МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования Московской области

«Университет «Дубна»

Филиал «Котельники»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема: **Финансовый анализ результатов деятельности торговой организации в современных экономических условиях (на примере магазина «Магнит»)**

Студентка: Избаш Людмила Александровна

Группа 512

Направление подготовки: 38.03.01 «Экономика»

Руководитель работы _____ / к.т.н., доцент, В. П. Павельев /
подпись *уч. степень, И.О. Фамилия*

Консультант (ы) _____ /_____/
подпись *уч. степень, И.О. Фамилия*

Рецензент _____ / _____ /
подпись *уч. степень, И.О. Фамилия*

Выпускная квалификационная работа допущена к защите **«____» _____ 2021 г.**

Заведующий кафедрой _____/к.э.н., проф. Т.И. Пугановская /
подпись *уч. степень, И.О. Фамилия*

г. Котельники 2021 г.

Государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования Московской области

«Университет «Дубна»

Филиал «Котельники»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ / Т.И. Пугановская /

подпись *И.О. Фамилия*

«____» _____ 2020 г.

З а д а н и е

на выпускную квалификационную работу - бакалаврскую работу

Тема: Финансовый анализ результатов деятельности торговой организации в современных экономических условиях (на примере магазина «Магнит»)

Утверждена приказом № _____от_____

Ф.И.О. студента Избаш Людмила Александровна
Группа ЭТ – 512 **Направление подготовки** 38.03.01 «Экономика»
Профильная направленность образовательной программы
Экономика организации

Выпускающая кафедра Экономика

Дата выдачи задания «____» _____ 2020 г.

Дата завершения бакалаврской работы «____» _____ 2021 г.

Исходные данные к работе: нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность магазина «Магнит» на рынке реализации продовольственных и хозяйственных товаров, бухгалтерская (финансовая) отчетность торговой организации магазина «Магнит», государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации».

Результаты работы:

Содержание пояснительной записки (перечень рассматриваемых вопросов)

Введение

1. Теоретические основы финансового анализа деятельности торговой организации в условиях современной экономики
2. Общая характеристика деятельности торговой организации магазина «Магнит» и его экономические и финансовые показатели
3. Анализ финансовых показателей деятельности торговой организации и предложения по их улучшению в условиях современной экономики

Заключение

Список литературы

Приложение

Перечень демонстрационных листов:

12 – 15 информационных слайдов в приложении Power Point.

Доклад на защиту ВКР 3 - 4 страницы.

Руководитель _____ / В. П. Павельев /
подпись *И.О. Фамилия*

Задание принял к исполнению «___» _____2020 г. _____
дата *подпись студента*

Я, Избаш Людмила Александровна, ознакомлена с требованием об обязательности проверки выпускной квалификационной работы на объем заимствования. Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций, должны иметь в работе соответствующие ссылки.

Я, ознакомлена с Порядком размещения текстов выпускных квалификационных работ, обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в электронно-библиотечной системе государственного университета «Дубна» и проверки на объем заимствования, согласно которому обнаружение в выпускной квалификационной работе заимствований, в том числе содержательных, неправомочных заимствований является основанием для выставления оценки «неудовлетворительно» при промежуточной аттестации по результатам прохождения преддипломной практики и недопуска к прохождению государственной итоговой аттестации.

_____ / Избаш Л. А./
Подпись Фамилия И. О.

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа содержит 84 страницы текста, включая 24 таблицы, 19 рисунков, посвящена финансовому анализу показателей деятельности торговой организации на примере магазина «Магнит».

В работе рассмотрены теоретические основы финансового анализа деятельности торговой организации в условиях современной экономики, показатели деятельности организации за период 2017-2019 годы, данные бухгалтерской (финансовой) отчетности организации в анализируемом периоде, проведена оценка и финансовый анализ показателей деятельности организации, разработаны рекомендации по повышению финансовых показателей деятельности торговой организации в современных экономических условиях.

Ключевые слова – торговая организация, бухгалтерская (финансовая) отчетность, финансовые показатели деятельности, современные экономические условия, пандемия.

Annotation

The given degree work in volume of pages ___, including appendices, __ tables, __ drawing, it is devoted the analysis of the organization of cash operations, their reflexion in book keeping of commercial bank, to formation and representation of the financial reporting. In work the organization of cash work in commercial bank, the requirements shown by Bank of Russia to the organization of cash work, the organization of book keeping of cash operations, reflexion of incomes and expenses on cash operations, an order of formation of the financial reporting of commercial bank on an example of bank of _____ is considered.

Key words: financial crisis, credit system, the registration policy, the organization of cash work, the account of cash operations, formation of financial results, the accounting (financial) reporting of commercial bank.

Автор выпускной квалификационной работы _____/ Избаш Л. А./

Руководитель работы _____/ Павельев В.П./

Содержание

	Введение	6
1	**Теоретические основы оценки и финансового анализа показателей деятельности торговой организации в условиях цифровой экономики**	10
1.1	Торговая организация магазин «Магнит» как субъект цифровой экономики	10
1.2	Теоретические основы исследования объема продаж, качества и структуры продукции в магазине «Магнит»	17
2	**Общая характеристика деятельности торговой организации магазина «Магнит» и ее основные финансовые показатели**	23
2.1	Характеристика торгово – финансовой деятельности магазина «Магнит»	23
2.2	Основные показатели деятельности торгового предприятия, их оценка и анализ	28
3	**Финансовый анализ показателей деятельности торговой организации и предложения по их улучшению в условиях цифровой экономики и пандемии**	45
3.1	Методика оценки и финансового анализа показателей деятельности торгового предприятия	45
3.2	Оценка и анализ финансовых показателей деятельности магазина «Магнит»	64
3.3	Предложения по улучшению финансовых показателей деятельности торговой организации магазин «Магнит» в условиях цифровой экономики и пандемии	70
	Заключение	76
	Список использованных источников	81

Введение

Современную экономику можно охарактеризовать как огромную информационную сеть, в которой циркулируют различные фирмы и предприятия, постоянно потребляющие и производящие информацию. Фирмы представляют собой некие иерархии-узлы, которые эффективно распределяются для восприятия информации. Информатизация дала рынку электронные коммуникации, электронные средства обращения и учета — кредитные карточки, электронные акции, штриховой код, которые значительно ускоряют и упрощают расчеты. Цена, являясь самым важным сигналом в коммуникативной сети рынка, становится известной всем участникам рыночных отношений в считанные минуты. Движение коммерческой информации и доступ к ней обеспечивают целостность рынка, способствуют образованию равновесных цен на товары и услуги.

Цифровая экономика – это экономическая деятельность, сфокусированная на цифровых и электронных технологиях. В том числе это электронный бизнес и коммерция, а также производимые ими товары и услуги. По сути, данное определение охватывает все деловые, культурные, экономические и социальные операции, совершаемые в Интернете и с помощью цифровых коммуникационных технологий. Как правило, под данными терминами подразумевают работу электронных сервисов, ориентированных на реализацию товаров и услуг, зачастую связанную с обменом товаров (выполнением работ, оказанием услуг) и электронными деньгами между участниками экономических отношений. Цифровая экономика представляет собой производство, завязанное на цифровых технологиях. На текущий момент около половины населения планеты использует Интернет в повседневной жизни для обучения и ведения бизнеса. Объемы виртуальной торговли в ближайшем будущем превысят стандартные виды торговых взаимоотношений. Оцифрованные деньги удобнее в использовании, их значительно сложней подделать. Благодаря развитию цифровых технологий, потребитель может быстрее

получать необходимые ему услуги, экономить, покупая продукты в интернет-магазинах по более низким ценам. В конце концов, потребитель даже может начать свое дело онлайн, стать предпринимателем, не выходя из дома. И это всего лишь несколько примеров того, как цифровая экономика положительно влияет на нашу жизнь, давая множество возможностей рядовому пользователю, и тем самым расширяя возможности самого рынка.

Таким образом с учётом широкого внедрения современных коммуникационных технологий и перехода к цифровой экономике повысились требования к оценке и анализу финансовой отчётности хозяйствующих субъектов. Реализация товаров, выполнение работ и оказание услуг всё в большей степени осуществляется в реальном времени через всемирную электронную сеть, что предполагает унификации учётных стандартов, оценке и анализу финансовых показателей деятельности субъектов цифровой экономики. Уже сейчас в условиях реализации национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» ведение бизнеса будет невозможно без использования единых учётных нормативов, единых подходов к оценке и анализу эффективности деятельности организаций, учреждений и предприятий различных форм собственности.

Распространение вирусной инфекции в мировом масштабе предполагает значительное сокращение непосредственных контактов экономических субъектов и в этих условиях цифровизация экономики играет существенную роль, т.к. она имеет отличительные особенности от реальной экономики, которые заключаются в следующем:

1.Виртуальность экономических процессов;

2.Зависимость деятельности экономических субъектов от телекоммуникационных сетей, компьютерной техники и программного обеспечения;

3.Виртуальное непосредственное взаимодействие производителей и потребителей, продавцов и покупателей;

4.Персонифицированность экономических субъектов;

5.Высокие темпы роста;

6. Виртуальность сделок, реализации товаров, результатов выполненных работ и оказанных услуг и оплаты их электронными деньгами.

Составляющие цифровой экономики.

Выделяют три базовые составляющие цифровой экономики:

1) инфраструктура, включающая аппаратные средства, программное обеспечение, телекоммуникации и т.д.

2) электронные деловые операции, охватывающие бизнес-процесс, реализуемые через компьютерные сети в рамках виртуальных взаимодействий между субъектами виртуального рынка.

3) электронная коммерция, подразумевающая поставку и реализацию товаров, выполнение работ и оказание услуг с использованием информационных сетей и представляющая собой в настоящее время стремительно развивающийся сегмент цифровой экономики.

За прошедшие тридцать лет с начала 90-х годов прошлого века по настоящее время имеет место стремительное ускорение технологического обновления, что привело к взрывному росту инноваций.

Для практической общественной и экономической деятельности важно, что новые технологии качественным образом трансформируют все сферы жизнедеятельности человека: политику и экономику, общественную среду, образование и науку, медицину и культуру, бизнес и средства массовой информации. Все это ставит острые вопросы морально - этического характера.

При написании работы были использованы российские и иностранные источники, посвященные проблеме перехода России к цифровой экономике и анализу показателей деятельности предприятия в новых условиях хозяйствования с учетом пандемии.

Объектом исследования является магазин «Магнит», как структурное подразделение торговой организации, АО «Тандер «Магнит» и его деятельность на рынке реализации продовольственных и хозяйственных товаров.

Предметом исследования – финансовые показатели деятельности торговой организации.

Целью выполненной работы является оценка и финансовый анализ показателей деятельности торговой организации как субъекта цифровой экономики в современных экономических условиях.

Методологической основой выполнения исследований является методы и методики системного анализа.

В выпускной квалификационной работе решены следующие задачи:

1) Рассмотрены теоретические основы и методика оценки и финансового анализа показателей деятельности торговой организации как субъекта цифровой экономики;

2) Исследована деятельность торговой организации, ее производственные и финансовые показатели;

3) Выполнена оценка и финансовый анализ показателей деятельности организации, определены проблемы и разработаны предложения по повышению значений финансовых показателей деятельности торговой организации в условиях современной экономики.

Актуальность работы определяется необходимостью разработки методики оценки и финансового анализа показателей деятельности торговой организации как субъекта цифровой экономики.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в разработке методики оценки и финансового анализа показателей деятельности в соответствии с российскими стандартами на примере магазина «Магнит», как структурного подразделения торговой организации, АО «Тандер «Магнит».

1. Теоретические основы оценки и финансового анализа показателей деятельности торговой организации в условиях цифровой экономики

1.1. Торговая организация магазин «Магнит» как субъект цифровой экономики

Первые понятия, а также концепция современной цифровой экономики, появились в конце прошлого века. В 1995 году американский информатик Николас Негропонте высказал убеждение, что материальные вещества, рассматриваемые в виде сырья и продуктов, имеют такие свои особенности: физический вес и объем продукции, потребность в ресурсах для производства, необходимость использовании площадей для хранения, логистические издержки и проблемы, связанные с транспортировкой товаров и другие.

Преимуществами цифровой экономики как «нового» вида экономики могли бы стать: отсутствие физического веса продукции, заменяемого информационным объемом, более низкие затраты ресурсов на производство товаров, в несколько раз меньшая площадь, занимаемая продукцией, а также мгновенное глобальное перемещение товаров через информационные сети, например, Интернет.

Современная электронная экономика является продуктом развития информационного общества за последние тридцать – тридцать пять лет.

Первым этапом развития цифровой экономики стало появление глобальной компьютерной сети Интернет. Изначально Интернет использовался для передачи электронной почты, но, расширяясь, сеть, приобретала все большие возможности передачи информации. Данная тенденция не могла не затронуть существующие отрасли экономики, и в 1994 году был открыт первый Интернет-магазин. Это послужило началом развития электронной торговли (электронной коммерции) в мире. Начиная с этого момента крупный бизнес осуществляет инвестиции в развитие электронной коммерции. Параллельно этому в октябре 1994 года американский банк Stanford Federal Credit Union запустил первую в мире систему Интернет-банкинга, позволяющую

оплачивать счета за коммунальные и торговые услуги, услуги связи и телекоммуникации, оплачивать счета и осуществлять переводы третьим лицам, не отходя от своего персонального компьютера. Появление Интернет-магазинов и систем Интернет-банкинга послужили переходом цифровой экономики к следующему этапу развития.

Вторым этапом развития цифровой экономики стало создание электронных образов существующих в реальности хозяйствующих субъектов экономики (предприятий, организаций, магазинов, торговых сетей, банков) и погружение их в виртуальный мир, т.е. создание хозяйствующими субъектами электронных форм ведения бизнеса. За счет свободного доступа к технологии Интернет хозяйствующие субъекты создают свои «онлайн» представительства, получая тем самым дополнительные возможности сбыта своей продукции, увеличивая при этом свою прибыль. Электронная составляющая экономики массово начала появляться практически во всех формах хозяйственной деятельности. Возникают виртуальные субъекты экономики такие, как банковские организации, магазины, офисы, главной особенностью которых становиться отсутствие физического носителя.

На третьем этапе появляются виртуальные товары и электронные деньги. Под виртуальными товарами имеются в виду товары, которые можно приобрести в интернет-магазине в виде файлов, например, различное программное обеспечение, электронные книги, компьютерные игры и т.д. Увеличение объемов продаж в электронной экономике повлекло за собой появление электронных денег. Под электронными деньгами понимают системы хранения и передачи, как традиционных валют, так и негосударственных частных валют**.** Цифровая экономика получила свою собственную, отличную от реальной экономики, денежную систему, что позволило резко ускорить темпы ее роста.

Выделяют три базовые составляющие цифровой экономики:

1. Инфраструктура, включающая аппаратные средства, программное обеспечение, телекоммуникации и т.д.

2) Электронные деловые операции, охватывающие бизнес-процессы, реализуемые через компьютерные сети в рамках виртуальных взаимодействий между субъектами виртуального рынка.

3) Электронная коммерция, подразумевающая поставку товаров с помощью Интернет и представляющая собой в настоящее время самый крупный сегмент цифровой экономики.

Для отслеживания процесса формирования и деятельности субъектов цифровой экономики применяются следующие показатели:

- оборот электронной торговли;
- количество интернет-магазинов;
- количество людей, использующих компьютеры и информационные сервисы;
- количество пользователей, имеющих доступ к Интернету;
- уровень компьютерных навыков населения, производителей товаров, поставщиков и потребителей товаров и услуг;
- объем инвестиций в телекоммуникации и многое другое, связанное с информационными технологиями.

Цифровая экономика является сложно структурированным объектом. В настоящее время, выделяют следующие отрасли цифровой экономики:

Электронная торговля – новый вид торговли без традиционных магазинов, которая осуществляется через Интернет в виртуальных магазинах. Здесь покупатель общается с продавцом помощью компьютера и может выбрать себе товар по имеющимся каталогам. В электронной торговле может быть практически любой продукт— товар, услуга, недвижимость, банковский продукт и т. д. Сегодня основными товарами, приобретаемыми через Интернет, являются продовольственные и промышленные товары, продукция предприятий, информационные продукты, услуги (транспортные, банковские, юридические, медицинские, информационные). Для покупателя ценность электронной торговли заключается в экономии времени и средств на поиск и покупку нужного товара, для продавца — в потенциальной

возможности охватить своей деятельностью значительно большее количество покупателей, чем в реальной торговле при непосредственном общении покупателя и продавца.

Электронные деньги – виртуальные денежные средства, используемые для реализации финансовых, торговых и обменных операций.

Электронный маркетинг – комплекс маркетинговых операций компании, связанный с применением электронных средств, при этом объектом маркетинговой деятельности выступает информационно-аналитическая и экспертно-исследовательская деятельность предприятия с использованием сетевых информационных систем и технологий:

- выбору конкурентной позиции на данном рынке;
- определению стратегий продвижения и распределения товара;
- выбору рекламной и ценовой политики с учетом всей совокупности факторов внешней и внутренней среды в условиях риска и неопределенности.

Субъектом цифровой экономики является конкретное физическое и юридическое лицо, использующее возможности информационных технологий.

Электронный банкинг – технологии предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом (то есть без его визита в банк), чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей.

Модернизация традиционного производства, выполнения работ и оказания услуг, организации торгово-закупочных процедур, финансовых и логистических операций, изменение структуры, потребления на фоне сквозного проникновения информационных технологий и цифровизации экономических и хозяйственных процессов, создает основу для формирования новых рынков и условий функционирования рынка, а также новых подходов к оценке и анализу, прогнозированию и принятию управленческих решений.

Формируемые в результате модернизации экономики «большие данные» становятся одним из ведущих активов государства, субъектов экономики, бизнеса и гражданского общества. Отсутствие физических границ в цифровом пространстве открывает доступ к массиву таких данных многочисленным участникам глобального экономического пространства.

Разработка национальных программ развития экономики нового поколения, включающая вопросы развития и внедрения технологий, анализа «больших массивов данных» и прогнозирования, внедрения новых способов управления и обеспечения информационной безопасности, становится задачей стратегической важности. В контексте социально-экономического благополучия государств и субъектов хозяйствования и как условие сохранения государственного суверенитета и независимости на фоне глобализации и реализации программ цифрового развития другими участниками мирового рынка.

Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы" определяет, что развитие цифровой экономики является стратегически важным вопросом для России в целом, определяющим ее конкурентоспособность на мировой арене [1].

Целью национальной программы развития цифровой экономики является создание в России благоприятных организационных и нормативно-правовых условий для эффективного развития институтов цифровой экономики. При участии государства, национального бизнес-сообщества и гражданского общества, обеспечение быстрого роста национальной экономики за счет качественного изменения структуры и системы управления национальными экономическими активами, достижения эффекта «российского экономического чуда» в условиях формирования глобальной цифровой экосистемы.

Для развития цифровой экономики в России наиболее рациональным шагом представляется создание ряда индустриальных цифровых платформ

под руководством профильных министерств или госкорпораций, которые будут фокусировать усилия на ключевых направлениях:

- транспорт,
- телекоммуникации,
- энергетика,
- обработка данных.

Такие платформы создадут необходимый инфраструктурный базис для максимально быстрого развития цифровой экономики и распространения сопутствующих технологий, и позволят в будущем построить единое цифровое пространство, объединяющее все индустрии и отрасли. Такой подход будет способствовать значительному повышению прозрачности, управляемости и гибкости экономики страны.

Эта стратегия имеет как положительные качества, так и отрицательные. К достоинствам такого подхода в развитии цифровой экономики России относятся:

- ✓ ускоренное формирование инфраструктуры;
- ✓ единое цифровое пространство, объединяющее все индустрии и отрасли;
- ✓ простота обслуживания, развития и интеграции цифровых платформ и пр.

К недостаткам относят высокий риск цифровой монополизации многих секторов экономики, что приведет к устранению конкуренции, которая способствует установлению равновесной цены и улучшению качества товара или услуги. Так же высок риск увеличения цифрового неравенства между отдельными сферами экономики и индустриями.

Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы" декларирует, что развитие цифровой экономики является стратегически важным вопросом для России в целом, определяющим ее конкурентоспособность на мировой арене [1].

АО «Тандер «Магнит», реализуя национальную программу перехода к цифровой экономике, разработало следующие концепции.

Концепция One Retail – следующий шаг в цифровой трансформации бизнеса Группы, заключающийся в создании единого опыта приобретения продовольственных и хозяйственных товаров во всех точках контакта Группы и клиента – на интернет-сайте, в мобильном приложении и в сети магазинов – с максимально персонализированным сервисом.

Группа определяет три ключевых элемента концепции One Retail:

1.Единое пространство – создание объединённой розничной среды, предоставляющей полноформатное обслуживание вне зависимости от канала продаж или средств коммуникации;

2.Единая аудитория – работа с клиентами как с единой аудиторией вне зависимости от канала на всем цикле взаимодействия – от начальной коммуникации до продаж;

3. Полностью цифровой подход – цифровая трансформация фронт и бэк-офиса, направленная на рост выручки и оптимизацию внутренних процессов с целью сокращения операционных расходов;

4. Цифровизация фронт-офиса.

