

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт управления бизнес-процессами и экономики  
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ З.А. Васильева  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.02.01.12 «Финансовый менеджмент  
(реальный сектор экономики)»

**Совершенствование системы финансового планирования ювелирной  
компании (на примере ООО «Золотая Кострома»)**

Руководитель	_____	П.А. Муллер
Выпускник	_____	А.С. Слободяник
Нормоконтролер	_____	Т.П. Лихачева

Красноярск 2018

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт управления бизнес-процессами и экономики  
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ З.А. Васильева  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

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

**Студенту** Слободянику Артему Сергеевичу

**Группа:** УБ14-07Б Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»,  
профиль подготовки 38.03.02.01.12 «Финансовый менеджмент (реальный  
сектор экономики).

**Тема выпускной квалификационной работы:** Совершенствование  
системы финансового планирования ювелирной компании (на примере ООО  
«Золотая Кострома»)

**Утверждена приказом по университету:** № 5216/с от 11.04.2018 г.

**Руководитель ВКР:** П.А. Муллер, канд. экон. наук, доцент кафедры  
«Экономика и управление бизнес-процессами».

**Исходные данные для ВКР:** аналитические отчеты рынка ювелирной  
продукции в мире и России, сайты лидеров ювелирной промышленности  
России, статистические данные о тенденциях развития рынка ювелирных  
изделий в РФ, публикации в электронных изданиях, внутренние данные  
ООО «Золотая Кострома» о розничных продажах ювелирных изделий в  
г. Красноярске, бухгалтерская отчетность ООО «Золотая Кострома» за 2016-  
2017 гг.

**Перечень разделов ВКР:**

- 1 Исследование состояния и перспектив развития рынка ювелирных изделий  
в России и за рубежом.
- 2 Анализ системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома».
- 3 Совершенствование системы финансового планирования ООО «Золотая  
Кострома».

**Перечень презентационного материала:**

- Титульный слайд;
- Актуальность темы дипломного проекта;
- Цель и задачи дипломного проекта;
- Характеристика объекта исследования;

- Исследование состояния и перспектив развития рынка ювелирных изделий в России и за рубежом;
- Анализ системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома»;
- Основные проблемы системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома»;
- Определение возможностей роста конкурентоспособности ООО «Золотая Кострома»;
- Мероприятия по совершенствованию системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома»;
- Оценка экономической эффективности предлагаемых мероприятий для ООО «Золотая Кострома».

Руководитель ВКР

\_\_\_\_\_

П.А. Муллер

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_

А.С. Слободяник

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Совершенствование системы финансового планирования ювелирной компании (на примере ООО «Золотая Кострома»)» содержит 94 страниц текстового документа, список литературы из 55 источников, а также табличный и графический материал (таблиц 24 и 4 рисунков).

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, РЫНОК ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ, ПРОГНОЗНЫЙ БАЛАНС, ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ОБЪЕМ ПРОДАЖ.

Объект исследования – ООО «Золотая Кострома».

Цель бакалаврской работы: совершенствование системы финансового планирования ювелирной компании.

Задачи бакалаврской работы:

- исследовать основные тенденции рынка ювелирных изделий в России и за рубежом;
- оценить существующую на предприятии системы финансового планирования и выявить ее проблему;
- разработать мероприятия по совершенствованию системы финансового планирования;
- оценить эффективность предлагаемых мероприятий.

В результате выполнения бакалаврской работы был проведен анализ системы финансового планирования на рынке ювелирных изделий в России, разработаны мероприятия по совершенствованию системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома» и дана оценка экономического эффекта предлагаемых мероприятий.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 Исследование состояния и перспектив развития рынка ювелирных изделий в России и за рубежом.....	6
1.1 Анализ состояния и перспектив развития рынка ювелирных изделий...6	
1.2 Условия и факторы развития предприятий ювелирной промышленности.....	24
1.3 Особенности финансового планирования на предприятиях ювелирной промышленности.....	32
2 Анализ системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома»....	40
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Золотая Кострома».....	40
2.2 Оценка существующей на предприятии системы финансового планирования.....	56
2.3 Проблемы системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома».....	61
3 Совершенствование системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома».....	68
3.1 Разработка мероприятий по совершенствованию системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома».....	69
3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий.....	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	89
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	91

## ВВЕДЕНИЕ

В условиях рыночной экономики, самостоятельности предприятий, их ответственности за результаты деятельности возникает объективная необходимость определения тенденций развития финансового состояния и перспективных финансовых возможностей. На решение таких вопросов и направлена финансовая стратегия предприятия. Разработка финансовой стратегии – это отрасль финансового планирования. Как составная часть общей стратегии экономического развития, она должна согласовываться с целями и направлениями последней. В свою очередь, финансовая стратегия оказывает существенное влияние на общую экономическую стратегию предприятия. Изменение ситуации на макроуровне и на финансовом рынке влечет коррекцию как финансовой, так и общей стратегии развития предприятия.

В процессе разработки финансовой стратегии особое внимание уделяется производству конкурентоспособной продукции, полноте выявления денежных доходов, мобилизации внутренних ресурсов, максимальному снижению себестоимости продукции, формированию и делению прибыли, определению оптимальной потребности в оборотных средствах, рациональному использованию привлеченных средств, эффективному использованию капитала предприятия.

Объектом исследования является финансовое планирование и прогнозирование деятельности ООО «Золотая Кострома».

Актуальность совершенствования системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома» в настоящее время заключается в том, что обеспечение финансового благополучия компании является важнейшей задачей ее управления. Финансовое состояние организации, в настоящий момент, можно признать неустойчивым. Вместе с тем, компания обязана, своевременно и полностью выполнять свои обязательства по расчетам с персоналом, поставщиками, банками, по платежам в бюджет и

внебюджетные фонды и при этом реализовывать свои текущие планы и стратегические программы.

Таким образом, целью бакалаврской работы является совершенствование финансового планирования ООО «Золотая Кострома».

В соответствии с целью бакалаврской работы были поставлены и решены следующие задачи:

- исследованы основные тенденции рынка ювелирных изделий в России и за рубежом;
- проведена оценка существующей на предприятии системы финансового планирования и выявлены ее недостатки;
- разработаны мероприятия по совершенствованию системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома»;
- проведена оценка эффективности предлагаемых мероприятий.

В выпускной работе используются методы статистического динамического анализа, финансового планирования и прогнозирования.



# **1 Исследование состояния и перспектив развития рынка ювелирных изделий в России и за рубежом**

## **1.1 Анализ состояния и перспектив развития рынка ювелирных изделий**

В современный период развития мировой экономики драгоценные металлы, в том числе золото, не имеют того преобладающего значения, какое они имели до начала индустриального этапа развития. Их роль как монетарных инструментов постепенно снижалась по мере перехода к денежным системам эмиссионного типа, основывающимся главным образом на обязательствах обеспечения стабильности. Но их значимость в качестве сырьевых товаров для различных отраслей мировой экономики, а также средств сбережения и инвестирования сохраняются.

Не потеряло актуальности и использование золота в качестве составной части государственных золотовалютных резервов (ЗВР). Центробанки остаются крупными его покупателями в рамках стратегии по диверсификации ЗВР. Эта стратегия позволяет снизить риски и негативное воздействие на экономику в условиях нестабильности мировой финансовой системы и изменения конъюнктуры отдельных сегментов международной торговли, что обусловлено высокой ликвидностью золота. Оно может в равной мере использоваться как универсальные деньги, как связанная денежная масса и средство накопления для обеспечения вневременной устойчивости и частного, и государственного капитала. На протяжении последних лет статистические данные свидетельствуют об устойчивости рынка золота и уникальной природе драгметалла как особого класса активов, способных поддерживать равновесие в условиях экономической нестабильности.

Ювелирная промышленность тесно связана со многими участками экономики – гранильной промышленностью, алмазно-бриллиантовым комплексом, аффинажными предприятиями, финансовыми институтами – банками и пр.

Эта связь, обусловленная общим фактором работы с драгоценными металлами и драгоценными камнями (ДМДК), нашла отражение в едином регулировании их деятельности государством через Федеральный закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Вследствие чего все хозяйствующие субъекты, так или иначе имеющие отношение к работе с ДМДК, условно считают причастными к обобщающему расширенному понятию – «ювелирная отрасль», охватывающему всех участников рынка ДМДК [1].

В российской экономике по данным Федеральной службы государственной статистики, в объеме ВВП общий объем рынка драгоценных металлов и драгоценных камней занимает лишь 1,3% в денежном эквиваленте, несмотря на первое место в мире по добыче алмазов, палладия, платины, одно из первых мест по добыче золота. В общем обороте розничной торговли за 2017 год удельный вес ювелирного сектора составляет 0,8%, что приближает его по этому показателю к рынкам косметики, парфюмерии и мобильных телефонов.

По данным отчета Всемирного совета по золоту, больше всего золотом интересуются ювелиры (47%), на втором месте находятся инвесторы (37%). Наименьший интерес к золоту проявляют Центральные банки разных стран (5%).

Производство ювелирных изделий является одной из высокотехнологичных отраслей промышленности, эффективно использующих многолетние традиции народного искусства и природные ресурсы России. В производстве и торговле ювелирными изделиями занято более 150 000 человек. Ювелирные организации адаптированы к условиям

рыночной экономики, их продукция востребована, широко известна, пользуется спросом и занимает ведущее место на российском легальном ювелирном рынке.

Кризис серьезно отразился на ювелирном рынке России. В 2017 году на фоне улучшения макроэкономических показателей и укрепления курса рубля сформировалось ощущение стабилизации рынка, снизился уровень негатива в оценке своих перспектив со стороны потребителей. При этом для прорыва вверх и значительного подъема продаж на потребительских рынках достаточных оснований нет.

Согласно данным исследования FashionConsultingGroup, импорт ювелирных украшений в Россию продолжает сокращаться, и по итогам трех кварталов 2016 года сократился даже относительно очень низких показателей года предыдущего еще примерно на четверть. Рост себестоимости импортной продукции, который произошел для российских закупщиков после снижения курса рубля, заставил часть игроков, производивших продукцию за рубежом, рассматривать варианты перевода производства на территорию России, искать локальных производителей. Появилась надежда на то, что откат импорта освобождает место на рынке для локальных производителей. Кроме того, вследствие непростой экономической ситуации, а также государственной политики продвижения проектов под брендом «Сделано в России» растет лояльность россиян к локальной продукции.

В течение последних 3 лет российские ювелирные ритейлеры и бренды тестируют новые проекты и внимательно изучают локальные возможности для производства, особенно в среднем сегменте, где потребители ждут чего-то более нетрадиционного. Если на 2015 год около 65-70% ювелирных изделий в России приходилось на зарубежную продукцию, то в 2017 году эта доля стала заметно сокращаться в пользу российских товаров. Гильдия ювелиров дает оптимистичную оценку того, что более чем три четверти изделий на рынке сейчас – это продукция отечественного производства.

Тем не менее, несмотря на снижение доли импорта, на фоне резкого падения покупательской способности населения в сравнении с докризисным периодом и, соответственно, катастрофическим падением спроса на ювелирную продукцию, российские производители пострадали не менее, чем закупщики импортных товаров: почти наполовину снизился объем производства в России (-45% золото и -20-30% серебро). Произошел отток покупателей от брендов среднего ценового сегмента к брендам бюджетного сегмента.

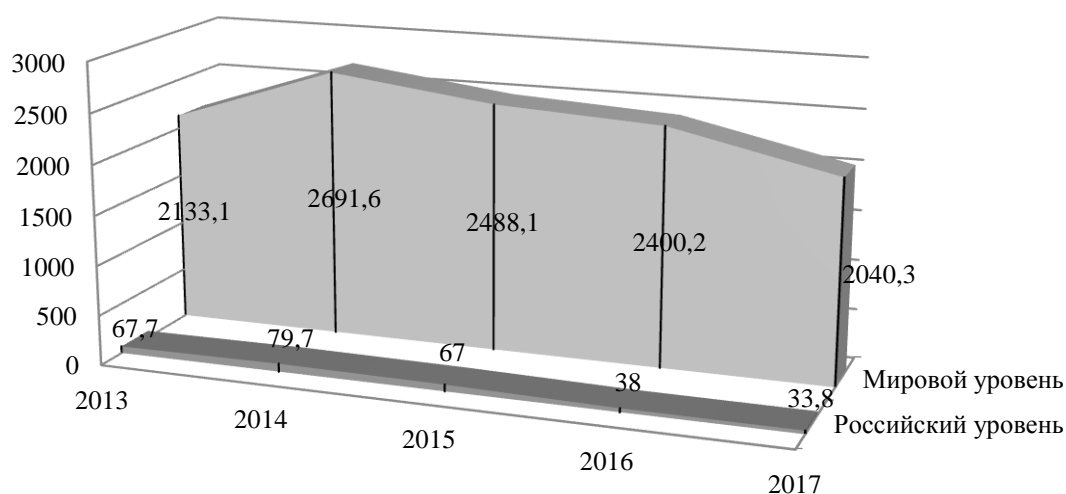


Рисунок 1 – Спрос на ювелирные изделия из золота 2013-2017гг., тонн

В период пика кризиса в 2016 г спрос на ювелирные изделия из золота в России откатился на 14 лет назад – рынок (в валютном эквиваленте) сократился на 43% по сравнению с 2015-м. В 2017 г. продолжилось падение спроса – продажи упали еще на 11% по отношению к 2016г.

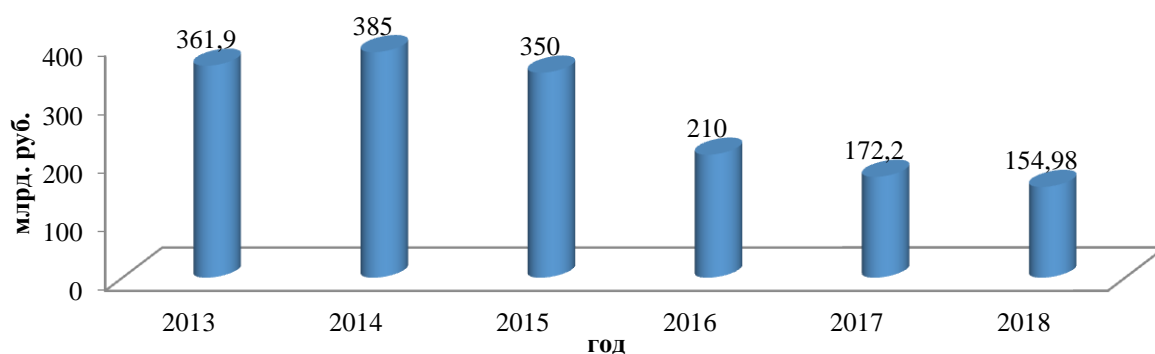


Рисунок 2 – Объем рынка ювелирных украшений 2013-2018гг., млрд. руб.

