ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....6
1.1 Финансовые результаты в системе показателей хозяйственной деятельности организации.....6
1.2 Источники формирования и распределения финансовых результатов. .11
1.3 Методики оценки финансового результата деятельности организации.19
2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ООО «МАКСИМА ГРУПП».....25
2.1. Краткая характеристика ООО «Максима Групп».....25
2.2. Анализ финансовых результатов ООО «Максима Групп».....31
2.3. Оценка рентабельности предприятия ООО «Максима Групп».....39
3. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬАТОВ ООО «Максима Групп».....43
3.1. Разработка мероприятий по снижению расходов ООО «Максима Групп».....43
3.2 Обоснование экономической эффективности предлагаемых мероприятий.....51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....57
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....60

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях на показатели отчета о финансовых результатах, как и в целом на деятельность экономических субъектов, оказывает пандемия коронавируса COVID-19. В этой связи, особого внимания в сложившихся условиях, по нашему глубокому убеждению, заслуживает оценка качества раскрытия компаниями дополнительных сведений в отчете о финансовых результатах о возникновении дополнительных доходов или расходов, появление которых связано с влиянием COVID-19. Как известно, в марте 2020 года Всемирная Организация Здравоохранения признала распространение новой инфекции COVID-19 пандемией. Пандемия COVID 19 и порожденный ею экономический кризис для всех стран мира стали самым серьезным вызовом за последние десятилетия. В связи с этим многие эксперты говорят о «новой реальности», в которой придется функционировать не только национальным системам здравоохранения, но и многим отраслям экономики, столкнувшимся в условиях пандемии с необходимостью радикального изменения формата деятельности. Несмотря на то, что из-за ослабления курса рубля росла конкурентоспособность отечественных экспортеров, стимулировалось импортозамещение, параллельно увеличивались и издержки производства, в том числе расходы на средства индивидуальной защиты и дезинфицирующие средства и др.

В системе бухгалтерского учета, вызванное пандемией COVID-19, необходимо уделить методике учета отдельных видов расходов. Как показали результаты исследований, часть российских компаний в той или иной мере раскрыли в примечаниях к финансовой отчетности за 2020 год данные о влиянии пандемии на результаты их деятельности и/или финансовое положение, однако, по мнению ряда специалистов, в целом качество таких раскрытий следует признать низким.

Целью данной работы является анализ финансовых результатов деятельности компании и разработка путей пути их повышения на примере ООО «Максима Групп».

Исходя из поставленной цели, в рамках данной работы предполагается решение следующих задач:

- рассмотреть финансовые результаты в системе показателей хозяйственной деятельности организации;

- изучить источники формирования и распределения финансовых результатов;

- определить методики оценки финансового результата деятельности организации;

- проанализировать финансовые результаты ООО «Максима Групп»;

- оценить рентабельность предприятия ООО «Максима Групп»;

- разработать мероприятия по снижению расходов ООО «Максима Групп»;

- обосновать экономическую эффективность предлагаемых мероприятий.

Объектом исследования в работе выступает ООО «Максима Групп».

Предметом исследования в работе выступают финансовые результаты предприятия.

В данной работе были использованы следующие работы в области исследования источников формирования и распределения прибыли в медиаорганизациях: Абдукаримова И. Т., Белозерской А.В., Бирюкова В.А., Ливсона М.В., Васильевой Л.С., Гапоненко А.В., Гришагина В.М., Гуревича С.М., Иваницкого В.Л., Назарова А.В., Щепиловой Г.Г. Ежкова И.А., Степановой М.Н. Житлухиной О.Г., Захарова И.В., Зубковой Т.А., Канкиной Н.О., Климовой Н.В., Ковалева В.В., Коревиной Л.А., Кычановп Б.И., Лысенко Д.В., Любушина Н.П., Маркарьяна Э.А., Польской Г.А., Савицкой Г.В., Сергеева И. В., Ушаковой М.С., Хайруллина А.Г., Чаплыгиной М.А., Шепеленко Г.И., Шеремета А.Д., Негашева Е.В. и др.

Теоретической и методологической основой данной работы стали труды ведущих отечественных и зарубежных специалистов, раскрывающие методы оценки финансовых результатов, составляющие конечного финансового результата.

Практическая значимость работы состоит в разработке рекомендаций по оптимизации финансовых результатов ООО «Максима Групп».

При проведении исследования настоящей темы использовались методы анализа и синтеза, логический, сравнительный, системно-структурный, метод описания и изложения.

Структура работы представлена введением, тремя главами, заключением и библиографическим списком.

Первая глава посвящена раскрытию теоретических аспектов формирования и распределения финансовых результатов ООО «Максима Групп».

Вторая глава содержит анализ динамики, структуры финансовых результатов и оценке их эффективности.

Третья глава представлена разработкой разработка рекомендаций по оптимизации финансовых результатов ООО «Максима Групп».

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Финансовые результаты в системе показателей хозяйственной деятельности организации

Под финансовым результатом понимается итог хозяйственной деятельности самого предприятия, так и его подразделений. Он выражается в виде финансовых показателей, которые являются важнейшим аспектом управления финансовыми рисками. Данный процесс является измерителем результатов операций и политики фирмы в финансовом выражении.

Так, исследовав научные труды многих авторов в сфере экономического анализа, можно смело заявить, что правильная постановка задач и целей анализа экономических результатов дает возможность более качественно и эффективно вести финансовую и хозяйственную деятельность предприятия, а также способствует повышению прибыли и показателей рентабельности предприятия.

Можно сказать, что при проведении анализа финансовых результатов любой организации, нужно ориентироваться на методический инструментарий, учитывающий отраслевые качества формирования рентабельности и прибыли организации.

Кроме этого, оптимальным по соотношению значимости и эффективности информации, которая была получена при проведении анализа с затратами труда, которые необходимо затратить при использовании выбранной методики.

Для того, чтобы проследить изменение финансовых показателей компании и дать оценку ее финансового положения в определенный период времени, необходимо проводить финансовый анализ фирмы Он даст ответы на все вопросы заинтересованных в компании групп (менеджеры, акционеры, кредиторы и налоговые органы).

Финансовый анализ следует проводить с использованием бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Финансовый отчет - это такой набор данных, который организован в соответствии с логическими и последовательными процедурами бухгалтерского учета. Он создается для того, чтобы передать понимание некоторых финансовых аспектов коммерческой фирмы.

В бухгалтерском отчете финансовый анализ отображает положение за определенный период времени, а в случае отчета о финансовых результатах – ряд действий за определенный период времени.

Бухгалтерский баланс - это сводная информация о финансовом положении компании на определенную дату, которая показывает общие активы, складывающиеся из общих обязательств и собственного капитала.

Отчет о финансовых результатах - это краткое изложение финансовых показателей компании за определенный период времени, помогая различным инвесторам и заинтересованным группам принять инвестиционное решение.

То есть – это такая сводка доходов и расходов фирмы по заданному промежутку времени, которая заканчивается чистой прибылью или убытком за этот период.

В практике используется широкий круг приемов и методов анализа финансовой отчетности, такие как: вертикальный и горизонтальный метод, факторный, метод финансовых коэффициентов, сравнительный, маржинальный и т.д.

Зачастую в анализе финансовой отчетности используются именно два основных метода:

1. Использование вертикального и горизонтального анализа. Вертикальный анализ представляет из себя пропорциональный анализ бухгалтерской отчётности, в котором каждая статья отчета указана как процент от другой статьи.

Горизонтальный отчет предполагает сравнение информации финансов за несколько отчетных периодов.

2. Метод финансовых коэффициентов. Удобство использование коэффициентов обусловливается тем, что они дают возможность рассчитывать относительный размер одного числа по отношению к другому. После завершения необходимого расчета, его можно сравнивать с тем же коэффициентом, который был рассчитан за предыдущий период или основан на среднем по отрасли. Это удобно тогда, когда необходимо проанализировать, соответствует ли компания ожиданиям.

Обычно, при анализе финансовой отчетности, большая часть коэффициентов находится в пределах ожиданий, а наименьшее количество рассчитанных показателей указывает на потенциальные проблемы, которые могут привлечь внимание проверяющего. Чаще всего финансовые аналитики оценивают производственные показатели и производительность фирмы (общие показатели бизнеса), показатели ликвидности, показатели движения средств и социальные показатели, показатели прибыльности, показатели основных фондов, показатели оборотного капитала.

Финансовая отчетность ведется компаниями ежедневно и используется внутри фирмы для корректного управления бизнесом. Как правило, внутренние и внешние заинтересованные группы используют одни и те же методологии корпоративных финансов для оценки общих финансовых результатов и поддержания деловой активности.

Бухгалтерская отчетность только предоставляет определенную полезную информацию, которая подчеркивает два важнейших фактора: прибыльность и финансовую устойчивость компании, но не раскрывает всю информацию, которая касается финансовых операций фирмы.

Поэтому анализ финансовых результатов должен включать анализ и интерпретацию финансовой отчетности так, чтобы можно было провести полную диагностику прибыльности и финансовой устойчивости компании. Базовый анализ отчета о финансовых результатах обычно включает расчет маржи валовой прибыли, маржи операционной прибыли и маржи чистой прибыли, каждый из которых делит прибыль на выручку. Маржа прибыли

помогает показать, где затраты компании низкие или высокие на разных этапах операций.

Прибыль и показатель рентабельности очень тесно взаимосвязаны между собой, ведь рост рентабельности свидетельствует об увеличении прибыли и, наоборот, при росте прибыли создаются условия для увеличения рентабельности. Именно поэтому так важно внедрять и совершенствовать не только механизм управления прибылью, но и механизм управления рентабельностью предприятия. Одной из наиболее тяжёлых задач предприятия является оптимальное управление прибылью. Управление прибылью представляет собой систему методов, инструментов, функций и рычагов, связанных с формированием, распределением и использованием прибыли.