Приоритетом является создание лучшего и однородного клиентского опыта во всех каналах продаж. В 2017 году АО «Тандер «Магнит» запустила проект Real Time Dealing (RTD, «Сделка здесь и сейчас»), в рамках которого консультанты в магазинах начали обслуживать покупателей с помощью смартфонов и планшетов с программным обеспечением, позволяющим существенно повысить персонализацию сервиса. Проект RTD обеспечил существенный рост числа постоянных покупателей и конверсию продаж, позволив предложить клиентам уникальный уровень сервиса на российском рынке.

По итогам 2019 года к системе RTD были подключены все 16 960 магазинов АО «Тандер «Магнит». В 2019 – 2021 гг. ключевыми проектами компании в области цифровизации взаимодействия с клиентами является внедрение современного мобильного приложения как нового канала продаж и

коммуникаций, обновление системы CRM, а также проект Customer 360 – создание единого видения клиента во всех каналах продаж.

Важным элементом концепции One Retail Группа считает персонализацию сервиса, переход на дистанционное обслуживание клиентов. В этой связи задачей АО «Тандер «Магнит» является централизация всех необходимых данных о покупателе для того, чтобы предложить ему индивидуально подобранные товары и услуги на всех этапах контакта с нами. Потребительский опыт будущего позволит покупателю прийти в магазин, где его уже будет ожидать консультант для быстрого завершения выбора товара и покупки с учетом индивидуального предложения, сформированного онлайн.

Цифровизация процессов бэк-офиса. Данные инициативы направлены на оптимизацию внутренних процессов и включают в себя:

1. Оптимизацию процессов сопровождения сделок, в том числе путём внедрения продвинутых инструментов автоматизации и роботизации;

2. Реализацию программы Data Science, которая включает инициативы по внедрению доступной аналитики, умных сервисов на основе данных и предиктивной аналитики, цифровых двойников моделей процессов;

3.Внедрение цифрового рабочего места – подход и технологии, которые обеспечивают мобильность работников и доступность ИТ-услуг в любом месте и на любом устройстве.

1.2. Теоретические основы исследования объема продаж, качества и структуры продукции в магазине «Магнит»

Эффективное управление ассортиментом торгового предприятия предполагает глубокое понимание руководством предприятия конъюнктуры рынка, широкого спектра маркетинговых стратегий, наличие практических навыков формирования ассортиментной политики. Каждое коммерческое предприятие ставит целью получение максимального экономического эффекта от своей деятельности. Добиться этой цели можно только используя наиболее

эффективные методы управления предприятием. Борьба за клиентов в нынешних экономических реалиях является главной стратегией торговых организаций и носит очень острый характер.

Согласно теории Талера Р. человек руководствуется при выборе благ автоматически или рациональными мотивами (предварительно обдумав). В таблице 1 представлена взаимосвязь эмоционального и рационального выбора [12].

Таблица 1 - Взаимосвязь рационального и эмоционального выбора покупателя

Рациональные критерии покупательского поведения	Эмпирическая интерпретация критериев рационального выбора покупателей
Свойства товара	Оцениваются эмпирически и органолептически (вкус, цвет, размер, фактура и др.). Предоставление о товаре дополнительной информации с помощью средств продвижения, упаковки (РОБ-материалов: стикеров, плакатов и пр.)
Качество	- внешнее оформление товара (упаковка, дизайн); - доверие марке; - сопровождение сопутствующими или дополняющими товарами; - единичная/ эксклюзивная/ тематическая выкладка; - выкладка с известными марками по соседству
Цена	Виды стимулирования потребителей с помощью: - паллетной (массовой) выкладки товаров (эффект доступности); - информирования посетителей торгового предприятия и оформления товаров специальными ценниками (желтая / красная цена / специальная цена); - метод множественного ценообразования (3 товара по цене 2).

	Высокая цена может быть воспринята покупателями благоприятнее благодаря: - оригинальной выкладке (например, фигурной); - индивидуальной/единичной выкладке товара; - сопровождению изысканными рекламными материалами; - компетентному, коммуникабельному и вежливому персоналу, готовому рассказать об уникальности торгового предложения и предоставляющему грамотную демонстрацию товара
Ассортимент	- выкладка товаров; - улучшение показателей запоминаемости марок за счет использования POB-материалов

Контроль является неотъемлемой частью процесса управления. Контроль осуществляется путем сравнения двух показателей: планового и фактического. Актуальные показатели получают при изучении текущих показателей деятельности предприятия, например, одного из важнейших показателей - объем продаж. Оценка продаж позволяет выявить основные рыночные тенденции, влияющие на деятельность торгового предприятия, оценить перспективы каждого продукта в товарном портфеле, измерить изменения в продажах и определить причины изменения этого показателя.

Кроме того, на основании полученной в процессе анализа объема продаж разрабатывается политика продаж и затем корректируется, формируются решения о продвижении продукции и устанавливается цена [2].

Таким образом, можно отметить, что оценка количества проданного товара, в первую очередь, необходима для того, чтобы обнаружить слабое место в деятельности торговой организации и предпринять корректирующие действия для повышения эффективности деятельности торговой организации в целом.

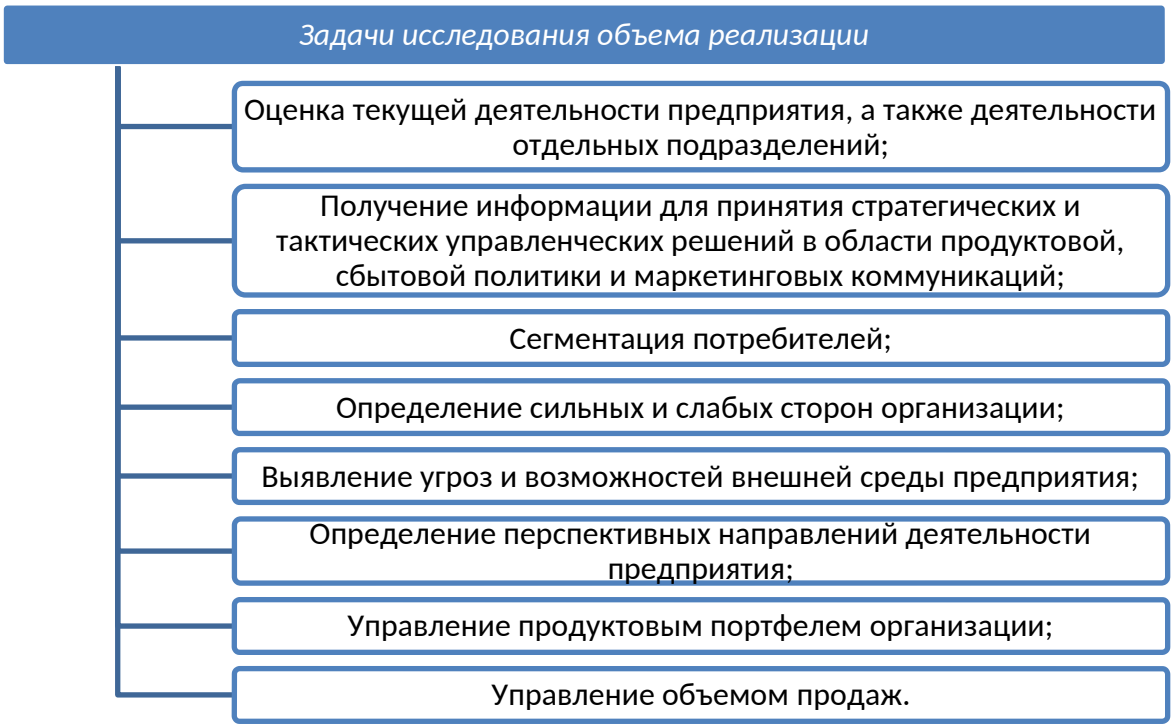


Рисунок 1 - Задачи исследования объема реализации [11]

Будущее розничной торговли зависит от множества факторов, переменных и тенденций. Неожиданные изменения в предпочтениях покупателей или динамика этих изменений могут существенно повлиять на этот сектор цифровой экономики. Бесконтактные платежи и специализированные розничные банки, такие как электронная валюта, могут стать инструментом, изменяющим практику приобретенного опыта торговых точек, а вместе с этим и расположение магазина, и дизайн торговой площадки.

Цифровизация экономики важна для торговли, так же как торговля важна для распространения цифровых технологий. Однако пока трудно оценить характер связей и степень взаимозависимости, в которой цифровизация и торговля влияют друг на друга [13].

Цифровая торговля выдвигает на первый план новые аспекты, связанные с важными характеристиками оцифровки: процессами заказа и доставки (оба из которых могут быть цифровыми), характером продуктов (какие продукты следует считать цифровыми), вовлечением новых участников в

процесс торговли, в том числе не только цифровых посредников, но и покупателей, учитывая растущую роль покупателей в торговом процессе.

Характер транзакции является центральным, учитывая, что цифровая коммерция должна охватывать все транзакции цифровой коммерции, которые товары (работы, услуги) либо заказываются в цифровой форме, либо упрощаются в цифровой форме («платформа»), либо доставляются в цифровой форме.

Выделим несколько областей, которые сегодня оказывают все большее влияние на развитие торговли:

1) развитие Интернета в самых разных формах и сервисах, и, прежде всего, мобильного Интернета.

2) коммуникационные технологии и деятельность операторов мобильной связи, Интернет-провайдеров.

3) практические изменения в способах оплаты товаров (работ, услуг) и логистике.

В настоящее время логистика все активнее вовлекается в торговые операции.

Торговля в цифровой экономике уже претерпела, возможно, значительные изменения по сравнению с другими отраслями человеческой деятельности, например, с предоставлением банковских услуг, транспортных услуг и услуг, предоставляемых «Мосгоруслугами» (MOS.RU), МВД и другими органами федеральной, региональной и местной власти.

Очень важным вопросом является реализация принципов цифровой экономики в торговле, в частности, розничной торговле. Обычно они говорят о двух основных постулатах. Во-первых, потребитель является центром систем; на самом деле, существует основной принцип торговли на протяжении многих тысячелетий человеческой истории. Во-вторых, значение информационного ресурса сегодня идентично роли нефти в 20-м веке. В 21-м веке информационный аспект деятельности субъектов экономики невероятно быстро развивается, используя почти все возможности цифровых технологий:

Интернет во всем его нынешнем разнообразии (семантический Интернет, Интернет вещей и т. д.), «большие данные», при этом интернет-технологии направлены сегодня не столько на разработку стандартов приложений, а на разработку стандартов клиентов, при этом активно используются методы дополненной реальности, что приводит к успеху в борьбе за покупателя [2].

Сейчас к запуску готовится система «Оплата по лицу» в торговой сети, в том числе в сети магазинов «Магнит», создаваемая оператором связи «Ростелеком», который выступает оператором единой биометрической системы, при этом планируется обеспечить готовность сервиса к промышленной эксплуатации к моменту принятия соответствующих законопроектов.

Биометрическая оплата позволяет сократить время цикла обслуживания клиента в среднем с 20 до 5 секунд. Для удаленной идентификации точность распознавания образа составляет 99,99%. В системе работает алгоритм Liveness Detection, который позволяет отличить живого человека от фотографии и при необходимости запрашивать пароль.

2. Общая характеристика деятельности торговой организации магазина «Магнит» и ее основные финансовые показатели

2.1. Характеристика торгово–финансовой деятельности магазина «Магнит»

АО «Тандер «Магнит» является одной из ведущих сетей розничной торговли продуктовыми товарами в России и одноимённая сеть продовольственных магазинов (большая часть из них имеет формат «Магазин у дома»).

По данным на 30 июня 2019 года, сеть компании включала 16 960 магазинов, из них: 12 503 магазина в формате «у дома», 244 гипермаркета, 213 супермаркетов «Магнит Семейный» и 4 000 магазинов "Магнит Косметик".

Торговые точки расположены в 2 808 населенных пунктах Российской Федерации. У компании имеется собственный автопарк, насчитывающий около 6 тысяч автомобилей. На сегодняшний день общая численность сотрудников компании составляет более 270 тысяч человек.

У компании имеется 37 распределительных центров. В распоряжении «Магнита» более 5,9 тыс. грузовиков марки MAN, Mercedes-Benz и Renault.

Розничная сеть ведет свою деятельность в мультиформатной модели, что позволяет «Магниту» удовлетворять разные потребности и желания покупателей:

«Магнит» «У дома» — это магазины шаговой доступности, рядом с жилыми домами и основными пешеходными и транспортными потоками. Торговая площадь объектов — 200-600 кв. м. В магазинах «У дома» просто совершать ежедневные покупки благодаря удобной навигации, выкладке товаров, дружелюбному сервису. Большую часть ассортимента составляют продукты питания повседневного спроса — свежие овощи и фрукты, хлеб, молочная и мясная продукция, кондитерские изделия и другие товары.

«Магнит Семейный» — это магазины с расширенным ассортиментом товаров, в том числе непродовольственных. Объекты расположены в торговых центрах, рядом с жилыми комплексами, офисами. Торговая площадь —

1000 - 1500 кв. м. «Семейные Магниты» представляют собой супермаркеты с ярким дизайном, новейшим оборудованием, удобным зонированием. Особое внимание уделено разнообразию ассортимента, акцент сделан на свежие товары, в том числе готовые решения для завтрака, обеда или ужина.

«Магнит Семейный + » — это магазины площадью 1500 - 3000 кв. м. с «атмосферой открытий»: дегустации, новинки, скидки и акции, покупки к особым случаям. В магазинах располагаются специализированные отделы («кубы») с расширенным предложением для покупателей, сочетанием ассортимента, сервисов и клиентского опыта.

«Магнит Косметик» — это непродовольственные магазины со специально подобранным ассортиментом, легкой навигацией и удобной выкладкой. Торговая площадь объектов — 200 - 250 кв. м. Здесь можно приобрести необходимые товары для здоровья, красоты и гигиены, лечебную косметику.

Магазин «Магнит» на ул. Ленина расположен по адресу: Московская обл., г. Дзержинский, ул. Ленина.

Это специально оборудованное отдельно стоящее одноэтажное здание, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг, обладает достаточным количеством помещений для нормального функционирования торгово-технологического процесса.

Согласно ГОСТ Р 51773–2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий» по типу данный магазин относится к универсаму (супермаркету) – реализует продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары частого спроса методом самообслуживания. По специализации данное предприятие является смешанным, т.е. реализует широкий ассортимент продовольственных товаров и универсальную группу непродовольственных товаров.

В магазине основной метод продажи – самообслуживание. При таком методе обслуживания уменьшаются затраты времени на покупку, покупатель имеет возможность самостоятельно выбрать товар, а также расплатиться в едином кассовом узле. Кроме того используется и индивидуальный метод

обслуживания в деликатесном отделе, но оплата за эти товары производится в едином контрольно-кассовом узле.

В данном магазине оказывают основные и дополнительные услуги. Основная деятельность – реализация различных групп товаров в магазине. Дополнительные услуги:

- информационно-консультационные (предоставление информации о товарах и их изготовителях, консультации специалистов о товарах, проведение рекламных презентаций товаров);
- оказание помощи покупателю в совершении покупки (прием и исполнение заказов на товар, упаковка купленных в магазине товаров.);
- создание удобств покупателям (гарантированное хранение купленных товаров, прием и хранение вещей покупателей);
- несвязанные на прямую с совершаемыми ими покупками (телефонные услуги, прокат аудио- и видеокассет, проявление фотопленок и печать фотографий, продажа газет и журналов).

Месторасположение магазина удачное, т.к. находится вблизи остановки общественного транспорта и жилого массива.

Режим работы магазина: с 10:00 ч до 21:30 ч без перерыва на обед и выходных.

В настоящее время магазин вступил в период активной конкуренции за рынки сбыта товаров массового потребления. Маркетинговую политику деятельности магазина на рынке можно определить как удержание и планомерное увеличение (за счет вытеснения конкурентов) доли занимаемой на рынке.

Магазин «Магнит» конкурентоспособен по следующим преимуществам:

1. Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими крупными продовольственными магазинами города.

2. Квалифицированный и доброжелательный персонал.

3. Минимальные временные потери на поиск и покупку товаров.

4. Оказание дополнительных сопутствующих покупке услуг.

5. Широкий и демократичный ассортимент товаров, которые представлены в торговом зале, рассчитанный для потребителей с различным уровнем дохода.

6. Современное оборудование, обеспечивающее высокое качество оказываемых услуг, а также соответствующее хранение и «фейсинг».

7. Реализация программ по стимулированию спроса.

8. Наличие необходимого информационного обеспечения потребителей, включающего в себя присутствие в торговом зале продавцов – кассиров – консультантов, информационные таблички, ценники, рекламные материалы.

Миссия компании: «Мы работаем для повышения благосостояния наших покупателей, сокращая их расходы на покупку качественных товаров повседневного спроса, бережно относясь к ресурсам компании, улучшая технологию и достойно вознаграждая».

Цель деятельности магазина «Магнит» - совершение продаж заявленного ассортимента за счет привлечения покупателей, проживающих в районе магазина и побуждения их совершить покупку посредствам воздействия на визуальное восприятие, ассоциативное мышление.

Организационная структура магазина «Магнит представлена на рисунке 2.

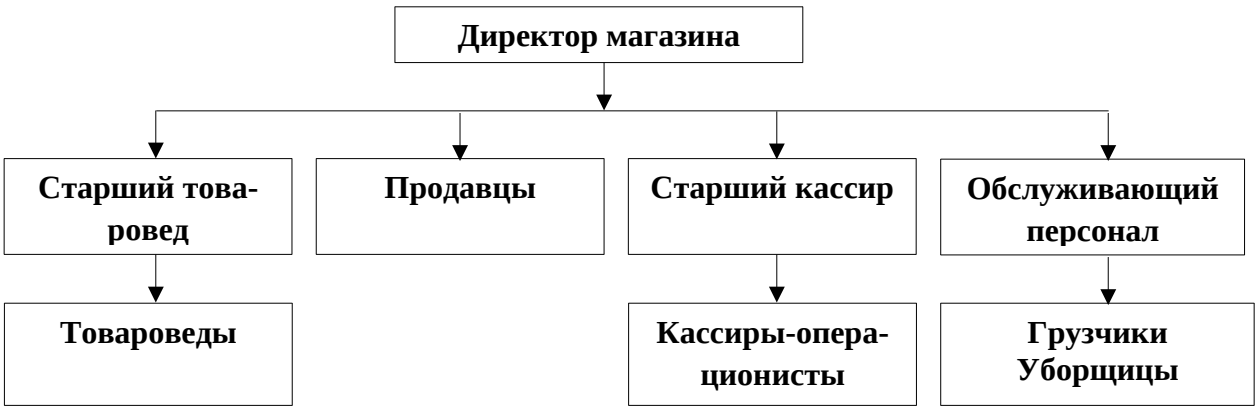


Рисунок 2 Организационная структура магазина «Магнит»

Управление магазином «Магнит» осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации и Уставом на основе сочетания прав и интересов работников предприятия и его Учредителей.

Существующая организационно-управленческая структура магазином «Магнит» по принципу своего построения является линейно – функциональной, с ярко выраженной централизацией.

Положительными для данного вида структур является следующие свойства:

- на руководителе лежит полная ответственность за результативность работы подразделений, которые находятся в его подчинении;

- наличие простоты и четкости подчинения.

К отрицательным свойствам относится то, что каждый руководитель при линейной структуре должен быть специалистом высокой квалификации, при этом обладать разносторонними знаниями, которые позволят ему выполнять комплекса работ по управлению предприятием.

От эффективности системы управления предприятием, зависит в конечном итоге успешность его финансово-хозяйственной деятельности.

В основу организационной структуры магазина «Магнит» положен так называемый «шахтный» принцип построения, специализация управленческого процесса организована по функциональным подсистемам предприятия. Для каждой подсистемы сформирована иерархия служб («шахта»), которая пронизывает все предприятия сверху донизу. Результативность работы каждой службы магазином «Магнит» может быть оценена показателями, которые характеризуют достижение поставленных целей и выполнения необходимых для этого задач.

Горизонтальные связи организационной структуры магазином «Магнит» представляют собой связи между структурными подразделениями и индивидами, которые равны по уровням, это могут быть заместители директора по различным вопросам, или возглавляемые ими подразделения, или сотрудники подразделений. Согласование или решение производственных вопросов

посредством данного вида связей осуществляется напрямую, а в случае необходимости переместить какие-либо документы, данные действия фиксирует, как правило, секретарь, например, в книге Приказов.

Вертикальные связи организационной структуры магазина «Магнит» устанавливаются между подчинёнными и их прямыми начальниками. Прямым начальником считают непосредственного начальника (начальника отдела, в котором трудится подчинённый), а кроме того, всех вышестоящих начальников над непосредственным начальником.

Действующая в магазине «Магнит» структура управления сформировалась в соответствии со стратегическими целями и задачами предприятия, а также на нее оказали влияние такие факторы, как положение на рынке, спрос на реализуемый товар и конкурентоспособность.

