88075+12047)=1.2339$$

Коэффициент текущей ликвидности

$$K_{ТЛ}=(A1+A2+A3)/(П1+П2)$$

$$K_{ТЛ}(2014)=(71727+148189+59699)/(97154+10568)=2.5957$$

$$K_{ТЛ}(2015)=(37187+104236+57241)/(103062+6275)=1.817$$

$$K_{ТЛ}(2016)=(51021+72518+48198)/(88075+12047)=1.7153$$

Коэффициент текущей ликвидности (Коэффициент покрытия) \*

$$K_{ТЛ}=(A1+A2+A3)/(П1+П2+П3)$$

$$K_{ТЛ}(2014)=(71727+148189+59699)/(97154+10568+174198)=0.9918$$

$$K_{ТЛ}(2015)=(37187+104236+57241)/(103062+6275+160217)=0.737$$

$$K_{ТЛ}(2016)=(51021+72518+48198)/(88075+12047+121338)=0.7755$$

### Расчет коэффициентов финансовой устойчивости предприятия

Коэффициент обеспеченности запасов источниками собственных оборотных средств

$$K_o = EC/Z$$

$$K_o(2014) = 171695/59699 = 2.876$$

$$K_o(2015) = 89103/57241 = 1.5566$$

$$K_o(2016) = 71471/48198 = 1.4829$$

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств

$$K_{з/с} = ЗК/ИС$$

$$K_{з/с}(2014) = 281722/97765 = 2.8816$$

$$K_{з/с}(2015) = 269330/85449 = 3.1519$$

$$K_{з/с}(2016) = 221316/93331 = 2.3713$$

Коэффициент автономии (финансовой независимости)

$$K_A = ИС/В$$

$$K_A(2014) = 97765/379487 = 0.2576$$

$$K_A(2015) = 85449/354779 = 0.2409$$

$$K_A(2016) = 93331/314647 = 0.2966$$

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств

$$K_{м/и} = М/И$$

$$K_{м/и}(2014) = 279616/99872 = 2.7997$$

$$K_{м/и}(2015) = 198664/156115 = 1.2725$$

$$K_{м/и}(2016) = 171737/142910 = 1.2017$$

Коэффициент маневренности функционирующего капитала

$$K_M = СОС2/Капитал \text{ и резервы}$$

$$K_M(2014) = 171695/97765 = 1.7562$$

$$K_M(2015) = 89103/85449 = 1.0428$$

$$K_M(2016) = 71471/93331 = 0.7658$$

Индекс постоянного актива

$$K_{п} = \text{ФИММ}/ИС$$

$$K_{п}(2014) = 99872/97765 = 1.0216$$

$$K_{п}(2015) = 156115/85449 = 1.827$$

$$K_{п}(2016) = 142910/93331 = 1.5312$$

Коэффициент реальной стоимости имущества

$$K_p = (СОС + ЗС + ЗН) / В$$

$$K_p(2014)=(50976+0+0)/379487=0.1343$$

$$K_p(2015)=(37940+0+0)/354779=0.1069$$

$$K_p(2016)=(26687+0+0)/314647=0.0848$$

Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств

$$K_d=KT/(ИС+КТ)$$

$$K_d(2014)=174000/(97765+174000)=0.6403$$

$$K_d(2015)=159993/(85449+159993)=0.6519$$

$$K_d(2016)=121194/(93331+121194)=0.5649$$

Коэффициент финансовой устойчивости

$$K_y=(ИС+КТ)/В$$

$$K_y(2014)=(97765+174000)/379487=0.7161$$

$$K_y(2015)=(85449+159993)/354779=0.6918$$

$$K_y(2016)=(93331+121194)/314647=0.6818$$

Коэффициент концентрации заемного капитала

$$K_k=ЗК/В$$

$$K_k(2014)=281722/379487=0.7424$$

$$K_k(2015)=269330/354779=0.7591$$

$$K_k(2016)=221316/314647=0.7034$$

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами

$$K_{oc}=ИС/ОА$$

$$K_{oc}(2014)=171695/279616=0.3496$$

$$K_{oc}(2015)=89103/198664=0.4301$$

$$K_{oc}(2016)=71471/171737=0.5435$$

## Бухгалтерский баланс

на 31 декабря 2016 г.