На рынке ювелирных украшений (включая золотые украшения) наблюдается негативная динамика: 2016 год показал снижение практически вдвое и достиг самого низкого уровня за последние 10 лет. В 2017 году рынок упал еще на 18% и составил 172,2 млрд. долл. Прогноз на 2018 – стабилизация до 3% при оптимистичном сценарии и снижение до -10% при пессимистичном сценарии.

#### Специфика рынка ювелирных украшений в России 2017 г.

Еще до недавнего времени ювелирный рынок находился под сильным влиянием «постсоветского наследия». Лишь небольшое количество зарубежных ювелирных компаний, представленных в моно и мультибрендовых магазинах, исключительно в крупных городах смогли укрепиться на рынке в течение последней декады.

- рынок был сформирован крупными «историческими» брендами, капитализирующими на репутации заводов-производителей советских времен;

- динамика развития медленная, инертная. Модели, созданные еще в 70-е годы – например, цепи «Бисмарк», до сих пор пользуются популярностью.

- упрощенно специфику российского рынка ювелирных изделий в сравнении с европейским рынком можно обозначить как «консервативный спрос». Изделия и коллекции на прилавках отражают любовь населения к демонстративной декоративности с одной стороны и к традиционности, классике с другой;

- качественная дорогая бижутерия не воспринимается адекватной заменой ювелирным украшениям даже для повседневного и дневного использования.

В отличие от европейского рынка, ежедневное ношение ювелирных украшений является нормой со школьного возраста.

Около 40% ювелирного рынка приходится на крупных игроков.

На данный момент на рынке ювелирных украшений в России выделяется топ-7 игроков, которые суммарно занимают 32% рынка.

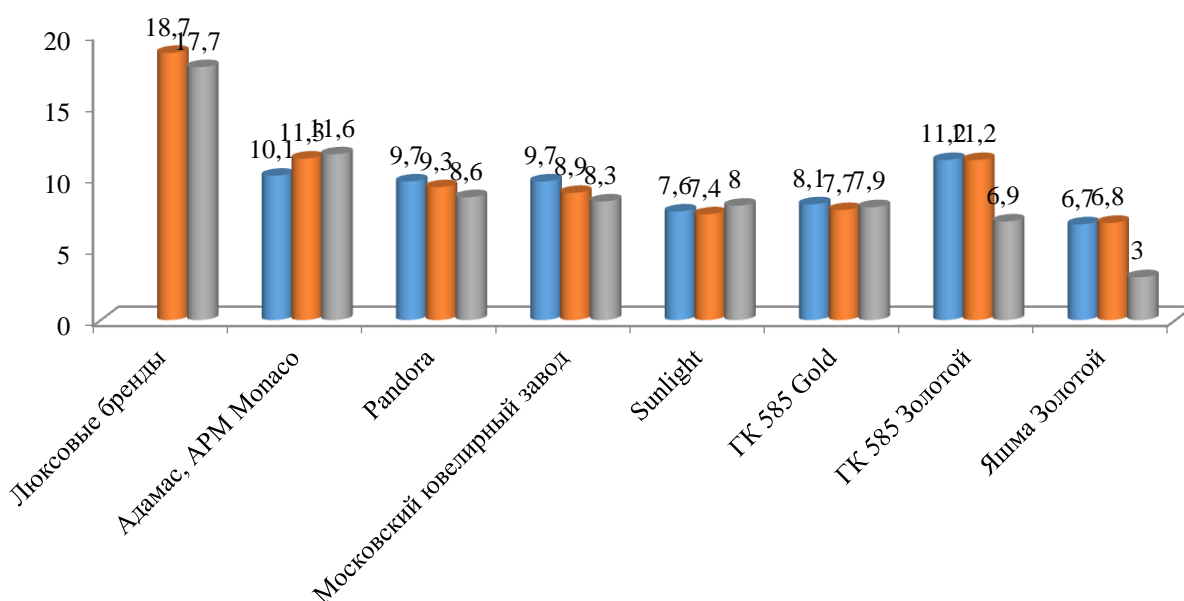


Рисунок 3 – Объем и динамика выручки основных игроков в динамике 2015-2017гг., млрд. руб., %

Крупнейшей ювелирной сетью по выручке за 2017 год является сеть Адамас – 11,6 млрд. руб. и 6,7% от общего объема рынка. Второе место зани-

мает Pandora с выручкой 8,6 млрд. руб., третье место – Московский Ювелирный Завод, 8,3 млрд. руб. соответственно. Так же на долю брендов люксового сегмента приходится еще около 10% рынка, она попадают на розничный рынок через таких крупных дистрибьюторов как MercuryGroup, Jamilco, Космос Золото, BoscodiCiliegi.

Ключевые тенденции на потребительском рынке:

- закономерный «уход в серебро» и увеличение предложения в категории легковесные золотые изделия. Повторение колебаний спроса, которые наблюдались и в кризис 2008 года. Покупатели, которые не рассматривают украшение как инвестицию, а покупают его как украшение-аксессуар, обращают больше внимания на серебряные изделия. Ассортимент и разнообразие серебряных украшений в период снижения покупательской способности увеличивается;

- относительно стабильный спрос на нишевые предложения. Такие изделия оригинального дизайна, четко таргетированные на конкретную ЦА, всегда находят своего покупателя. Ювелирные украшения, в которых можно выразить свою индивидуальность, являются результатом тщательного выбора и в кризис имеют более устойчивый спрос;

- карт-бланш российскому производителю. Работа зарубежных ювелиров подорожала в связи с изменениями валютного курса в России, поэтому они не видят особых перспектив в продаже своей продукции в России, и временно уступают место на рынке российским производителям;

- большинство торговых предприятий за основу маркетинговой политики приняли концентрацию усилий на специальных ценовых предложениях и на оптимизации ассортимента. Сократилось число компаний-посредников между производителем и розничным оператором. Розничные компании активно развивают собственные бренды и постепенно вытесняют с массового рынка торговые марки, не имеющие сетей сбыта.

Россия является крупным импортером ювелирных вставок из драгоценных (рубин, сапфир) и полудрагоценных (кварц, гранат, турмалин, топаз) камней, поскольку промышленных месторождений этих пород у нас нет или они практически не разрабатываются. Цена ввезенных камней после уплаты налогов автоматически возрастает на 38%. Пошлины на ввоз ювелирных камней в Россию составляют 20%, а НДС на драгоценные металлы и камни – 18%. Для сравнения: в странах Европы и Азии НДС намного ниже или отсутствует вообще, а пошлины на ювелирное сырье и готовые изделия находятся на уровне 4–5%. Кроме того, себестоимость производства на российских предприятиях достаточно высока из-за системы налогообложения и нормативов оборота драгоценностей. В итоге ювелирные украшения отечественного производства не могут конкурировать по цене с изделиями, сделанными в странах Азии и Ближнего Востока.

В основном импортируются украшения из Китая, Индии, Таиланда, Швейцарии. Как правило, украшения из Китая, Индии и Таиланда отличаются невысоким уровнем качества и дизайна, зато стоят недорого и рассчитаны на неискушенного потребителя. Изделия из Швейцарии в основном представлены брендовой продукцией, обладающей высокой степенью качества изготовления и дизайна и в силу высокой цены рассчитаны на элитного потребителя.

По данным опроса «РосЮвелирЭксперта», импортную продукцию предпочитают 48% населения, отечественную – 32%, остальным не важно, где произведена продукция. Лояльности к маркам у нас тоже нет. Согласно данным Stepbystep, 92,3% покупателей украшений обычно приобретают драгоценности у разных производителей и лишь 7,7% – у одного. Потребители, не имеющие финансовой возможности приобрести стоящие украшения, довольствуются азиатской дешевкой, которая негативно влияет на вкус, и российские производители начинают штамповать грубоватые однотипные модели, подозрительно похожие на азиатские.



Из вышесказанного можно сделать несколько выводов:

- российская ювелирная отрасль развивалась по экстенсивному пути;
- государство рассматривало отрасль только как объект фискальной нагрузки, не предпринимая никаких усилий для развития отрасли, обладающей значительным потенциалом;
- изменилось восприятие потребителем ювелирных украшений.

Согласно оценке DISCOVERY ResearchGroup, составленной на основе данных компаний, а также экспертных рыночных оценках, по итогам 2017 г. лидирующие позиции на российском ювелирном рынке занимает компания Кристалл, на долю которой приходится 23% от общего рыночного объема. Вторую позицию занимает Красцветмет – 15%. Далее следуют: Адамас – 14%, Алмаз-Холдинг – 10%, Ювелирная сеть 585 – 7% и Московский ювелирный завод – 6%.

Таким образом, в настоящее время одним из основных сдерживающих факторов развития ювелирной отрасли страны, имеющей высокий потенциал и относящейся к разряду высокотехнологичных отраслей народного хозяйства РФ, является отсутствие четкой политики со стороны государства.

В тоже время, на наш взгляд, и ювелирная отрасль, и государство максимально заинтересованы в сокращении сырьевой направленности российской экономики, увеличении объемов производства и расширении рынков сбыта отечественной ювелирной продукции.

Проведение активной государственной политики в области развития ювелирной отрасли предполагает осуществить следующие основные меры:

- включение ювелирной промышленности, большую часть которой составляют субъекты малого и среднего предпринимательства, в число приоритетных направлений развития промышленности в России;
- изучение практики государственной поддержки ювелирной и гранильной промышленности в странах активно поддерживающих их развитие (Китай, Индия, Турция);

- отнесение ювелирных изделий к высокотехнологичной продукции с высокой степенью технологической переработки;
- создание на территории Российской Федерации специальных экономических зон в местах, имеющих, необходимые условия для производства ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов;
- полное обеспечение потребности российских ювелирных предприятий бриллиантами российской огранки;
- укрепление института частной собственности при одновременной либерализации рынка – его освобождение от избыточного регулирования со стороны государства;
- создание условий и экономической заинтересованности в расширении экспортных поставок предприятиями ювелирных изделий на мировые рынки;
- повышение конкурентоспособности отечественных ювелирных изделий путем применения стандартов, отвечающих международным требованиям;
- усиление государственного контроля за импортируемыми ювелирными изделиями;
- применение механизмов тарифно-таможенного регулирования;
- противодействие незаконному ввозу ювелирных изделий;
- ужесточение административной ответственности за нарушение правил торговли ювелирными и другими бытовыми изделиями из драгоценных металлов: торговля изделиями без указания предприятия и государственных пробирных клейм, с фальшивыми государственными клеймами, несоответствие характеристик драгоценным камням, заявленным в сопроводительной документации и др. (внесение изменений в КОАП РФ и Постановление правительства № 55 от 1998 года);
- введение специального государственного клейма для клеймения импортных ювелирных изделий;

- установление порядка выпуска в свободное обращение импортных ювелирных изделий только после их опробования и клеймения специальным государственным пробирным клеймом.

Проведение активной государственной политики в области развития ювелирной промышленности России к 2020 году может дать следующие результаты:

- доведение годового объема потребления золота в ювелирных изделиях до 150 тонн, объем розничных продаж до 500 млрд. рублей; объем экспортных продаж до трех млрд. долларов США;

- создание 100 000 дополнительных рабочих мест в регионах России;

- увеличение налоговых поступлений в федеральный и региональные бюджеты от производства и реализации ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов до 150 миллиардов рублей.

В целом российская ювелирная промышленность – это успешный в инвестиционном отношении сегмент экономики. Ювелирная промышленность России смогла выжить в период перехода к рыночной экономике и все последнее десятилетие показывает устойчивый рост. В 2006 году объемы производства ювелирных изделий из золота сравнялись с показателями производства ювелирной продукции в СССР в 1990 году.

Несмотря на то, что отечественные ювелирные предприятия показывают способность к самостоятельному устойчивому развитию, главная задача государства – совершенствовать отраслевое законодательство, содействуя инвестиционным процессам, происходящим в ювелирной промышленности, создавать дополнительные возможности для ее участников, а также брать на себя решение задач, которые бизнес решить самостоятельно не может, но которые дают значительный мультипликативный эффект. К таким задачам относится, например, выход отечественной ювелирной промышленности на мировые рынки, т.е. развитие экспортного потенциала российской ювелирной промышленности.

Ювелирную промышленность России развивать необходимо – доля нашей страны в мировом производстве ювелирных изделий все еще остается незначительной – всего лишь порядка 4% от производства мирового.

Ювелирное изделие (в РФ) – изделие, произведенное с использованием:

- драгоценных металлов и их сплавов;
- драгоценных камней;
- культивированного жемчуга.

В РФ не признаются ювелирными изделиями:

- государственные награды, медали, знаки отличия и различия, статус которых определен законами РФ или указами Президента РФ;

- монеты, имеющие статус законного платежного средства и прошедшие эмиссию;

- предметы культа и религиозного назначения, предназначенные для использования в храмах при священнодействии или богослужении;

- ювелирная галантерея (т.е. штампованные и литые изделия, изготовленные из недрагоценных металлов с недорогими вставками и без них);

- изделия из недрагоценных металлов и сплавов, при изготовлении которых использованы серебросодержащие припои;

- изделия народных художественных промыслов, изготовленные с применением золотосодержащих (серебросодержащих) красок и (или) нитей.