2.2. Основные показатели деятельности торгового предприятия, их оценка и анализ

Анализ объема продаж в зависимости от цели принимать может следующие виды (рис.3).

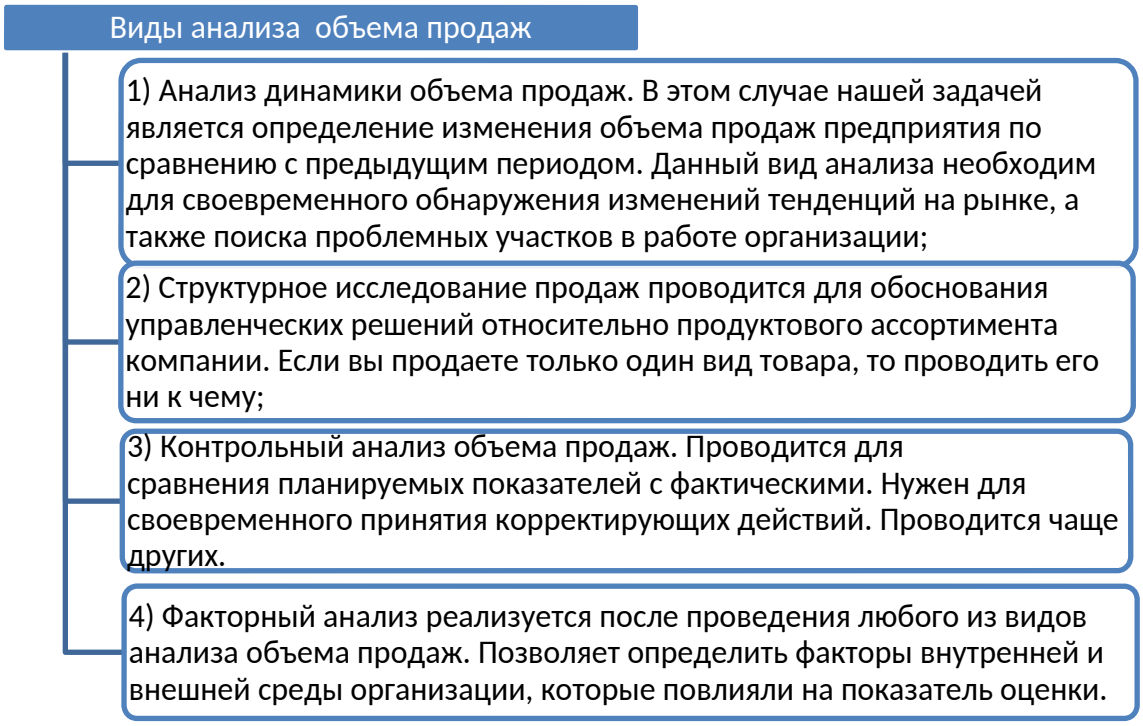


Рисунок 3 - Виды анализа объема продаж [3]

Анализ динамики объема продаж позволяет оценить тенденции развития бизнеса. В результате анализа получается рост, стагнация или снижение по сравнению с предыдущим периодом показателя, по которому проводилась оценка.

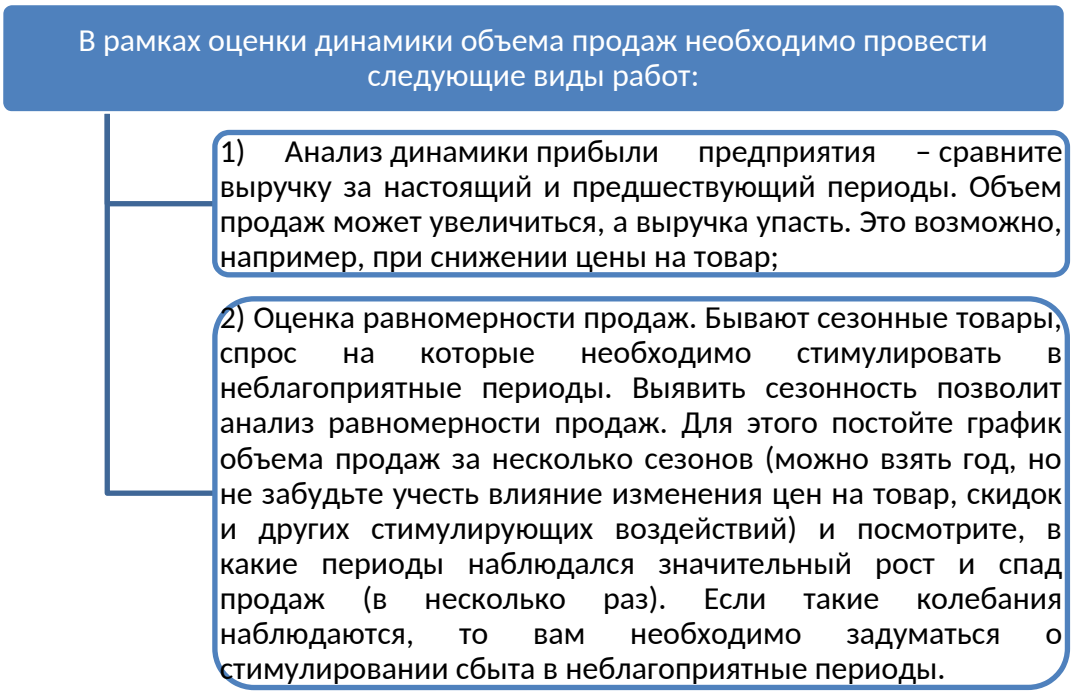


Рисунок 4 - Виды работ, проводимых в рамках оценки динамики объема продаж [3]

По результатам структурного анализа принимает руководитель решение о развитии продукта или его ликвидации, о растяжении или расширении ассортимента.

Наиболее эффективной методикой структурного анализа продаж является ABC-анализ.

Направлен данный вид анализа на оценку ценности каждого товара. Определяется ценность продукта объемом прибыли, которую приносит продукт в общую кассу [22].

В таблице 2 представлены основные экономические показатели магазина «Магнит» на ул. Ленина за 2017 -2019 годы

Таблица 2 - Объемы продаж по видам в 2017 – 2019 годах

Вид товара	Объем продаж					
	2017 год		2018 год		2019год	
	руб.	%	руб.	%	руб.	%
Напитки и бакалея	1427079	34	1699141	37	3410164	43
Продукты	1217215	29	1239914	27	1586122	20
Полуфабрикаты и хлеб	923404	22	1056223	23	1506816	19
Другие товары	629593	15	596995	13	1427510	18
Итого	4197291	100	4592273	100	4592272	100

Из данных таблицы можем сделать следующие выводы:

1) Лидерство в продаже все исследуемые три года удерживают напитки и бакалея.
2) Рост объемов продаж наблюдается лишь по напиткам и бакалее, а остальные товары имеют различную тенденцию.

Рост денежных доходов организации объясняется во многом ростом цен на товары и инфляцией. Поскольку в количественном выражении спрос остается в течение исследуемого периода приблизительно на одном уровне, можем сделать вывод, что покупатели потеряют интерес к товарам организации.

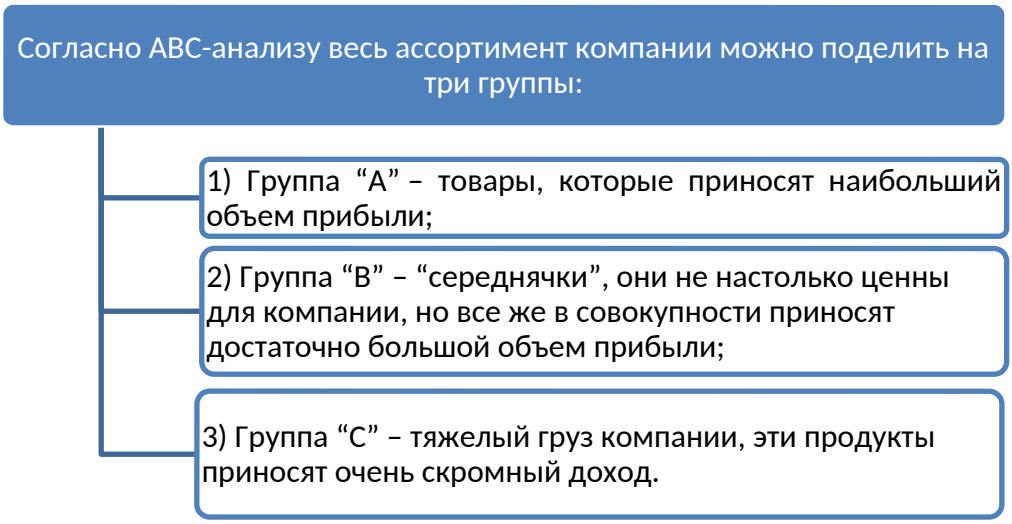


Рисунок 5 - Группы по ABC-анализу [18]

При помощи АВС-анализа можно определять ценность продуктовых категорий не только по объему прибыли, но и по доле категорий в продуктовом портфеле.

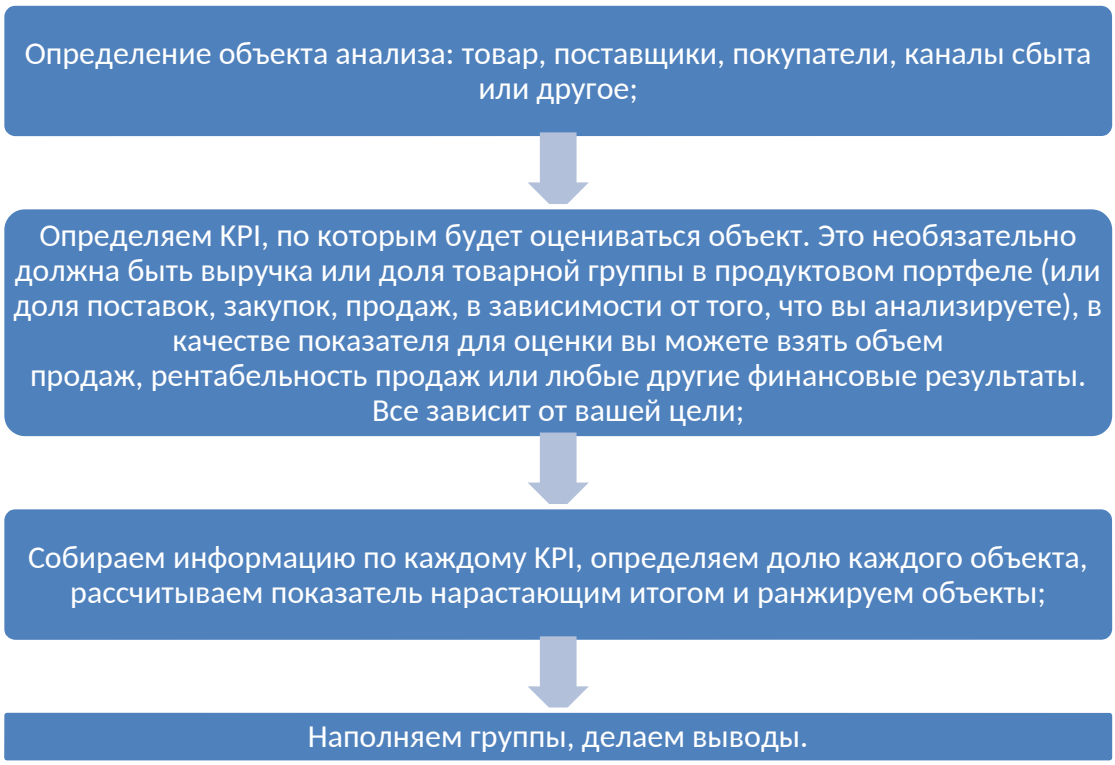


Рисунок 6 - Этапы АВС-анализа [18]

Точка безубыточности служит для того, чтобы рассчитать минимальный объем продукции, который компании необходимо реализовать при определенной цене за единицу товара, чтобы покрыл доход от продаж полные издержки. Незаменим этот способ анализа объема продаж при выводе на рынок нового продукта.

Таблица 3 - Результаты АВС – анализа реализации товара в 2019 год

Наименование	Прибыль, тыс. руб.	Доля, %	Доля накопительным итогом, %	Группы
Напитки и бакалея	83,42	43	43	A
Продукты	38,8	20	63	A
Полуфабрикаты и хлеб	36,86	19	82	B
Другие товары	34,92	18	100	C

Таким образом, в ассортименте магазина преобладают товары группы А. Именно эту группу магазин должен держать под жестким контролем,

поскольку она приносит максимальную прибыль. В группе В более стабильны товары и приносят хорошую прибыль. К группе С относятся другие товары, следовательно, приносят товары данной группы магазину не большой доход.

Высокий уровень качества продукции ведет к росту спроса на продукцию и суммы прибыли.

Анализ показателей качества продукции представлен в таблице 4.



Рисунок 7 - Данные для построения точки безубыточности [22]

Контроль анализа объема продаж проводится методом сравнения запланированного объема продаж с фактическим. При выявлении отклонения, необходимо провести факторный анализ и приступить к корректирующему воздействию. Факторный анализ позволяет определить факторы, которые влияют на отклонение объема продаж.

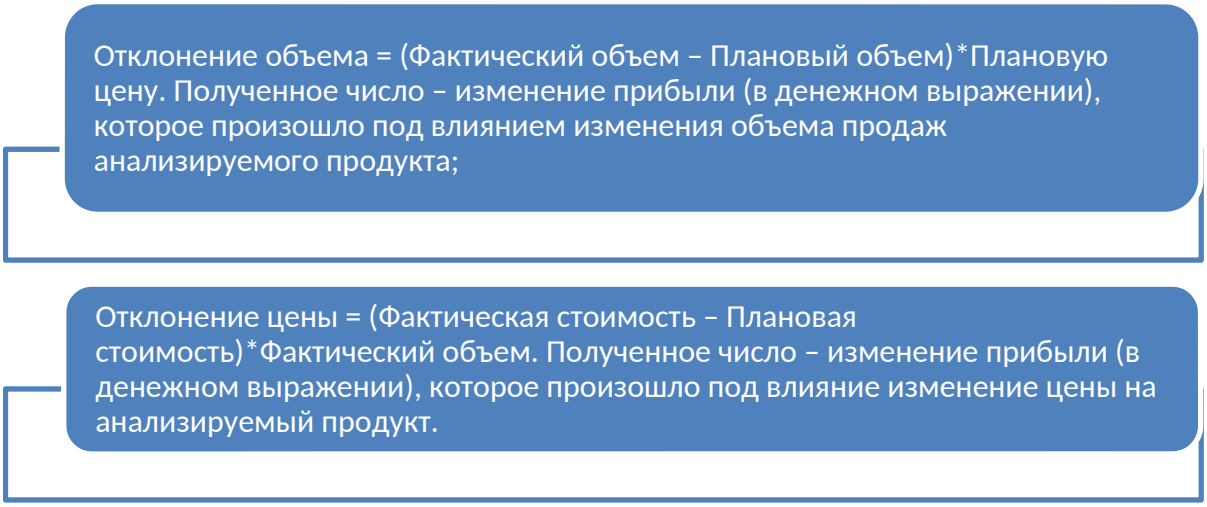


Рисунок 8 - Формулы для проведения факторного анализа [8]

Анализ деятельности торгового предприятия начинается с изучения объемов производства и темпов его роста. Основная задача предприятия – наиболее полное обеспечение спроса населения высококачественными товарами.

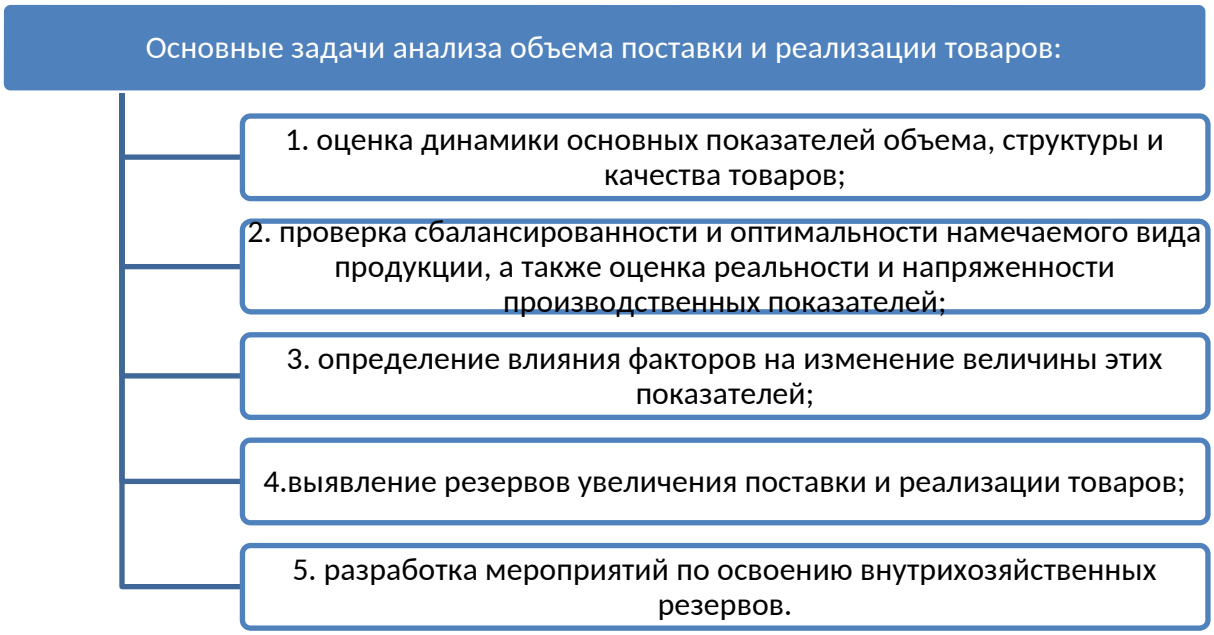


Рисунок 9 - Основные задачи анализа объема поставки и реализации товаров [8]

Работа торгового предприятия по реализации товаров и услуг оценена должна быть с позиции покупателя. Для такой оценки критериями может быть выполнение в полном объеме договоров поставки, т. е. в оговоренном

ассортименте по объему реализации, в установленные сроки и заданного количества.

Определяется объем реализации товаров по оплате (выручке) или по отгрузке покупателям продукции. Определяется объем реализации отпускной ценой, в т.ч. НДС. Выражаться может в сопоставимых, действующих и плановых ценах. Этот показатель в условиях рыночной экономики приобретает первостепенное значение. Связующим звеном между производством и потребителем является реализация товаров. От того, как товар продается, какой на рынке спрос на него, зависит также объем поставок.

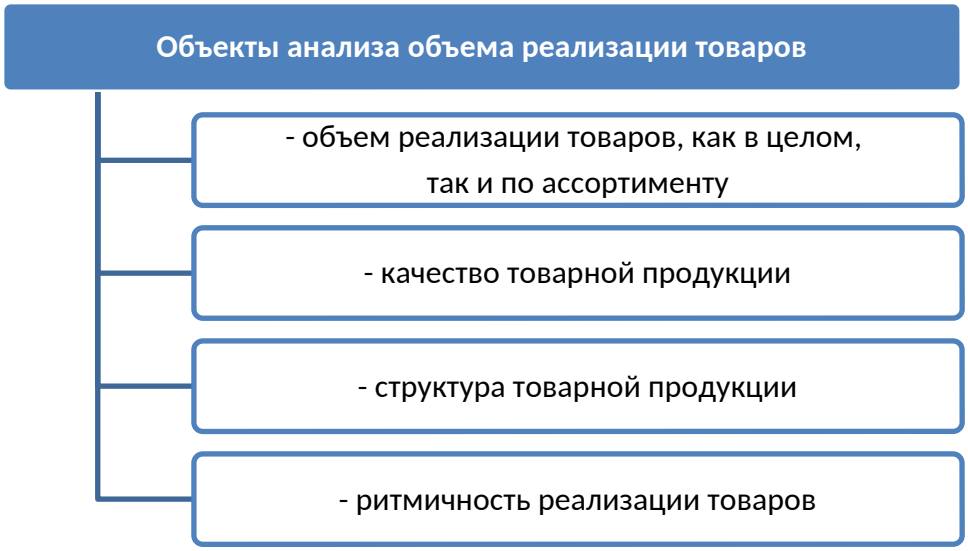


Рисунок 10 - Объекты анализа объема реализации товаров [8]

Проводится анализ объемов реализации товаров в несколько этапов:

1) оценка в сопоставлении с объемом продаж динамики поставок товаров;

2) анализ выполнения программы поставок по ассортименту;

3) анализ структуры товаров и влияния на выполнение программы реализации;

4) оценка запаса финансовой устойчивости предприятия и точки безубыточности продаж [13].

Начинается анализ с исследования динамики поступления и реализации товаров, расчета темпов прироста и роста. Этот анализ показывает, как

изменился за определенное время объем поступления и реализации. Если поступление товаров значительно выше темпы роста темпов реализации, то это свидетельствует о накоплении на складах магазина остатков нереализованной и неоплаченной покупателями товаров.