Основной целью управления прибылью является наиболее эффективное формирование и оптимальное распределение, которое направлено на обеспечение роста рыночной стоимости предприятия и его развитие. Процесс управления прибылью необходимо осуществлять в определённой последовательности для обеспечения реализации основной цели и поставленных задач.

Необходимо отметить, что для совершенствования процесса управления прибылью необходимо:

- определить и обозначить приоритетные направления использования прибыли, которые нацелены на дальнейшее развитие предприятия и улучшение его финансово-экономических показателей;

- оптимизировать составы расходной части предприятия, которые направлены на фонд потребления, в частности, те, которые направлены на материальное стимулирование и поощрение сотрудников предприятия, так как они способствуют повышению производительности их труда и социальному развитию предприятия;

- оптимизировать средства, направленные в прочие целевые фонды;

- составить и проанализировать детальный план распределения и использования прибыли на конкретные даты;

- обеспечить жёсткий мониторинг и контроль за исполнением плана и поставленных задач распределения и использования прибыли;

- анализировать полученный доход в базовом периоде и провести анализ резервов увеличения прибыли.



Рисунок 1.1. - Этапы процесса управления прибылью

Основные методы управления прибылью можно разделить на три основные группы: экономические, организационно-распорядительные и социально-психологические. Если управление прибылью на предприятии осуществляется корректно и эффективно, то оно обеспечивает выполнение следующих задач:

- формирование долгосрочной стратегии предприятия; - обеспечение изготовления конкурентоспособной продукции, которая соответствует всем нормам стандартизации и сертификации;

- обеспечение ускоренного обновления ассортимента выпускаемой продукции; - увеличение инвестиционной привлекательности;

- обеспечение постоянного увеличения рыночной стоимости предприятия;

- обеспечение ликвидности и платёжеспособности предприятия;

- получение максимальной прибыли от основной деятельности предприятия.



Рисунок 1.2. - Механизм управления прибылью

Механизм управления рентабельностью является системой элементов для обеспечения желаемой динамики показателей финансовой деятельности предприятия и предполагает не только увеличение данных показателей, но и достижение того уровня доходности, который является необходимым для успешного функционирования предприятия.

Данный механизм является частью общей системы управления предприятия, он обеспечивает влияние на факторы, от которых зависит общий результат деятельности предприятия. Разработка и

совершенствование механизма управления рентабельностью предприятия позволяет выявить основные направления и тенденции развития.

Механизм управления рентабельностью способен определить основные направления дальнейшего успешного функционирования, указать на основные ошибки в финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также выявить резервы роста прибыли, что в конечном счёте позволит улучшить финансовое состояние предприятия и его основные финансово-экономические показатели.

При разработке эффективного механизма управления рентабельностью необходимо учитывать показатели ликвидности и финансовой активности предприятия, ведь проблемы с ликвидностью могут свидетельствовать (помимо угрозы финансовой безопасности) о динамичном развитии предприятия, которое сопровождается наращиванием объёмов производства и освоением большей доли рынка. При этом снижение себестоимости продукции и уменьшение зависимости от сырья и энергии приводит в конечном счёте к повышению рентабельности, что в свою очередь сокращает дебиторскую и наращивает кредиторскую задолженность; однако такая ситуация может оказать негативное влияние на запас финансовой прочности предприятия.

Процесс формирования механизма управления рентабельностью необходимо начинать с характеристики его основных элементов, проведения детального анализа рентабельности, определения основных факторов, влияющих на данный показатель. В конечном итоге необходимо разработать направления роста показателей рентабельности.

В конечном итоге необходимо разработать направления роста показателей рентабельности.

Важным этапом является разработка стратегии управления рентабельностью предприятия, данный этап включает в себя:

- установление целей;

- определение стратегических направлений и перспектив развития предприятия.

На данном этапе необходимо убедиться, что цели разработанной стратегии не идут вразрез с общей стратегией предприятия. Третьим этапом является реализация разработанной стратегии. Для этого необходимо, чтобы руководители предприятия владели набором методик и моделей принятия управленческих решений. Успех реализации разработанной стратегии предприятия зависит в определённой степени от существующей системы контроля.

Основными задачами механизма управления рентабельностью предприятия, решение которых обеспечивает реализацию запланированной стратегии, являются:

- планирование уровня доходности от операционной деятельности предприятия;

- выявление резервов роста прибыли за счёт всех видов деятельности;

- выявление резервов роста рентабельности за счёт оптимизации структуры и состава расходов;

- принятие мер, направленных на рост производительности труда;

- расширенное использование основных фондов предприятия; - уменьшение материальных расходов и расходов на обслуживание производства;

- увеличение реализованной продукции и снижение себестоимости её производства;

- усиление конкурентоспособности за счёт определения предельно допустимого уровня финансовых рисков.

Заключительным этапом является проведение мониторинга, который включает в себя:

- анализ и оценку уровня финансовой устойчивости предприятия;

- определение достигнутых результатов реализации выбранной стратегии и сравнение полученных результатов с установленными нормативами;

- корректировку стратегии и разработку корректировочных мероприятий.

Среди основных факторов, обеспечивающих рост прибыли и рентабельности, можно выделить:

- рост производительности труда;

- экономию материальных ресурсов;

- повышение фондоотдачи, уровня технического оснащения предприятия (автоматизация и механизация трудоёмких работ);

- совершенствование организации производства.

1.2 Источники формирования и распределения финансовых результатов

Механизм формирования прибыли предприятия регламентируется соответствующими нормативно-правовыми актами. Схема состава доходов и расходов в Российской Федерации, а также порядок их учета на законодательном уровне регулируется Положением по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99 и отражен в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках». Механизм расчета финансового результата представлен на рисунке 1.3.

Структура определения чистой прибыли, как результирующего финансового показателя, отражает не только методику его расчета, но и экономическое содержание отдельных слагаемых элементов прибыли.

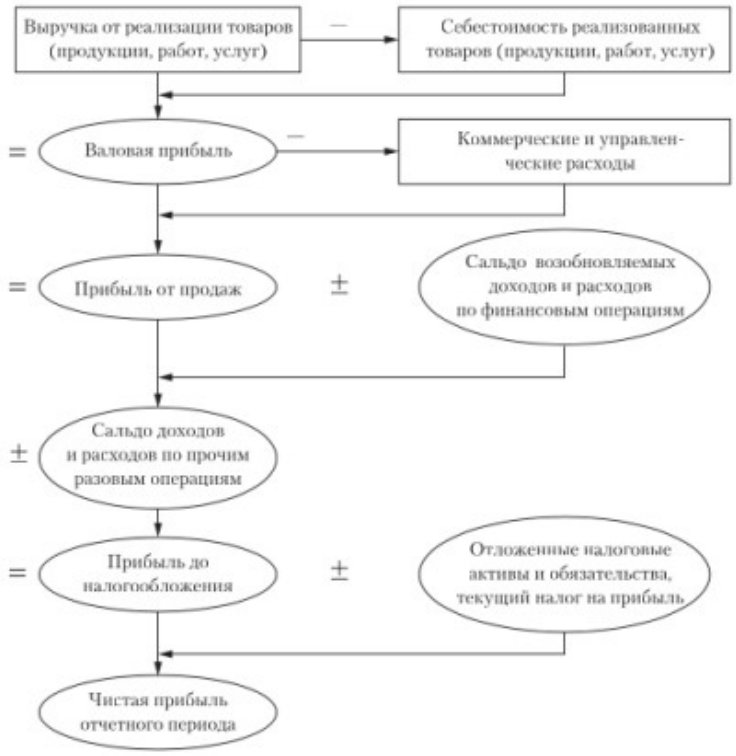


Рисунок 1.3. - Схема формирования конечного финансового результата деятельности предприятия

Итак, предлагается проанализировать приведенную выше схему. «Отправной точкой» в расчете показателя чистой прибыли является выручка от реализации, которая зависит от объема реализованной продукции. Исходя из общего объема продаж по конкретной отрасли, данный показатель позволяет определить, какую долю на рынке занимает рассматриваемое предприятие.

Следовательно, можно соотнести эти два показателя и сделать соответствующие выводы. Далее, в соответствии с ПБУ 4/99 из доходов компании вычитается себестоимость реализованных товаров и услуг, что ровняется валовой прибыли компании.

Валовая прибыль компании представляет собой разницу между стоимостной оценкой всей произведенной продукции и совокупными материальными затратами на ее производство, т.е. – это добавленная стоимость компании.

Валовая прибыль является важным показателем, поскольку он отражает продуктивность деятельности предприятия. Из значения валовой прибыли вычитаются коммерческие и управленческие расходы, после чего предприятие располагает прибылью от продаж. Именно этот показатель отражает абсолютную экономическую эффективность хозяйственной деятельности предприятия.

В данном случае можно определить недостатки и (или) преимущества в сбытовой и маркетинговой стратегии компании (коммерческие расходы), а также рационально оценить управленческую структуру и кадровую политику компании: численность сотрудников и уровень оплаты труда, т.е. (управленческие расходы). Затем, к значению прибыли от продаж прибавляется сальдо от прочих видов деятельности.

В результате получается значение прибыли до налогообложения (Налогооблагаемая прибыль) – это рассчитываемая при налоговом учете разница между совокупным финансовым результатом деятельности предприятия и расходами в соответствии с НК РФ. Является основой для определения налогооблагаемой базы. Чистая прибыль предприятия формируется после того, как предприятие расплатится по обязательствам и уплатит налог на прибыль.