Ювелирные изделия классифицируют по назначению и подразделяют на следующие группы: предметы личного украшения, предметы туалета, принадлежности для курения, предметы для сервировки стола, письменные принадлежности, принадлежности для часов, сувениры. Каждая группа состоит из подгрупп:

- предметы личного украшения: кольца, серьги, броши, булавки, браслеты, бусы, кулоны, колье, медальоны, цепочки, ожерелья;

- предметы туалета: пудреницы, зеркала, флаконы, запонки, булавки для шляп, зажимы и заколки для галстуков, пряжки декоративные, ларцы, шкатулки;

- принадлежности для курения: портсигары, сигаретницы, пепельницы, спичечницы, мундштуки и трубки, зажигалки, курительные приборы;

- предметы, для сервировки стола: ложки, вилки, ножи, рюмки, бокалы, стопки, графины, сервизы, вазы для фруктов, подставки для приборов, подстаканники, лопатки для пирожных, блюда, совочки и щипцы для сахара, сухарницы, ситечки для чая, кольца салфеточные, солонки, горчицницы и перечницы;

- письменные принадлежности: письменные приборы, ножи для бумаги, стаканы для карандашей, настольные блокноты, ручки и т. д.;

- предметы, для украшения интерьера: вазы, фигурки, поделки из камня, рога и кости, шкатулки, настенные чеканные украшения, настенные панно из камня, подсвечники;

- принадлежности для часов: браслеты для наручных часов, бортовые цепи и шатленки для карманных часов, часы ювелирные;

- сувениры: памятные медали, нагрудные значки, брелки, символы, значки, монограммы. Также различают ювелирные изделия по технике исполнения: к монтированным относят изделия, изготовленные вручную, а также с использованием штампованных или литых деталей, чеканных или сканных элементов;

- филигранные изделия изготавливаются вручную из гладкой и крученой проволоки;

- литые – изделия, полученные отливки в форму с незначительной ручной доработкой. Эти изделия могут имитировать любую технику исполнения;

- прессованные и станочно-сборные – изделия, полученные при помощи различных станков с минимальной ручной доработкой. Достоинство ювелирного изделия определяется пробой. Проба – это количественное содержание (по массе) благородных металлов в единице вспомогательного (лигатурного) сплава, из которого изготовлено ювелирное изделие. По этой системе проба обозначается числом граммов благородного металла (золота, платины, серебра, палладия) содержащихся в 1000 граммов вспомогательного сплава.

В России существуют пробы:

- для золота – 375, 500, 583, 585, 750 ,958;
- для серебра – 750, 800, 875, 916, 925 ,960;
- для платины – 950;
- для палладия – 500 и 850.

Наиболее наглядной представляется следующая сегментация российского рынка ювелирных изделий:

- изделия из драгоценных металлов без ювелирных вставок;
- изделия с синтетическими и полудрагоценными камнями;
- изделия с бриллиантами и цветными драгоценными камнями.

По структуре ассортимента российское ювелирное производство все эти годы было примерно одинаково и в зависимости от профиля предприятий составляло у наиболее крупных ювелирных фирм, в штучном выражении:

- около 50 – 60% изделий из драгоценных металлов без ювелирных вставок;
- примерно 25-30 % изделий с синтетическими и полудрагоценными камнями;
- примерно 40-60% изделий с бриллиантами и цветными драгоценными камнями.

При этом структура выручки несколько отличается:

- 20 - 40% выручки от изделий из драгоценных металлов без ювелирных вставок;

- 20-25% выручки от изделий с синтетическими и полудрагоценными камнями;

- 40-60% выручки от изделий с бриллиантами и цветными драгоценными камнями.

В России спросом пользуются в основном недорогие ювелирные изделия. Так, по данным средняя розничная цена приобретенных ювелирных изделий с вставками из драгоценных камней составила к 2016 году:

- в Японии - \$1.766;

- в Тайване - \$1.723;

- в Южной Корее - \$1.336;

- в Таиланде - \$1.190;

- в Италии - \$862;

- в США - \$706;

- в Великобритании - \$549;

- в Германии - \$486;

- в России - \$200.

По мнению других маркетологов, только в 2017 году средний чек российского ювелирного магазина смог превысить \$100.

Основной составляющей цены ювелирных изделий в России является стоимость драгоценного металла и ювелирных вставок (камней), если они имеются.

Для золотых ювелирных украшений без вставок стоимость золота составляет от 45%×1 до 80%×5 отпускной цены изделия.

Реально в ценовом выражении основную долю используемых драгоценных металлов в ювелирной промышленности составляет золото (серебра по массе больше, но оно гораздо дешевле, а платина и палладий хотя и дороже, но их использование незначительно). В отношении структуры

затрат на ювелирные камни картина также однозначна – не менее 80 - 90% стоимостного выражения потребляемых ювелирных камней приходится на бриллианты (алмазы). Таким образом, общий объем рынка ювелирных изделий на 45 – 80% включает в себя суммирование потребленных объемов сырья – золота и алмазов.

Следует заметить, что это плохой для эффективности отрасли показатель. Он свидетельствует о том, что доля добавленной стоимости в ювелирной продукции в России намного ниже, чем за рубежом. Так, даже в бриллиантовых украшениях производства (или бренда фирмы) США, Японии, Западной Европы, доля стоимости изделия, приходящаяся на стоимость золота и бриллиантов, составляет обычно всего лишь порядка 33%.

Российский рынок ювелирных изделий на сегодняшний день составляет более пяти тысяч различных специализированных организаций. Это совокупность различных по величине и объёмам производства ювелирных компаний и частных предпринимателей. Изменения деловой среды вместе с современными вызовами внутренней экономики Российской Федерации нашли своё отражение в формировании и развитии российского рынка ювелирных изделий как структурного элемента внутреннего рынка драгоценных металлов и камней. Ювелирный бизнес это одна из наиболее прибыльных отраслей, как в России, так и за рубежом. В настоящие дни состояние рынка характеризуется следующими аспектами: усиление конкуренции, мировой финансовый кризис, рост цен на сырьё, рост себестоимости ювелирной продукции, снижение покупательской способности населения.

По данным Росстата, доля рынка драгоценных металлов и драгоценных камней на сегодняшний день составляет всего 1,3% всего объёма ВВП при оценке данных показателей в денежном выражении. Показатели продажи ювелирных украшений в общем обороте розничной торговли составляют



около 1% при том, что именно Россия является одним из мировых лидеров по добыче золота и платины, а также других металлов и камней[5].

Определяющими факторами развития ювелирной отрасли России являются:

- сезонность продаж, увеличение сетей и количества ведущих компаний на рынке;

- несовершенство законодательной базы, отсутствие модернизации ювелирного производства, некоторые внешнеэкономические факторы.

Одной из особенностей современного российского рынка ювелирных изделий можно отметить неудовлетворённость потребителя ассортиментом представленных на рынке ювелирных изделий: при видимом количественном изобилии отсутствует должное качественное разнообразие. Приходя в ювелирный магазин, клиент желает видеть широкий, постоянно обновляемый ассортимент. Необходимо придирчиво выбирать поставщиков, анализируя, чьи изделия пользуются спросом, а чьи – нет, кто готов сотрудничать на привлекательных для обеих сторон условиях, а кто не готов подстраиваться под ситуацию. Только так ювелирный бизнес переживет сложные времена [1].

Сегодня ювелирный рынок России переживает не лучшие времена. Выживанию ювелирного бизнеса в кризисное время может способствовать: поиск и завоевание новых рынков, внедрение новых технологий производства, создание новых более эффективных способов продаж, разработка новых дизайнов продукции, более частое обновление коллекций, формирование грамотного подхода к ассортименту реализуемых на рынке товаров, более тщательное изучение потребительских предпочтений [3].

В условиях экономического кризиса снижение потребительского спроса является неизбежным и спрос на ювелирные изделия – не исключение. Существует еще один фактор, влияющий на падение продаж, – вторичный рынок (ломбарды, интернет площадки). Оценить и представить

реальную ситуацию на рынке ювелирных изделий могут те, кто непосредственно с ним связан – это руководители или владельцы ведущих розничных предприятий.

Сегодняшнее положение дел требует от производителей ювелирных изделий скрупулезной работы в двух направлениях. С одной стороны – уменьшения стоимости изделия, с другой – обязательного сохранения их достойного качества и эстетичного дизайна. Оптимистичных прогнозов на ближайшую перспективу не ожидается.

Участники ювелирной отрасли здраво оценивают ситуацию и считают, что падение спроса еще не достигло своего пика. Чтобы остаться в числе действующих предприятий, необходимо создать уникальные условия для платежеспособной категории покупателей, с целью удержания клиента.

В массовом сегменте рынка, где средний чек на покупку был минимален (по этой категории кризис ударил в первую очередь), руководители рекомендуют пересмотреть ассортимент, найдя единственно верное направление, которое поможет сохранить прибыль и покупателя. Один из способов – переориентироваться на более дешевые, но качественные серебряные украшения [4].

Текущую ситуацию многие эксперты уже окрестили «золотой эпохой» отечественного производителя. Санкции и выросший курс валюты превратил в роскошь самые дешевые европейские ювелирные украшения, дав шанс отечественному производителю занять впервые с начала 1990-х годов лидирующее положение на рынке. Импортная продукция занимает незначительную часть в ассортименте ювелирных компаний – до 5%.

Отечественные изделия более качественные и ноские, они сделаны по старым ГОСТам, что само по себе гарантирует высокое качество. У покупателя не возникает вопроса относительно подлинности пробы на золоте, чистоты бриллианта и соответствия заявленных характеристик

имеющимся. И хотя эксперты прогнозируют еще большее ухудшение положения ювелирной отрасли в 2016 году, есть и позитивные моменты – кризис станет новой эпохой, прорывом в российской ювелирной промышленности и откроет новую страницу в дизайне и качестве ювелирных украшений, сделанных в России [2].

На данном этапе развития российского ювелирного рынка очевидно одно: эта площадка имеет широкие перспективы роста и развития, которые обусловлены не только наличием у России богатой сырьевой базы, а и сложившимся вековым традициям ювелирного мастерства, которые пользуются спросом за рубежом.

## **1.2 Условия и факторы развития предприятий ювелирной промышленности**

В России, не смотря на отсутствие ресурсов по ряду ювелирных камней, самые высокие заградительные барьеры на импорт сырья, а именно:

- схема приобретения золота в России наименее благоприятна производителям;

- заградительные барьеры для готовой продукции в Индии и Турции ниже российских, однако, следует учитывать, что таможенные пошлины были существенно снижены в рамках работ данных стран в ГАТТ и ВТО, и до этого длительное время находились на высоком уровне, защищающем внутреннее производство;

- следует также отметить, что при экспорте зарубежные производители, в отличие от российских, не испытывают каких-либо серьезных проблем с возмещением НДС.

Ювелирный рынок России динамично развивается, ювелирные изделия российских производителей востребованы на российском и зарубежном рынках.

В ювелирной отрасли созданы региональные некоммерческие объединения участников ювелирного рынка и Ассоциация «Гильдия ювелиров России».

Существуют следующие сдерживающие факторы, возникающие в процессе управления ювелирных предприятий:

- неконкурентоспособность российских ювелирных предприятий из-за более высокой себестоимости их продукции, по сравнению с изделиями зарубежных производителей, вызванная действующими налогами, таможенными пошлинами, кредитными ставками и устаревшими требованиями нормативных документов;

- недостаточная защита ювелирного рынка страны от незаконного импорта, который составляет более 40% годового объема розничных продаж;

- потери бюджета из-за недополученных налогов составляют более 20 млрд. рублей в год;

- законодательство, регулирующее функционирование ювелирной отрасли в России не соответствует законодательству ведущих стран-изготовителей ювелирных изделий, отдельные статьи Федерального закона «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», Уголовного Кодекса РФ и других нормативных актов, ущемляют права собственника, увеличивают себестоимость выпускаемой продукции и не соответствуют принципам рыночной экономики;

- избыточное государственное регулирование организаций, занимающихся производством и торговлей ювелирными и другими бытовыми изделиями из драгоценных металлов;

- недостаточно современный технологический уровень многих ювелирных производств, не позволяющий внедрять в производство новые сложные дизайн-модели украшений;

- высокий уровень общего износа основных промышленно-производственных фондов;

- отсутствие системы профессиональной подготовки кадров по рабочим специальностям для ювелирной промышленности.

- недостаточно высокая производительность труда на большинстве предприятий, что ухудшает конкурентоспособность изделий в различных ценовых сегментах;

- кадровый «голод» относительно крупных промышленных предприятий из-за оттока ювелиров в малый бизнес;

- отсутствие в России в промышленных количествах ювелирных камней, необходимость их закупки по импорту;

- экономическая незаинтересованность предприятий в расширении экспорта ювелирных и других изделий из драгоценных металлов из-за действующей системы возврата НДС;

- практически не развиты механизмы саморегулирования;

- недостаточная известность российских торговых марок (брендов) на российском и мировом рынках.

Так уж сложилось, что особенностью российского рынка ювелирных изделий является неудовлетворенность покупателя его ассортиментным наполнением: при видимом изобилии отсутствует должное разнообразие. Да и с дизайном зачастую впереди оказывается импортный производитель.

На развитие ювелирной отрасли в России влияют многие факторы, такие как сезонность продаж, распространение массовых кампаний ведущих игроков, несовершенство российского законодательства, устаревшие производственные мощности предприятий и даже, с недавнего времени, вступление России в ВТО.

Государственная поддержка продвижения ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов на мировые ювелирные рынки:

- создание для российской ювелирной промышленности конкурентных условий, обеспечивающих возможность продвижения российской продукции на мировые ювелирные рынки;

- введение практики возврата НДС за поставленную на экспорт продукцию с момента его возникновения; гарантия отсутствия каких-либо злоупотреблений обеспечивается обязательным таможенным оформлением продукции на специальном таможенном посту проверкой экспортируемой продукции государственным контролером;

- частичное финансирование из средств федерального бюджета участия российских ювелирных предприятий в ведущих мировых выставках;

- содействие зарубежных торговых представительств Российской Федерации в продвижении российской ювелирной продукции на местные рынки;

- снижение ставок по кредитам для производства продукции, отправляемой на экспорт;

- создание благоприятных условий для переработки на таможенной территории Российской Федерации ввезенных драгоценных металлов и ювелирных камней, принадлежащих иностранным собственникам, в ювелирные и другие бытовые изделия с последующим их вывозом по заказам собственника.

Также, ювелирная промышленность тесно связана со многими участками экономики – гранильной промышленностью, алмазно-бриллиантовым комплексом, аффинажными предприятиями, финансовыми институтами – банками и пр.

Эта связь, обусловленная общим фактором работы с драгоценными металлами и драгоценными камнями (ДМДК), нашла отражение в едином регулировании их деятельности государством через Федеральный закон «О

драгоценных металлах и драгоценных камнях». Вследствие чего все хозяйствующие субъекты, так или иначе имеющие отношение к работе с ДМДК, условно считают причастными к обобщающему расширенному понятию – «ювелирная отрасль», охватывающему всех участников рынка ДМДК [1].