Используют для определения динамики объема реализации товаров в сопоставимых ценах за ряд лет.

Среднегодовой темп роста реализации товаров рассчитать можно по формуле среднегеометрической:

$$T = \sqrt[n-1]{T_1 \cdot T_2 \cdot T_3 \cdot K \cdot T_n},$$

где Ti – темп прироста i-года к предыдущему году.

Оперативное поступление товаров происходит на основании расчета, где отражаются фактические и плановые сведения об отгрузке и реализации товаров по ассортименту, объему, качеству, и отклонение от плана [6].

Ассортиментом называется перечень наименований товаров с указанием по каждому из них количества. Различают групповой (по родственным группам), полный (всех разновидностей и видов), внутригрупповой ассортимент.

При формировании структуры и ассортимента поступления товаров необходимо учитывать спрос на эти виды товаров.

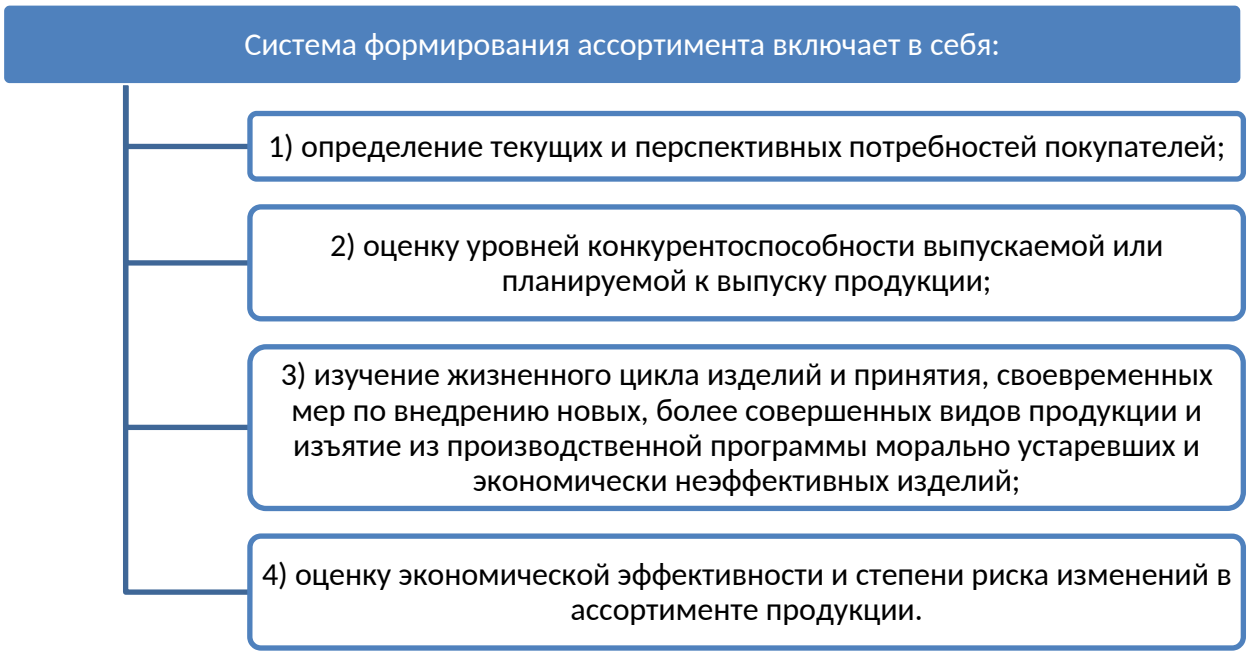


Рисунок 11 - Элементы системы формирования ассортимента [6]

Важным показателем деятельности торговых предприятий является качество товаров. Рост этого показателя — одна из форм завоевания позиций на рынке и их удержания, конкурентной борьбы. Высокий уровень качества товаров способствует росту спроса на товары и величину прибыли как за счет более высоких цен, так и за счет объема продаж.

Качество товаров характеризует потребительские, эксплуатационные, параметрические, дизайнерские, технологические свойства товара, долговечность и надежность, уровень его унификации и стандартизации.

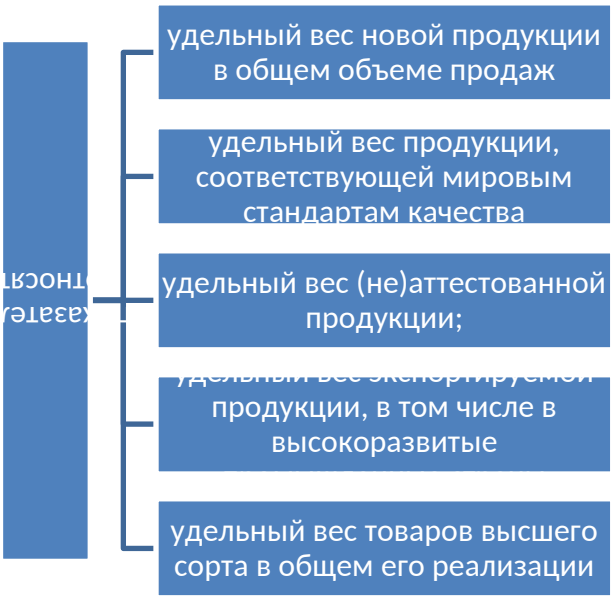


Рисунок 12 - Общие показатели качества [12]

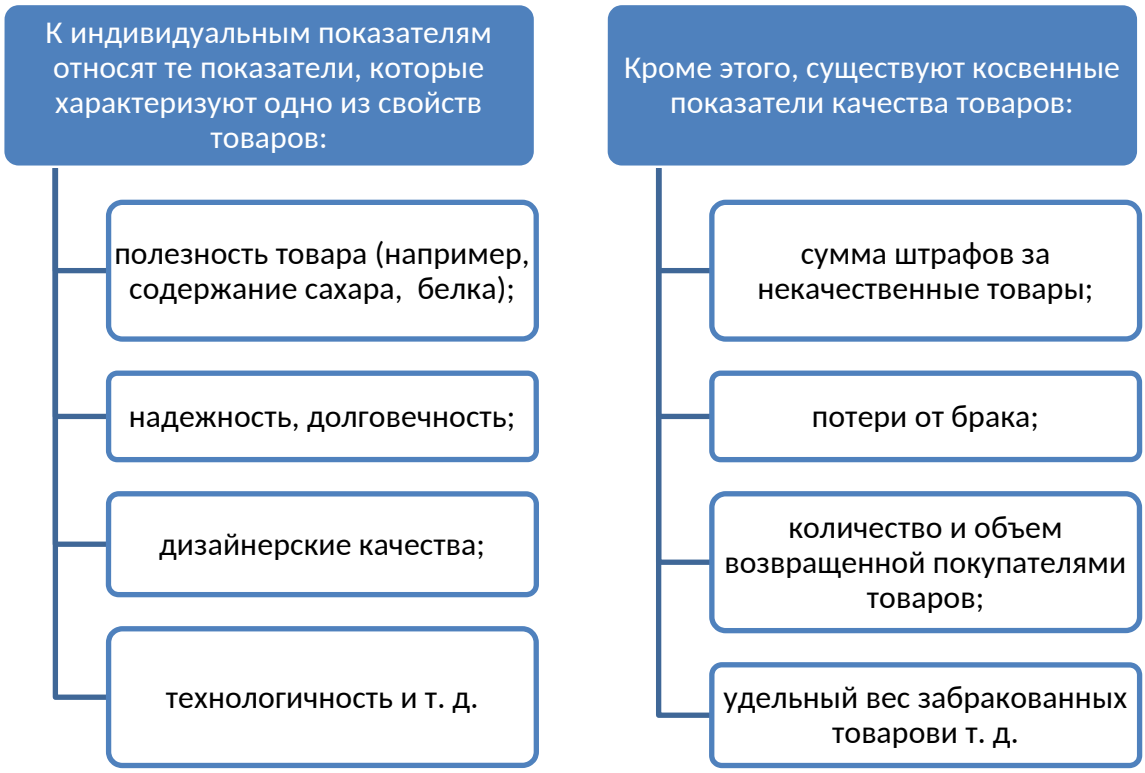


Рисунок 13 - Индивидуальные и косвенные показатели качества товара [12]

Таблица 4 - Анализ показателей качества товара

Показатель	2017 год	2018 год	2019 год	Абс.откл., +/-
1. Средневзвешенный балл качества товара	0,81	0,85	0,84	+0,3
2. Удельный вес, %				
- товары высокого качества	99,40	99,70	99,50	+0,10
- забракованный товар	0,60	0,30	0,50	-0,10

Таким образом, наблюдается рост средневзвешенного балла качества продукции, а также снижение брака.

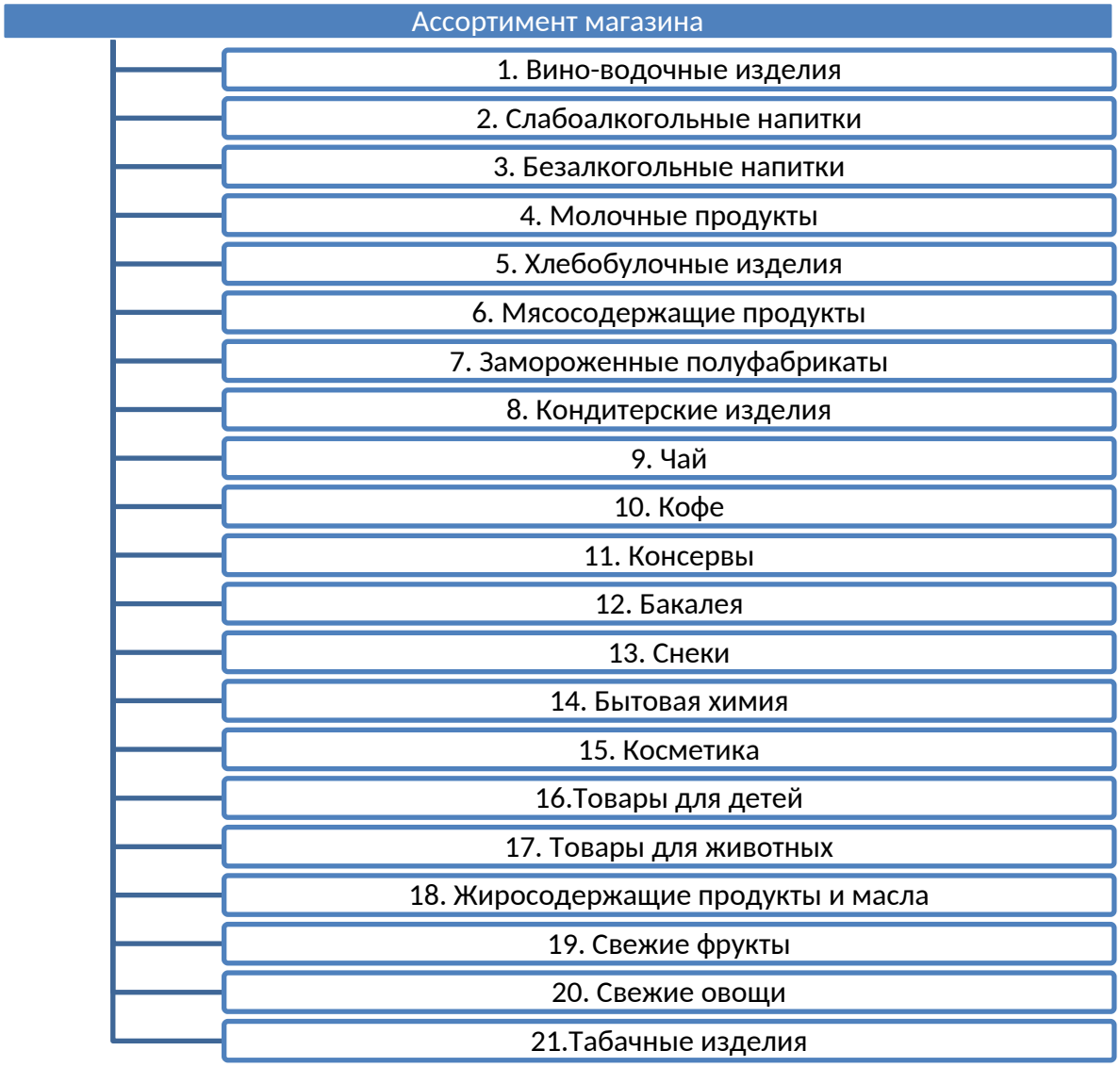


Рисунок 14 – Ассортимент товара «Магнит»

Рассмотрим, какие наиболее популярные товары у потребителей и как меняются объемы их продаж за последние три года (рис.15).

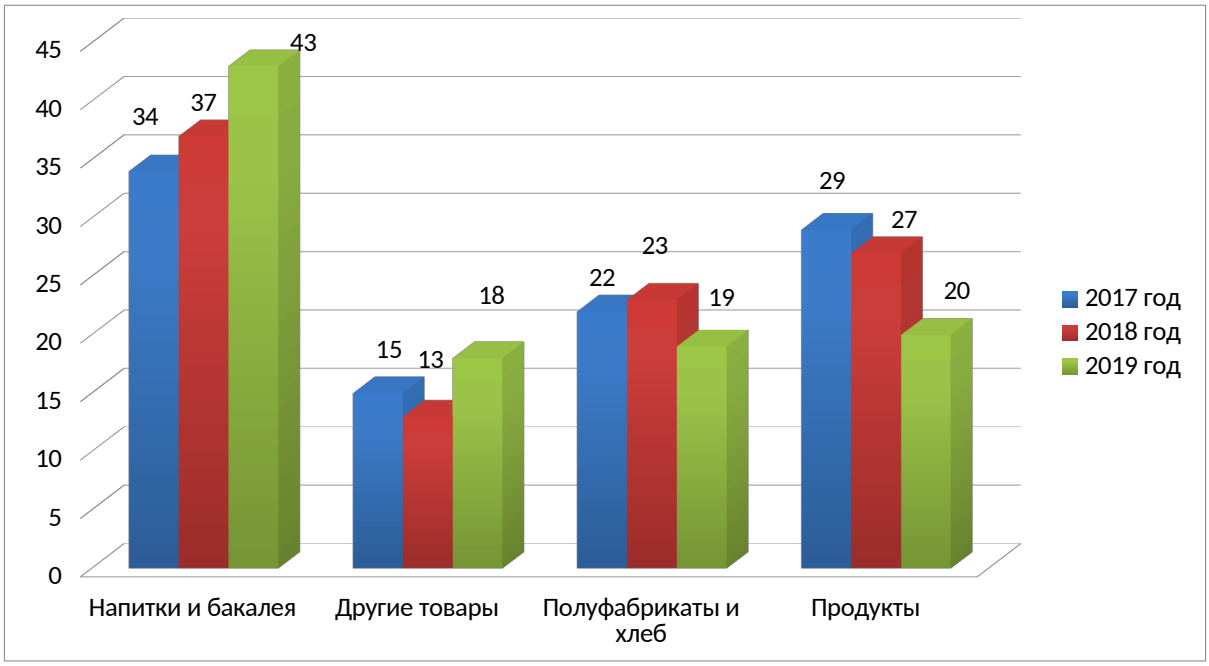


Рисунок 15 - Объем продаж по ассортименту в процентах от общего объема продаж

Из представленных данных следует, что наибольший товарооборот в розничных продажах приходится на напитки и бакалею, по объему товарооборота вторым товаром являются продукты питания. Наиболее малый процент приходится на другие товары.

Рассмотрим данные об имуществе, средствах и обязательствах торгового предприятия «Магнит» в 2017 – 2019 годах, представленные в бухгалтерском балансе (форма №1) и отчете о финансовых результатах (форма №2) бухгалтерской (финансовой) отчетности организации.

Таблица 5 - Бухгалтерский баланс магазина «Магнит»

Наименование показателя	Код	2017	2018	2019
Актив				
I. Внеоборотные активы				
Нематериальные активы	1110	0	0	0
Результаты исследований и разработок	1120	0	0	0
Нематериальные поисковые активы	1130	0	0	0
Материальные поисковые активы	1140	0	0	0
Основные средства	1150	47568	45682	43871
Доходные вложения в материальные средства	1160	0	0	0
Финансовые вложения	1170	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0
Итого по разделу I	**1100**	**47568**	**45682**	**43871**
II. Оборотные активы				
Запасы	1210	95	302	47
НДС по приобретенным ценностям	1220	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	0	0	0
Финансовые вложения (за исключением ДЭ)	1240	4453	10362	16036
Денежные средства и денежные эквиваленты)	1250	6678	463	234
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0
Итого по разделу II	**1200**	**11226**	**11127**	**16317**
Баланс	**1600**	**58794**	**56809**	**60188**
Пассив				
III. Капитал и резервы				
Уставный капитал (уставный фонд)	**1310**	**20956**	**17074**	**20289**
Собственные акции,	**1320**	**0**	**0**	**0**
Переоценка внеоборотных активов	**1330**	**0**	**0**	**0**
Добавочный капитал (без переоценки)	**1340**	**0**	**0**	**0**
Резервный капитал	**1350**	**0**	**0**	**0**
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	**1360**	**0**	**0**	
Итого по разделу III	**1300**	**20956**	**17074**	**20289**
Долгосрочные обязательства				
Заемные средства	**1410**	**17000**	**18000**	**21495**
Отложенные налоговые обязательства	**1420**	**0**	**0**	**0**
Оценочные обязательства	**1440**	**0**	**0**	**0**
Прочие обязательства	**1450**	**0**	**0**	**0**
Итого по разделу IV	**1400**	**17000**	**18000**	**21495**
Краткосрочные обязательства				
Заемные средства	**1510**	**20838**	**21735**	**18404**
Кредиторская задолженность	**1520**	**0**	**0**	**0**
Доходы будущих периодов	**1530**	**0**	**0**	**0**
Оценочные обязательства	**1540**	**0**	**0**	**0**
Прочие обязательства	**1550**	**0**	**0**	**0**
Итого по разделу V	**1500**	**20838**	**21735**	**18404**
Баланс	**1700**	**58794**	**56809**	**60188**

Используя метод горизонтального анализа, оценим и проанализируем динамику изменения стоимости имущества и средств и величину обязательств торгового предприятия в 2017 – 2019 годах.

Таблица 6 - Динамика изменения имущества и средств магазина «Магнит»

Наименование показателя	Δ 18 -17	Δ 19 -18	Тр 18/17	Тр 19/18	Тр 19/17
Актив					
I. Внеоборотные активы					
Основные средства	-1886	-1811	96,04%	96,04%	92,23%
Итого по разделу I	**-1886**	**-1811**	**96,04%**	**96,04%**	**92,23%**
II. Оборотные активы					
Запасы	207	-255	317,89%	15,56%	49,47%
Финансовые вложения (за исключением ДЭ)	5909	5674	232,70%	154,76%	360,12%
Денежные средства и денежные эквиваленты)	-6215	-229	6,93%	50,54%	3,50%
Итого по разделу II	**-99**	**5190**	**99,12%**	**146,64%**	**145,35%**
Баланс	**-1985**	**3379**	**96,62%**	**105,95%**	**102,37%**

Анализируя полученные показатели, можно видеть, что стоимость внеоборотных активов за анализируемый период снижается из-за начисления амортизационных отчислений.

Если в 2018 году запасы увеличились на 207 тыс. руб. по сравнению с показателем 2017 года, то в 2019 году они уменьшились на 255 тыс. руб. относительно с данными 2018 года. В целом за анализируемый период они сократились более чем в два раза.

Величина денежных средств предприятия имеет тенденцию к уменьшению, что негативно может сказаться на финансовой устойчивости.

Наблюдается существенный рост краткосрочных финансовых вложений (более чем в три раза), что несколько не соответствует специфики деятельности торгового предприятия

Таблица 7 - Динамика изменения обязательств организации

Пассив	Δ 18 -17	Δ 19 -18	Тр 18/17	Тр 19/18	Тр 19/17
III. Капитал и резервы					
Уставный капитал (уставный фонд)	-3882	3215	81,48%	118,83%	96,82%
Итого по разделу III	**-3882**	**3215**	**81,48%**	**118,83%**	**96,82%**
Долгосрочные обязательства					
Заемные средства	1000	3495	105,88%	119,42%	126,44%
Итого по разделу IV	**1000**	**3495**	**105,88%**	**119,42%**	**126,44%**
Краткосрочные обязательства					
Заемные средства	897	-3331	104,30%	84,67%	88,32%
Итого по разделу V	**897**	**-3331**	**104,30%**	**84,67%**	**88,32%**
Баланс	**-1985**	**3379**	**96,62%**	**105,95%**	**102,37%**

Оценивая изменение величины уставного капитала в целом за анализируемый период, можно сделать вывод об уменьшении его величины почти на 3 процента, не смотря на его рост в 2018 году на 18%.

Отсутствие резервного фонда и нераспределенной прибыли вынуждает руководство предприятием использовать заемные средства для обеспечения функционирования магазина. Следует отметить отсутствие у предприятия собственных резервов (в виде оценочных обязательств) для проведения капитальных работ по модернизации деятельности.