Таким образом, под чистой прибылью подразумевается та сумма денег компании, которую она может считать своей и распределять в соответствии с выбранной стратегией развития организации, а также осуществляется выплата дивидендов в установленном проценте от чистой прибыли, в зависимости от организационно-правовой формы собственности.

Следовательно, остаток денежной суммы после произведенных вышеприведенных расходов называется нераспределенной прибылью компании.

Направления расходования нераспределенной прибыли устанавливается нормативно-правовыми актами, или учредительными документами компании. Примерами объектов, на что может быть потрачена

нераспределенная прибыль можно считать: масштабирование производства, социально-культурные мероприятия, вложения в НИОКР, модернизация оборудования, увеличение затрат на продвижение продукции и т.д. Таким образом, можно структурировать систему распределения прибыли предприятия между:

- Фондом накопления – денежные средства используется для увеличения основных средств организации;

- Фондом потребления;

- Резервным фондом – сумма денежных средств, которая может использоваться для покрытия возможных убытков, затрат и краткосрочных обязательств компании.

В анализе финансово-хозяйственных результатов деятельности предприятия принято выделять два основных подхода:

1. Анализ при помощи абсолютных показателей: Данный метод позволяет в абсолютных значениях валовой прибыли, прибыли до налогообложения, и чистой прибыли дать объективную оценку финансового результата предприятия.

2. Анализ при помощи относительных величин: позволяет определить источники формирования чистой прибыли, рассчитав удельный вес воздействия каждого фактора на результирующий показатель.

- Горизонтальный анализ – анализ причинно-следственной связи в изменении конкретного показателя в текущем периоде по сравнению с предыдущими, или базисным;

- Вертикальный анализ – анализ причинно-следственной связи в изменении конкретного показателя за счет воздействиях определенных факторов;

- Трендовый анализ – анализ причинно-следственной связи в изменении конкретного показателя в динамике за выбранную совокупность отчетных периодов;

- Факторный анализ – непосредственный расчет влияния факторов на прибыль и степень их воздействия.

Как уже отмечалось выше, прибыль отражает общий финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия в отчетном периоде.

Диагностирование показателя «валовая прибыль» и исследование его каждого параметра выполняет конкретизирующую функцию, т.к. позволяет учредителям и акционерам грамотно выстроить стратегию дальнейшего развития предприятия. Составить динамику изменения показателя прибыльности можно на основе данных финансовой и бухгалтерской отчетностей (горизонтальный анализ).

Разумеется, наиболее основательным является анализ составляющих элементов, повлиявших на отклонение показателя прибыли от запланированных или предшествующих.

Следовательно, необходимо проанализировать основные составляющие прибыли, определить уровень их влияния. Данный анализ позволит оценить резервы повышения эффективности производства и принять соответствующие управленческие решения.

Комплексный анализ показателя валовой прибыли можно структурировать по трем этапам:

I). Расчет изменения прибыли в фактическом отчетном периоде в сравнении с плановым или предыдущими отчетными периодами, а также исследование динамики изменения показателя:

1). Абсолютные отклонения:

$\Delta П = П1 - П0$, (1)

где П1, П0 – прибыль отчетного и базисного периода соответственно;

ΔП – изменение прибыли

2). Темп роста:

Темп роста = П1 П0 (2)

II). Вышеупомянутые факторы могут оказывать разнонаправленное воздействие на показатель прибыли компании, т.е. отрицательное

воздействие от конкретных факторов способно значительно снизить или свести к минимуму положительное влияние других.

Следовательно, на данном этапе рассчитываются факторы отдельно, устанавливается их причинно-следственная связь. Итак, как отмечалось выше, на величину выручки от продаж могут повлиять 2 фактора: изменение цены и объема реализованной продукции.

1). Изменение цены на реализованную продукцию. Во-первых, для расчета влияния данного фактора на выручку предприятия необходимо привести значение выручки к сопоставим ценам, т.е. к ценам базисного периода.

Для этого необходимо составить отношение выручки за фактический период к индексу роста цен:

$В1(pc) = В1 / I$, (3)

где $В1(pc)$ – выручка предприятия в фактическом периоде в сопоставимых ценах;

В1 – выручка предприятия в фактическом периоде;

I – индекс цен. ($I = (100\% + \Delta p\%) / 100$).

Тогда, изменение значения выручки от продажи можно представить следующим образом:

$\Delta Вц = В1 - В1(pc)$, (4)

где ΔВц – величина выручки, полученная за счет изменения цен;

В1 – Выручка от продаж в фактическом отчетном периоде;

$В1(pc)$ − выручка предприятия в фактическом периоде в сопоставимых ценах.

Разность между фактически полученной выручкой от реализации и скорректированной выучкой указывает непосредственно на увеличение данного показателя исключительно под действием ценового фактора.

2). Объем продаж, т.е. количество реализованной продукции:

$\Delta Вр = В1(pc) - В0$, (5)

где ΔВр – величина выручки, полученная за счет изменения объема продаж;

В0 – выручка, полученная в плене или в предыдущем отчетном периоде.

Полученное значение характеризует изменение выручки за счет физического объема реализованной продукции.

Для того, чтобы вычислить влияние данных факторов непосредственно на прибыль предприятия, необходимо ввести показатель рентабельности от продаж - Ra, который рассчитывается отношением чистой прибыли к выручке.

$$Ra = \text{П0} / \text{В0} .$$

1). Исходя из этого, влияние цены на изменение показателя прибыли рассчитывается следующим образом: $\Delta\text{Пц} = \Delta\text{Вц} * Ra\ 100$, (6)

Где ΔПц – изменение прибыли под воздействием ценового фактора.

2). Расчет влияния фактора «Объем продаж» на прибыль можно представить так:

$\Delta\text{Пр} = ((\text{В1} - \text{В0}) - \Delta\text{Вц}) * Ra\ 100$, (7)

где ΔПр – изменение прибыли от продаж под воздействием фактора «объем реализованной продукции»;

В1, В0 – выручка от продаж в отчетном и базисном периоде.

3). Себестоимость:

$\Delta\text{Пс} = \text{В1} * (\text{С1}\ \text{В1} * 100) - (\text{С0}\ \text{В0} * 100)\ 100$, (8)

где ΔПс – величина прибыли, полученная за счет изменения производственной себестоимости;

В1- выручка в фактическом отчетном периоде;

В0- выручка в плановом, базисном периоде;

С1 – себестоимость продукции в фактическом отчетном периоде;

С0 - себестоимость продукции в плановом, базисном периоде.

1.3 Методики оценки финансового результата деятельности организации

Поскольку для каждой коммерческой организации значителен принцип максимизации прибыли, то важно изучить характер прибыли (убытков), рентабельности, а также способы увеличения прибыли (минимизации убытков) и увеличения рентабельности. Именно анализ финансовых результатов предприятия позволяет повысить эффективность производства, определить сильные и слабые стороны в деятельности предприятия, определить пути его дальнейшего развития.

Существует множество методик анализа финансовых результатов деятельности предприятии. Отличительной особенностью каждой из методик является последовательность этапов проведения анализа финансовых результатов, а также содержание каждого из этапов, входящих в методику. Рассмотрев наиболее распространенные в экономической литературе методики различных авторов по анализу финансовых результатов организации, нами были выявлены основные этапы их проведения:

1.Классификация прибыли (по порядку формирования; по источникам формирования; по видам деятельности; по периодичности получения; по характеру использования).

2. Формирование показателей прибыли (основы их расчета и взаимосвязь между ними).

3. Экономические факторы, влияющие на величину прибыли, факторный анализ прибыли до налогообложения.

4. Учет влияния инфляции на финансовые результаты.

5. Анализ «качества» прибыли.

6. Рассматриваются денежные потоки организации, при этом предлагается увязывать анализ финансовых результатов с анализом денежных потоков.

7. Изучаются уровень, динамика (горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах) и структура (вертикальный анализ) финансовых результатов.

8. Предлагается схема факторного анализа общей бухгалтерской прибыли и прибыли от реализации продукции.

9. Дается оценка воздействия факторов на изменение прибыли от реализации продукции по двум группам.

10. Анализ использования прибыли в связи с основными направлениями использования чистой прибыли.

11.Анализ рентабельности.

Таким образом, по результатам сравнительного анализа методик оценки финансовых результатов можно сказать, что универсальной методики анализа финансовых результатов не существует.

Для более достоверной оценки финансовых результатов необходимо применять сразу несколько методик, чтобы исключить субъективность результатов анализа финансовых результатов при использовании определенной методики. В этом случае предприятие должно подобрать те методики, которые ему больше подходят с учетом специфики деятельности, что в целом позволит отразить максимально подробную информацию о состоянии финансовых результатов предприятия и послужит основой для принятия управленческих решений, направленных на формирование стратегии устойчивого развития предприятия под влиянием факторов внешней и внутренней среды.

Многие ведущие экономисты считают, что наиболее информативным показателем при анализе финансовых результатов различных экономических субъектов является непосредственно рентабельность собственного капитала и активов, поскольку данные показатели определяют уровень эффективного функционирования экономическим субъектом используя активы и собственный капитал. Однако, стоит отметить, что в экономике настоящего

времени об эффективности деятельности экономического субъекта судят по нескольким экономическим показателям, вернее по системе показателей.

Система экономических показателей, характеризует деятельность экономического субъекта и каждый показатель системы взаимосвязан с другими, так как изменение одного приводит к изменению динамики других показателей, что в свою очередь отражается на уровне финансового результат деятельности.

Проведенный анализ и полученные результаты создают основную информационную базу, необходимую руководству предприятия для разработки наиболее эффективной товарной стратегии предприятия, формирования ценовой политики и поиска оптимальных решений для снижения себестоимости продукции, что, в свою очередь, требует детального исследования факторов, вызвавших рост издержек на производство

2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ООО «МАКСИМА ГРУПП»

2.1. Краткая характеристика ООО «Максима Групп»

Объектом исследования в работе выступает ООО «Максима Групп». Коммерческим обозначением общества является торговая компания «ФАМИЛИЯ».