В российской экономике по данным Федеральной службы государственной статистики, в объеме ВВП общий объем рынка драгоценных металлов и драгоценных камней занимает лишь 1,3% в денежном эквиваленте, несмотря на первое место в мире по добыче алмазов, палладия, платины, одно из первых мест по добыче золота. В общем обороте розничной торговли за 2017 год удельный вес ювелирного сектора составляет 0,8%, что приближает его по этому показателю к рынкам косметики, парфюмерии и мобильных телефонов.

По данным отчета Всемирного совета по золоту, больше всего золотом интересуются ювелиры (47%), на втором месте находятся инвесторы (37%). Наименьший интерес к золоту проявляют Центральные банки разных стран (5%).

Производство ювелирных изделий является одной из высокотехнологичных отраслей промышленности, эффективно использующих многолетние традиции народного искусства и природные ресурсы России. В производстве и торговле ювелирными изделиями занято более 150 000 человек. Ювелирные организации адаптированы к условиям рыночной экономики, их продукция востребована, широко известна, пользуется спросом и занимает ведущее место на российском легальном ювелирном рынке.

Кризис серьезно отразился на ювелирном рынке России. В 2017 году на фоне улучшения макроэкономических показателей и укрепления курса рубля сформировалось ощущение стабилизации рынка, снизился уровень негатива в оценке своих перспектив со стороны потребителей. При этом для прорыва

вверх и значительного подъема продаж на потребительских рынках достаточных оснований нет.

Согласно данным исследования Fashion Consulting Group, импорт ювелирных украшений в Россию продолжает сокращаться, и по итогам трех кварталов 2016 года сократился даже относительно очень низких показателей года предыдущего еще примерно на четверть. Рост себестоимости импортной продукции, который произошел для российских покупателей после снижения курса рубля, заставил часть игроков, производивших продукцию за рубежом, рассматривать варианты перевода производства на территорию России, искать локальных производителей. Появилась надежда на то, что откат импорта освобождает место на рынке для локальных производителей. Кроме того, вследствие непростой экономической ситуации, а также государственной политики продвижения проектов под брендом «Сделано в России» растет лояльность россиян к локальной продукции.

В течение последних 3 лет российские ювелирные ритейлеры и бренды тестируют новые проекты и внимательно изучают локальные возможности для производства, особенно в среднем сегменте, где потребители ждут чего-то более нетрадиционного. Если на 2013 год около 65-70% ювелирных изделий в России приходилось на зарубежную продукцию, то в 2015 году эта доля стала заметно сокращаться в пользу российских товаров. Гильдия ювелиров дает оптимистичную оценку того, что более чем три четверти изделий на рынке сейчас – это продукция отечественного производства.

Тем не менее, несмотря на снижение доли импорта, на фоне резкого падения покупательской способности населения в сравнении с докризисным периодом и, соответственно, катастрофическим падением спроса на ювелирную продукцию, российские производители пострадали не менее, чем покупатели импортных товаров: почти наполовину снизился объем производства в России (-45% золото и -20-30% серебро). Произошел отток покупателей от брендов среднего ценового сегмента к брендам бюджетного сегмента.



Сегодня российский рынок ювелирных изделий составляет порядка пяти с лишним тысяч различных специализированных организаций. Безусловно, ювелирный бизнес является одной из наиболее популярных и прибыльных отраслей хозяйствования не только в Российской Федерации, но и за рубежом,

Российский ювелирный бизнес представляет собой совокупность различных по величине и объёмам производства ювелирных компаний и частных предпринимателей. Основными ювелирными центрами России остаются Санкт-Петербург и Москва.

Динамические изменения деловой среды, в целом, вместе с современными вызовами внутренней экономики Российской Федерации нашли своё отражение в формировании и развитии российского рынка ювелирных изделий как структурного элемента внутреннего рынка драгоценных металлов и камней.

Основными характеризующими сегодняшнее состояние рынка аспектами являются:

- общее усиление конкуренции;
- мировой финансовый кризис;
- значительный рост цен на сырьё;
- рост себестоимости продукции ювелирных предприятий;
- снижение покупательской способности.

Данные, предоставленные Росстатом, свидетельствуют о том, что доля рынка драгметаллов и драгоценных камней на сегодняшний день составляет всего 1,3% всего объёма внутреннего валового продукта при оценке данных показателей в денежном выражении. Показатели продажи ювелирных украшений в общем обороте розничной торговли составляют порядка 1% при том, что именно Российская Федерация является одним из мировых лидеров

по добыче таких драгоценных металлов как золото и платина, а также других металлов и камней.

Присоединение России к ВТО положительно сказалось на изменении ставок таможенных пошлин. Так ставка на ввоз ювелирных камней составила 15%, готовых изделий – 20%. В перспективе данные ставки будут снижены до 15% и 10%, соответственно.

Одной из особенностей современного российского рынка ювелирных изделий является неудовлетворённость потребителя ассортиментом представленных на рынке товаров. В частности, речь идёт о том, что при видимом количественном изобилии отсутствует должное качественное разнообразие.

Ювелирная отрасль России развивается под влиянием множества факторов, среди которых определяющими выступают следующие:

- сезонность продаж;
- увеличение сетей и количества ведущих компаний на рынке;
- несовершенство законодательной базы;
- отсутствие модернизации ювелирного производства;
- некоторые внешнеэкономические факторы.

Сегодня ювелирный рынок Российской Федерации переживает не лучшие свои времена. Участники рынка постоянно генерируют новые идеи относительно создания новых способов выхода из кризисного положения.

Среди идей преобладают следующие:

- поиск и завоевание новых рынков;
- внедрение новых технологий производства;
- создание новых более эффективных способов продаж;
- разработка новых дизайнов продукции;
- более частое обновление коллекций;

- формирование грамотного подхода к ассортименту реализуемых на рынке товаров;

- более тщательное изучение потребительских предпочтений.

Согласно прогнозам экспертов «NeoAnalytics» за период с 2012 по 2015 года рост ёмкости рынка золотых украшений должен составить порядка 5-6%, а серебряных – от 13 до 16%.

В то же время, один из популярных Интернет-проектов под названием «Клуб W» провёл опрос наиболее состоятельных потребителей категории HNWI, результаты которого, в частности, свидетельствуют о том, что средний чек при посещении ювелирного магазина составил 57,3 тысячи рублей.

На данном этапе развития российского ювелирного рынка очевидно одно: эта площадка имеет широкие перспективы роста и развития, которые обусловлены не только наличием у России богатой сырьевой базы, а и сложившимся вековым традициям ювелирного мастерства, которые пользуются спросом за рубежом. Основной проблемой, тормозящей развитие российского рынка ювелирных изделий, эксперты называют несовершенство нормативно-правовой базы, действующей сегодня в России.

### **1.3 Особенности финансового планирования на предприятиях ювелирной промышленности**

Финансы предприятий – это экономические, денежные отношения, возникающие в результате движения денег и образующихся на этой основе денежных потоков, связанные с функционированием создаваемых на предприятиях денежных фондов.

Финансовое планирование – важная часть внутрифирменного планирования. Значение финансового планирования для внутренней среды фирмы определяется тем, что оно облегчает выработанные стратегией цели в

форму конкретных финансовых показателей, устанавливает стандарты для организации финансовой информации. Финансовое планирование также определяет приемлемые границы затрат, необходимые для реализации всей совокупности планов фирмы, и в части оперативного финансового планирования дает полезную информацию для разработки и корректировки общефирменных стратегий.

Планирование – это процесс разработки и принятия целевых установок в количественном и качественном выражении, а также определение путей их наиболее эффективного достижения. Финансовое планирование – это планирование всех его доходов и направлений расходования денежных средств для обеспечения развития предприятия. Финансовое планирование осуществляется посредством составления финансовых планов разного содержания и назначения в зависимости от задач и объектов планирования.

Одной из бюджетообразующих отраслей народного хозяйства является ювелирное производство, которое включает в себя обработку драгоценных и цветных металлов, драгоценных природных цветных поделочных ограночных (самоцветов), а также выращенных камней. На сегодняшний день в Российской Федерации финансовое планирование в данную отрасль приносит ожидаемые высокие доходы. Однако эффективность финансового планирования во многом зависит от уровня применяемой технологии управления. Многие вопросы, в том числе связанные с ценовой политикой ювелирного производства, сегодня требуют четко отработанных научно-методических рекомендаций.

На основе требований законодательных актов по формированию себестоимости и ценообразованию в ювелирной промышленности организации самостоятельно определяют показатели, необходимые для учета и анализа эффективности управления инвестициями в ювелирном бизнесе.

Пробелы законодательства в ювелирной отрасли самостоятельно устраняются ювелирным предприятием в рамках управленческого учета.

Организация может установить ряд внутрифирменных инструкций по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции с той целью, чтобы оптимизировать процесс управления ювелирным производством. Эти документы основываются на вышеуказанных нормативных актах и не должны противоречить им.

Главная цель составления финансового плана заключается в согласовании намечаемых расходов по производственному и социальному развитию трудовых коллективов с финансовыми возможностями предприятия.

Разработка финансовых планов является одной из основных средств контактов с внешней средой: поставщиками, потребителями, кредиторами и т.д. Система финансовых планов включает следующие элементы:

- построение прогнозного баланса;
- построение прогнозного отчета о прибылях и убытках;
- прогноз финансовых бюджетов;
- прогноз основных финансовых показателей.

Построение прогнозного баланса и отчета о прибылях и убытках относят к долгосрочным финансовым планам, имеющим стратегическое значение. Финансовое бюджетирование носит оперативный характер.

Финансовому планированию тесно примыкают вопросы:

- составление долгосрочного бюджета капиталовложений;
- оценка инвестиционных проектов и долгосрочная стратегия финансирования фирмы.

Процесс финансового планирования состоит из этапов:

- анализ финансовых показателей предприятия за предыдущий период;
- долгосрочное финансовое планирование;
- оперативное финансовое планирование.

Эффективное управление финансами организации возможно лишь при планировании всех финансовых ресурсов, их источников отношений хозяйствующего субъекта.

В процессе финансового планирования в коммерческой организации происходит соизмерение намечаемых затрат на осуществляемую деятельность с имеющимися возможностями, определение направлений эффективного вложения капитала; выявление внутрихозяйственных резервов увеличения финансовых ресурсов; оптимизация финансовых взаимоотношений с контрагентами, государством, банками и т.п.

Ювелирная промышленность – важная отрасль экономики, определяющая уровень российского ювелирного искусства и исторически сложившиеся культурные ценности страны. На современном этапе развития российская золотодобывающая и ювелирная промышленность развиваются довольно высокими темпами.

Вместе с тем, предпосылками для осуществления комплексного бюджетирования в современных рыночных условиях выступают требования к финансовому управлению и показателям эффективности предприятий ювелирной отрасли:

- необходимость изыскания внутренних резервов снижения затрат на производство, реализацию продукции, товаров, услуг при росте цен на драгметаллы на мировых рынках;

- необходимость получения дополнительных конкурентных преимуществ, например, за счет более эффективного управления финансами. Число ювелирных предприятий ежегодно увеличивается;

- потребность в повышении инвестиционной привлекательности компании. Проблемой современного российского ювелирпрома является интеграция в международные рынки, отечественные ювелиры сегодня даже при существующих показателях роста уступают импорту, объем которого

в последнее время увеличился в два-три раза. При открытии торговых границ это соотношение увеличится;

- обоснование оптимальных уровней расхода финансовых средств, оптимизация налогообложения и другие задачи, связанные с совершенствованием системы управления предприятием.

Финансовое планирование на предприятиях ювелирной промышленности состоит из нескольких этапов, которые представляют собой алгоритм составления планов и реализации системы планирования:

1 этап – оценка технико-экономических и финансовых показателей деятельности ювелирного предприятия;

2 этап – оценка степени выполнения планов предприятия за предыдущий отчетный период;

3 этап – проведение комплексного анализа проблем, сдерживающих перспективное развитие предприятия;

4 этап – выделение ключевых направлений развития ювелирного предприятия в соответствии с выявленными сильными и слабыми сторонами компании;

5 этап – конкретизация основных проблем, постановка задач и расчет плановых показателей по каждому ключевому направлению экономического развития предприятия;

6 этап – оценка и анализ рисков, возможных при наступлении любого из определенных направлений развития предприятия;

7 этап – согласование плановых показателей между подразделениями предприятия;

8 этап – формирование единого плана развития финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Все этапы финансового планирования можно разделить на 4 взаимосвязанных блока:

- первый блок связан с оценкой выполнения показателей предыдущего отчетного периода (1-3 этапы);

- второй блок направлен на постановку определенных целей и задач в соответствии с основными стратегическими направлениями развития предприятия (4-5 этапы);

- третий блок связан с оценкой и анализом рисков ситуаций в условиях неопределенности будущего (6 этап);

- четвертый блок направлен на унификацию и консолидацию планов в соответствии с едиными целями финансово-хозяйственной деятельности предприятия на плановый период (7-8 этапы).

Практика финансового планирования, применяемая сейчас на предприятиях ювелирной промышленности, выявила необходимость анализа специфических черт, присущих ювелирной отрасли и разработки классификационной системы факторов, влияющих на отклонения фактических результатов от плановых показателей, что позволяет получить представление о группах рисков – актуальных для данной отрасли:

- предприятия ювелирной отрасли функционируют в условиях наращивания конкуренции, что увеличивает риск финансовой неустойчивости предприятия и предопределяет необходимость планирования показателей финансового состояния предприятия путем разработки бюджета по балансовому листу;

- наличие ярко выраженного фактора сезонности в объемах продаж, что характеризуется колебанием спроса на выпускаемые ювелирные изделия, порождает разбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков предприятия во времени и увеличивает риск неплатежеспособности.

Неравномерность финансовых поступлений в течение года определяет необходимость планирования денежных потоков и распределения прибыли в



соответствии не только с краткосрочными, но и среднесрочными целями предприятия;

- высокий уровень капиталоемкости производства вследствие использования дорогостоящих ресурсов и оборудования для производства, доставки и упаковки изделий.