Как положительный факт можно оценивать отсутствие кредиторской задолженности предприятия перед поставщиками товаров, по заработной плате сотрудникам, перед бюджетом и внебюджетными фондами.

Используя метод вертикального анализа, оценим и проанализируем изменение структуры бухгалтерского баланса

Таблица 8 - Доля статей в валюте баланса

Наименование показателя	Доля 17	Доля 18	Доля 19
Актив			
I. Внеоборотные активы			
Основные средства	80,91%	80,41%	72,89%
Итого по разделу I	**80,91%**	**80,41%**	**72,89%**
II. Оборотные активы			
Запасы	0,16%	0,53%	0,08%
Финансовые вложения (за исключением ДЭ)	7,57%	18,24%	26,64%
Денежные средства и денежные эквиваленты)	11,36%	0,82%	0,39%
Итого по разделу II	**19,09%**	**19,59%**	**27,11%**
Баланс	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**
Пасссив			
III. Капитал и резервы			
Уставный капитал (уставный фонд)	35,64%	30,06%	33,71%
Итого по разделу III	**35,64%**	**30,06%**	**33,71%**
Долгосрочные обязательства			
Заемные средства	28,91%	31,69%	35,71%
Итого по разделу IV	**28,91%**	**31,69%**	**35,71%**
Краткосрочные обязательства			
Заемные средства	35,44%	38,26%	30,58%
Итого по разделу V	**35,44%**	**38,26%**	**30,58%**
Баланс	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**

Анализируя, изменение структуры активов, можно сделать вывод о снижении доли стоимости основных средств почти на 8% и росте стоимости оборотных активов на эту же величину при общем увеличении стоимости

активов на 2,37%. Обращает внимание существенный рост доли краткосрочных финансовых вложений почти на 20% при снижении доли денежных средств предприятия на 11 %, что существенно снижает показатели абсолютной ликвидности активов предприятия.

Анализ структуры обязательств организации показывает существенную зависимость предприятия от заемных средств - более 66% источников средств предприятия формируется за счет заемных средств как краткосрочных, так и долгосрочных в равных пропорциях.

Таблица 9 - «Отчет о финансовых результатах» магазина «Магнит»

Наименование показателя	**Код**	**За 2017 г.**	**За 2018г.**	**За 2019 г.**
Выручка	2110	60405	61242	48170
Себестоимость продаж	2120	59794	57617	46623
Валовая прибыль (убыток)	**2100**	**611**	**3625**	**1547**
Коммерческие расходы	2210	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	**2200**	**611**	**3625**	**1547**
Доходы от участия в других организация	2310	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0
Прочие доходы	2340	326	157	
Прочие расходы	2350	495	1061	
Прибыль (убыток) до налогообложения	**2300**	**442**	**2721**	**1547**
Текущий налог на прибыль	2410	1748	1637	1278
Постоянные налоговые обязательства (активы)	2421			
Изменение налоговых обязательств	2430			
Изменение налоговых отложенных активов	2450			
Прочие	2460			
Чистая прибыль (убыток)	**2400**	**-1306**	**1084**	**269**
Результат переоценки ВОА, не включаемых в ЧП(У)	2510			
Результат от прочих операций, не включаемый в ЧП(У)	2520			
Совокупный финансовый результат периода	**2500**	**-1306**	**1084**	**269**

Таблица 10 - Динамика изменения показателей финансовых результатов деятельности организации за 2017- 2019 годы

Наименование показателя	Δ 18 -17	Δ 19 -18	Тр 18/17	Тр 19/18
Выручка	837	-13072	101,39%	78,66%
Себестоимость продаж	-2177	-10994	96,36%	80,92%
Валовая прибыль (убыток)	3014	-2078	593,29%	42,68%
Прибыль (убыток) от продаж	3014	-2078	593,29%	42,68%
Прочие доходы	-169	-157	48,16%	0,00%
Прочие расходы	566	-1061	214,34%	0,00%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2279	-1174	615,61%	56,85%
Текущий налог на прибыль	-111	-359	93,65%	78,07%
Чистая прибыль (убыток)	2390	-815	45,36%	24,82%

Анализируя динамику изменения показателей финансовых результатов, можно сделать следующие выводы:

1. Если в 2018 году по сравнению с показателем 2017 года выручка выросла на 1,39% , что составила прирост в 837 тыс. руб., то в 2019 году имело место существенное уменьшение выручки на 13072 тыс. рублей (на 21,34% по сравнению с показателем 2018 года);

2. Сопоставляя показатели динамики изменения выручки и себестоимости, можно утверждать, что уменьшение выручки обусловлено снижением цен на товары для сохранения клиентской базы покупателей при снижении ее покупательной способности в 2019 году;

3. Анализируя величину прочих доходов и расходов, можно видеть, что в 2017 – 2018 годах предприятие несло убытки от прочей деятельности.

В 2018 и 2019 годах существенно сократилась величина чистой прибыли, что значительно ухудшило показатели финансового состояния и финансовых результатов деятельности торгового предприятия «Магнит»

3. Финансовый анализ показателей деятельности торговой организации и предложения по их улучшению в условиях цифровой экономики

3.1. Методика оценки и финансового анализа показателей деятельности торгового предприятия

Финансовая деятельность как часть хозяйственной деятельности предприятия включает в себя все денежные отношения, связанные с производством и реализацией продукции, воспроизводством основных и оборотных фондов, образованием и использованием доходов. Таким образом, финансы - это совокупность денежных отношений, возникающих в процессе производства и реализации продукции и включающих формирование и использование денежных доходов, обеспечение кругооборота средств в воспроизводимом процессе, организацию взаимоотношений с другими воспроизводителями, бюджетом, банками, страховыми организациями и т.д.

Финансовые показатели деятельности предприятия является выражением денежного результата деятельности, определяет финансовые ресурсы и складывается из [7]:

а) выручки от реализации продукции и других доходов;

б) затрат, связанных с получением выручки и доходов;

в) прибыли (убытков).

Исходя из этого, финансовая работа на предприятии направлена на создание финансовых ресурсов для развития предприятия, обеспечения роста рентабельности и инвестиционной привлекательности для акционеров.

Инвестиционная привлекательность данного предприятия для акционеров состоит в том, что финансовые показатели данного предприятия должны быть лучше, чем у других не только на данный момент, но и в обозримом будущем.

Таким образом, финансовая работа имеет своей целью улучшение финансовых показателей деятельности предприятия.

Финансовое состояние, финансовые результаты и денежные потоки - это совокупность показателей, отражающих наличие, источники

образования, размещение и использование финансовых ресурсов предприятия [7] .

Цель финансового анализа - оценка прошлой финансовой деятельности и положения предприятия на данный момент, а также оценка будущего финансового потенциала предприятия и постоянное проведение работы, направленной на его улучшение.

Основными финансовыми показателями деятельности предприятия являются:

1. Показатели финансового состояния;
2. Показатели финансовых результатов;
3. Показатели денежного потока от основной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Финансовое состояние - важнейшая характеристика экономической деятельности предприятия. Оно определяет конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой степени гарантированы интересы самого предприятия и его партнеров по финансовым и другим отношениям.

Партнеров и акционеров интересует не процесс хозяйственно-производственной деятельности предприятия, а результат деятельности, выражаемый через показатели финансового состояния за отчетный период, которые можно определить на основе данных публичной официальной отчетности.

Показатели финансового состояния должны быть такими, чтобы все те, кто связан с предприятием экономическими отношениями, могли получить ответ о выгодности иметь с ним эти отношения. У каждого партнера свой критерий экономической выгоды, поэтому показатели финансового состояния должны быть такими, чтобы каждый партнер мог сделать выводы с точки зрения своих интересов.

Информационной базой финансового анализа являются [2]:

1. Баланс предприятия и приложения к нему (отчеты о финансовом состоянии, о структуре и движении фондов);

2. Финансовые планы предприятия;

3. Обороты и расшифровки по счетам (для более углубленного анализа).

Главное место в доходах предприятия занимает прибыль, которая, как правило, является важнейшим источником покрытия предусмотренных в финансовом плане расходов и платежей в бюджет. Поэтому анализ образования и использования прибыли - самостоятельный раздел анализа баланса доходов и расходов.

Прибыль, рентабельность и оборачиваемость являются важными показателями эффективности производства, финансовым результатом его деятельности. Прибыль с одной стороны - основной источник фондов предприятия, а с другой - источник доходов государственного и местного бюджетов. Важно при этом учитывать не только размеры и прирост прибыли, но и уровень рентабельности; знать, сколько прибыли получено на каждый рубль производственных фондов.

Показатели оборачиваемости определяют период времени, в течение которого авансированные денежные средства вернуться предприятию.

Финансовое состояние определяется следующими основными показателями [7]:

- платежеспособность (способность платить по долгам);
- финансовая устойчивость.

На величину прибыли, уровень рентабельности и показатели оборачиваемости оказывают влияние многие факторы, они являются обобщающими показателями интенсификации производственной и маркетинговой деятельности.

<table>
<tr><td colspan="2">Выручка от реализации продукции (работ и услуг) в действующих ценах без НДС</td><td></td><td colspan="2">Себестоимость продукции (работ и услуг)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Прибыль от реализации продукции, работ и услуг</td><td></td><td colspan="2">Результат от прочей реализации (основных и оборотных фондов)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Прибыль от прочей реализации</td><td></td><td colspan="2">Сальдо доходов и расходов от внереализационной деятельности</td></tr>
<tr><td colspan="2">Балансовая (валовая) прибыль</td><td></td><td colspan="2">Корректировка балансовой прибыли для налогообложения (капитальные вложения и др.)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Налогооблагаемая прибыль (по видам деятельности)</td><td></td><td colspan="2">Налоги с учетом льгот и прочие выплаты в бюджет</td></tr>
<tr><td colspan="5">Чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия</td></tr>
<tr><td>Уставной и добавочный капитал</td><td>Резервный фонд (капитал)</td><td>Нераспределенная прибыль</td><td colspan="2">Дивиденды</td></tr>
<tr><td colspan="3">Собственный капитал предприятия</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

Рисунок 16 – Последовательность финансового анализа [7]

Особое значение для предприятия имеет распределение прибыли на часть, отчисляемую в государственный и местный бюджеты, и на часть прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

Прибыль, остающейся в распоряжении предприятия, распределяется на капитальные вложения в модернизацию и диверсификацию производства, развитию собственных оборотных средств, на материальное поощрение работников и другие цели.

Общий результат хозяйственной деятельности (валовая сумма прибыли) складывается от реализации товарной продукции, прочей реализации и внереализационных результатов. Первые два слагаемые (Товарная Продукция + Прибыль от Реализации) образуют прибыль (или убыток) всей реализации.

Финансовое состояние предприятий характеризует наличие источников образования, размещение и использование средств и имущества предприятия. Оно обусловлено степенью выполнения финансового плана и мерой пополнения собственных средств за счет прибыли и других

источников, если они предусмотрены планом, а также скоростью оборота производственных фондов и особенно оборотных средств.

Поскольку выполнение финансового плана в основном зависит от результатов производственной деятельности, то можно утверждать, что финансовые показатели, определяемые всей совокупностью хозяйственных факторов, является наиболее обобщающими показателями.

Проявляется финансовое состояние в платежеспособности предприятия, в способности вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков техники и материалов в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, выплачивать заработную плату, вносить платежи в бюджет и независимости от кредиторов.

Задачами экономического анализа финансового состояния являются:

- объективная оценка наличия, состояния и использования финансовых ресурсов на предприятии;

- выявление внутрихозяйственных резервов;

- укрепление финансового положения;

- улучшение отношений между предприятиями и внешними финансовыми, кредитными организациями.

Анализ финансового состояния начинается с составления аналитического баланса.

Используя горизонтальный и вертикальный методы анализа, определяется динамика и структура изменения имущества и источников средств предприятия, а также финансовые результаты его деятельности. При использовании методов анализа осуществляется:

- горизонтального - сравнение каждой позиции баланса или другой формы отчетности с данными предшествующего периода для оценки и анализа динамики изменения показателя;

- вертикального (структурного) – оценка доли анализируемого показателя в результате динамики изменения этой доли за отчетный период;

Анализ может вестись как по абсолютным, так и по относительным показателям.

Непосредственно из аналитического баланса можно получить ряд важнейших характеристик финансового состояния предприятия, к которым относятся:

- общая стоимость имущества предприятия = валюте (итогу) баланса (А1600);

- стоимость внеоборотных (иммобилизованных) активов (основных и прочих внеоборотных средств) = итогу I раздела Актива баланса (А1100);

- стоимость оборотных (мобильных) средств = итогу II раздела Актива баланса (А1200);

- стоимость материальных оборотных средств = А1210;

- дебиторская задолженность (в широком смысле - включая авансы, выданные поставщикам и подрядчикам) = А1230;

- денежные средства (банковский капитал), включая ценные бумаги и краткосрочные финансовые вложения (банковский капитал) = А1240 + А1250;

- величина собственного капитала = 1 раздел Пассива (П1300) + сумма строк 1440 + 1530 + 1540 (задолженности самому себе);

- величина заемного капитала = итог II раздала Пассива (П1400) + итог III раздела Пассива (П1500) - (1440 + 1530 + 1540);

- величина долгосрочных кредитов и займов, предназначенных, как правило, для формирования основных средств и других внеоборотных активов, = итог V раздела Пассива П1400;

- величина краткосрочных кредитов и займов, предназначенных, как правило, для формирования оборотных активов = П1510;

- величина кредиторской задолженности в широком смысле = П1520 III раздела Пассива.

Сумма строк П1440 + П1540 показывают задолженность предприятия как бы самому себе, т.е. речь идет о собственных средствах предприятия,

поэтому при анализе сумма по этим строкам прибавляется к собственному капиталу предприятия.

Финансовое состояние предприятия характеризует наличие, состояние и размещение его средств, что отражается в бухгалтерском балансе. Данные бухгалтерского баланса позволяют проводить**:**

1. Анализ имущества и источников средств предприятия;

2. Анализ финансовой устойчивости и стабильности;

3. Анализ платежеспособности и ликвидности средств;

При анализе имущества и источников средств необходимо провести:

1. Анализ структуры;

2. Оценку структуры;

3. Эффективность использования имущества и средств.

Для общей оценки динамики финансового состояния предприятия необходимо сгруппировать статьи баланса в отдельные специфические группы по признаку ликвидности (статьи актива) и срочности обязательств (статьи пассива). На основе сгруппированного аналитического баланса производится анализ имущества и источников средств предприятия.

Имущество представляется АКТИВАМИ [3]:

1. Иммобилизованные (ВОА) - Основные производственные и внеоборотные средства.

2. Мобильные, оборотные, активы.

2.1. Запасы.

2.2. Дебиторская задолженность.

2.3. Денежные средства и ценные бумаги.

Источники средств представляется ПАССИВАМИ:

1. Собственный капитал (Капитал и Резервы).

2. Заемный капитал.

2.1. Долгосрочные обязательства.

2.2. Краткосрочные кредиты и займы.

2.3. Кредиторская задолженность.

Основными показателями финансового состояния являются:

- обеспеченность собственными оборотными средствами;

- соответствие фактических запасов материальных средств нормативу (финансово-эксплуатационной потребности);

- обеспеченность запасов предназначенными для них источниками средств;

- оборачиваемость активов (основных и оборотных средств);

- платежеспособность и финансовая устойчивость предприятия.

Результаты анализа дают ответ на вопрос о том, какие важнейшие способы улучшения финансового состояния конкретного предприятия в конкретный период его деятельности.

Платежеспособность предприятия отражает его финансовое положение. Нормальная платежеспособность позволяет своевременно и полностью погасить обязательства перед другими организациями.

Общая платежеспособность предприятия определяется показателями:

- ликвидность Актива;

- ликвидность Баланса;

Ликвидность Актива - это все деньги предприятия, превращаемые в наличные деньги, самые ликвидные счета - расчетный счет, касса, валютный счет, ценные бумаги.

Степень ликвидности обратно пропорциональна сроку превращения материальных ценностей в деньги (чем меньше срок, тем выше ликвидность).

Ликвидность Баланса - степень обеспечения обязательств предприятия его активами при условии, что сроки погашения обязательств соответствуют срокам превращения активов в деньги.

Все активы предприятия по степени ликвидности делятся на 4 группы

Таблица 11 - Ликвидность баланса

Активы	Пассивы
А1 - Наиболее ликвидные активы Денежные Средства (А1250) + КФВ (А1240)	П1 - Наиболее срочные обязательства Кредиторская задолженность (П1520) (Задолженность перед бюджетом + Задолженность перед фондами + Задолженность перед персоналом)
А2 - Быстрореализуемые активы Дебиторская задолженность (А1230) + Прочие оборотные активы (А1190)	П2 – Срочные обязательства Кредиторская задолженность (П1520) + Краткосрочные кредиты и займы (П1510) + Прочие краткосрочные обязательства (П1550)
А3 - Медленно реализуемые активы Запасы и затраты (1210) + ДФВ (А1170)	П3 – Долгосрочные обязательства Долгосрочные кредиты и займы (П1410) + Отложенные налоговые обязательства (П1420) Прочие долгосрочные обязательства (П1450)
А4 - Труднореализуемые активы ВОА (А1100) - ДФВ (А1170)	П4 - Постоянные обязательства Собственные капиталы и резервы (П1300) + Доходы будущих периодов (П1530) + Оценочные обязательства (П1440+1540)

Баланс считается абсолютно ликвидным, финансовое положение устойчивым, если соблюдается следующие соотношения по ликвидности активов с сроками погашения обязательств:

А1 >= П1; А2 >= П2; А3 >= П3; А4 <= П4

Для обеспечения платежеспособности на РС должны быть свободные деньги, что противоречит эффективности использования денег, которые все должны быть в обороте.

Количество необходимых на РС денег определяется на основе баланса, т.к. там имеются остатки счетов.

При анализе финансового состояния используются абсолютные и относительные показатели, представленные в таблицах 12 и 13.

Таблица 12 - Оценка абсолютных показателей платежеспособности

Платежеспособность	Текущая оценка (в течение месяца)	В ближайшей перспективе (<=3 мес)	В долгосрочной перспективе (до 1 года)
1. Абсолютная	ДС(1250)+КФВ(1240)>= Кр3(1520) + ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	ДС(1250)+КФВ(1240)>= Кр3(1520)+ КК3(1510)+ ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	ДС(1250)+КФВ(1240)>= Кр3(1520) + КК3(1510) +ДК3(1410) + ПрП(1560) + Дивиденды (1530)
1. Нормальная (текущая)	ДС(1250)+КФВ(1240)+ ДЗ(1230)>= Кр3(1520) + ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	ДС(1250)+КФВ(1240)+ ДЗ(1230)>= Кр3(1520) + КК3(1510)+ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	ДС(1250)+КФВ(1240)+ ДЗ(1230)>= Кр3(1520) + КК3(1510) +ДК3(1410) +ПрП(1560) + Дивиденды (1530)
3. Предкризисная	ДС(1250)+КФВ(1240)+ДЗ(1230)+З(1210)>= Кр3(1520) + ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	ДС(1250)+КФВ(1240)+ДЗ(1230)+ З(1210)>= Кр3(1520) + КК3(1510)+ ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	ДС(1250)+КФВ(1240)+ДЗ(1230)+З(1210)>= Кр3(1520) + КК3(1510) +ДК3(1410) + ПрП(1560) + Дивиденды (1530)
4. Кризисная	ДС(1250)+КФВ(1240)+ ДЗ(1230) +З(1210) +ДФВ(1170) <= Кр3(1520) + ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	ДС(1250)+КФВ(1240)+ ДЗ(1230) +З(1210) +ДФВ(1170) <= Кр3(1520) + КК3(1510)+ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	ДС(1250)+КФВ(1240)+ ДЗ(1230) +З(1210) +ДФВ(1170) <= Кр3(1520) + КК3(1510) +ДК3(1410) +ПрП(1560) + Дивиденды (1530)

Таблица 13 - Показатели платежеспособности магазина «Магнит» в 2017 – 2019 годах

Платежеспособность	В ближайшей перспективе (<=3 мес)	2017г.	2018 г.	2019 г.
1. Абсолютная	ДС(1250)+КФВ(1240)>= Кр3(1520)+ КК3(1510)+ ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	**11 131**	**10 825**	**16 270**
1. Нормальная (текущая)	ДС(1250)+КФВ(1240)+ ДЗ(1230)>= Кр3(1520) + КК3(1510)+ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	**15 584**	**21 187**	**32 306**
3. Предкризисная	ДС(1250)+КФВ(1240)+ДЗ(1230)+З(1210)>= Кр3(1520) + КК3(1510)+ ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	**11 226**	**11 127**	**16 317**
4. Кризисная	ДС(1250)+КФВ(1240)+ ДЗ(1230) +З(1210) +ДФВ(1170) <= Кр3(1520) + КК3(1510)+ПрП(1560) + Дивиденды (1530)	**41 794**	**38 809**	**38 693**

На практике широко используют относительные показатели платежеспособности (коэффициенты ликвидности).