Основными видами деятельности ООО «Максима Групп» выступают:

- внешнеэкономическая деятельность;
- содействие развитию и организации прямых деловых международных связей;
- торгово-закупочная деятельность;
- оптовая торговля непродовольственными потребительскими товарами;
- оптовая торговля текстильными и галантерейными товарами и др.

Familia начала свою деятельность в 2000 году как сеть универмагов распродаж для всей семьи, постепенно развивая новый для России формат торговли – off-price (его особенность – предложение большого числа товаров от авторитетных мировых и локальных брендов со значительной выгодой для потребителя). Компания стала первым в СНГ ритейлером, работающим по off-price-модели и продемонстрировавшим ее преимущества как для покупателей, так и для владельцев торговых марок.

Сеть объединяет более 300 магазинов в 100 крупнейших городах России – от Калининграда до Красноярска и от Мурманска до Сочи. Также компания работает в Республике Беларусь. Магазины Familia расположены в крупных торгово-развлекательных комплексах и торговых центрах густонаселенных районов. Сеть постоянно расширяется, открывая новые магазины практически еженедельно.

Ассортимент Familia составляют оригинальные брендовые товары более чем 7 000 торговых марок, при этом линейка торговых марок и

товарных категорий постоянно расширяется. Компания сотрудничает с владельцами брендов и фабриками из 50 стран мира, закупая у них напрямую и на специальных условиях большие партии товаров, оперативно доставляя их в Россию и распределяя по магазинам сети. В большинство магазинов Familia поставка нового товара происходит ежедневно.

Организационная структура ООО «Максима Групп» приведена на рисунке 2.1.

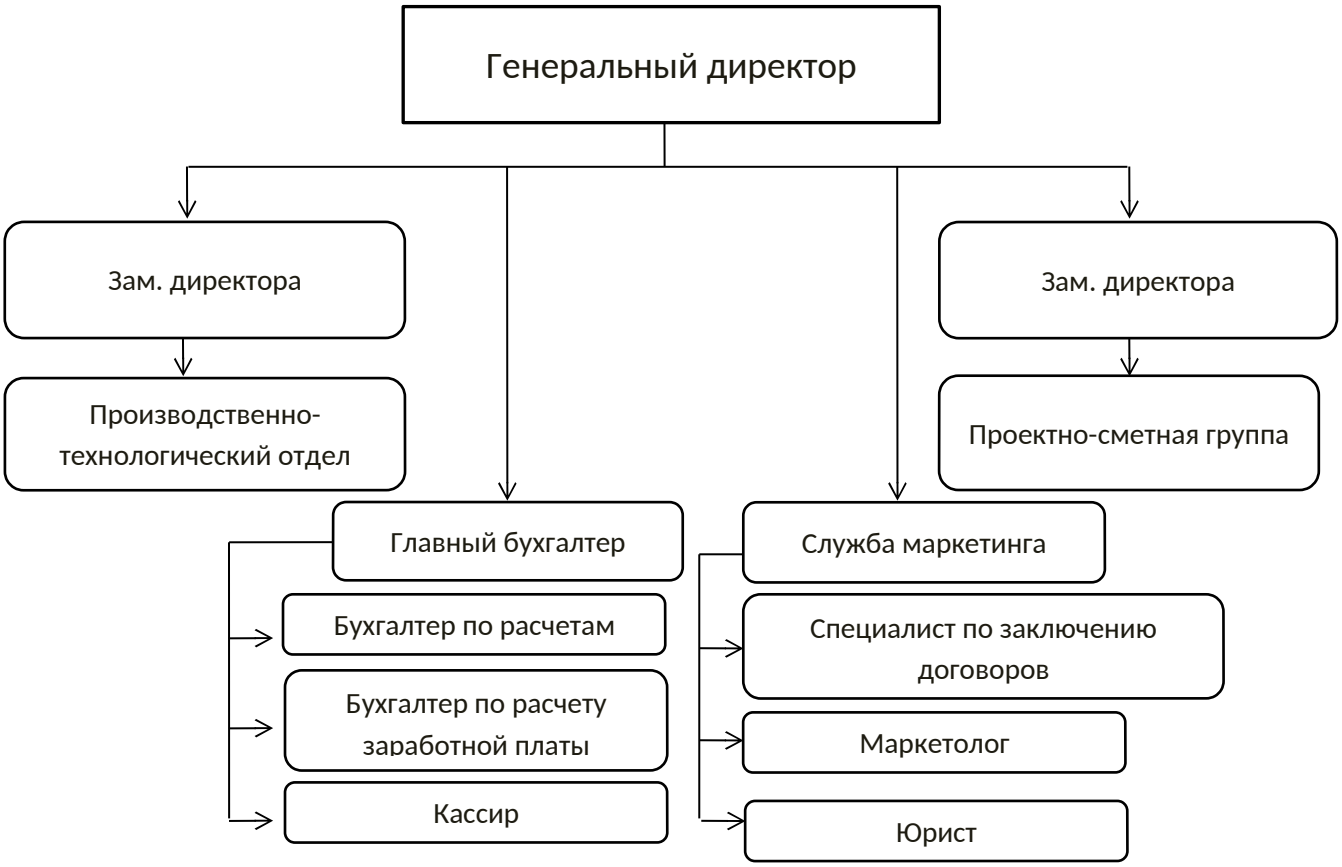


Рисунок 2.1 - Организационная структура управления ООО «Максима Групп»

Организационная структура ООО «Максима Групп» линейно-функциональная.

ООО «Максима Групп» возглавляет генеральный директор. В его подчинении находятся два заместителя. Первый заместитель курирует производственно-технологический отдел. Второй заместитель директора

руководит проектно-сметной группой. Так же генеральный директор осуществляет руководство главным бухгалтером и службой маркетинга.

Кроме того, в непосредственно подчинении генерального директора находятся директоры каждого из магазинов, перечисленных на рисунке 2.1

Для оценки внешней среды представим результаты SWOT-анализа ООО «Максима Групп» (см. рисунок 2.2).

По результатам анализа сильных и слабых сторон ООО «Максима Групп», среди сильных сторон можно выделить: квалифицированный рабочий персонал, налаженная система обучения сотрудников; высокий уровень сервиса, качество обслуживания.

Сильные стороны	Слабые стороны
Квалифицированный рабочий персонал, налаженная система обучения сотрудников; Высокий уровень сервиса, качество обслуживания; Сбалансированная кредитная политика;	Высокая цена на услуги; Износ основных фондов, необходимость ремонтов/покупки оборудования; Несовершенство системы наставничества; Неумение работников работать в команде
Возможности	Угрозы
Научно-технический прогресс; Восстановление платёжеспособного спроса со стороны социума.	Возрастающая конкуренция; Рост социальных отчислений;

Рисунок 2.2 – Матрица SWOT-анализа ООО «Максима Групп»

Среди слабых сторон выделяются: высокая цена на оказываемые услуги; износ основных фондов, необходимость приобретения постоянно обновляющегося оборудования; отсутствие четкой политики по управлению дебиторской и кредиторской задолженностью. Сильные стороны ООО «Максима Групп» позволяют ей сохранять достойные позиции, и говорят о том, что организация в первую очередь ориентирована на удовлетворение потребностей клиентов.

Среди наиболее актуальных возможностей можно выделить хорошую репутацию ООО «Максима Групп» и высокий уровень используемых технологий, восстановление платёжеспособного спроса со стороны социума, высокий уровень используемых технологий.

Влияние поставщиков является незначительным ввиду большого количества фирм предлагающих оборудование и продукцию достаточно высокого качества по низким ценам. ООО «Максима Групп» испытывает сильное влияние клиентов, т.к. незначительное изменение цены может сильно повлиять на спрос. В создавшихся условиях необходимо использовать стратегию ориентации на потребителя для усиления стимулирования сбыта. В сложившейся ситуации в отрасли наблюдается достаточно сильная конкуренция, как за счёт снижения цены и стимулирования сбыта, так и за счёт технологических новшеств, позволяющих оказывать необходимую медицинскую помощь качественно и в кратчайшие сроки.

Наиболее существенными возможностями, которые могут повлиять на деятельность ООО «Максима Групп», являются: научно—технический прогресс; выпуск новых видов оборудования, оказание новых видов услуг; восстановление платёжеспособного спроса со стороны социума.

Наиболее значимыми угрозами для ООО «Максима Групп» являются следующие факторы внешней среды: возрастающая конкуренция; рост социальных отчислений. Внутренние факторы формируются самим ООО «Максима Групп», в первую очередь его руководством.

Для более полного представления о ООО «Максима Групп» построим и проанализируем многоугольник конкурентоспособности.

«Многоугольник конкурентоспособности» — метод, позволяющий достаточно быстро провести анализ конкурентоспособности товара компании в сравнении с ключевыми конкурентами и разработать эффективные мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности продукции.

Конкурентами ООО «Максима Групп» являются:

- ретейлер Ozon;

- маркетплейс Tmall.

Оценка конкурентов и анализируемого предприятия осуществляется по шкале от 1 до 5.

После проставления баллов по каждому критерию, составляется многоугольник с помощью Microsoft Excel.

Проанализируем многоугольник конкурентоспособности ООО «Максима Групп» (см. рисунок 2.3).