Данный фактор определяет важность планирования прибыли и формирования системы управления затратами на основе планирования запасов сырья, используемых производственных мощностей, загрузки оборудования и так далее;

- медленная оборачиваемость оборотных средств (в особенности при производстве эксклюзивных изделий), что определяет необходимость детального планирования производственных запасов, незавершенного производства, дебиторской и кредиторской задолженности, совершенствования форм расчетов;

- специфика сырья и полуфабрикатов (часто для производства требуются полуфабрикаты нестандартной формы или размера), вынуждает обращаться к ограниченному кругу поставщиков, что увеличивает риски срыва поставок для предприятия и определяет необходимость учета данного фактора при формировании планов производства и закупок.

Кроме того, необходимо учитывать и системно-законодательные факторы данной отрасли, такие как:

- налоговая политика: Для работы ювелирному производству требуются два основных типа сырья: драгоценные металлы и драгоценные камни.

Россия имеет мощную сырьевую базу. Однако из камней первой категории сейчас имеются лишь алмазы. Такая ситуация вынуждает покупать камни за границей. При ввозе нужно уплатить НДС - 18%. Например, в Италии при ввозе камней НДС = 0%. Кроме того, отечественные предприятия при ввозе камней должны выплачивать таможенный тариф = 20% против тех же 0% в Италии.

Данный фактор порождает валютные риски предприятия (проявляются в увеличении расходов в результате изменения обменного курса валюты и так далее), налоговые риски – вероятность увеличения уровня ставок действующих налогов и сборов и так далее;

- состояние конкурентной среды. Если доля продукции превышает на рынке 20%, то эта продукция оказывает заметное влияние на развитие рынка.

Сегодня доля импортной продукции составляет примерно 35-45%. При этом значительная её часть нелегальный ввоз. А ведь нелегальный ввоз продукции автоматически уменьшает её стоимость для торгующей организации минимум на 44% (таможенные сборы). Данные факторы отраслевой специфики оказывают существенное влияние на деятельность предприятия и генерируемые им финансовые потоки. Учет этих факторов позволит повысить качество бюджетирования.

Ювелирное предприятие по сути своей является стандартным предприятием, управление которого базируется на общих основах. В то же время, специфика ювелирного производства часто требует от руководителя ювелирным предприятием применения особых способов. Согласно букве закона ювелирными предприятиями являются те, которые специализируются на обработке драгоценных и цветных металлов, драгоценных, природных цветных поделочных ограночных (самоцветов), а также выращенных камней, результатом которой являются ювелирные изделия.

Так как деятельность ювелирных предприятий осуществляется в условиях неопределенности рыночной среды, наибольшую актуальность несет шестой этап в системе разработки финансового плана. На этом этапе проводится оценка в количественной форме риска при выборе любого из ключевых направлений экономического развития предприятия. Однако при определении риска в количественной форме учесть все внутренние и внешние факторы, которые каким-либо образом могут оказать влияние на эффект принятого решения, практически невозможно.

## **2 Анализ системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома»**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Золотая Кострома»**

«Золотая Кострома» – популярный магазин ювелирных изделий. В этом магазине клиенту предлагается выбрать украшения из существующего каталога либо же заказать индивидуальное изделие с особенным дизайном.

Сотрудники магазина выполняют требования даже самых взыскательных клиентов. В ассортимент украшений магазина входят изделия практически всех ювелирных производителей. Изделия от «Золотой Костромы» доступны каждому, ведь в политику магазина входит гибкая система скидок и оптимальный уровень цен. На любые украшения магазина можно оформить доставку: прием заявок на покупку действует 24 часа в сутки. Отделение находится на ул. Карла Маркса, д. 141.

«Золотая Кострома» – один из лидеров ювелирной отрасли. Торговая марка основана в 1993 году и сегодня занимает твердые позиции, о чем свидетельствует наличие проверенных производителей и франчайзинговой торговой сети, состоящей из 200 фирменных магазинов по всей России. «Золотая Кострома» работает для Вас, принимая за основу своей деятельности многовековые традиции русского ювелирного искусства.

По свидетельству авторитетного журнала Forbes входит в тройку лидеров ювелирного рынка России. По суммарному рынку изделий из золота и серебра занимает лидирующие позиции на ювелирном рынке России.

История становления и развития ООО «Золотая Кострома» представлена в таблице 1.

Таблица 1 – История становления и развития ООО «Золотая Кострома»

Год	Событие
1993	Основание многопрофильного бренда «Золотая Кострома». Поиск и поддержка производителей и становление франчайзинговых ювелирных салонов. «Золотая Кострома» предлагает Вам только качественные изделия, что подтверждают не только более 20 лет успешной работы, но и многочисленные сертификаты качества, а также тот факт, что каждое изделие бренда проверено государством.
1998	Производителем «Золотая Кострома» является «КрасносельскийЮвелирпром» - крупный завод, основанный в 1919 году, который находится в ювелирной столице – поселке Красное-на-Волге. Это одно из крупнейших в России ювелирных предприятий с 90-летней историей, где работают потомственные мастера – хранители вековых традиций отечественного ювелирного искусства.
2003	Ювелирный бренд «Золотая Кострома» выходит на первое место в России по объему производства ювелирных изделий! Возможности современного производства, а также уникальный талант художников и мастеров-ювелиров позволяют выполнять индивидуальные и корпоративные заказы со всеми металлами. Более того, на сегодняшний день «Золотая Кострома» является крупнейшим на рынке экспортером ювелирной продукции и поставляет за рубеж более 30% продукции.
2012	Основатель товарного знака «Золотая Кострома» получает патент Федерального института промышленной собственности на производство уникальных изделий из биметалла. Франчайзинговая сеть «Золотая Кострома» становится одним из трех крупнейших ювелирных ритейлов в России.
2013	Франчайзинговая сеть ювелирных салонов «Золотая Кострома» достигает 250 магазинов в 118 городах. К своему 20-летию бренд «ЗОЛОТАЯ КОСТРОМА» представляет 20 фильмов. Об уникальных ювелирных изделиях и коллекциях, покоривших Россию. О людях, украшающих нашу жизнь.
2015	Кольцо «Жизнь» завоевывает гран-при и титул ChampionofChampions на престижном мировом конкурсе дизайна InternationalJewelleryDesignExcellence Award-2015 в Гонконге.
2016	Бренд «Золотая Кострома» активно развивается и достигает новых успехов на ювелирном рынке. Розничные салоны «Золотая Кострома» открываются в Китае. Мастера «Золотая Кострома» создали драгоценную корону для победительницы конкурса Мисс туризм. Также большой честью для ювелиров было изготовить и преподнести Федору Конюхову серебряный крест-мошевик, который сопровождал его в одиночном кругосветном перелёте на воздушном шаре. В письме известный путешественник и священник поблагодарил за «бережное отношение к русской духовности, сохранение славных православных традиций нашего народа».
2017	В 2017 году открылся франчайзинговый интернет-магазин «Символ Веры», в котором представлен большой ассортимент православных ювелирных изделий от нательных крестов до икон, окладов книг и церковной утвари. Бренд «Золотая Кострома» предлагает Вам более 55 000 наименований продукции: ювелирные украшения из платины, золота и серебра с использованием драгоценных, полудрагоценных, поделочных и синтетических камней; посуда и столовые приборы, сувениры и украшения для интерьера, предметы религиозного культа.

Основной вид деятельности – это производство и продажа ювелирных изделий из золота и серебра оптовым компаниям и розничным магазинам. Ассортимент продукции ориентирован на изделия из золота 585 пробы, которые являются самыми ходовыми и востребованными на рынке – это коллекция детских серёжек, пустотелые кресты, фантазийные браслеты, изделия с полудрагоценными вставками. В 2015 году в ассортименте компании появилась новинка – изделия с «танцующими» swarovski.

Кроме того, в ассортименте представлены модные ювелирные изделия из серебра отечественного и импортного производства – комплекты с интересными полудрагоценными вставками: такими как – топаз-мистик, коралл, опал. Также интересна и православная коллекция в серебре – кресты с ликами и иконы с цветной лазерной гравировкой.

Адрес регистрации организации: 129301, г. Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2.

ООО «Золотая Кострома» является коммерческой организацией, которая принадлежит ООО «Алмаз-Холдинг» – одно из крупнейших предприятий, производящих и реализующих ювелирные изделия. Основной целью хозяйственной деятельности предприятия является получение прибыли.

Учредителями «Золотая Кострома» являются физическое и юридическое лица, зарегистрированные на территории России. Инвалидов, участников боевых действий и других, льготных для налогообложения, категорий граждан в их составе нет.

Основными учредительными документами общества является Устав и учредительный договор, зарегистрированные в местной налоговой инспекции, и соответствующие законодательству Российской Федерации.

Основным учредительным документом малого предприятия в форме общества с ограниченной ответственностью является Устав. В данном документе указываются правила выбор руководителя организации,

взаимоотношения между учредителями, основные права и обязанности, описываются виды экономической деятельности.

Так Устав ООО «Золотая Кострома» содержит следующие пункты:

- общие положения (адрес компании, фирменное наименование, срок создания общества и т.д.);
- цели и виды деятельности общества (получение прибыли через использование имущества фирмы);
- имущественная ответственность общества и учредителей (самостоятельная ответственность, ответственность учредителей в виде принадлежащих долей);
- основные права и обязанности участников фирмы (участники общества – учредители, которые оплатили долю в уставном капитале).
- имущество общества (фирма имеет обособленный баланс, уставный капитал).
- переход долей (реализация доли в уставном капитале производится на основании сделки).
- выход участника (выход участника общества уставом не предусмотрен, данное право может быть предоставлено только по решению Общего собрания).
- порядок распределения прибыли (определяется путем решения Общего Собрания участников) и т.д.

Во главе организации находится Генеральный Директор, который принимает наиболее важные стратегические и тактические решения по развитию торговой деятельностью организации.

Для целей исследования и разработки рекомендаций по совершенствованию системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома» необходимо качественно осуществить анализ текущего состояния

организации на основе упрощенной бухгалтерской отчетности, которая состоит из:

- бухгалтерского баланса (форма № 1);
- отчета о финансовых результатах (форма № 2).

Анализ структуры активов и пассивов бухгалтерского баланса является частью анализа экономического положения организации при анализе финансового состояния предприятия. Анализ активов и пассивов баланса позволяет проследить динамику их состояния в анализируемом периоде [24].

Актив баланса раскрывает предметный состав имущественной массы организации.

Анализ структуры активов предприятия представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ актива баланса ООО «Золотая Кострома», тыс. руб.

Актив	Абсолютные величины		Удельный вес		Изменение за период (+, -)			
	2016	2017	2016	2017	абсолютное	Уд.вес	Темп прироста, %	Удельный прирост, %
Внеоборотные активы								
Основные средства	10113	17000	75,93	84,16	6887	8,23	68,10	100,09
Итого по разделу I	10113	17000	75,93	84,16	6887	8,23	68,10	100,09
Оборотные активы								
Запасы	528	528	3,96	2,61	0	- 1,35	-	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	106	91	0,80	0,45	- 15	- 0,35	- 14,15	- 0,22
Финансовые и другие оборотные активы	2572	2581	19,31	12,78	9	- 6,53	0,35	0,13
Итого по разделу II	3206	3200	24,07	15,84	- 6	- 8,23	- 0,19	- 0,09
БАЛАНС	13319	20200	100,00	100,00	6881	-	51,66	100

В 2016 – 2017 гг. структура активов предприятия несколько изменилась: увеличилась величина имущества предприятия на 6 887 тыс. руб. или на 40,5%. Это произошло за счет увеличения основных средств, что

является следствием инвестиционной активности, что оценивается, как положительная динамика. В свою очередь, такая динамика увеличивает сумму налога на имущество.

Структура оборотных активов не изменилась в анализируемом периоде. Стабильность структуры оборотных активов обычно оценивается позитивно.

Пассив баланса показывает, во-первых, какая величина средств (капитала) вложена в хозяйственную деятельность организации и, во-вторых, кто и в какой форме участвовал в создании её имущественной массы. Пассив баланса – это, в определенном смысле, сумма обязательств организации [29].

Рассмотрим состав и структуру пассива баланса ООО «Золотая Кострома» в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ пассива баланса ООО «Золотая Кострома», тыс. руб.

Пассив	Абсолютные величины		Удельный вес		Изменение за период (+, -)			
	2016	2017	2016	2017	абсолютное	Уд.вес	Темп прироста, %	Удельный прирост, %
Капитал и резервы	1915	9549	14,38	47,27	7634	32,89	398,64	110,94
Итого по разделу III	1915	9549	14,38	47,27	7634	32,89	398,64	110,94
Долгосрочные заемные средства	170	170	1,28	0,84	0	- 0,43	-	-
Итого по разделу IV	170	170	1,28	0,84	0	- 0,43	-	-
Краткосрочные заемные средства	0	0	-	-	0	-	-	-
Кредиторская задолженность	11037	10286	82,87	50,92	-751	-31,95	- 6,80	- 10,91
Другие краткосрочные обязательства	197	195	1,48	0,97	-2	- 0,51	- 1,02	- 0,03
Итого по разделу VII	11234	10481	84,35	51,89	-753	-32,46	- 6,70	- 10,94
БАЛАНС	13319	20200	100,00	100,00	6881	-	51,66	100,00



По состоянию на 2016 г. стоимость имущества ООО «Золотая Кострома» составляла 13 319 тыс. руб., 14,38% стоимости имущества приходилось на капитал и резервы. Долгосрочные обязательства в динамике не изменились. В составе краткосрочных обязательств наибольший удельный вес имела кредиторская задолженность (82,87%).

За анализируемый период средства собственного капитала ООО «Золотая Кострома» выросли в целом на 7 634 тыс. руб., что является положительной тенденцией. Структура заемных обязательств сохранилась в динамике. Доля собственного капитала в структуре источников имущества возросла на 398,6% – это свидетельствует о повышении независимости предприятия. Данная тенденция повышает привлекательность общества для других лиц. Однако, нужно учитывать, что финансирование деятельности предприятия только за счет собственных средств не всегда выгодно для него, особенно в тех случаях, когда производство носит сезонный характер. Кроме того, следует иметь в виду, что если цены на финансовые ресурсы невысокие, а предприятие может обеспечить более высокий уровень отдачи на вложенный капитал, чем платит за кредитные ресурсы, то, привлекая заемные средства, оно может повысить рентабельность собственного капитала.

Также из таблицы 3 следует, что предприятие не использует краткосрочные кредиты и займы в анализируемом периоде, в целом это отражает позитивную тенденцию в деятельности организации.