Коэффициент абсолютной ликвидности, как отношение денежных средств к краткосрочной задолженности показывает, какая часть наиболее срочных и срочных обязательств может быть погашена немедленно имеющимися деньгами.

Промежуточный коэффициент покрытия (текущей ликвидности)

является отношением суммы денежных средств и дебиторской задолженности к краткосрочным заемным средствам и показывает, какая часть срочных обязательств может быть погашена с привлечением дебиторской задолженности.

Коэффициент общего покрытия (критической ликвидности) показывает, во сколько раз ликвидные оборотные активы предприятия должны превышать его краткосрочные долги, чтобы оно могло быть признано платежеспособным.

Таблица 14 - Оценка ликвидности активов (платежеспособности)

1. Коэффициент абсолютной ликвидности	Наиболее ликвидные активы Кал = ---------- Краткосрочные обязательства	А1240 + А1250 Кал = ---------- П1510+ П1520 + П1550
2. Коэффициент текущей ликвидности	Быстро реализуемые активы Ктл = ---------- Краткосрочные обязательства	А1240 + А1250 + 1230 Ктл = ---------- П1510+ П1520 + П1550
3. Коэффициент критической ликвидности	Медленно реализуемые активы Ккл = ---------- Краткосрочные обязательства	А1240 + А1250 +1230 + 1210 Ккл = ---------- П1510+ П1520 + П1550

На практике, как правило, используют относительные показатели финансового состояния организации (таблица 15)

Таблица 15 - Относительные показатели финансового состояния

Оценка рыночной устойчивости (финансовой устойчивости)		
1. Коэффициент автономии	Собственные источники средств К а= ---------- Общие источники средств	П1300 К а= ---------- П1700
2. Коэффициент заемности средств	Заемные источники средств Кз = ---------- Собственные источники средств	П1700 - П1300 1 Кз= ---------- = ------- - 1 П1300 Ка
3. Коэффицент краткосрочной задолженности	Краткосрочные обязательства Ккз = ---------- Общие обязательства предприятия	П1520 Ккз = ---------- П1700
4. Коэффицент долгосрочного привлечения средств	Долгосроч Кредиты и Займы Кдз = ---------- ДКЗ + Собств Источники Ср-ств	П1400 Кдз= ---------- П1400 + П1300

Продолжение таблицы 15

5. Коэффициент кредиторской задолженности	Кредиторская задолжен + Пр П Ккрз = ---------- Общ. обязательства предприятия	П1520 + П1550 Ккрз = ---------- П1700
6. Коэффициент соотношения мобильных и иммобильных средств	Оборотные средства Кми = ---------- Внеоборотные средства	А 1200 К ми= ---------- А 1100
7. Коэффициент постоянного актива	Внеоборотные средства Кпа= ---------- Источники собственных средств	А1100 Кпа = ---------- П1300
8. Коэффициент маневренности	Собственные оборотные средства Кман = ---------- Источники собственных средств	П1300 – А1100 А1100 Км = ----------=1 - -------- = 1- Кпа П1300 П1300
9. Коэффициент мобильности	Чистые мобильные средства Кмоб = ---------- Оборотные средства	ОС - Кр 3 Кр3 П1520 Км = ---------- = 1 ------- = 1 - ------- ОС ОС А 1200
10. Коэффициент обеспеченности запасов СОС	Собственные оборотные ср-ва Коз = ---------- Стоимость запасов и затрат	П1300 – А1100 Рч = ---------- А1210
11. Коэффициент обеспеченности оборотных средств	Собственные оборот средства Кос = ---------- Оборотные средства	П1300 – А1100 К ос = ---------- А1200
12. Коэффициент производственного имущества	ОПФ + ДФВ + МЗ Кпи = ---------- Имущество предприятия	А1150 +А1170 + А1210 Кпи = ---------- А1300

1. Коэффициент автономии - отношение собственных средств ко всей сумме пассивов, характеризует долю собственных средств в общих источниках предприятия (П1/П). По западным стандартам Ка >= 0.5.

2. Коэффициент заемности средств, показывающий каких средств у предприятия больше - заемных или собственных, характеризует сколько на 1 руб. собственных средств приходится заемных ((П1400+П1500)/П1300). Должно быть Кзс =< 1 (критического).

При определенных видах деятельности (например, при коротких сроках оборачиваемости) Ка < 0.5, Кзс >1.Чем хуже эти показатели, тем выше доля риска.

3. Коэффициент краткосрочной задолженности выражает долю краткосрочных обязательств в общей сумме обязательств предприятия.

4. Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств, равный отношению долгосрочных кредитов и займов к сумме источников собственных средств и долгосрочной задолженности предприятия.

5. Коэффициент кредиторской задолженности и прочих пассивов определяет долю кредиторской задолженности и прочих пассивов в общей сумме обязательств предприятия.

6. Коэффициент постоянного актива показывает, какая доля собственных источников используется на основные средства.

Для нормально функционирующих предприятий Кпа < = 0.5.

7. Наличие собственных оборотных средств.

Оборотные средства постоянно находятся в движении, деньги постоянно должны работать, приносить прибыль.

СОС = 1 раздел Пассива - 1раздел Актива (+ Долгосрочный Кредит, вложенный в основные средства).

8. Доля собственных оборотных средств.

9. Чистые мобильные средства.

ЧМС = Оборотные средства - (Кредиторская задолженность + краткосрочные кредиты немедленного погашения) = Источники собственных средств + долгосрочные кредиты и займы - Внеоборотные Активы = П1300 + П1400 - А1100.

10. Коэффициент мобильности показывает сколько у предприятия остается оборотных (мобильных) средств, если ему предстоит немедленно погасить свою задолженность и хватит ли у него оставшихся средств для возобновления нового оборотного цикла (какая часть оборотных средств является собственностью предприятия).

11. Коэффициент маневренности средств (капитала) характеризует какая часть источников собственных средств находится в мобильной форме, т.е. является собственными оборотными средствами и возвращается на Расчетный Счет Оптимальным считается Км > 0.5.

12. Коэффициент постоянного актива отношение основных средств и внеоборотных активов к собственным средствам, или доля основных средств и внеоборотных активов в источниках собственных средств.

Собственными источниками покрываются либо основные, либо оборотные средства, поэтому сумма основных средств и внеоборотных активов и собственных оборотных средств при отсутствии в составе источников долгосрочных заемных средств равна величине собственных средств.

13. Коэффициент обеспечения запасов собственными оборотными средствами как отношение собственных оборотных средств к стоимости материальных запасов и затрат определяет какая часть оборотных средств обеспечивается собственными средствами.

14. Коэффициент реальной стоимости имущества определяет, какую долю в стоимости имущества составляют средства производства и рассчитывается делением суммарной величины основных средств (по остаточной стоимости), производственных запасов, незавершенного производства и малоценных и быстро изнашиваемых предметов (МБП) (по остаточной стоимости) на стоимость активов предприятия (валюту баланса).

Он определяет уровень производственного потенциала предприятия и обеспеченность производственного процесса средствами производства.

Следующим основным финансовым показателем является финансовый результат деятельности предприятия, информационной базой для определения является форма № 2 бухгалтерской (финансовой) отчетности «Отчет о финансовых результатах», в котором сгруппированы показатели, характеризующие финансовые результаты деятельности организации за

отчетный период. Он так же, как и баланс, является главной отчетной формой бухгалтерской отчетности в России и в международной практике.

Отчет о финансовых результатах содержит сравнение суммы всех доходов и поступлений организации с суммой всех расходов, понесенных организацией для ее функционирования. Данные в отчете приводятся нарастающим итогом. Данные отчета о финансовых результатах позволяет определить вид, величину и источники формирования финансового результата на основе анализа расходов. Он не только отражает прибыль или убыток как абсолютные величины, но и содержит информацию о доходности или убыточности деятельности предприятия и позволяет анализировать составляющие финансового результата. «Отчет о финансовых результатах» входит в состав промежуточной отчетности.

Значение «Отчета о финансовых результатах» вытекает из роли прибыли (убытка) как важного показателя эффективности деятельности организации. При проведении анализа его рассматривают как источник информации об уровне экономической эффективности. Он позволяет выявить тенденции формирования показателей финансовых результатов и оценить принятые управленческие решения за отчетный период, т.е. показатели финансовых результатов отражают компетентность руководства.

Финансовые результаты деятельности предприятия могут оцениваться как по абсолютным, так и относительным показателям.

К абсолютным показателям финансовых результатов относятся:

- выручка от реализации (ф.2, стр. 2210);
- прибыль (убыток) от продаж (ф.2, стр. 2200):
- прибыль и убыток от прочей деятельности;
- прибыль (убыток) до налогообложения (ф.2, стр. 2300);
- чистая прибыль отчетного периода (ф.2, стр. 2400);.

Относительные показатели финансовых результатов и порядок их расчета представлены в таблице 16.

Таблица 16 - Расчет относительных показателей финансовых результатов

Оценка рентабельности производства (эффективности управления)		
1. Общая рентабельность предприятия	Балансовая прибыль Робщ = ---------- Ср. стоимость имущества	2 * Стр.2200 (ф2) Робщ = ---------- А1600н +А1600к
2. Чистая рентабельность предприятия	Прибыль чистая Рч = ---------- Ср. стоимость имущества	2* 2400 (ф2)) Рч = ---------- А1600н +А1600к
3. Чистая рентабельность собственного капитала	Прибыль чистая Рск = ---------- Ср.величина собств. капитала	2* 2400 (ф2) Рск = ---------- П1300 + П1440 + П1540
4. Общая рентабельность производственных фондов	Балансовая прибыль Рпф = ---------- Ср. стоимость ОПФ + оборотных активов	2 * 2 * Стр.2200 (ф2) Рпф = ---------- (А 1150 + А 1210) ср
Оценка рентабельности продукции (эффективности производственной деятельности)		
1. Чистая прибыль на 1 руб оборота	Прибыль чистая Рч = ---------- Выручка от реализации продукции	2400 (ф2) Рч = ---------- Стр. 2010 (ф.2)
2. Прибыль от реализации на 1 руб реализации	Прибыль от реализации продукции Рпр = ---------- Выручка от реализации продукции	2200 (ф.2) Рпр = ---------- Стр. 2010 (ф.2)
3. Прибыль от всей реализации на 1 руб оборота	Прибыль от обычной деятельности Рр = ---------- Выручка от реализации продукции	Стр.2100 (ф.2) Рр = ---------- Стр. 2010 (ф.2)
4. Общая прибыль на 1 руб оборота	Балансовая) прибыль Рпр.общ = ---------- Выручка от реализации продукции	2200 (ф2) Рпр.общ = ---------- Стр. 2010 (ф.2)
Оценка капиталоотдачи (деловой активности)		
1. Общая капиталоотдача (фондоотдача)	Выручка от реализации продукции Ким = ---------- Ср. стоимость имущества	2 * Стр. 1010 (ф.2) Ким = ---------- А1500н + А1500к
2. Отдача ВОА	Выручка от реализации продукции Квоа = ---------- Ср.стоимость ВОА	2 * Стр. 2010 (ф.2) Квоа = ---------- А1100н + А1100к
3. Оборачиваемость всех оборотных активов	Выручка от реализации продукции Коа = ---------- Ср.стоимость оборот активов	2 * Стр. 2010 (ф.2) Коа = ---------- А1200н + А1200к
4. Оборачиваемость запасов	Выручка от реализации продукции Кмз = ----------	2 * Стр.2 010 (ф.2) Кмз = ----------

	Ср. запасов	1210 н + 1210к
5. Оборачиваемость банковских активов	Выручка от реализации продукции Ккб = ---------- Ср. величина свобод ДС и КФВ	2 * Стр. 2010 (ф.2) Ккб = ---------- (А1240+А1250)н + (А1240+А1250)к

Продолжение таблицы 16

6. Оборачиваемость дебиторской задолженности	Выручка от реализации продукции Кдз = ---------- Ср. величина дебиторской задолж	2 * Стр.2 010 (ф.2) Кдз = ---------- (А1230)н + (А1230)к
7. Оборачиваемость кредиторской задолженности	Выручка от реализации продукции Кдз = ---------- Ср.величина кредит задолженности	2 * Стр.2 010 (ф.2) Кдз = ---------- П1520н + П1520 к
8. Оборачиваемость источников средств	Выручка от реализации продукции Ккс = ---------- Ср. Величина Источников ср-ств	2 * Стр. 2010 (ф.2) Ккс = ---------- П1700н + П1700 к
9. Оборачиваемость собственного капитала (СИС)	Выручка от реализации продукции Ккс = ---------- Ср. Величина Собственного Капитала (собств источников ср-ств)	2 * Стр. 2010 (ф.2) Ккс = ---------- (П1300 + П1440 + П1540)н + + (П1300 + П14400 + П1540)к
10. Оборачиваемость заемного капитала	Выручка от реализации продукции Ккс = ---------- Ср. Величина заемного капитала (заемных источников ср-ств)	2 * Стр.2 010 (ф.2) Ккс = ---------- (1400 + П1500)н + (П1400 + П1500)к

Оценка (коэффициенты) прибыльности

1. Норма Прибыли От основной деятельности	Нбп = Посн / Чистый объем продаж	Нпр = 2200 (ф.2) / 2120(ф.2)
2. Чистая норма прибыли	Нчп = Прибыль после уплаты налогов/ Чистый объем продаж	Нчп = 2400(ф.2) / 2120(ф.2)
3. Общий доход на активы	Нда = Прибыль после уплаты налогов / Итог по Активам ср.	Нда = 2 * 2400 (ф.2) / ((А1600)н + (А1600)к)
4. Доход на ОПФ ост	Нпопф = Прибыль после уплаты налогов/ Остаточная стоимость ОПФ	Ндо = 2 * 2400 (ф.2) / ((А1150)н + (А1150)к)

Данная система показателей базируется на данных публичной отчетности и позволяет контролировать изменения финансовых результатов деятельности предприятия всем участникам экономического процесса.

В первую группу включены наиболее обобщенные и важные показатели оценки прибыльности (рентабельности) предприятия, представляющие собой отношение прибыли к стоимости отдельных видов средств (имущества) предприятия. Наиболее важными для сравнительной оценки являются показатели рентабельности, вычисленные по отношению

чистой прибыли ко всему имуществу или величине собственных средств предприятия.

Отметим, что величина чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после расчетов с бюджетом по налогу на прибыль, определяется по данным отчета предприятия о финансовых результатах и их использовании (ф.2 годовой и квартальной отчетности).

Во вторую группу включены показатели оценки эффективности управления, которая оценивается как отношение прибыли ко всему обороту предприятия - выручке от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость, при этом используются показатели [3]:

- прибыль от всей реализации;
- прибыль от реализации продукции;
- чистая прибыль;
- общая (балансовая) прибыль.

В третью группу включены показатели оценки деловой активности предприятия. Отдача всех активов (всего капитала) предприятия определяется отношением выручки от реализации продукции (ф.2, стр2110) к валюте баланса (ф.1, стр.1600).

Отдача основных фондов исчисляется отношением выручки от реализации продукции (ф.2, стр.2110) к стоимости основных средств и нематериальных активов в оценке по первоначальной стоимости.

Оборачиваемость оборотных фондов (количество оборотов) рассчитывается отношением выручки от реализации продукции (ф.2, стр.2110) к стоимости оборотных средств (ф.1, стр.1200)

Оборачиваемость запасов определяется отношением выручка от реализации (ф.2, стр.2110) к стоимости запасов и затрат (ф.1, стр.1210).

Оборачиваемость дебиторской задолженности исчисляется отношением выручки от реализации продукции (ф.2, стр.2110) к общей сумме дебиторской задолженности (ф.1, стр.1230).

Оборачиваемость банковских активов определяется отношением выручки от реализации продукции (ф.2, стр.2110) к сумме наличности, невостребованной выплаты за проданные товары, авансов, выданных поставщикам и подрядчикам, полученных чеков, ценных бумаг, неучтенных срочных займов и других краткосрочных финансовых вложений (ф.1, стр.1240 + 1250).

Отдача собственного капитала рассчитывается как отношение выручки от реализации продукции (ф.2, стр.2110) к величине источников собственных средств (ф.1, стр.1300 + 1440 + 1540).

Третью группу финансовых показателей деятельности предприятия составляют показатели денежного потока.

Обеспечить успешное функционирование предприятия в рыночных условиях может только непрерывное движение денежных средств - их поступление (приток), расход (отток), наличие определенного свободного остатка на счетах в банке. Движение денежных средств определенного направления или вида деятельности называют еще *денежным потоком*.

Денежные потоки анализируются по отдельным договорам (контрактам), их совокупности, в целом по предприятию. Целесообразно осуществлять анализ потока денежных средств по трем разделам [3]:

1. Основная (текущая) деятельность. Здесь отражается движение денежных средств по таким направлениям, как поступление выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг), авансы (полученные и уплаченные), оплата счетов поставщиков, расчеты с бюджетом, по заработной плате, краткосрочные кредиты банков (получение и уплата), проценты по кредитам (уплаченные и полученные) и др.

2. Инвестиционная деятельность. Здесь отражается движение денежных средств, связанных с основным капиталом - покупка и продажа основных фондов и нематериальных активов, предоставление и погашение долгосрочных займов, долгосрочные финансовые вложения (продажа и покупка ценных бумаг других субъектов хозяйствования).

3. Финансовая деятельность, включающая операции по продаже и покупке собственных акций, выпуск облигаций, выплата дивидендов и др.

Таким образом, чтобы рассчитать прирост или уменьшение денежных средств за определенный период, чистая прибыль увеличивается на: уменьшение статей дебиторской задолженности, прирост расходов будущих периодов и задолженности бюджету, убытки от реализации, нематериальных активов, основных фондов и ценных бумаг, суммы проданных ценных бумаг и эмиссии собственных средств. Чистая прибыль уменьшается на сумму прироста выданных авансов и производственных запасов, снижение кредиторской задолженности поставщикам и другие показатели, снижение задолженности по кредитам и займам, прибыли от продажи ценных бумаг, купленных ценных бумаг и основных фондов, нематериальных активов, погашения долговых обязательств и выплаченных дивидендов.

3.2. Оценка и анализ финансовых показателей деятельности магазина «Магнит»

Финансовый анализ показателей деятельности предприятия начинается с анализа показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности для оценки динамики изменения показателей бухгалтерского баланса, отчета о финансовых показателях, изменении капитала и денежных потоков. Используется горизонтальный метод анализа, при этом оцениваются абсолютные изменения значений показателей и темпы их изменения по сравнению с предыдущим периодом, а для оценки изменения структуры баланса используется вертикальный метод, где оценивается доля показателя в результативном показателе (валюте баланса).

Используя аналитические выражения, приведенные ранее в методике финансового анализа, оценим финансовое состояние и финансовые результаты деятельности и проведем их анализ.

В таблицах 17 и 18 представлены показатели финансового состояния магазина «Магнит» за анализируемый период.