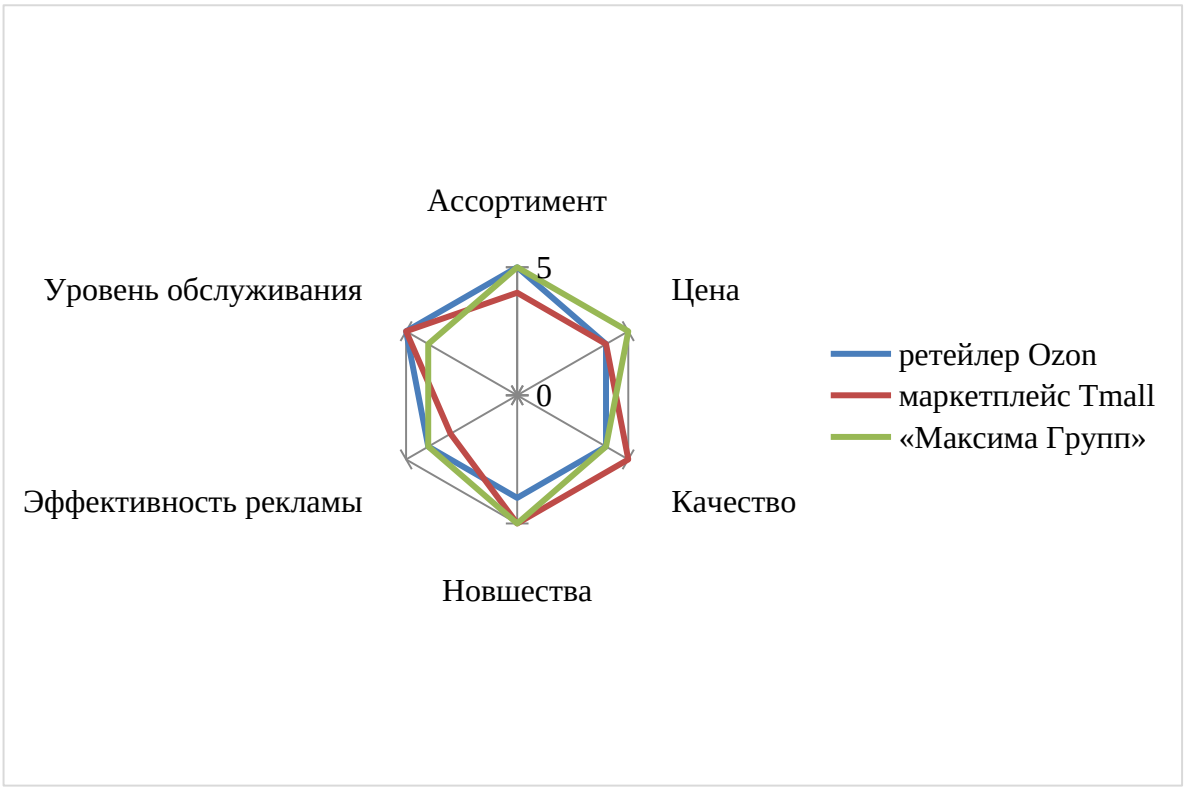


Рисунок 2.3 – Многоугольник конкурентоспособности ООО «Максима Групп»

Данные рисунка 2.3 – многоугольника конкурентоспособности показывают, что наибольшую опасность среди представленных конкурентов представляет ретейлер Ozon – данный субъект обладает всеми преимуществами – достаточным ассортиментом, качеством продукции, а так же в сравнении с представленными компаниями и более низким уровнем цен.

Таким образом, можно сделать вывод о конкурентоспособности ООО «Максима Групп», но при этом анализ целевой аудитории показал, что

приверженность к предлагаемой марке продукции снижается, что требует комплексного подхода к разработке проекта маркетинговых коммуникаций.

2.2. Анализ финансовых результатов ООО «Максима Групп»

Основными задачами анализа финансовых результатов деятельности предприятия являются: оценка динамики показателей прибыли, обоснованности образования и распределения их фактической величины; выявление и измерение действия различных факторов на прибыль; оценка возможных резервов дальнейшего роста прибыли на основе оптимизации объемов производства и издержек.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия включает:

1. Изучение изменений каждого показателя за отчетный период по сравнению с базисным (горизонтальный анализ);
2. Структурный анализ соответствующих статей (вертикальный анализ);
3. Анализ относительных показателей (коэффициентов) финансовой устойчивости

Проведем анализ финансовых результатов ООО «Максима Групп» с помощью динамического и структурного анализа отчета о финансовых результатов в таблицах 2.1 -2.5.

Таблица 2.1. – Горизонтальный анализ доходов ООО «Максима Групп»

Показатель	За 2019 год	За 2020 год	Горизонтальный анализ			
			Удельный вес на начало года, %	Удельный вес на конец года, %	Отклонение	
					Абсолютной величины	Удельный вес, %
1	2	3	4 (гр.2:	5 (гр.3:	6 (гр.3 –	7 (гр.5 –

			гр.2)	гр.2)	гр.2)	гр.4)
1. Доходы						
1.1. Выручка	12 717 058	12 777 274	100	100,5	60 216	0,5
1.2. Проценты к получению	90 268	61 109	100	67,7	-29 159	-32,3
1.3. Доходы от участия в других организациях	5	8	100	160	3	60
1.4. Прочие доходы	1 244 308	968 860	100	77,9	-275 448	-22,1
1.5. Отложенные налоговые активы	5 126	-656	100	-12,8	-5 782	-112,8
1.6. Дополнительные показатели	920	271	100	29,5	-649	-70,5
1.7. ИТОГО ДОХОДЫ	**14 057 685**	**13 806 866**	**100**	**98,2**	**-250 819**	**-1,8**

Представим графически динамику доходов предприятия (см. рисунок 2.4).

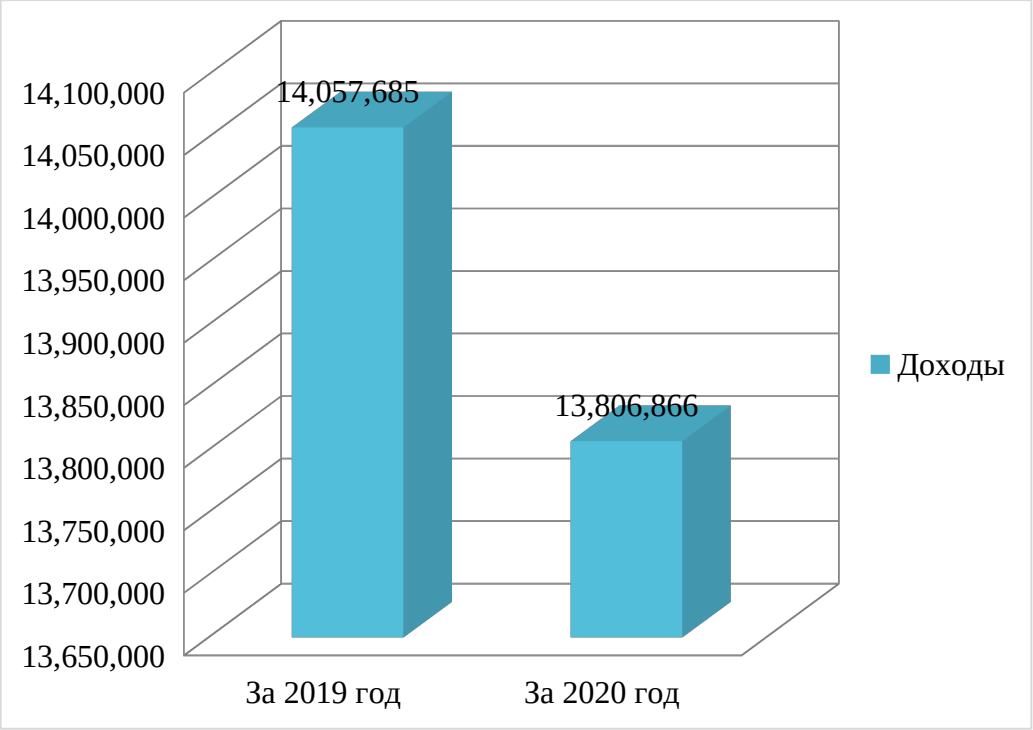


Рисунок 2.4. – Динамика доходов ООО «Максима Групп»

На основе проведенного горизонтального анализа отчета о финансовых результатах за 2020 год с помощью таблицы 2.1 можно сделать следующие выводы. За исследуемый период наблюдается снижение совокупных доходов 250 819 тыс.руб. за счет уменьшения доходов от неосновной деятельности.

Выручка по основной деятельности выросла на 60 216 тыс.руб., что повлияло на структуру доходов, в которой вырос удельный вес доходов от основной деятельности на 2,1%. Данный факт положительно характеризует эффективность управления ресурсами предприятия.

Вертикальный анализ доходов ООО «Максима Групп» представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2. - Вертикальный анализ доходов ООО «Максима Групп»

Показатель	За 2019 год	За 2020 год	Вертикальный анализ			
			Удельный вес на начало года, %	Удельный вес на конец года,%	Отклонение	
					Абсолютной величины, тыс.руб.	Удельный вес, %
1	2	3	8 (гр.2 : гр.2 стр. 1.7)	9 (гр.3 : гр.3 стр. 1.7)	10 (гр.3 – гр.2)	11 (гр.9 – гр.8)
Доходы						
1.1. Выручка	12 717 058	12 777 274	90,5	92,5	60 216	2,1
1.2. Проценты к получению	90 268	61 109	0,6	0,4	-29 159	-0,2
1.3. Доходы от участия в других организациях	5	8	0	0	3	0
1.4. Прочие доходы	1 244 308	968 860	8,9	7	-275 448	-1,8
1.5. Отложенные налоговые активы	5 126	-656	0	0	-5 782	0
1.6. Дополнительные показатели	920	271	0	0	-649	0
1.7. ИТОГО ДОХОДЫ	**14 057 685**	**13 806 866**	**100**	**100**	**-250 819**	**-**

Представим графически структуру доходов предприятия на рисунке 2.5.