Анализ отчета о финансовых результатах раскрывает механизм формирования прибылей и убытков (таблица 4).

Таблица 3 – Аналитический отчет о финансовых результатах ООО «Золотая Кострома», тыс. руб.

ПОКАЗАТЕЛЬ	Абсолютные величины		Уд.вес показателя в выручке		Изменение (+,-)			
	2016	2017	2016	2017	абсолютных значений статьи	уд.вес	темп прироста, %	удельный прирост, %
Выручка	2 415,00	6 985,00	100,00	100,00	4 570,00	-	189,23	100,00
Расходы по обычной деятельности	- 2 355,00	- 7 009,00	- 97,52	- 100,34	- 4 654,00	- 2,83	197,62	- 101,84
Проценты к уплате	-	-	-	-	-	-	-	-
Прочие доходы	-	-	-	-	-	-	-	-
Прочие расходы	- 28,00	- 75,00	- 1,16	- 1,07	- 47,00	0,09	167,86	- 1,03
Текущий налог на прибыль	- 36,00	- 179,00	- 1,49	- 2,56	- 143,00	- 1,07	397,22	- 3,13
Чистая прибыль (убыток)	- 4,00	- 278,00	- 0,17	- 3,98	- 274,00	- 3,81	6 850,00	- 6,00

Согласно аналитическому отчету о финансовых результатах (таблица 4) можно сделать следующие выводы. В 2016 году суммарный объем выручки составил 6 985 тыс. руб. В 2017 году суммарный объем выручки снизилась на 4 570 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом и составили 2 415 тыс. руб. Также, в 2017 г. по отношению к 2016 г. снились расходы по обычной деятельности на 4654 руб. Данная динамика эквивалентна снижению выручки, что в свою очередь, влечет за собой сокращение прочих расходов и снижает убыток от продаж.

Для более подробного анализа необходимо провести анализ финансового состояния предприятия, с помощью коэффициентных показателей.

Финансовое состояние предприятия – это комплексное понятие, которое является результатом взаимодействия всех элементов системы финансовых отношений предприятия, определяется совокупностью производственно-хозяйственных факторов и характеризуется системой показателей, отражающих наличие, размещение и использование финансовых ресурсов.

Целью оценки финансового состояния предприятия является поиск резервов повышения рентабельности и укрепление коммерческого расчета как основы стабильной работы предприятия и использования им обязательств перед бюджетом, банком и другими учреждениям.

Существует достаточно большое количество показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия.

Выделяют следующие группы показателей:

- финансовой устойчивости и стабильности предприятия;
- рентабельности предприятия;
- деловой активности;
- оценки имущественного состояния предприятия;
- доходности;
- ликвидности и платежеспособности.

Финансовая устойчивость – составная часть общей устойчивости предприятия, сбалансированность финансовых потоков, наличие средств, позволяющих организации поддерживать свою деятельность в течение определенного периода времени, в том числе обслуживая полученные кредиты и производя продукцию. Во многом определяет финансовую независимость организации. Финансовая устойчивость является показателем платежеспособности в длительном промежутке времени (таблица 5).

Таблица 5 – Анализ коэффициентов финансовой устойчивости ООО «Золотая Кострома»

Наименование показателя	Нормативное значение	2016	2017
Коэффициент автономии	$\geq 0,5$	0,14	0,47
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$< 1,0$	5,95	1,11
Коэффициент соотношения оборотных и внеоборотных средств	$\geq 1,0$	0,31	0,18
Коэффициент маневренности собственных средств	$\geq 0,5$	-0,81	-0,78

Рассчитав коэффициенты финансовой устойчивости ООО «Золотая Кострома» за 2016 – 2017 гг., можно сделать следующие выводы.

Коэффициент автономии в 2016 г. составляет 0,14, что ниже оптимальное значение и говорит о том, что деятельность организации является не стабильной. В 2017г. коэффициент показывает положительную динамику.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств, который показывает, сколько единиц привлеченных средств приходится на каждую единицу собственных средств, на анализируемом предприятии равен 5,95 в 2016г. и в динамике снизился значительно, что оптимально для деятельности компании. Данный показатель не соответствует норме, так как ООО «Золотая Кострома» использует заемные средства не оптимально, что повышает финансовые риски.

Коэффициент маневренности собственных средств показывает, какая часть собственного оборотного капитала находится в обороте. На данном предприятии собственные средства не являются частью оборотных активов, для эффективного получения прибыли. Незначительное повышение этого коэффициента в динамике, говорит о росте вложений в оборотные средства.

Анализируя финансовую устойчивость ООО «Золотая Кострома» за 2016 – 2017 гг. можно сделать вывод о том, что у предприятия не оптимальная структура капитала в длительном промежутке времени, об этом свидетельствуют некоторые рассматриваемые коэффициенты, которые не находятся в пределах оптимальных значений, однако в динамике положение стабилизируется.

Анализ деловой активности позволяет охарактеризовать результаты и эффективность текущей основной производственной деятельности.

Деловая активность имеет тесную взаимосвязь с другими важнейшими характеристиками предприятия. Прежде всего, речь идет о влиянии деловой

активности на инвестиционную привлекательность, финансовую устойчивость, кредитоспособность. Высокая деловая активность хозяйствующего субъекта мотивирует потенциальных инвесторов к осуществлению операций с активами этой компании, вложению средств.

Являясь важнейшей характеристикой функционирования коммерческой организации, деловая активность может быть оценена с помощью ряда показателей, а, следовательно, является объектом экономического анализа в рамках анализа деловой активности.

Анализ коэффициентов деловой активности ООО «Золотая Кострома» представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Анализ деловой активности ООО «Золотая Кострома»

Наименование показателя	2016	2017	Изменение (+,-)
Коэффициент оборачиваемости активов	0,30	0,14	-0,16
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	-30,97	0,42	-30,55
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	0,30	0,22	-0,08
Период оборота кредиторской задолженности, дней	1216,6	1659,1	442,5
Фондоотдача	0,69	0,14	-0,55

В 2016-2017 гг. произошел снижение оборачиваемости всех активов предприятия, что свидетельствует о торможении кругооборота средств ООО «Золотая Кострома».

В анализируемом периоде происходит повышения коэффициента оборачиваемости собственного капитал, что отражает тенденцию более выгодного использования собственных средств.

В течение анализируемого времени произошел рост периода оборота кредиторской задолженностей, что является негативной тенденцией, так как у организации возрастает срок возврата задолженностей контрагентам. Данный период оборота является убыточным.

Рассматривая показатель фондоотдачи в динамике, снижение коэффициента говорит о падении интенсивности (эффективности) использования оборудования. Таким образом, для повышения фондоотдачи необходимо, производить продукцию с большей добавленной стоимостью.

Цель деятельности коммерческой организации является прибыль, она же соответственно является и важнейшим объектом экономического анализа. Однако абсолютная сумма прибыли не может охарактеризовать эффективность использования предприятием своих ресурсов. И как уже говорилось в первой главе одним из основных показателей, характеризующих эффективность работы предприятия, является рентабельность. Рентабельность, в общем смысле, характеризует целесообразность затраченных ресурсов в отношении к вновь созданным ресурсам (прибыли).

Рентабельность является показателем, комплексно характеризующим эффективность деятельности предприятия. При его помощи можно оценить эффективность управления предприятием, так как получение высокой прибыли и достаточного уровня доходности во многом зависит от правильности и рациональности принимаемых управленческих решений. Поэтому рентабельность часто рассматривают как один из критериев качества управления.

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Они более полно, чем прибыль характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами.

Показатели рентабельности предприятия представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Показатели рентабельности ООО «Золотая Кострома»

%

Показатель	2016	2017
Рентабельность активов	2,1	0,019
Рентабельность чистых активов	8,67	0,12
Рентабельность собственного капитала	14,5	0,004

Анализируя рентабельность за 2016-2017 гг. в исследуемой организации можно сделать следующие выводы. Рентабельность активов показывает способность активов компании порождать прибыль. Исходя из данных таблицы 7, можно сделать вывод, что компания работает неэффективно в анализируемом периоде, убыток на каждый рубль производимых товаров 0,019% убытков в 2017 г.

Рентабельность чистых активов показывает рациональность управления структурой капитала, способность организации к наращиванию капитала через отдачу каждого рубля, вложенного собственниками

В целом можно сделать вывод, что предприятие работает эффективно и способно генерировать прибыль в будущих периодах.

Одним из показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия, является его платежеспособность, т.е. возможность наличными денежными ресурсами своевременно погасить свои платежные обязательства.

Оценка платежеспособности осуществляется на основе характеристики ликвидности текущих активов, т.е. времени, необходимого для превращения их в денежную наличность.

Понятия платежеспособности и ликвидности являются очень близкими, но второе более емкое. От степени ликвидности баланса зависит платежеспособность. В то же время ликвидность характеризует не только текущее состояние расчетов, но и перспективу. Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их

ликвидности и расположенных в порядке убывания ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков погашения.

Ликвидность текущих активов зависит от своевременности отгрузки продукции, оформления банковских документов, скорости платежного документооборота в банках, от спроса на продукцию, ее конкурентоспособности, платежеспособности покупателей, форм расчетов и др.

Таким образом, ликвидность – это способность активов трансформироваться в денежные средства, а степень ликвидности определяется продолжительностью временного периода, в течение которого эта трансформация может быть осуществлена [5].

Анализ абсолютных показателей платежеспособности представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Анализ абсолютных показателей платежеспособности ООО «Золотая Кострома»

Актив	2016	2017	Пассив	2016	2017	Платежный излишек (недостаток)		В % к величине итога группы пассива	
						t <sub>1</sub>	t <sub>2</sub>	t <sub>1</sub>	t <sub>2</sub>
A1	106,00	91,00	P1	11 037,00	10 286,00	-10 931,00	-10 195,00	- 82,07	- 50,47
A2	2 572,00	2 581,00	P2	197,00	195,00	2 375,00	2 386,00	17,83	11,81
A3	528,00	528,00	P3	170,00	170,00	358,00	358,00	2,69	1,77
A4	10 113,00	17 000,00	P4	1 915,00	9 549,00	8 198,00	7 451,00	61,55	36,89
<b>Б</b>	<b>13319,00</b>	<b>20200,00</b>	<b>Б</b>	<b>13319,00</b>	<b>20200,00</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

Анализ ликвидности баланса ООО «Золотая Кострома» показывает, что невыполнение первого сопоставления ( $A1 < P1$ ) свидетельствует о неплатежеспособности организации на момент составления баланса. У организации недостаточно средств для покрытия наиболее срочных



обязательств абсолютно и наиболее ликвидных активов, как в 2016г., так 2017г.

Следующие неравенства  $A_2 > P_2$ ,  $A_3 > P_3$  говорят о превышении быстро реализуемых активов над краткосрочными пассивами и организация может быть платежеспособной в недалеком будущем с учетом своевременных расчетов с кредиторами, получения средств от продажи продукции в кредит.

Выполнение  $A_4 < P_4$  условия свидетельствует о соблюдении минимального условия финансовой устойчивости организации, наличия у нее собственных оборотных средств. Баланс считается ликвидным, если  $A_1 \geq P_1$ ,  $A_2 \geq P_2$ ,  $A_3 \geq P_3$ , а значит  $A_4 \leq P_4$ . Невыполнение первого неравенств свидетельствует о том, что ликвидность баланса отличается от абсолютной.

Анализ платежеспособности и ликвидности ООО «Золотая Кострома» проводится при помощи финансовых коэффициентов, с использованием традиционных относительных показателя: коэффициента покрытия, промежуточного коэффициента покрытия, коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками формирования, коэффициент покрытия запасов и затрат и маневренность собственных средств (таблица 9).

Система показателей позволяет в комплексе получить представление о платежеспособности организации и тенденциях ее развития.

Таблица 9 – Анализ коэффициентов ликвидности и платежеспособности ООО «Золотая Кострома»

Наименование показателя	Нормативное значение	2016	2017
Коэффициент покрытия	$\geq 2$	0,285	0,305
Промежуточный коэффициент покрытия	$\geq 0,8$	0,24	0,25
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\geq 0,2$	0,01	0,01
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками формирования	$\geq 0,5$	-2,56	-2,33

#### Окончание таблицы 14

Наименование показателя	Нормативное значение	2016	2017
Коэффициент покрытия запасов и затрат	$\geq 1$	5,75	5,74
Маневренность собственных средств	0,2 – 0,5	-4,28	-1,41

Анализируя коэффициенты платежеспособности ООО «Золотая Кострома» за 2016 – 2017 гг. (табл. 8), можно сделать следующие выводы.

Коэффициент покрытия имеет оптимальное значение более двух. На анализируемом предприятии данный показатель в 2016 г. Ниже оптимального значения, что показывает неспособность компании погашать текущие обязательства за счет оборотных активов. В динамике показатель повысился незначительно.

Промежуточный коэффициент покрытия составляют за период 2016 – 2017 гг. составляют 0,24 и 0,25 соответственно, что говорит о том, что предприятие не в состоянии в установленные сроки рассчитаться со своими краткосрочными долговыми обязательствами.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какую часть краткосрочных обязательств организация способна погасить в срочном порядке, т. е. немедленно. Предприятию не удалось достичь оптимального значения данного показателя в исследуемом периоде, что говорит об отсутствии способности предприятия погасить краткосрочную задолженность в ближайшее время.

Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками формирования на анализируемом предприятии ниже оптимального значения, что свидетельствует о том, что запасы и затраты не покрываются собственными средствами. Однако в динамике данный показатель растет, что говорит о росте числа платежеспособных контрагентов, и росте собственного капитала.

Значение коэффициента покрытия запасов и затрат составляет 5,75 на начало периода и 5,74 на конец анализируемого периода. Это говорит о том, что предприятию достаточно источников финансирования

Маневренность собственных средств анализируемого предприятия за 2016 – 2017 гг. находится на уровне -4,28 и -1,41 соответственно и не входит в промежуток оптимального значения, что свидетельствует о малой части оборотного капитала, находящейся в состоянии максимальной ликвидности, однако в динамике показатель улучшается.

В целом ликвидность и платежеспособность находится на достаточно низком уровне и предприятие не способно в коротком промежутке времени покрывать свои затраты.

По итогам проведенного анализа можно сделать заключение о достаточно неэффективной деятельности ООО «Золотая Кострома». Неоптимальная структура капитала не позволяет развиваться в полной мере, используя потенциалы отрасли ювелирной торговли.