Организация ООО "Тамара"

Идентификационный номер налогоплательщика

Вид экономической

деятельности Прочая розничная торговля

Организационно-правовая форма / форма собственности

**Общество с ограниченной**

**ответственностью** / **Частная**

Единица измерения: в тыс. рублей

Местонахождение (адрес)

655158 Республика Хакасия г.Абакан проспект Дружбы Народов 54 строение 2

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

по ОКПО

ИНН

по

ОКВЭД

по ОКПОФ / ОКФС

по ОКЕИ

**Коды**

**0710001**

31	12	2016
----	----	------

**01415789**

**6455007280**

**52,12**

47	16
----	----

**384**

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2016г.	На 31 декабря 2015	На 31 декабря 2014
	<b>АКТИВ</b>				
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
	Нематериальные активы	1110	-	-	52
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	26 687	37 940	50 976
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	116 223	118 175	48 844
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	<b>Итого по разделу I</b>	<b>1100</b>	<b>142 910</b>	<b>156 115</b>	<b>99 872</b>
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
	Запасы	1210	48 178	57 241	59 699
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	20	-	-
	Дебиторская задолженность	1230	69 387	101 100	145 166
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	46 580	33 529	66 271
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	4 441	3 658	5 456
	Прочие оборотные активы	1260	3 131	3 136	3 023
	<b>Итого по разделу II</b>	<b>1200</b>	<b>171 737</b>	<b>198 664</b>	<b>279 616</b>
	<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>314 647</b>	<b>354 779</b>	<b>379 487</b>

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2016	На 31 декабря 2015	На 31 декабря 2014
	<b>ПАССИВ</b>				
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у	1320	-	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	12 234	12 234	12 234
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	80 943	72 981	85 323
	Итого по разделу III	1300	93 187	85 225	97 567
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
	Заемные средства	1410	121 194	159 993	174 000
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	121 194	159 993	174 000
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
	Заемные средства	1510	12 047	6 275	10 568
	Кредиторская задолженность	1520	88 075	103 062	97 154
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	144	224	198
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	100 266	109 561	107 920
	<b>БАЛАНС</b>	1700	314 647	354 779	379 487

Руководитель \_\_\_\_\_  
(подпись)

**Шамбир Павел Петрович**  
(расшифровка подписи)

4 февраля 2017 г.

**Отчет о движении денежных средств  
за Январь - Декабрь 2016 г.**

Организация ООО "Тамара"  
 Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_  
 Вид экономической деятельности Прочая розничная торговля  
 Организационно-правовая форма / форма собственности Общество с ограниченной ответственностью / Частная  
 Единица измерения: в тыс. рублей

по ОКВЭД

Коды		
0710004		
31	12	2016
01415789		
6455007280		
52,12		
47	16	
384		

Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
<b>Денежные потоки от текущих операций</b>			
Поступления - всего	4110	288 752	318 436
в том числе:			
от продажи продукции, товаров, работ и услуг	4111	286 531	316 739
арендных платежей, лицензионных платежей, роялти,	4112	-	-
от перепродажи финансовых вложений	4113	1 097	-
	4114	-	-
прочие поступления	4119	1 124	1 697
Платежи - всего	4120	(234 173)	(341 973)
в том числе:			
поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	4121	(181 442)	(238 399)
в связи с оплатой труда работников	4122	(25 568)	(37 666)
процентов по долговым обязательствам	4123	(21 705)	(22 122)
налога на прибыль организаций	4124	-	(956)
	4125	-	-
прочие платежи	4129	(5 458)	(42 830)
Сальдо денежных потоков от текущих операций	4100	54 579	(23 537)
<b>Денежные потоки от инвестиционных операций</b>			
Поступления - всего	4210	175 361	62 535
в том числе:			
от продажи внеоборотных активов (кроме финансовых вложений)	4211	163 701	318
от продажи акций других организаций (долей от возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам)	4212	-	-
дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям и аналогичных поступлений от долевого участия в других организациях	4213	11 381	50 605
	4214	279	11 612
	4215	-	-
прочие поступления	4219	-	-
Платежи - всего	4220	(196 769)	(99 725)
в том числе:			
в связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов	4221	(116 098)	(519)
в связи с приобретением акций других организаций (долей участия)	4222	-	(42 719)
в связи с приобретением долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам), предоставление займов другим лицам	4223	(80 086)	(56 487)
процентов по долговым обязательствам, включаемым в стоимость инвестиционного актива	4224	(585)	-
	4225	-	-
прочие платежи	4229	-	-
Сальдо денежных потоков от инвестиционных	4200	(21 408)	(37 190)

Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
<b>Денежные потоки от финансовых операций</b>			
Поступления - всего	4310	90 349	219 044
в том числе:			
получение кредитов и займов	4311	88 554	147 109
денежных вкладов собственников (участников)	4312	-	-
от выпуска акций, увеличения долей участия	4313	-	-
от выпуска облигаций, векселей и других долговых ценных бумаг и др.	4314	1 795	71 935
	4315	-	-
прочие поступления	4319	-	-
Платежи - всего	4320	(122 964)	(160 045)
в том числе:			
собственникам (участникам) в связи с выкупом у них акций (долей участия) организации или их выходом из состава участников	4321	-	-
на уплату дивидендов и иных платежей по распределению прибыли в пользу собственников	4322	-	-
в связи с погашением (выкупом) векселей и других долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов	4323	(122 964)	(160 045)
	4324	-	-
прочие платежи	4329	-	-
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	4300	(32 615)	58 999
<b>Сальдо денежных потоков за отчетный период</b>	4400	556	(1 728)
<b>Остаток денежных средств и денежных эквивалентов на начало отчетного периода</b>	4450	3 658	5 456
<b>Остаток денежных средств и денежных эквивалентов на конец отчетного периода</b>	4500	4 441	3 658
Величина влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к рублю	4490	227	(70)

Руководитель \_\_\_\_\_  
(подпись)

**Шамбир Павел Петрович**  
(расшифровка подписи)

4 февраля 2017 г.