Таблица 17 - Показатели финансового состояния магазина «Магнит»

Показатели финансового состояния		норма	**2017**	**2018**	**2019**
Коэф автоном (независимости)	Ка=(П1)/(П)	>.5	0,356	0,301	0,337
Коэф заемности ср-ств	Кз=(П2+П3)/П1	<1	1,806	2,327	1,967
Коэф краткоср задолженности	Ккз=П3/(П)	<.4	0,354	0,383	0,306
Коэф долгоср задолженности	Кдз=П2/(П2+П3)	<1	0,449	0,453	0,539
Коэф кредит задолж и пр пас	Ккрз=(Кр3+ПрП)/(П)	<.5	0,000	0,000	0,000
Коэф соотношения мобил и иммоб	Ким = А2/А1	>.5	0,236	0,244	0,372
Коэф постоянного актива	Кпа=(А1)/(П1)	<.5	2,270	2,676	2,162
Коэф маневренности	Кман=СОС/(П1)	>.5	-1,270	-1,676	-1,162
Коэф мобильности	Кмоб=ЧМС/ОС	>.5	1,867	1,534	1,243
Коэф обеспеч оборот ср-в СОС	Кос=СОС/ОС	>.5	-2,371	-2,571	-1,445
Коэф обеспеч запасов СОС	Коз=СОС/МЗ	>.6	-280,126	-94,728	-501,745
Коэф реал стоимости имущества	Крс=ПФо/Акт	>.5	0,811	0,809	0,730

Таблица 18 - Динамика изменения показателей финансового состояния

Показатели финансового состояния		**Δ 18/17**	**Δ 19/18**	**Тр18/17**	**Тр19/18**
Коэф автоном (независимости)	Ка=(П1)/(П)	-0,0559	0,0365	84,32%	112,16%
Коэф заемности ср-ств	Кз=(П2+П3)/П1	0,5216	-0,3607	128,89%	84,50%
Коэф краткоср задолженности	Ккз=П3/(П)	0,0282	-0,0768	107,95%	79,92%
Коэф долгоср задолженности	Кдз=П2/(П2+П3)	0,0037	0,0857	100,83%	118,93%
Коэф кредит задолж и пр пас	Ккрз=(Кр3+ПрП)/(П)	0,0000	0,0000		
Коэф соотношения мобил и иммоб	Ким = А2/А1	0,0076	0,1284	103,21%	152,70%
Коэф постоянного актива	Кпа=(А1)/(П1)	0,4056	-0,5132	117,87%	80,82%
Коэф маневренности	Кман=СОС/(П1)	-0,4056	0,5132	131,94%	69,37%
Коэф мобильности	Кмоб=ЧМС/ОС	-0,3323	-0,2910	82,20%	81,32 %
Коэф обеспеч оборот ср-в СОС	Кос=СОС/ОС	-0,2005	1,1258	108,46%	56,21%
Коэф обеспеч запасов СОС	Коз=СОС/МЗ	185,3978	-407,0162	33,82%	529,67%
Коэф реал стоимости имущества	Крс=ПФо/Акт	-0,0012	-0,0798	99,85%	90,15%

Анализируя показатели финансового состояния магазина «Магнит» можно сделать следующие выводы:

1) Организация имеет низкий уровень финансовой независимости, т.к. в своей деятельности не использует заемные средства, при этом заемные сред-

привлечения внешних заимствований почти в два раза превышает нормативное значение;

2) Следует отметить, что величина краткосрочной задолженности соответствует нормативным значениям для данного типа предприятий. Величина долгосрочной задолженности составляет почти половину величины заемных средств;

3) Основную долю в валюте баланса составляют внеоборотные активы, что определяет незначительный коэффициент соотношения мобильных (оборотных) и иммобильных (внеобротных) средств, что характерно для торговых предприятий;

4) Величина внеоборотных активов значительно превышает величину собственного капитала и в значительной степени определяется долгосрочными заимствованиями;

5) Отсутствие собственных оборотных средств определяет отрицательное значение показателей маневренности и производственная деятельность предприятия в основном зависит от привлекаемого краткосрочного заемного финансирования;

6) Отсутствие кредиторской задолженности является основным фактором мобильности средств предприятия, значение которого более чем в два раза превышает нормативное значения, которое имеет тенденцию к ухудшению показателя;

7) Значительную часть оборотных активов составляют краткосрочные финансовые вложения, величина которых сравнима с собственным капиталом организации;

8) Отсутствие собственных оборотных средств определяет отрицательные значения коэффициентов обеспеченности материальных запасов и оборотных активов;

9) Характер деятельности организация не предполагает наличие значительных объемов запасов, т.к. она не имеет собственных складских

помещений, в торговых залах организации представлены товары, поступающие со складов поставщиков для реализации;

10) Величина активов предприятия в основном определяется стоимостью основных средств (стоимостью торговых площадей и здания магазина), что характеризует высокий коэффициент реальной стоимости имущества организации.

Таблица 19 - Относительные показатели платежеспособности магазина «Магнит»

Оценка платежеспособности	норма	**2017**	**2018**	**2019**
1.Коэф абсолютной ликвидности Кал=НЛА/(КСО)	>.2	0,534	0,498	0,884
2.Коэф текущ ликвид Ктл=(НЛА+БРА)/(КСО)	>.7	0,534	0,498	0,884
3.Коэф критич ликв Ккрл=(НЛА+БРА+МРА)/(КСО)	>2	0,539	0,512	0,887
4.Коэф общего покрытия Коп=А/КСО	>2	2,821	2,614	3,270

Таблица 20 - Динамика изменения относительных показателей платежеспособности магазина «Магнит»

Оценка платежеспособности	**Δ 18/17**	**Δ 19/18**	**Jp18/17**	**Jp19/18**
1.Коэф абсолютной ликвидности Кал=НЛА/(КСО)	-0,0361	0,3860	0,932	1,775
2.Коэф текущ ликвид Ктл=(НЛА+БРА)/(КСО)	-0,0361	0,3860	0,932	1,775
3.Коэф критич ликв крл=(НЛА+БРА+МРА)/(КСО)	-0,0268	0,3747	0,950	1,732
4.Коэф общего покрытия Коп=А/КСО	-0,2078	0,6567	0,926	1,251

Анализируя значения относительных показателей платежеспособности, можно видеть, что предприятие обладает возможностью погасить краткосрочную задолженность высоколиквидными средствами. В основном за счет реализации краткосрочных долговых финансовых вложений, при этом одинаковые значения показателей абсолютной и текущей ликвидности определяются фактическим отсутствием у торговой организации задолженности покупателей (дебиторской задолженности), т.к. магазин является предприятием розничной торговли.

Фактическое отсутствие значительных объемов запасов товаров определяет низкие значения коэффициентов критического и общего покрытия, динамика изменения которых в анализируемом периоде определяется динамикой изменения абсолютно ликвидных средств организации.

Таблица 21 - Относительные показатели финансовых результатов

Показатели рентабельности производства (эффект управления)		**2017**	**2018**	**2019**
Общая рентабельность фирмы	Ро=Пб/Акт(ср)	1,06%	6,20%	5,14%
Общ рентабельность ПФ	Рпф=Пб/(ОПФ+МЗ)ср	2,56%	15,77%	7,04%
Общ рентабельность ВОА	Рвоа=Пб/ВОА(ср)	1,31%	8,10%	7,05%
Общ рентабел собств капитала	Рск=Пб/Кс(ср)	1,61%	9,70%	7,62%
Общ рентаб перманент капитал	Рпк=Пб/(П1+П2)	1,61%	10,34%	3,70%
Чистая рентабельность фирмы	Рч=Пч/Акт(ср)	-2,22%	1,91%	0,45%
Чистая рентаб собств капитал	Рч(кс)=Пч/Кс(ср)	-6,23%	6,35%	1,33%

Продолжение таблицы 21

Показатели рентабельности продукции(эффект производственной деятельности)				
Общая рентабел продукции	Рпр(о)=Пб/ВР	1,01%	5,92%	3,21%
Чистая рентабельность продукции	Рр(ч)=Пч/ВР	-2,16%	1,77%	0,56%
Рентабельность реализации	Рреал=Преал/ВР	1,01%	5,92%	3,21%
Показатели деловой активности (капиталоотдачи, оборачиваемости)				
Коэф оборачиваемости активов	Ко(акт)=ВР/Акт(ср)	1,0274	1,0780	0,8003
Коэф оборачиваемости ВОА	Ко(воа)=ВР/ВОА(ср)	1,2699	1,3406	1,0980
Коэф оборачиваемости ОПФ	Ко(опф)=ВР/ОПФ(ср)	1,2699	1,3406	1,0980
Коэф оборачиваемости ОС	Ко(ос)=ВР/ОС(ср)	5,3808	5,5039	2,9521
Коэф оборачиваемости МЗ	Ко(мз)=ВР/МЗ(ср)	635,8421	202,788	1024,89
Коэф оборачив-сти собств. Капитала	Ко(Кс)=ВР/Кс ср	2,8825	3,5869	2,3742
Коэф оборачив-сти заем капитала	Ко(Кз)=ВР/КрЗср	1,5964	1,5413	1,2073
Коэф обор-сти банк активов	Ко(ба)=ВР/Кб(ср)	5,4267	5,6575	2,9607
Ср. срок оборач активов	То(акт)=Т/Ко(акт)	355,3	338,6	456,1
Ср.срок оборач ВОА	То(воа)=Т/Ко(воа)	287,4	272,3	332,4
Ср.срок оборач ОПФ	То(опф)=Т/Ко(опф)	287,4	272,3	332,4
Ср. срок оборач ОС	То(ос) = Т/Ко(ос)	67,8	66,3	123,6
Ср. срок оборач МЗ	То(мз) = Т/Ко(мз)	0,6	1,8	0,4
Ср.срок оборач заем капитала	То(ба)=Т/Ко(Кз)	126,6	101,8	153,7
Ср. срок оборач кредит задолж	То(крз)=Т/Ко(крз)	228,6	236,8	302,3
Ср.срок оборач банк активов	То(ба)=Т/Ко(ба)	67,3	64,5	123,3

Таблица 22 - Динамика изменения относительных показателей финансовых результатов

Показатели рентабельности производства (эффект управления)		**Δ 18/17**	**Δ 19/18**	**Jp18/17**	**Jp19/18**
Общая рентабельность фирмы	Ро=Пб/Акт(ср)	0,0514	-0,0106	5,86	0,83
Общ рентабельность ПФ	Рпф=Пб/(ОПФ+МЗ)ср	0,1320	-0,0872	6,15	0,45
Общ рентабельность ВОА	Рвоа=Пб/ВОА(ср)	0,0679	-0,0104	6,18	0,87
Общ рентабел собств капитала	Рск=Пб/Кс(ср)	0,0810	-0,0208	6,04	0,79
Общ рентаб перманент капитал	Рпк=Пб/(П1+П2)	0,0873	-0,0663	6,42	0,36
Чистая рентабельность фирмы	Рч=Пч/Акт(ср)	0,0413	-0,0146	-0,86	0,23
Чистая рентаб собств капитал	Рч(кс)=Пч/Кс(ср)	0,1258	-0,0502	-1,02	0,21
Показатели рентабельности продукции эффект производственной деятельности)					
Общая рентабел продукции	Рпр(о)=Пб/ВР	0,0491	-0,0271	5,85	0,54
Чистая рентабельность продукции	Рр(ч)=Пч/ВР	0,0393	-0,0121	-0,82	0,32

Рентабельность реализации	Рреал=Преал/ВР	0,0491	-0,0271	5,85	0,54
Показатели деловой активности (капиталоотдачи, оборачиваемости)					
Коэф оборачиваемости активов	Ко(акт)=ВР/Акт(ср)	0,0506	-0,2777	1,05	0,74
Коэф оборачиваемости ВОА	Ко(воа)=ВР/ВОА(ср)	0,0707	-0,2426	1,06	0,82
Коэф оборачиваемости ОПФ	Ко(опф)=ВР/ОПФ(ср)	0,0707	-0,2426	1,06	0,82
Коэф оборачиваемости ОС	Ко(ос)=ВР/ОС(ср)	0,1231	-2,5518	1,02	0,54
Коэф оборачиваемости МЗ	Ко(мз)=ВР/МЗ(ср)	-433,05	822,1055	0,32	5,05
Коэф оборачив-сти собств. Капитала	Ко(Кс)=ВР/Кс ср	0,7044	-1,2127	1,24	0,66
Коэф оборачив-сти заем капитала	Ко(Кз)=ВР/КрЗср	-0,0552	-0,3340	0,97	0,78
Коэф обор-сти банк активов	Ко(ба)=ВР/Кб(ср)	0,2307	-2,6968	1,04	0,52

Продолжение таблицы 22

Ср. срок оборач активов	То(акт)=Т/Ко(акт)	-16,6860	117,4849	0,95	1,35
Ср.срок оборач ВОА	То(воа)=Т/Ко(воа)	-15,1688	60,1621	0,95	1,22
Ср.срок оборач ОПФ	То(опф)=Т/Ко(опф)	-15,1688	60,1621	0,95	1,22
Ср. срок оборач ОС	То(ос) = Т/Ко(ос)	-1,5171	57,3228	0,98	1,86
Ср. срок оборач МЗ	То(мз) = Т/Ко(мз)	1,2259	-1,4438	3,14	0,20
Ср.срок оборач заем капитала	То(ба)=Т/Ко(Кз)	-24,8672	51,9761	0,80	1,51
Ср. срок оборач кредит задолж	То(крз)=Т/Ко(крз)	8,1812	65,5088	1,04	1,28
Ср.срок оборач банк активов	То(ба)=Т/Ко(ба)	-2,7430	58,7666	0,96	1,91

Анализ показателей финансовых результатов деятельности магазина «Магнит» за период 2017 – 2019 годы позволяет сделать следующие выводы:

1. Наибольшее значение общей рентабельность деятельности организации и эффективности использования внеоборотных активов как отношение балансовой прибыли к средней стоимости активов (внеоборотных активов) имело место в 2018 году 6,2%, с значительными изменениями в 2017 и 2019 годах анализируемого периода;

2. Максимальные значения показателей рентабельности производства (эффективности управления) имело место в 2018 году, при этом общая рентабельность производственных фондов достигала 15,77% и рентабельность пермаментного капитала 10,34%, при этом все показатели эффективности управления в 2019 году снизились на 20% и более, особенно показатели чистой прибыли и собственного капитала;

3. Чистая рентабельность деятельности организации и использования собственного капитала существенно уменьшилась в связи со значительным уменьшением величины чистой прибыли;

4. Показатели общей и чистой рентабельности реализации товаров остаются низкими вследствие низкой покупательной способности населения в анализируемом периоде. В 2020 году следует ожидать дальнейшего уменьшения показателей рентабельности реализации товаров из-за существенного сокращения доходов населения вследствие сокращения доходов работающего населения и незначительного номинального увеличения доходов пенсионеров, не покрывающего реального показателя инфляции.

Анализируя показатели деловой активности и оборачиваемости активов и обязательств можно сделать следующие выводы:

1. Оборачиваемость внеоборотных активов и производственных фондов организации свидетельствует о том, что величина выручки от реализации товаров незначительно превышает их стоимости в целом.

2. Наибольшее значение показателей оборачиваемости имеют выручка от реализации товаров, т.к. магазин специализируется на продаже товаров повседневного спроса. Однако проводимая политика удержания покупателей вынуждает руководство магазина реализовывать такие товары с минимальной наценкой, а получаемая прибыль полностью используется для покрытия операционных расходов.

3. Незначительные суммы денежных средств и краткосрочных финансовых вложение определяют высокие показатели оборачиваемости банковского капитала. Срок погашения краткосрочных банковских кредитов составляет от 2 до 4 месяцев.

3.3.Предложения по улучшению финансовых показателей деятельности торговой организации магазин «Магнит» в условиях цифровой экономики и пандемии

На основе полученных в ходе исследования результатов с учетом выявленных особенностей деятельности торговой организации можно

высказать предложения, связанные с улучшением финансовых показателей ее деятельности в условиях цифровой экономики и пандемии.

На протяжении рассматриваемого периода удельный вес собственного капитала в общей структуре источников формирования занимает около 33 %. Значение удельного веса собственного капитала незначительно, что определяет высокую финансовую зависимость организации от внешних источников финансирования. Чистая прибыль организации на настоящем этапе используется для покрытия текущих расходов, с незначительным выделением средств для предоставления услуг с использованием современных информационных технологий.

В ходе выполнения работы выявлено, что баланс предприятия является достаточно ликвидным на протяжении всего анализируемого периода особенно по показателям абсолютной и текущей платежеспособности, но деятельность организации можно охарактеризовать как близкую к критической.

С целью улучшения финансовых результатов деятельности магазина «Магнит» рекомендуется внедрение системы контроллинга. Внедрение системы контроллинга позволит устранить ряд недостатков (рис.16).

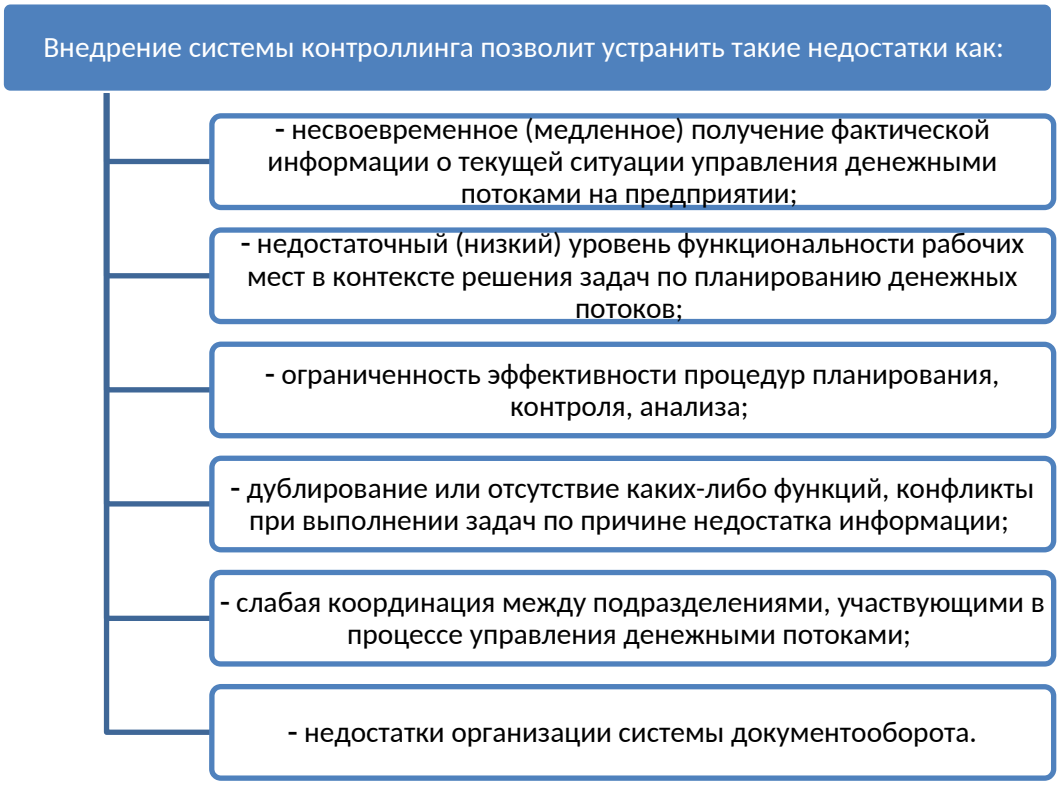


Рисунок 16 - Недостатки, которые позволит устранить внедрение системы контроллинга

На рисунке 17 представлены ожидаемые результаты от внедрения системы контроллинга.

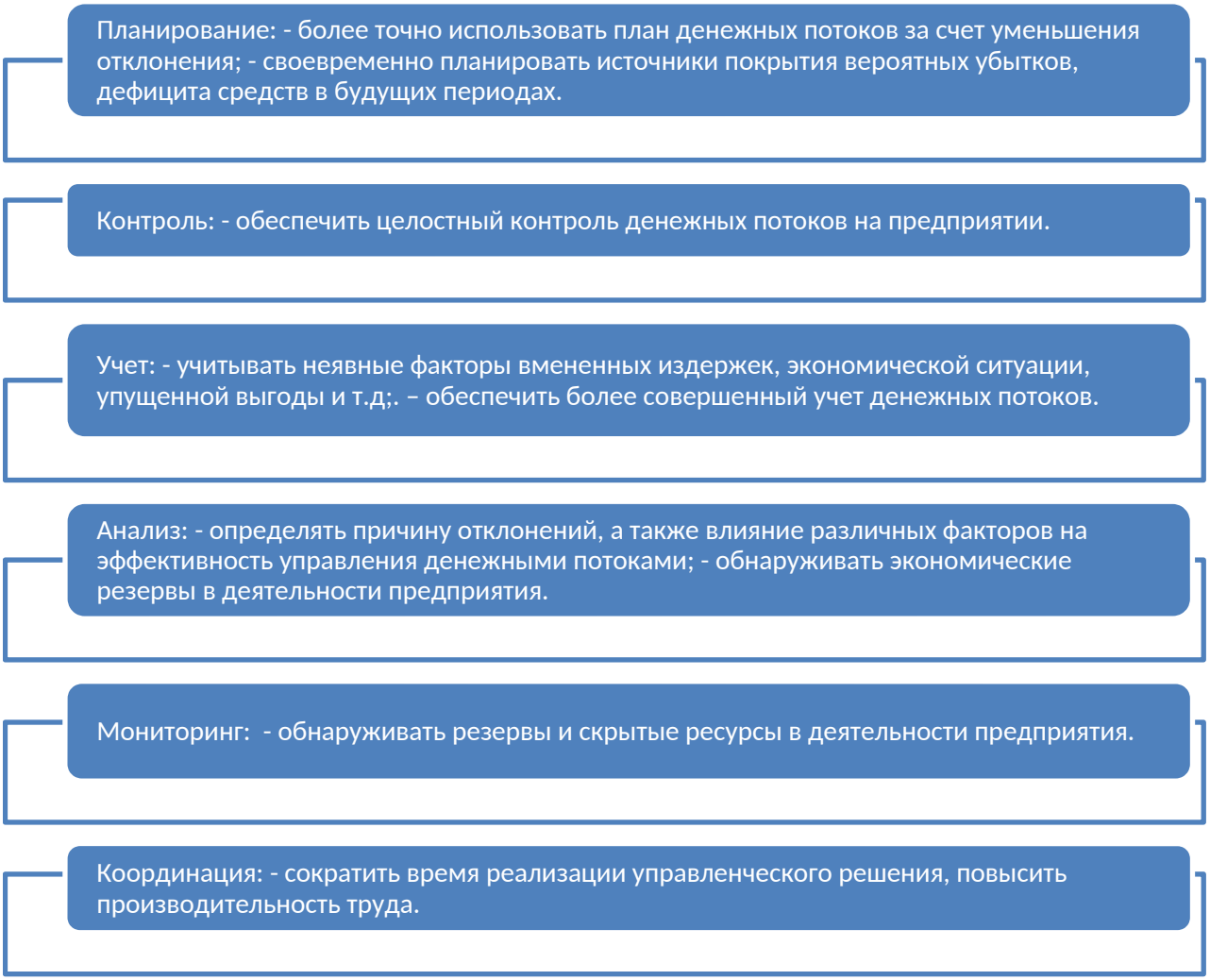


Рисунок 17 – Процессные изменения в результате внедрения системы контроллинга

Деятельность системы контроллинга направлена на оптимизацию задач планирования и принятия управленческих решений в управлении денежными потоками на основании освоенной и пропущенной через нее аналитической информации.