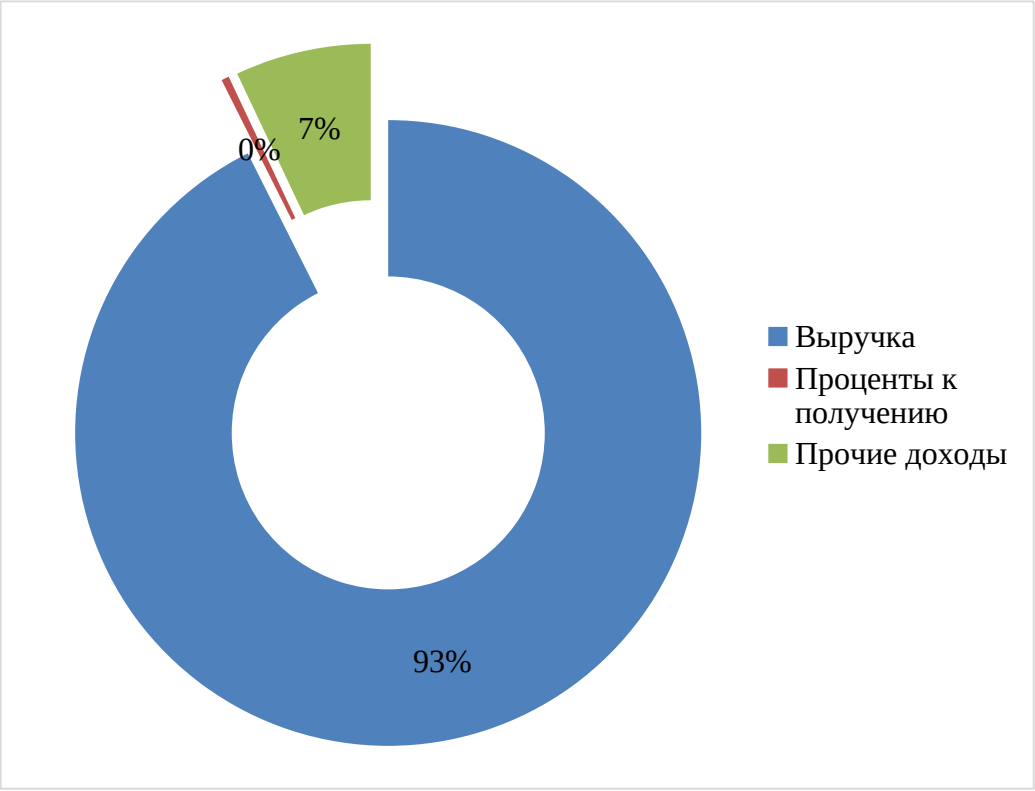


Рисунок 2.5. – Структура доходов ООО «Максима Групп», %

Как показывают данные рисунка 2.5., наибольший удельный вес в структуре доходов предприятия занимает выручка – 93%.

Это означает, что все производственные мощности имеющиеся в распоряжении ресурсы направлены на максимизацию прибыли от основного вида деятельности.

Далее рассмотрим результаты анализа расходов предприятия.

Таблица 2.3. - Горизонтальный анализ расходов ООО «Максима Групп»

Показатель	За 2019 год	За 2020 год	Горизонтальный анализ			
			Удельный вес на начало года, %	Удельный вес на конец года, %	Отклонение	
					Абсолютной величины	Удельный вес, %
2. Расходы						
2.1. Себестоимость	10 801 218	11 624 861	100	107,6	823 643	7,6

2.2. Коммерческие расходы	250 989	207 603	100	82,7	-43 386	-17,3
2.3. Управленческие расходы	423 828	421 103	100	99,4	-2 725	-0,6
2.4. Проценты к уплате	-	-	-	-	-	-
2.5. Прочие расходы	1 288 211	876 197	100	68	-412 014	-32
2.6. Отложенные налоговые обязательства	1 791	3 644	100	203,5	1 853	103,5
2.7. Текущий налог на прибыль	247 779	133 778	100	54	-114 001	-46
2.8. ИТОГО РАСХОДЫ	**13 013 816**	**13 267 186**	**100**	**101,9**	**253 370**	**1,9**

Представим динамику расходов предприятия на рисунке 2.6.

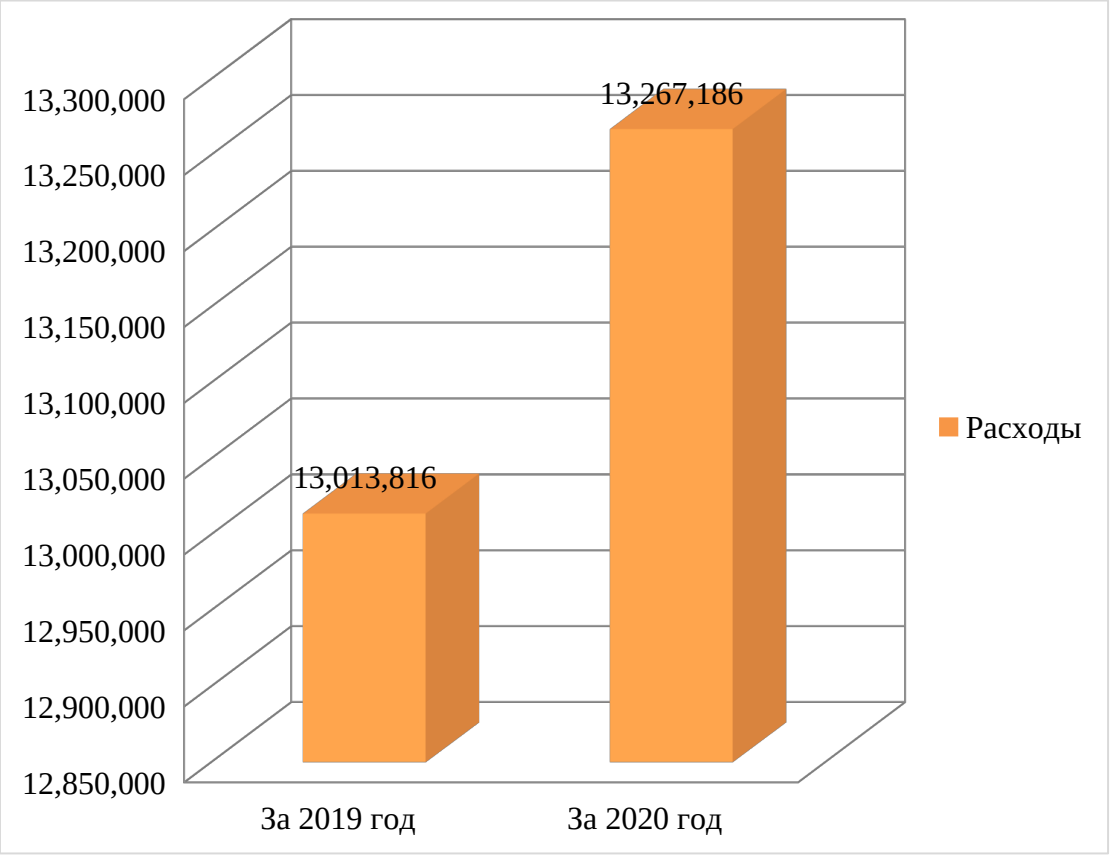


Рисунок 2.6. – Динамика расходов ООО «Максима Групп»

Расходы предприятия увеличились на 253 370 тыс.руб. за счет роста себестоимости продукции. В целом по коммерческим и управленческим расходам, а также по расходам от неосновной деятельности наблюдается

снижение показателей. В структуре расходов увеличился удельный вес расходов по основной деятельности на 4,6%.

Результаты вертикального анализа расходов ООО «Максима Групп» приведены в таблице 2.4.

Таблица 2.4. - Горизонтальный анализ расходов ООО «Максима Групп»

Показатель	За 2019 год	За 2020 год	Вертикальный анализ			
			Удельный вес на начало года, %	Удельный вес на конец года,%	Отклонение	
					Абсолютной величины, тыс.руб.	Удельный вес, %
Расходы						
2.1. Себестоимость	10 801 218	11 624 861	83	87,6	823 643	4,6
2.2. Коммерческие расходы	250 989	207 603	1,9	1,6	-43 386	-0,4
2.3. Управленческие расходы	423 828	421 103	3,3	3,2	-2 725	-0,1
2.4. Проценты к уплате	-	-	-	-	-	-
2.5. Прочие расходы	1 288 211	876 197	9,9	6,6	-412 014	-3,3
2.6. Отложенные налоговые обязательства	1 791	3 644	0	0	1 853	0
2.7. Текущий налог на прибыль	247 779	133 778	1,9	1	-114 001	-0,9
2.8. ИТОГО РАСХОДЫ	**13 013 816**	**13 267 186**	**100**	**100**	**253 370,00**	**-**

Представим графически структуру расходов предприятия на рисунке 2.7.

Как показывают данные таблицы 2.4. и рисунка 2.7., наибольший удельный вес в структуре расходов занимает себестоимость – 88%.