## Отчет о финансовых результатах

за Январь - Декабрь 2016 г.

				<b>Коды</b>
Форма по ОКУД				<b>0710002</b>
Дата (число, месяц, год)				<b>31   12   2016</b>
Организация <b>ООО "Тамара"</b>				<b>01415789</b>
Идентификационный номер налогоплательщика				<b>6455007280</b>
Вид экономической деятельности <b>Прочая розничная торговля</b>				<b>52,12</b>
Организационно-правовая форма / форма собственности <b>Общество с ограниченной ответственностью / Частная</b>				<b>47   16</b>
Единица измерения: в тыс. рублей				<b>384</b>

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
	Выручка	2110	151 280	238 004
	Себестоимость продаж	2120	(95 937)	(153 655)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	55 343	84 349
	Коммерческие расходы	2210	(93 670)	(133 030)
	Управленческие расходы	2220	-	-
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	(38 327)	(48 681)
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	3 958	3 358
	Проценты к уплате	2330	(24 019)	(23 114)
	Прочие доходы	2340	217 880	63 691
	Прочие расходы	2350	(149 855)	(4 751)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	9 637	(9 497)
	Текущий налог на прибыль	2410	(28)	-
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-
	Прочее	2460	(1 594)	(2 845)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	8 015	(12 342)



Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2016 г.	За Январь - Декабрь 2015 г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	8 015	(12 342)
	<b>СПРАВОЧНО</b>			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель \_\_\_\_\_  
(подпись)

**Шамбир Павел Петрович**  
(расшифровка подписи)

4 февраля 2017 г.

## Расчет стоимости чистых активов

Общество с ограниченной ответственностью "Тамара"  
(наименование организации)

Наименование показателя	Код строки бухгалтерского баланса	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.
<b>Активы</b>				
Нематериальные активы	1110	-	-	52
Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
Основные средства	1150	26 687	37 940	50 976
Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
Финансовые вложения долгосрочные	1170	116 223	118 175	48 844
Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
Запасы	1210	48 178	57 241	59 699
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	20	-	-
Дебиторская задолженность*	1230	69 387	101 100	145 166
Финансовые вложения краткосрочные	1240	46 580	33 529	66 271
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	4 441	3 658	5 456
Прочие оборотные активы	1260	3 131	3 136	3 023
<b>ИТОГО активы</b>	<b>-</b>	<b>314 647</b>	<b>354 779</b>	<b>379 487</b>
<b>Пассивы</b>				
Заемные средства долгосрочные	1410	121 194	159 993	174 000
Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
Оценочные обязательства долгосрочные	1430	-	-	-
Прочие обязательства долгосрочные	1450	-	-	-
Заемные средства краткосрочные	1510	12 047	6 275	10 568
Кредиторская задолженность	1520	88 075	103 062	97 154
Оценочные обязательства краткосрочные	1540	144	224	198
Прочие обязательства краткосрочные	1550	-	-	-
<b>ИТОГО пассивы</b>	<b>-</b>	<b>221 460</b>	<b>269 554</b>	<b>281 920</b>
<b>Стоимость чистых активов</b>	<b>-</b>	<b>93 187</b>	<b>85 225</b>	<b>97 567</b>

\* - За исключением задолженности участников (учредителей) по взносам в уставный капитал.

## Пояснительная записка

Форма 0710005 с.5

### Незавершенные капитальные вложения

Наименование показателя	Код	Период	На начало года	вложения за период			На конец периода
				затраты за период	списано	принято к учету в качестве основных средств или увеличена стоимость	
Незавершенное строительство и незаконченные операции по приобретению, модернизации и т.п. основных средств - всего	5240	за 2016 г.	-	112 605	(104 053)	(8 552)	-
	5250	за 2015 г.	-	1 496	-	(1 496)	-
в том числе: Земельный участок (4355 кв.м)	5241	за 2016 г.	-	8 552	-	8 552	-
	5251	за 2015 г.	-	-	-	-	-

### Изменение стоимости основных средств в результате достройки, дооборудования, реконструкции и частичной ликвидации

Наименование показателя	Код	за 2016 г.	за 2015 г.
Увеличение стоимости объектов основных средств в результате достройки, дооборудования,	5260	-	-
в том числе:	5261	-	-
Уменьшение стоимости объектов основных средств в результате частичной ликвидации -	5270	-	-
в том числе:	5271	-	-

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Используемые в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 28 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

«23» июня 2017 г.

---

(подпись)

Н. В. Санникова