Кроме того, рекомендуется внедрить программный продукт «ИНФИН. Управление» с целью осуществления контроллинга и решения проблем по управлению финансами.

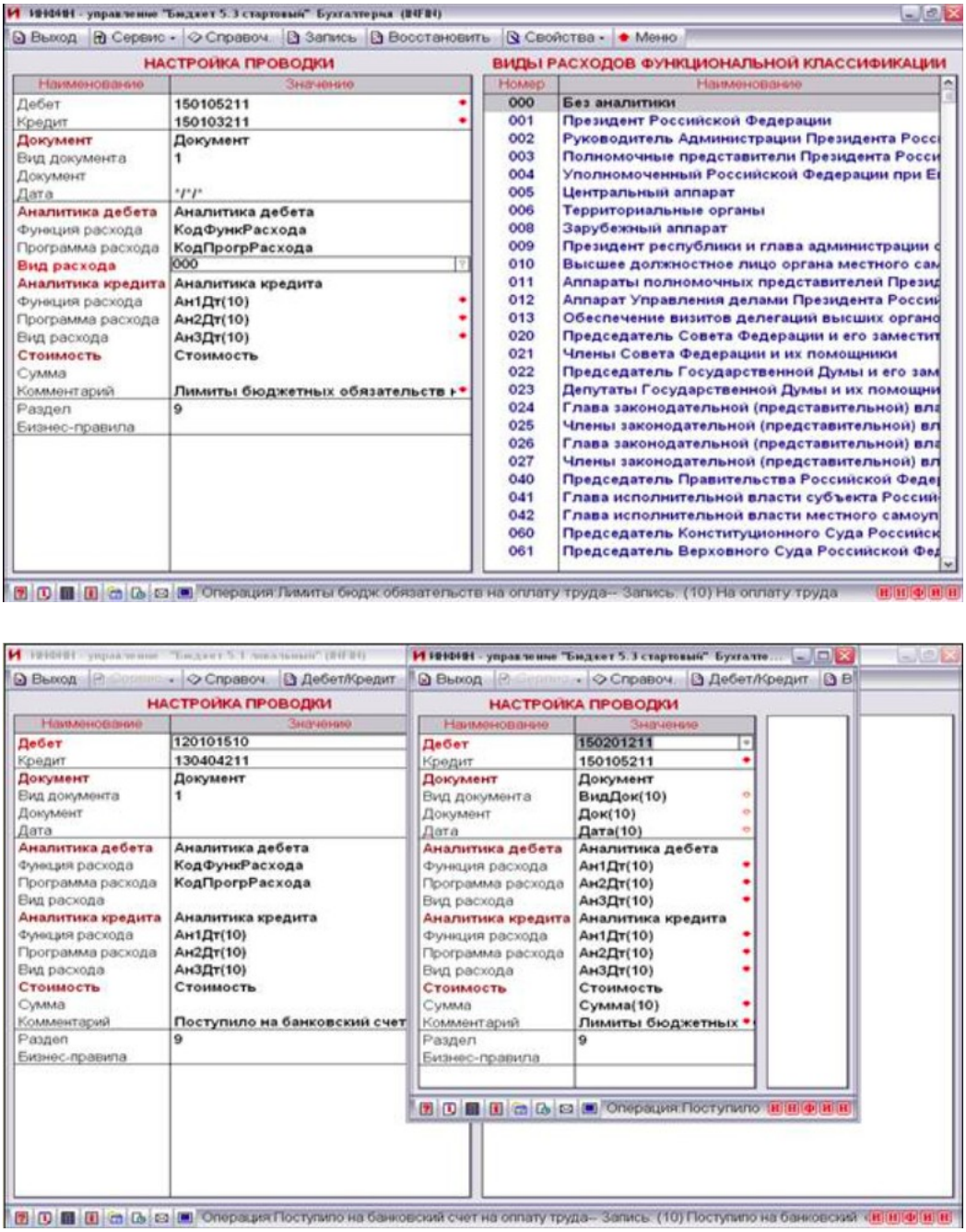


Рисунок 18 - Скриншоты программы «ИНФИН. Управление»

Программа «ИНФИН. Управление» (информационная система комплексной автоматизации управления предприятием) отличается гибкостью в методах внедрения в деятельность предприятия. Клиент компании «ИНФИН» может самостоятельно определять последовательность выполнения работ, необходимых для внедрения программного продукта (рис.14), а также выбирать участки, которые интегрированы будут в систему.



Рисунок 19 - Этапы внедрения программы «ИНФИН. Управление»

«ИНФИН. Управление» имеет развитый функционал, что позволяет, при адаптации и соответствующей настройке, решить практически любую задачу в управлении финансовыми ресурсами предприятия, а также автоматизировать разнообразные участки учета.

Реализация предложенных мероприятий повлечет за собой такие затраты (табл.23).

Предложенные в работе мероприятия позволят повысить объем выручки на 5%, что составит 397 тыс. руб.

Таблица 23 - Затраты на реализацию мероприятий

№ п/п	Статья затрат	Сумма, тыс. руб.
1	Стоимость обучения использованию программного продукта	30
2	Стоимость лицензии ИСУП «ИНФИН. Управление»	10
3	Стоимость системы «ИНФИН. Управление»	13
4	Сопровождение и обновление ИСУП	2
	Итого	55

Таким образом, затраты на реализацию мероприятий составят 455 тыс. руб.

Экономия расходов в результате увеличения объема продаж рассчитывается по формуле:

$$\Delta C_{пост.} = C_{пост} \times \frac{V_2 - V_1}{V_1}$$

где $C_{пост.}$ - сумма условно-постоянных расходов в себестоимости продаж;

V_1, V_2 - годовой объем продаж до и после внедрения мероприятий.

Отсюда

$$\Delta C_{пост} = 7569 * (8328-7931) / 7931 = 757 \text{ тыс.руб.}$$

Текущий (годовой) экономический эффект определяется по формуле:

$$Эт = \Delta C_{пост.} - З_и$$

где Зи – затраты на внедрение предложенных мероприятий, тыс. руб.

Эт = 757-55=702 тыс. руб.

Таблица 24 –Изменение финансовых показателей в результате реализации предложенных мероприятий

Наименование показателя	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Абс.откл., (+,-)	Отн.откл., %
Выручка	7 931	8328	397	105
Себестоимость продаж	7 569	6812	757	95
Валовая прибыль (убыток)	362	1516	1154	419
Уровень рентабельности **%**	4,6%	18,2%	13,6%	-

Таким образом, предложенные мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности магазина «Магнит» обеспечат прирост выручки организации на 5% и рост рентабельности на 13,6%. Экономический эффект предложенных мероприятий составит 702 тыс. руб.

Заключение

Для осуществления эффективной деятельности торговой организации необходимо анализировать ее финансовые показатели, включая показатели финансового состояния, финансовых результатов и показатели денежных потоков от различных направлений деятельности.

Под финансовым состоянием понимается способность организации финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования организации, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует о его хорошем финансовом состоянии.

Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если торговый и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И, наоборот, в результате недовыполнения плана по реализации товаров происходит повышение издержек реализации, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие – ухудшение финансового состояния организации и ее платежеспособности.

Устойчивое финансовое положение в свою очередь оказывает положительное влияние на выполнение торговых и финансовых планов и обеспечение нужд торговой организации товарными, финансовыми, информационными и другими ресурсами, необходимыми для ее эффективной деятельности. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины,

достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективного его использования.

Главная цель анализа – своевременно выявлять и устранять недостатки в торговой и финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансовых показателей деятельности организации, повышения финансовых результатов, оптимизации денежных потоков.

В ходе выполнения исследования решены следующие задачи:

- рассмотрены теоретические аспекты по вопросам, связанным с понятием и методиками оценки и финансового анализа показателей деятельности торговой организации в условиях цифровой экономики;
- определены основные показатели финансового состояния, финансовых результатов и денежных потоков торговой организации магазина «Магнит» в течение 2017-2019годы;
- выявлены особенности торговой и финансовой деятельности; проведена оценка и анализ финансовых показателей деятельности организации предложены мероприятия по повышению эффективности е деятельности.

Анализ динамики изменения финансовых показателей деятельности в 2017 – 2019 годах показывал что:

5. Наибольшее значение общей рентабельность деятельности организации и эффективности использования внеоборотных активов как отношение балансовой прибыли к средней стоимости активов (внеоборотных активов) имело место в 2018 году 6,2%, с значительными изменениями в 2017 и 2019 годах анализируемого периода;

6. Максимальные значения показателей рентабельности производства (эффективности управления) имело место в 2018 году, при этом общая рентабельность производственных фондов достигала 15,77% и рентабельность пермаментного капитала 10,34%, при этом все показатели эффективности управления в 2019 году снизились на 20% и более, особенно показатели чистой прибыли и собственного капитала;

7. Чистая рентабельность деятельности организации и использования собственного капитала существенно уменьшилась в связи со значительным уменьшением величины чистой прибыли;

8. Показатели общей и чистой рентабельности реализации товаров остаются низкими вследствие низкой покупательной способности населения в анализируемом периоде. В 2020 году следует ожидать дальнейшего уменьшения показателей рентабельности реализации товаров из-за существенного сокращения доходов населения вследствие сокращения доходов работающего населения и незначительного номинального увеличения доходов пенсионеров, не покрывающего реального показателя инфляции.

Анализируя показатели деловой активности и оборачиваемости активов и обязательств можно сделать следующие выводы:

4. Оборачиваемость внеоборотных активов и производственных фондов организации свидетельствует о том, что величина выручки от реализации товаров незначительно превышает их стоимости в целом.

5. Наибольшее значение показателей оборачиваемости имеют выручка от реализации товаров, т.к. магазин специализируется на продаже товаров повседневного спроса. Однако проводимая политика удержания покупателей вынуждает руководство магазина реализовывать такие товары с минимальной наценкой, а получаемая прибыль полностью используется для покрытия операционных расходов.

6. Незначительные суммы денежных средств и краткосрочных финансовых вложение определяют высокие показатели оборачиваемости банковского капитала. Срок погашения краткосрочных банковских кредитов составляет от 2 до 4 месяцев.

Анализ структуры баланса позволяет сделать следующие выводы:

1. Организация имеет низкий уровень финансовой независимости, т.к. в своей деятельности не использует заемные средства, при этом заемные средства составляют почти 70% источников капитала. Коэффициент привлечения внешних заимствований почти в два раза превышает нормативное значение;

2. Следует отметить, что величина краткосрочной задолженности соответствует нормативным значениям для данного типа предприятий. Величина долгосрочной задолженности составляет почти половину величины заемных средств;

3. Основную долю в валюте баланса составляют внеоборотные активы, что определяет незначительный коэффициент соотношения мобильных (оборотных) и иммобильных (внеобротных) средств, что характерно для торговых предприятий;

4. Величина внеоборотных активов значительно превышает величину собственного капитала и в значительной степени определяется долгосрочными заимствованиями;

5. Отсутствие собственных оборотных средств определяет отрицательное значение показателей маневренности и производственная деятельность предприятия в основном зависит от привлекаемого краткосрочного заемного финансирования;

6. Отсутствие кредиторской задолженности является основным фактором мобильности средств предприятия, значение которого более чем в два раза превышает нормативное значения, которое имеет тенденцию к ухудшению показателя;

7. Значительную часть оборотных активов составляют краткосрочные финансовые вложения, величина которых сравнима с собственным капиталом организации;

8. Отсутствие собственных оборотных средств определяет отрицательные значения коэффициентов обеспеченности материальных запасов и оборотных активов;

9. Характер деятельности организация не предполагает наличие значительных объемов запасов, т.к. она не имеет собственных складских помещений, в торговых залах организации представлены товары, поступающие со складов поставщиков для реализации;

10. Величина активов предприятия в основном определяется стоимостью основных средств (стоимостью торговых площадей и здания магазина), что характеризует высокий коэффициент реальной стоимости имущества организации;

11. Оценивая финансовые показатели деятельности магазина «Магнит" можно утверждать, что показатели общей и чистой рентабельности реализации товаров остаются низкими вследствие низкой покупательной способности населения в анализируемом периоде. В 2020 году следует ожидать дальнейшего уменьшения показателей рентабельности реализации товаров из-за существенного сокращения доходов населения вследствие сокращения доходов работающего населения и незначительного номинального увеличения доходов пенсионеров, не покрывающего реального показателя инфляции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы
2. Распоряжение Правительства РФ об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» от 28 июля 2017 г. № 1632-р
3. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» Утвержден президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. № 16)
4. Лапидус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. – М.: ИНФРА-М, 2019. -479 с. – (Высшее образование: Бакалавриат)
5. В.Д. Маркова Цифровая экономика : учебник /В.Д. Маркова. – М. : ИНФРА – М, 2019. 186 с. (Высшее образование: Бакалавриат)
6. Матвеев И.А. Электронная экономика: сущность и этапы развития. Управление эконмическими системами: электронный научный журнал.
7. Василенко Н.В. Цифровая экономика: концепции и реальность. Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика. Труды VIII научно-практической конференции с международным участием. Под редакцией А.В. Бабкина.
8. Андиева Е.Ю., Фильчакова В.Д. Цифровая экономика будущего, индустрия 4.0. Прикладная математика и фундаментальная информатика.
9. Введение в «Цифровую» экономику под общей редакцией Кешелава А.В. На пороге «цифрового» будущего. Книга первая.
10. Власенко Е.А. Учет и анализ финансовых результатов // Естественно-гуманитарные исследования, 2020. - №27. – С.310
11. Герчикова И.Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. - М.: Издательство АО «Консалтбанкир». 2016.- 312 с.

12. Доманский Л.В. Динамика финансовых потоков предприятия в системе кризисного управления // Управленческое консультирование, 2017. - №6. – С.54
13. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: теория и практика: Учеб. Пособие.- СПб:Издательский дом «Бизнес-пресса», 2016. - 304 с.
14. Караева Ф.Е. Структурный анализ динамики произведенной продукции и ее качества // Научные известия, 2017. - №8. – С.70
15. Лычагин К.А. Количественная оценка потенциала торговых точек // Статистика и экономика, 2019. – Т.16. - №3. – С.61
16. Маркова Г.И. Анализ производства и реализации продукции // Экономика и социум, 2016. - №4. – С.23
17. Нарижний В.Н. К вопросу о совершенствовании управления формированием прибыли предприятия // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий, 2019. - Т.81. - №1. – С.485
18. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. / Монография / под науч. ред. д.э.н., проф. Д.И. Валигурского. - М.: Издательско-Торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 410 с.
19. Трофимова Л.Б. Признание выручки в финансовой отчетности согласно международной и российской практике // Международный бухгалтерский учет, 2017. – Т.20. - №11. – С.632
20. Упоров В.А. Совершенствование системы сбыта производственных предприятий как необходимый элемент поддержания устойчивого развития // Организатор производства, 2019. – Т.27. - №1. – С.11
21. Урясьева Т.И. Дифференциация подходов к оценке удовлетворенности потребителя качеством торгового обслуживания и механизмы его поддержания // Российское предпринимательство, 2018. - №3. – С.643
22. Чернявская С.А. Анализ выручки на предприятии // Естественно-гуманитарные исследования, 2020. - №27. – С.316

23. Ширяева Н.В. Выявление факторов и проблем при формировании финансовых результатов на предприятии // Вестник Ульяновского государственного технического университета, 2019. - №3. – С.75
24. Электронная библиотечная система «КнигаФонд». - URL: http://www.knigafund.ru /products/32 (дата обращения: 23.08.2012). - Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
25. Бизнес, менеджмент и право /Гл. редактор В. С Белых.-Журнал издается с 2001 года.- Полные тексты статей на сайте http://www.bmpravo.ru/
26. БОСС. Бизнес. Организация. Стратегия. Системы: ежемесячный аналитический журнал/ Гл. редактор А. Полянский.-Журнал издается с 1997 года.- Полные тексты статей на сайте http://www.bossmag.ru/
27. Вопросы экономики/Учредители: НП «Редакция журнала «Вопросы экономики», Институт Экономики РАН; Гл. редактор О. И Ананьин .- М.: Вопросы экономики.- Журнал издается с 1929 года.- Аннотации статей на сайте http://www.vopreco.ru/
28. Проблемы современной экономики /Гл. редактор Н.Ф. Газизуллин .- Журнал основан в 2002 году .-Полные тексты статей на сайте http://www.m-economy.ru
29. РОССИЙСКИЙ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК / Учредитель: Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России; Гл. редактор С. И Долгов. .-Журнал основан в 1996 году.-Полные тексты статей на сайте http://www.rfej.ru
30. Российский налоговый курьер: специализированный практический журнал.- Полные тексты статей на сайте http://www.rnk.ru/
31. РОССИЙСКИЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ / Учредитель В.П. Нагорнов; Гл. редактор В.П.- Нагорнов Рязань: АНО «РИЭПСИ».-Журнал основан в 2009 году.- Полные тексты статей на сайте http://rnjournal.narod.ru

32. Экономические науки/ Учредитель ООО "Экономические науки"; Главный редактор А.В. Мещеров.-М. Экономические науки.-Журнал основан в 2005 году Полные тексты статей на сайте http://ecsn.ru/pages/home
33. Экономический журнал высшей школы экономики / Гл. редактор Е.Е. Гавриленков.- М.:ВШЭ.-Журнал издается с 1997 года .- Полные тексты статей на сайте http://library.hse.ru/e-resources/ HSE_economic _journal /issues.htm
34. Электронная библиотечная система «Юрайт». - URL: https://www.biblio-online.ru/ (дата обращения 03.02.2017). - Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
35. БД российских научных журналов на Elibrary.ru (РУНЭБ) http://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp? (дата обращения 03.02.2017) .- Режим доступа: свободный
36. БД российских журналов East View : URL:http://dlib.eastview.com(дата обращения 03.02.2017)-Режим доступа: ограниченный по логину и паролю
37. Электронная библиотечная система «Znanium». - URL: http://www.znanium.com.ru/ catalog.php (дата обращения 03.02.2017). - Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
38. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» URL: www.bibloclub.ru (дата обращения 03.02.2017). - Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
39. Научная электронная библиотека- URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp (дата обращения 03.02.2017) .- Режим доступа: свободный
40. КиберЛенинка –URL: http://cyberleninka.ru/(дата обращения 03.02.2017) .- Режим доступа: свободный
41. Microsoft Academic Search- URL: http://academic.research.microsoft.com/ (дата обращения 03.02.2017) .- Режим доступа: свободный

42. Единое окно доступа к образовательным ресурсам - информационная система - http://window.edu.ru/(дата обращения 03.02.2017). - Режим доступа: свободный
43. Федеральный образовательный портал Экономика. Социология. Менеджмент -URL: http://www.ecsocman.edu.ru/ (дата обращения 03.02.2017) .-Режим доступа: свободный.
44. Официальный сайт Минэкономразвития РФ.- URL: http:// www.economy.gov.ru(дата обращения 03.02.2017).-Режим доступа: свободный
45. Административно - управленческий портал - публикации по экономике, финансам, менеджменту и маркетингу.-URL: http://www.aup.ru. (дата обращения 03.02.2017).-Режим доступа: свободный.
46. Сборник ресурсов по экономике и менеджменту.-URL: http://www.econline.h1.ru. (дата обращения 03.02.2017).-Режим доступа: свободный.
47. Научная электронная библиотека-URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp (дата обращения: 23.08.2012) .- Режим доступа: свободный
48. Российская национальная библиотека-URL:http://www.nlr.ru (дата обращения: 23.08.2012) .- Режим доступа: свободный
49. Российская государственная библиотека URL:http//www.rsl.ru/ (дата обращения: 23.08.2012).-Режим доступа: свободный.
50. Государственный университет Высшая школа экономики-URL:http://www.hse.ru (дата обращения: 23.08.2012).- Режим доступа: свободный
51. Административно - управленческий портал - публикации по экономике, финансам, менеджменту и маркетингу.-URL:http://www.aup.ru/ (дата обращения: 23.08.2012).-Режим доступа: свободный.

52. Эксперт-URL:http// www.expert.ru/(дата обращения: 23.08.2012) .- Режим доступа: свободный
53. Единое окно доступа к образовательным ресурсам - информационная система - http://window.edu.ru/(дата обращения: 11.12.2014). - Режим доступа: свободный.
54. Google Scholar – URL: https://scholar.google.ru/ (дата обращения 03.02.2017) .- Режим доступа: свободный
55. http://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=11014
http://magnit-info.ru/