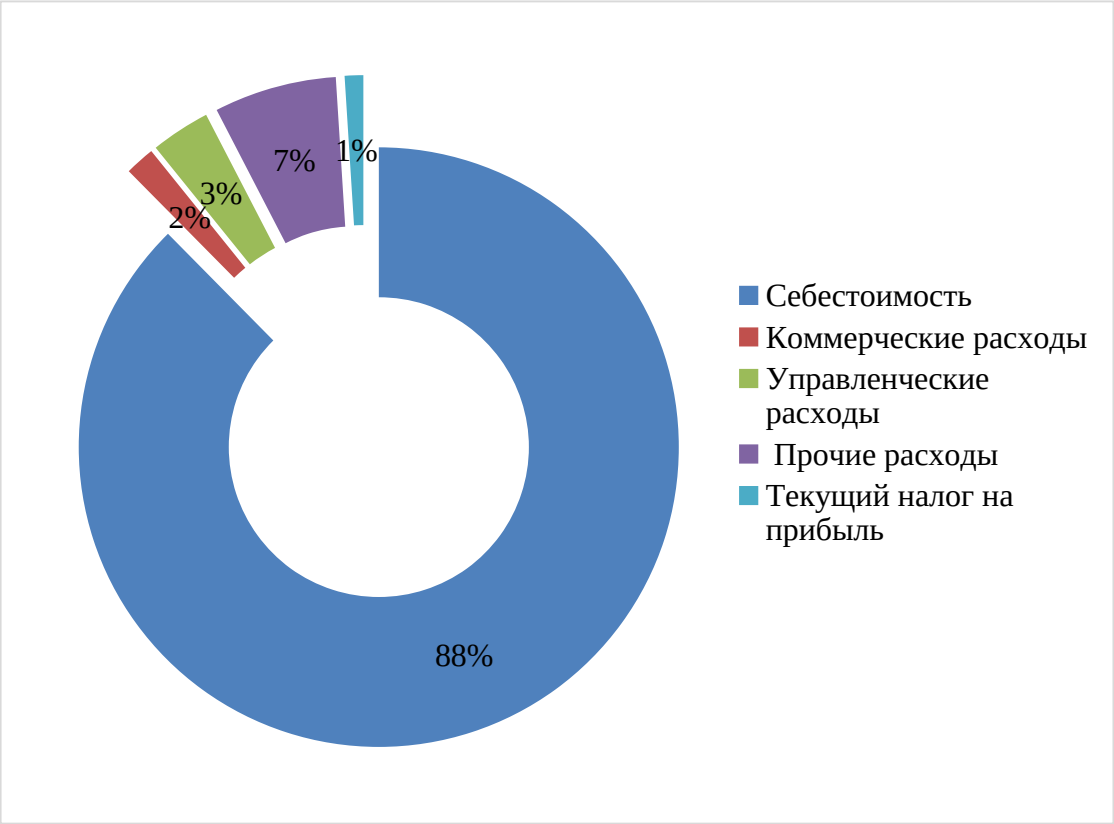


Рисунок 2.7. – Структура расходов ООО «Максима Групп», %

Прочие расходы представлены 7% расходов предприятия, что достаточно значительно для прочих видов деятельности предприятия. Сюда входят расходы по освоению новых рынков.

Далее рассмотрим итоги горизонтального анализа финансовых результатов предприятия (см. таблицу 2.5.).

Таблица 2.5. – Горизонтальный анализ финансовых результатов ООО «Максима Групп»

Показатель	За 2019 год	За 2020 год	Горизонтальный анализ			
			Удельный вес на начало года, %	Удельный вес на конец года,%	Отклонение	
					Абсолютной величины, тыс.руб.	Удельный вес, %

3. Финансовый результат						
3.1. Валовая прибыль	1 915 840	1 152 413	100	60,2	-763 427	-39,8
3.2. Прибыль (убыток) от продаж	1 241 023	523 707	100	42,2	-717 316	-57,8
3.3. Прибыль (убыток) до налогообложения	1 287 393	677 487	100	52,6	-609 906	-47,4
3.4. Чистая прибыль (убыток)	**1 042 029**	**539 138**	**100**	**51,7**	**-502 891**	**-48,3**

Динамика чистой прибыли ООО «Максима Групп» представлена на рисунке 2.8.

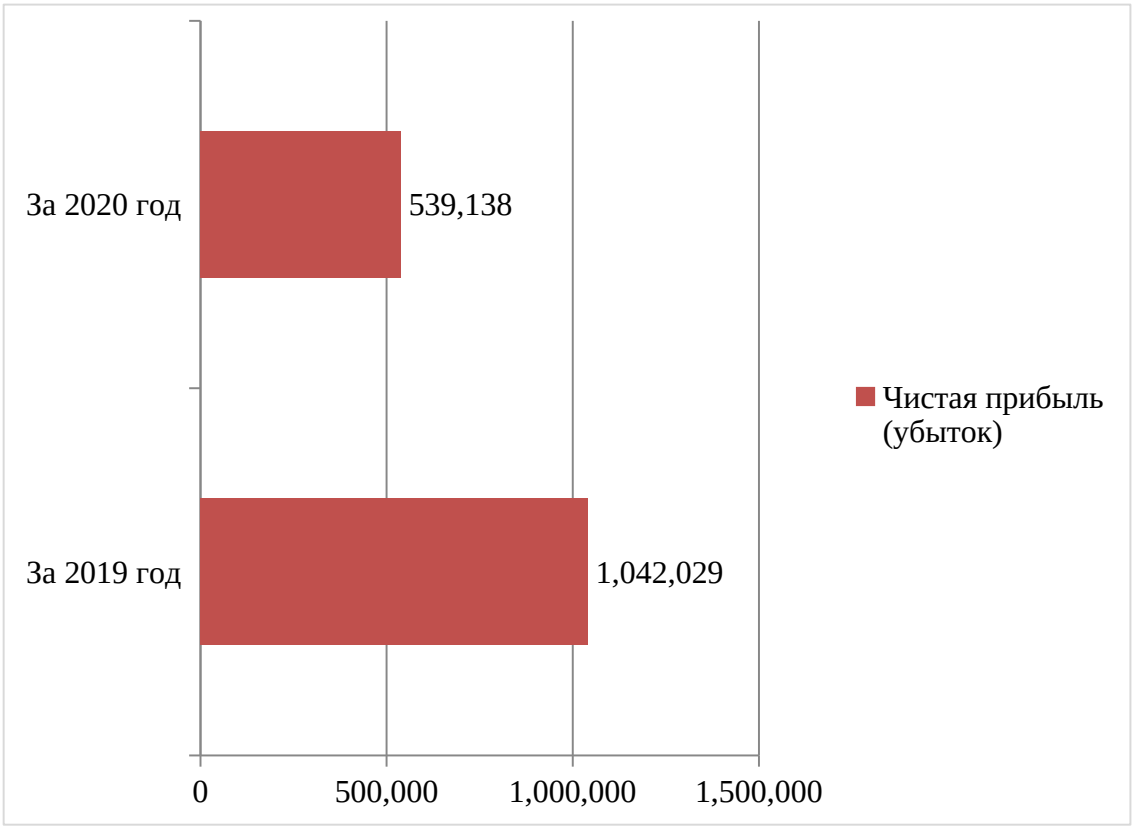


Рисунок 2.8. - Динамика чистой прибыли ООО «Максима Групп»

Темп снижения чистой прибыли предприятия по итогам 2020 года составил 48,3%.

Далее представим результаты вертикального анализа (см. таблицу 2.6.).

Таблица 2.6. – Вертикальный анализ финансовых результатов ООО «Максима Групп»

Показатель	За 2019 год	За 2020 год	Вертикальный анализ			
			Удельный вес на начало года, %	Удельный вес на конец года,%	Отклонение	
					Абсолютной величины, тыс.руб.	Удельный вес, %
3. Финансовый результат						
3.1. Валовая прибыль	1 915 840	1 152 413	183,9	213,8	-763 427	29,9
3.2. Прибыль (убыток) от продаж	1 241 023	523 707	119,1	97,1	-717 316	-22
3.3. Прибыль (убыток) до налогообложения	1 287 393	677 487	123,5	125,7	-609 906	2,1
Чистая прибыль (убыток)	**1 042 029**	**539 138**	**100**	**100**	**-502 891**	**-**

По результатам деятельности предприятия за 2020 год чистая прибыль составила 539 138 тыс.руб., что ниже показателя 2019 года на 502 891 тыс.руб. Наибольшее влияние на формирование финансового результата предприятия оказали результаты по основной деятельности. Их влияние в 2020 году выросло.

2.3. Оценка рентабельности предприятия ООО «Максима Групп»

Проведем анализ рентабельности предприятия на основе расчета коэффициентов (см. таблицу 2.7) и их сравнении с показателями главного предприятия-конкурента ретейлера Ozon в таблице 2.8.

Таблица 2.7 – Показатели рентабельности ООО «Максима Групп»

Наименование показателя	**Формула расчета**	**Расчет значение**	
		За 2019 год	**За 2020 год**
1. Рентабельность активов чистая (имущества) Ра (Return on accets- ROA)	Ра=Пч/ВБср*100%	2,09	1,02
2. Рентабельность собственного капитала (Рск) (Return on equity)	Рск=Пч/СКср*100%	10,75	5,14
3.Рентабельность затрат (Рз)(Return on Cost Sales)	Рз=Пч/С*100%	9,65	4,64
4. Чистая рентабельность продаж (Рпродаж) (Net Profit Margin)	Рч.пр.=Пч/В*100%	8,19	4,22
5.Валовая рентабельность (Маржа валовой прибыли; Валовая рентабельность продаж) (Gross Profit Margin)	Рвал.=Пвал./В*100%	15,07	9,02

Расчет коэффициентов рентабельности показал, что основные показатели рентабельности деятельности предприятия положительны. Однако рентабельность активов предприятия ниже среднеотраслевой.

Следует отметить, что рентабельность собственного капитала выше рентабельности активов и находится на уровне рентабельности собственного капитала конкурента.

Чистая рентабельность продаж также выше, чем у конкурента, что характеризует предприятие как более эффективное и рентабельное по основной деятельности.