## **2.2 Оценка существующей на предприятии системы финансового планирования**

Для успешной деятельности любого предприятия очень важно правильное финансовое планирование, целью которого является определение возможных объемов финансовых ресурсов, капитала и резервов на основе прогнозирования величины финансовых показателей.

Задачами планирования являются:

- определение плановых объемов необходимых денежных фондов и направлений их расходования;
- установление финансовых отношений с бюджетом, банком и другими хозяйствующими субъектами;

- выявление путей наиболее рационального вложения капитала и его эффективного использования;
- увеличение прибыли за счет экономного использования финансовых ресурсов предприятия;
- осуществление контроля за использованием и расходованием денежных средств и другие.

Осуществление финансового планирования в ООО «Золотая Кострома» входит в функции главного бухгалтера. Основой финансового планирования в настоящий момент является бухгалтерская отчетность предприятия за прошедшие периоды времени, а также данные, собираемые в системе управленческого учета. На основании этих данных рассчитывается потребность в денежных средствах и определяются источники финансирования.

Финансовое планирование ООО «Золотая Кострома» содержит прогноз объемов реализации услуг, баланс денежных потоков, в котором отражается наличие денежных средств на начало периода, источники поступления денежных средств (страховые взносы), расход денежных средств (страховые выплаты, расходы на содержание офиса), наличие денежных средств на конец периода. Баланс денежных потоков позволяет определить остатки денежных средств на определенные моменты времени и, сопоставив их с нормой, рассчитать свободные остатки денежных средств или их недостаток.

Проанализировав показатели рентабельности, становится очевидным, что баланс денежных потоков имеет устойчивую тенденцию к снижению свободных денежных средств.

Основные поступления денежных средств в ООО «Золотая Кострома», как и в любой торговой компании, составляют доходы от продаж.

Баланс денежных потоков позволяет определить остатки денежных средств на определенные моменты времени и, сравнив их с нормой, рассчитать свободные остатки денежных средств или их недостаток.

Менеджер должен уметь применять современные методы финансового планирования, чтобы знать, какие ресурсы и когда понадобятся компании для достижения поставленных целей; чтобы добиться эффективного использования привлеченных ресурсов; чтобы предвидеть неблагоприятные ситуации, анализировать возможные риски и предусматривать конкретные мероприятия по их снижению.

К основным проблемам финансового планирования ООО «Золотая Кострома» можно отнести следующие:

- на фоне кредиторской задолженности, существует ярко выраженная проблема с дебиторской, это связано, прежде всего, с лояльностью в отношении предоставления частых отсрочек платежей;

- нет четкого определения возможных источников финансирования;

- периодически появляется проблема, связанная с нехваткой оборотных средств.

При формировании финансового плана на будущий год важно учитывать потребности всех магазинов, объемы и масштаб их работы, для того, чтобы согласовать финансы между ними. Поэтому регулярно руководитель компании организует мини-совещания для принятия решений о перенаправлении денежных средств в зависимости от потребностей в конкретном офисе.

Прогнозирование бухгалтерского баланса как важнейшей формы бухгалтерской (финансовой) отчетности коммерческой организации (предприятия), отражающей ее финансовое состояние, занимает важное место в анализе финансовой отчетности коммерческой организации, поскольку позволяет сформировать информационную базу прогнозной оценки ее финансового состояния.

Обратимся к рассмотрению одного из инструментов прогнозирования бухгалтерского баланса коммерческой организации ООО «Золотая Кострома» – метода процента от продаж.

Метод процента от продаж, обладающий преимуществами простоты и лаконичности, требует предварительной оценки некоторых будущих расходов, активов и обязательств в виде процента от продаж в течение предстоящего периода. Затем полученные данные, выраженные в процентах, с учетом запланированных объемов продаж используются для составления прогнозных бухгалтерских балансов.

Методика прогнозирования бухгалтерского баланса по методу процента от продаж состоит в следующем:

- переменные расходы, оборотные активы и краткосрочные обязательства при наращивании выручки (нетто) от продаж на определенное количество процентов увеличиваются в среднем на столько же процентов. Это означает, что и оборотные активы, и краткосрочные обязательства будут составлять в прогнозируемом периоде прежний процент от выручки (нетто) от продаж;

- процент увеличения стоимости основных средств рассчитывается под заданный процент наращивания выручки (нетто) от продаж с учетом технологии производства, а также наличия неиспользуемых или используемых не в полной мере основных средств на начало периода прогнозирования, степенью их физического и морального износа и т. п.;

- Остальные внеоборотные активы (т.е. за исключением основных средств), как правило, берутся в прогноз неизменными;

- долгосрочные обязательства берутся в прогноз неизменными;

- элементы собственного капитала: уставный капитал, собственные акции, выкупленные у акционеров, добавочный капитал, резервный капитал, доходы будущих периодов и резервы предстоящих расходов – берутся в прогноз неизменными.

Анализ бухгалтерского баланса методом процента от продаж, позволяет выявить тенденции изменения показателей, и, рассчитав размер влияния показателей, оказывающих влияние на деятельность организации,

рассмотрим проблемы системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома».

При анализе эффективности финансового планирования важны интегральные, результирующие показатели, характеризующие эффективность планирования по всем рассматриваемым параметрам в целом.

Финансовое планирование – сложный и трудоемкий процесс, который затрагивает все службы предприятия. Конечным продуктом является финансовый план который представлен следующими форматами:

- бизнес-план;
- план сбыта;
- блок операционных бюджетов;
- план доходов и расходов, прогнозный баланс, прогноз движения денежных средств.

Метод процента от продаж, используемый в ООО «Золотая Кострома» предполагает следующую процедуру разработки прогнозного баланса:

- статьи актива баланса базового периода умножаются на процент от продаж. Тем самым определяется изменение стоимости имущества предприятия в планируемом периоде;

- статьи пассива баланса базового периода умножаются на процент от продаж. Определяется изменение источников финансирования деятельности предприятия в планируемом периоде;

- определяется объем нераспределенной прибыли. Нераспределенная прибыль планового периода определяется как сумма нераспределённой прибыли базового периода и чистой прибыли планируемого периода минус сумма используемой прибыли (на потребление);

- определяется избыток / недостаток источников финансирования;
- принимается решение об устранении дисбаланса между источниками финансирования и направлениями их использования.

Данный метод является простым и удобным. Однако при всей своей простоте он характеризуется значительными недостатками:

- в случае, если структура активов базового периода не является оптимальной, возникает опасность усиления негативных тенденций в развитии предприятия;

- размер дебиторской и кредиторской задолженности зависит от значительного числа факторов, к которым относятся платежная дисциплина, условия договоров и других внешних факторов. Поэтому расчет этих показателей нуждается в более тщательной проработке, чем позволяет методика процента от продаж;

- данный метод рассчитан на стабильные экономические условия. Оперативная корректировка финансового плана при изменении какого-либо фактора представляется затруднительной.

### **2.3 Проблемы системы финансового планирования ООО «Золотая Кострома»**

Руководство ООО «Золотая Кострома» считают первостепенными негативными последствиями кризиса снижение спроса и рост производственных затрат, что существенно влияет на рентабельность. Также, в качестве одной из наиболее важных проблем можно выделить отсутствие возможности финансирования новых проектов. Данные явления могут иметь негативное влияние на долгосрочную перспективу развития предприятия.

Одна из причин этих явлений – это отсутствие своевременной, точной и полной информации, как о текущем финансовом состоянии предприятия, так и о будущем. В современных условиях экономической нестабильности необходимо прогнозировать будущее, предсказывать возможные изменения условий деятельности предприятий при помощи опережающего планирования и контроля.



Одной из распространенных успешных форм финансового планирования является бюджетирование. Однако на рассматриваемом предприятии бюджетирование носит в основном условный характер и чаще всего заключается в контроле отдельных показателей, к примеру, кредиторской и дебиторской задолженности. ООО «Золотая Кострома» не составляют прогнозный баланс, ограничиваясь лишь в контроле финансовых показателей и анализе бухгалтерского баланса.

Весомый вклад в процесс дезорганизации финансового управления также вносят российская система бухгалтерского учета и связанный с ней механизм налогообложения, в связи с которым детальное планирование налогов вовсе не гарантирует отсутствие претензий со стороны налоговых служб.

В управлении предприятием важнейшую роль играет грамотная постановка управленческого учета, данные которого являются основой для финансового управления предприятием. Внутренняя информация о деятельности предприятия позволяет определить необходимость в привлечении дополнительных ресурсов, а также позволяет спрогнозировать финансовые потоки.

Информация о финансовом состоянии предприятия является конфиденциальной, поэтому необходимо обеспечить распределение прав пользователей, для защиты от несанкционированного доступа к данной информации. От своевременной оценки конечного результата зависит эффективность управления финансами предприятия. Не достаточно анализировать лишь прибыльность предприятия. Необходимо своевременно получать информацию по основным параметрам, которые способны показать объективную картину финансового состояния предприятия. Это позволит выявить доступные источники средств, оценить возможные темпы развития

предприятия. Ключевым фактором здесь является объем и качество используемой информации.

Другой сложностью, которая возникает в процессе финансового планирования на предприятии, является грамотная постановка целей руководителями предприятий. В качестве основной цели выбор сделан в сторону максимизации прибыли. В итоге не учитываются показатели ликвидности, сбалансированности финансовых потоков, что в свою очередь, не может привести к формированию целостной системы финансовых целей, что затрудняет их достижение.

Достаточно непростой задачей является автоматизация учета. Как правило, принципы ведения учета на предприятиях различны и основываются на специфике деятельности конкретного предприятия. При использовании полноценной системы финансового планирования на предприятии необходимо обеспечивать прохождение информации через все системы учета для того чтобы обеспечивать получение оперативных данных об исполнении ранее принятых финансовых планов. При этом необходимо обеспечивать достаточный уровень детализации информации.

Проблемой является и то, что большая часть программных разработок предназначена для решения отдельных задач финансового планирования. Это может осложнять осуществление финансового планирования в ООО «Золотая Кострома».

На наш взгляд, в современных условиях финансового управления на предприятии необходимо применять новую систему финансового планирования. На первом месте должны стоять информационные технологии, которые позволят финансовому менеджеру рассматривать разные варианты финансовых планов в электронном виде и при

необходимости корректировать финансовый план с автоматическим пересчетом взаимодействующих статей, что значительно экономит время.

С учетом вышесказанного, нам представляется возможным выделить следующие, актуальные проблемы финансового планирования на ООО «Золотая Кострома» и предложить пути их совершенствования:

- реальность формируемых финансовых планов. Реальное и эффективное управление компанией возможно лишь при наличии рационального плана на длительный промежуток времени, в современных условиях хотя бы на год. Как правило, нереальность планов порождается необоснованными плановыми данными по сбыту, заниженными сроками погашения дебиторской задолженности и т.д. В итоге, составленные планы не являются эффективным финансовым инструментом управления.

В качестве способа решения данной проблемы можно предложить повысить достоверность данных путем вовлечения в процесс финансового планирования руководителей и квалифицированных менеджеров разного уровня:

- оперативность составления финансовых планов. Даже хорошо составленный план является неэффективным, если он представлен не к заданному сроку. Причинами низкой оперативности являются: отсутствие четкой системы подготовки и передачи плановой информации из отдела в отдел, недостаток и недостоверность информации и т.д.

В качестве способа решения данной проблемы можно предложить связать стратегию с оперативным уровнем управления, то есть представить цели предприятия в цифровом выражении и контролировать их достижение:

- отстраненность долгосрочных финансовых планов от краткосрочных. Характеризуется отсутствием последовательности операций, проходящей через все отделы.

В процессе решения данной проблемы можно предложить скоординировать работу всех подразделений организации и все направления деятельности между собой:

- реализуемость финансовых планов. Под этим понимается выполнимость планов с точки зрения обеспечения предприятия необходимыми материальными и финансовыми ресурсами, а также отсутствие дефицита средств. Как показывает российская практика, часто принимаются финансовые планы с дефицитом до 30-60%.

Способом решения данной проблемы является использование различных методов экономического прогнозирования и моделирования ситуаций, что позволит оценить влияние различных факторов на деятельность предприятия и своевременно отреагировать на них:

- автоматизация управленческого учета. Основной проблемой является разработка концепции системы управленческого учета и адекватного ее восприятия всеми заинтересованными лицами на предприятии.

Отдельно при финансовом планировании надо выделить проблему с задолженностями, как дебиторской, так и кредиторской. Особенностью работы предприятия является гибкий подход к клиентам, предоставлению льготных условий по оплатам, срокам. Все ожидаемые расчеты с клиентами вносятся в соответствующий план, равно как и расчеты с поставщиками за поставляемый товар. И не всегда клиенты выдерживают заложенный график платежей, создавая при этом разницу в ожидаемых и поступаемых финансовых ресурсах.

Большинство сделок проводится на данном этапе с постоплатной системой, то есть оплата товаров и услуг только по поступлению товара и выполнению услуг. При этом дебиторская задолженность возрастает. На предприятие при планировании всегда закладывается определенная сумма

дебиторской задолженности, при превышении которой принимаются определенные мероприятия по уменьшению данной суммы. С другой стороны, намечается тенденция со стороны поставщиков к уменьшению сроков отсрочек оплаты товаров, это приводит к уменьшению резервных капиталов, необходимости увеличивать оборотный капитал, изымать собственные средства из оборота.

Нехватка оборотных средств. Как было упомянуто ранее, работа без предоплат со значительными отсрочками платежей подразумевает наличие у предприятия достаточных резервов для обеспечения успешных сделок.

Определение структуры источников финансирования. Денежные средства должны поступать на предприятие из разных источников. При получении финансовых потоков по одному направлению, резкие колебания рынка, вызванные какими-либо факторами, как экономическими, так и административными, могут негативно сказаться на предприятии.

Согласованность между подразделениями. При финансовом планировании, учитывая большое количество направлений, по которым работает предприятие, возникает проблема согласования финансов между подразделениями. Особенно это касается крупных, долгосрочных проектов. Поэтому для оптимизации оперативного финансового планирования на предприятии проводятся в определенные дни «планерки» с участием руководства предприятия и руководителей отделов, где и решается перераспределение средств в зависимости от степени потребности.

Создание новых направлений деятельности. Так как предприятие занимается поставкой товаров и оказанием услуг, то оно должно постоянно развиваться, чтобы успешно противостоять конкурентам, так как при организации какого-либо направления тут же возникают конкурентные организации. Соответственно развитие новых направлений требует

значительных финансовых средств на обучение специалистов, создание необходимой инфраструктуры, товарных запасов и иных организационных мероприятий. При финансовом планировании эти средства необходимо учитывать.

Отсутствие платежных календарей и четкого графика платежей, особенно постоянных и регламентированных. Создание финансовых резервов для обеспечения постоянных платежей.

Нехватка финансовых ресурсов для финансирования непредвиденных расходов, а также непроизводственных потерь.

Проблемы с оптимизацией товарных запасов. Небольшое количество товаров на складе позволяет высвободить финансовые резервы для оперативных заказов и иных целей, но может привести к ухудшению взаимодействия с клиентами, да и с банковским сектором, так как часто оперативные кредиты выдаются под залог товарных остатков. Наличие большого товарного запаса может негативно сказаться на финансовом положении, так как есть вероятность существенного изменения рынка, и, соответственно, возникновения большого количества неликвидов с проблемной реализацией, а также влечет за собой «замораживание» финансовых ресурсов в товаре.

Решением данных проблем является привлечение квалифицированных специалистов для разработки и внедрения единой системы управленческого учета для конкретного предприятия.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного в бакалаврской работе исследования можно сформулировать следующие выводы.

В первой главе было исследовано проанализировано состояние и перспективы развития рынка ювелирных изделий в России и за рубежом, особенности финансового планирования на предприятиях ювелирной промышленности и торговли.

Финансовое прогнозирование дает возможность решить такие конкретные вопросы: какие денежные средства может иметь предприятие в своем распоряжении; каковы источники их поступления; достаточно ли финансовых ресурсов для выполнения начертанных задач; какая часть средств может быть перечислена в бюджет, внебюджетные фонды, банкам и другим кредиторам; как должно осуществляться распределение и использование прибыли на предприятии; как обеспечивается реальная сбалансированность плановых затрат и доходов предприятия на принципах самокупаемости и самофинансирования.

Оптимизация прогнозных решений состоит в разработке вариантов прогнозных расчетов для того, чтобы выбрать из них наиболее оптимальное. Затем могут использоваться разные критерии выбора: максимум прибыли (дохода) на денежную единицу вложенного капитала; экономия финансовых ресурсов, то есть минимум финансовых затрат; экономия текущих затрат; минимум вложения капитала при максимально эффективном результате; максимум абсолютной суммы полученной прибыли.

Финансовое прогнозирование требует широкого использования экономико-математического моделирования. Этот способ делает возможное нахождение количественного выражения взаимосвязей между финансовыми показателями и факторами, которые их определяют. Экономико-математическая модель - это точное математическое описание факторов, которые характеризуют структуру и закономерности изменения данного

экономического явления и осуществляются с помощью математических приемов. Моделирование может осуществляться по функциональной и корреляционной связи. Экономико-математическое моделирование дает возможность перейти в прогнозировании от средних величин к оптимальным вариантам.

Повышение уровня научной обоснованности прогнозирования требует разработки нескольких вариантов прогнозов исходя из различных условий и путей развития предприятия с последующим выбором оптимального варианта финансового прогноза.

Во второй главе бакалаврской работы анализировалась деятельность предприятия ООО «Золотая Кострома».

Информационной базой для анализа послужили данные бухгалтерского учета и отчетности, такие как: форма №1 «Бухгалтерский баланс предприятия», форма № 2 «Отчет о финансовых результатах предприятия».

Заключительным этапом написания выпускной работы являлось разработка и расчет рекомендаций по увеличению суммы валовой прибыли ООО «Золотая Кострома» в будущем году:

- введение новой товарной группы «имиджевые товары»
- снижение себестоимости реализуемых товаров за счет заключения нового договора поставки
- расширение ассортимента по товарным группам с более высоким уровнем торговых надбавок

Таким образом, в результате планирования и предложенных рекомендаций:

- оборот розничной торговли увеличится на 55,89% или на 32198,38 тыс. руб.
- сумма валовой прибыли возрастет на 36,03% или на 11778,43 тыс. руб. при росте ее уровня на 0,55%.
- чистая прибыль возрастет на 42,87% или на 9791,72 тыс. руб.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Карх Д.А. - АНАЛИЗ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ Д.А. Карх, С.Р. Царегородцева, В.М. Гаянова, З.О. Фадеева. - Уральский государственный экономический университет, 2016 - г. Екатеринбург
- 2 Ювелирные известия - Ювелирный рынок России: специфика, перспективные ниши, тенденции развития. 18.07.2017г. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.j-izvestia.ru> - Загл. с экрана
- 3 Чеботарева М. С. Анализ и оценка ликвидности баланса и платежеспособности предприятия // Молодой ученый. — 2016. — №4
- 4 Гаврилова, А.Н. Финансовый менеджмент: учебное пособие [Текст]/ А.Н. Гаврилова, Е.Ф. Сысоева, А.И. Барабанов, Г.Г. Чигарев, Л.И. Григорьева, О.В. Долгова, Л.А. Рыжкова. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2012. – 542 с.
- 5 Гаврилова, А.Н. Финансы организаций (предприятий) : учебник [Текст]/ А. Н. Гаврилова, А. А. Попов. — М.: КНОРУС, 2014 – 269 с.
- 6 Абрамова В.И. Менеджмент и маркетинг: Учебное пособие. – М.: РИОР, 2014 – 161 с. 2 экз.
- 7 Абрамов Е. Инвестиционный фонд: Доходность и риски, стратегия управления портфелем, объекты инвестирования инвестирования в России / А.Е Абрамов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. - 416 с.
- 8 Баринов В. А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 237 с.
- 9 Басовский Л.Е. Менеджмент: Учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2006. – 216 с.
- 10 Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 212 с.
- 11 Букин С.О. Основы менеджмента в вопросах и ответах: Учебное пособие. / Букин С.О. – М.: Гардарики, 2014. – 160 с.
- 12 Баринов В. А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент:

Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 237 с.

13 Василенко, И.А. Государственное и муниципальное управление: учебник/ И.А. Василенко. – М.: Гардарики, 2014. — 320с.

14 Васин Ю.В. Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов / Васин Ю.В., Лаврентьев Л.Г., Самсонов А.В. – 3-е изд. – М.: «Алпина Бизнес Букс», 2014. – 152 с.

15 Вахрушина, Арамовна. Управленческий анализ: учебно-практ. курс/М.А. Вахрушина–3-е изд. испр– М.: ОМЕГА-Л, 2015–432с.

16 Вершигора Е.Е. Менеджмент: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 283 с.

17 Веснин В.Р. Менеджмент в вопросах и ответах: Учебное пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011. – 176 с.

18 Веснин В.Р. Стратегическое управление: Учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011. – 328с.

19 Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: Учебное пособие. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011. – 464 с.

20 Горшкова Л.А. Основы управления организацией. Практикум: Учебное пособие. / Горшкова Л.А., Горбунова М.В.; под ред. Горшковой Л.А. – М.: КНОРУС, 2014. – 240 с.

21 Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации: Учебное пособие. – М.: Дело, 2014. – 320с.

22 Дебелак Д. Планирование в маркетинге: выигранные стратегии для любого малого бизнеса / Дон Дебелак; пер. с англ. И.А. Демченко. - М.: АСТ: Астрель, 2014. IX. - 440с

23 Джон М. Библиотека избранных трудов о стратегии бизнеса. Пятьдесят наиболее влиятельных идей всех времен / пер.с англ. – М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2014. - 272 с. 2 экз.

24 Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые

стратегии и механизмы инновационного развития: Учебное пособие. / Под ред. Аньшина В.М., Дагаева А.А. – 2-е изд., перераб., доп. – М.: Дело, 2014. – 584 с. 2 экз.

25 Кирсанова М.В., Анодина Н.Н., Аксенов Ю.М. Деловая переписка: Учебно-практ. пособие. – 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 136 с.

26 Ковалев В.В. Практикум по анализу и финансовому менеджменту. Конспект лекции. – М.: ФиС, 2015. – 348 с.

27 Колокнева М.В. Теория организации в вопросах и ответах: Учебное пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2015. – 280 с.

28 Кеннон Д. Уроки “морских котиков” для бизнеса. Проверенные в бою стратегии создания успешных организаций и достижения выдающихся результатов / пер. с англ. – М.: ООО “Издательство “Добрая книга”, 2014. – 304 с.

29 Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. – 454 с.

30 Кооперация. Теория, история, практика: избранные изречения, факты, материалы, комментарии/ Автор-составитель К.И. Вахитов. - М.: Издадельско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014. - 560 с.

31 Криничанский К.В. Математика финансового менеджмента: Учебное пособие. / К.В. Криничанский. – М.: Из- во « Дело и Сервис», 2015. - 256с.

32 Ламбен Жан-Жак Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. с англ. под ред. Колчанова В.Б. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с. 2 экз.

33 Лапин В.А., Крестьянинов А.В., Коновалова И.Н. Основы местного самоуправления / Под общ. Ред. В.А. Лапина: Учебное пособие.– М.: Дело, 2015–256с. 2 экз.

34 Лафта Дж.К. Теория организации: Учебное пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2015. – 416 с. 2 экз.

- 35 Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: Учебное пособие. / Н.И. Лахметкина. – М.: КНОРУС, 2014. – 184 с.
- 36 Лемке, Генрих Нелинейный стратегический менеджмент или искусство конкуренции / Генрих Лемке. – М.: Дело и Сервис, 2015. – 400 с. – 2 экз.
- 37 Ловенстайн Роджер. Когда гений терпит поражение. Взлёт и падения компании Long-Term Capital Manajement, или как один небольшой банк создал дыру в триллион долларов / пер. с . англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес» 2006. - 416 с.
- 38 Магомедов М.Д., Заздравных А.В. Экономика отраслей пищевых производств: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 282с.
- 39 Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2015. – 288 с. 2 экз.
- 40 Менеджмент организации: итоговая аттестация студентов, преддипломная практика и дипломное проектирование: Учебное пособие. / Под общ. ред. Короткова Э.М., Резника С.Д. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. - 378 с. 2 экз.
- 41 Новицкий Н.И., Пашуто В.П. Организация, планирование и управление производством: Учебник. - метод. пособие / Под ред. Новицкого Н.И. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 576 с.
- 42 Норка Д. И. Управление отделом продаж, стратегии и тактики успеха/Д.И. Норка– М.: ГроссМедиа, 2014–296с.
- 43 Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: Учебное пособие. / Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. – 2-е изд. стер. – М.: КНОРУС, 2015. – 144 с.
- 44 Производственный менеджмент: Учебник / Под ред. Козлщвского В.А. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 574 с. 2 экз.
- 45 Райс В. Управление ценами меню. – М.: Креатив Холдинг, 2014.

– 96с.

46 Ромашова И. Б. Финансовый менеджмент. Основные темы. Деловые игры: Учебное пособие. / Ромашова И. Б. – М.: КНОРУС, 2015. – 336 с.

47 Семенов А.Л. Стратегическое управление: Принципы и инструментарий: Учено. метод. Пособие. - М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2011. - 55 с.

48 Складенко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: учебник – М.: ИНФРА-М, 2006. - 528 с.

49 Сухарев О.С. Стратегия и тактика фирмы. – М.: Мысль, 2005. – 144 с.

50 Смагин В.Н. Экономика предприятия: Учебное пособие. / Смагин В.Н. – М.: КНОРУС, 2014. – 160 с.

51 Стратегический маркетинг: Учебник. – 3-е изд. / Р.А.Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2015. – 347с. 4 экз.

52 Управление персоналом организации. Практикум: Учебное пособие. / Под ред. д.э.н., проф. А.Я.Кибанова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА, 2014 - 365с.

53 Фатххудинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебник для вузов. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2015. – 496 с. 2 экз.

54 Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / Фляйшер К., Бенсуссан Б. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 541 с.

55 Экономика предприятия: Учебник / под ред. проф. Волкова О.И. и доц. Девяткина О.В. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 601с.

56 Газета «Коммерсант» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.kommersant.ru/](http://www.kommersant.ru/)- Загл. с экрана.

57 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> – Загл. с экрана.

58 Рейтинговое Агентство «Эксперт РА» [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://raexpert.ru>– Загл. с экрана.

59 Research.Techart Маркетинговые исследования, Бизнес-планирование, Консалтинг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://research-techart.ru/about.htm> - Загл. с экрана.

60 MarketResearchReportsfromBCCcoverthefollowingcategories[Электронныйресурс].Режим доступы:<http://www.bccresearch.com/> - Загл. с экрана.

61 Астринский, Д. Экономический анализ финансового положения предприятия / Д. Астринский // Экономист. - 2011. - №12. - С.34-39.

62 Боронина, Э.С. Оценка основных средств в соответствии с концепциями поддержания капитала компании / Э.С. Боронина // Бухгалтерский учет. – 2009. - № 17. – С. 62 – 66.

63 Выборова, Е.Н. Особенности диагностики финансового состояния субъектов хозяйствования / Е.Н. Выборова // Аудитор. - 2011.

64 Гинзбург, В.Л. Нанотехнологии и сверхпроводимость / В.Л. Гинзбург // Элементы большой науки. – Москва, 2013 г.

65 Гончаров, А.И. Система индикаторов платёжеспособности предприятия / А.И. Гончаров // Финансы. - 2010. - № 6. - С.69-70.

66 Ивашковская, И. В. От финансового рычага к оптимизации структуры капитала компании / И.В. Ивашковская // Управление компанией. - 2012. № 11. С.18-21.

67 Илясов, Г. Оценка финансового состояния предприятия / Г. Илясов // Экономист. - 2010. - №6. - С.49-54.

68 Комолов, А.С. Научные основы создания нанокompозитных материалов / А.С. Комолов // СПб: СПбГУ, 2011

69 Липчиу, Н.В. Оценка оптимизации структуры источников финансирования организации в современных условиях / Н.В. Липчиу // Научный журнал КубГАУ, №76 (02). – 2012.

70 Станиславчик Е. Финансовая устойчивость и финансовый леверидж // Финансовая газета. - 2014. - 7 июля.

71 Теплова, Т.В. Современные модификации стоимостной модели управления компанией. Вестник Московского государственного университета. Серия Экономика (1): 83–103, 2013.