Далее сопоставим полученные результаты с результатами предприятия-конкурента ООО «Максима Групп» в таблице 2.8.

Таблица 2.8. – Сравнение показателей рентабельности с результатами предприятия-конкурента ретейлера Ozon

Наименование показателя	**ООО «Максима Групп»**	**ретейлер Ozon**	**Комментарий**
1. Рентабельность активов чистая (имущества) Ра (Return on accets- ROA)	1,02	4,36	Рентабельность активов за исследуемый период снизилась с 2,09% до 1,02%. Значение показателя характеризуют активы предприятия с низкой рентабельностью. По данному показателю предприятие уступает конкуренту, рентабельность активов у которого 4,36%.
2. Рентабельность собственного капитала (Рск) (Return on equity)	5,14	5,7	За исследуемый период рентабельность собственного капитала также снизилась с 10,75% до уровня 5,14%, что соизмеримо со значением показателя конкурента 5,7%.
3.Рентабельность затрат (Рз)(Return on Cost Sales)	4,64	5,15	За исследуемый период рентабельность затрат также снизилась с 9,65% до уровня 4,64%, что также соизмеримо со значением показателя конкурента 5,15%.
4. Чистая рентабельность продаж (Рпродаж) (Net Profit Margin)	4,22	3,78	За исследуемый период рентабельность продаж снизилась с 8,19% до уровня 4,22%, что выше значения показателя конкурента 3,78%, что характеризует основную деятельность предприятия как более рентабельное.
5.Валовая рентабельность (Маржа валовой прибыли; Валовая рентабельность продаж) (Gross Profit Margin)	9,02	26,57	За исследуемый период рентабельность продаж снизилась с 15,07% до уровня 9,02%. По данному показателю предприятие уступает конкуренту (26,57%).

Данные таблицы 2.8. показывают, что по большинству показателей ретейлера Ozon превосходит результаты ООО «Максима Групп». Так, рентабельность ретейлера Ozon активов значительно выше исследуемого показателя. За исследуемый период рентабельность затрат также снизилась

с 9,65% до уровня 4,64%, что также соизмеримо со значением показателя конкурента 5,15%. По показателю рентабельности валовой прибыли предприятие уступает конкуренту (26,57%).

Таким образом, как показал анализ финансовых результатов, рост себестоимости по итогам 2020 года составил более 7%, что свидетельствует об увеличении затрат по основному виду деятельности: затрат на основные материалы и сырье.

Расчет коэффициентов рентабельности показал, что основные показатели рентабельности деятельности предприятия положительны. Однако рентабельность активов предприятия ниже среднеотраслевой. Следует отметить, что рентабельность собственного капитала выше рентабельности активов и находится на уровне рентабельности собственного капитала конкурента. Чистая рентабельность продаж также выше, чем у конкурента, что характеризует предприятие как более эффективное и рентабельное по основной деятельности.

3. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬАТОВ ООО «Максима Групп»

3.1. Разработка мероприятий по снижению расходов ООО «Максима Групп»

Как показал анализ финансовых результатов, рост себестоимости по итогам 2020 года составил более 7%, что свидетельствует об увеличении затрат по основному виду деятельности: затрат на основные материалы и сырье.

Беседа с администрацией ООО «Максима Групп» позволила выявить причину роста затрат – это повышение цен поставщиками.

Исходя из этого, в работе предлагается разработка механизма отбора добросовестных поставщиков.

Целью применения системы проверки контрагентов организации является минимизация рисков при выборе контрагента и снижение влияния негативного воздействия от сотрудничества на финансовые результаты предприятия.

Так, правильно и своевременная проведенная проверка позволяет предотвратить или свести к минимуму риски, связанные с невыполнением или ненадлежащим выполнением поставщиком своих договорных обязательств.

Проверка поставщиков на первом этапе состоит в запрашивании доступных сведений, а именно:

- данные, которые можно получить непосредственно от контрагента:

- сведения о праве подписи договора представителя поставщика или копия доверенности от делегирующего полномочия руководителя;

- копия решения руководящего органа предприятия о согласии на совершение сделки;

- годовой отчет за последний финансовый год.

Получая данные сведения, специалист по заключению договоров организации должен тщательно проверить информацию, анализируя показатели результатов деятельности поставщика, а так же подлинность представленных документов.

Так же в качестве отдельного источника информации для оценки поставщика выступают внешние ресурсы, а именно:

1 - выписки из ЕГРЮЛ – данные сведения являются открытыми и общедоступными, не требуют получения каких-либо разрешений при их запрашивании. Информация может быть представлена в виде:

- выписки из реестра;

- копии документов, хранящегося в реестре (к примеру, копии учредительных документов).

2 – картотека арбитражных дел – данная информация используется для оценки поставщика в роли ответчика в суде по различным разбирательствам о неисполнении или ненадлежащем исполнении ранее заключенных договоров. Анализ информации, полученной из картотеке арбитражных дел, позволяет оценить опыт поставщика в исполнении договорных обязательств с другими контрагентами. Данная картотека размещена на официальном сайте Высшего Арбитражного суда РФ (http://kad.arbitr.ru/). Для поиска информации по конкретному поставщику необходимо знать ИНН или ОГРН.

3 – открытая информация на сайте Федеральной налоговой службы.

На официальном сайте ФНС размещается общедоступная информация о государственной регистрации юридических лиц, сведения о ликвидации, реорганизации, изменении организационной формы юридического лица, информация о дисквалифицированных лицах, местонахождение юридического лица, а так же информация о лицах, относительно которых установлен режим невозможности участия в организации, что установлено судебным решением. Наиболее ценной информацией в рамках оценки добросовестности поставщика являются сведения о наличии задолженности по налоговым платежам, а так же не предоставляющие налоговую

отчетность, совершенных налоговых правонарушениях, применяемых налоговых режимах, льготах, а так же о величине декларируемых доходов и расходов за предшествующий финансовый год.

4 – реестры лицензий – данный источник получения сведений так же активно используется специалистами организации для оценки потенциального поставщика в рамках получения необходимой информации о наличии лицензий у контрагентов на интересующие виды деятельности. Такие реестры размещены на официальных сайтах лицензирующих органов.

5 – иные сервисы, функционирующие на коммерческой и некоммерческой основе.

Примером таких сервисов для оценки потенциальных поставщиков, выступает информационное агентство ТАСС, СПАРК, Контур. Данное агентство предоставляет следующие возможности: осуществлять проверку и мониторинг контрагентов; получать информацию о важных событиях контрагентов; отслеживать тендеры и закупки и т.д.

Анализ полученных сведений в целях обеспечения экономической безопасности должен осуществляться организацией по методу чек-листа, путем распределения информации о показателях потенциального поставщика по категориям: финансовая деятельность, правовой статус, соблюдение законодательства, опыт взаимодействия, репутация и т.д. В соответствии с полученным чек-листом, поставщику присваивается степень риска для планируемого к заключению договора (контракта).

В рамках оценки системы проверки контрагентов как элемента управления затратами стоит рассмотреть ситуации, при которых могут сложиться определенные риски и угрозы для экономической безопасности организации.

Так, оценка контрагенту только по одному критерию, пренебрежение остальными критериями оценки контрагента, существует риск заключения договора с недобросовестным поставщиком. Оценка исключительно по цене товара или услуги может привести к поставке товара ненадлежащего

качества, нарушению сроков поставки, или неисполнению обязательств договора. Но при этом, оценка исключительно функциональных характеристик товара, предлагаемого поставщиком, может привести к завышению стоимости, что негативно отразится на финансовых результатах.

Оценка исключительно квалификации контрагента позволит сделать вывод о его добросовестности и опыте исполнения договоров, но при этом такой результат не будет гарантом 100% выполнения условий заключаемого договора. Поставщик может нарушить сроки поставки или же поставить товар ненадлежащего качества, что приведет к сбоям в производстве и отразится на величине выручки.

В рамках данной работы предлагается разработка и издание приказа организации в виде стандарта по отбору поставщиков.

Первоначальным критерием отбора поставщиков выступает уровень цен. Организация сообщает посредством системы закупок о потребности в определенном виде продукции, после чего закупочная комиссия рассматривает предложения поставщиков, в первую очередь ценовую политику. Несоответствие цены (ее завышение) является основанием для отклонения предложения поставщика.

В качестве отдельного метода проверки потенциальных поставщиков выступает квалификационный отбор, который так же является и дополнительным элементом конкурентной закупочной процедуры и состоит в оценке поставщика требованиям и критериям, установленным организацией по конкретному виду закупаемой продукции (услуги).

На этапе квалификационного отбора исключаются те поставщики, которые не соответствуют предъявленным требованиям, и дальнейшее их участие в прохождении конкурса исключается.

Следующим элементом в системе отбора поставщиков является переторжка, которая выступает в качестве составляющей закупочной процедуры и состоит в повышении предпочтительности заявок участников закупки в рамках специально организованной для этого процедуры путем

снижения участниками закупки цены своих первоначально поданных заявок, уменьшения сроков поставки продукции или снижения размера аванса в случаях и в порядке. Другими словами, данный этап состоит в осуществлении торга между поставщиками.

Критерии оценки поставщиков представлены на рисунке 3.1.



Рисунок 3.1. - Критерии оценки

Рассмотрим критерии оценки поставщиков и критерии оценки заявок в документации о закупке, рассмотрения заявок участников (отборочная и оценочная стадии).

Рассмотрим рассчитываемые индикаторы по каждому критерию оценки.

Первый критерий – цена договора, цена единицы продукции (КЦ).

Оценка по первому критерию осуществляется по следующей формуле:

$$КЦ = Цмин / Цуч * 100, \quad (1)$$

где:

Цмин – минимальная цена поставщика, руб;

Цуч – цена участника закупки – поставщика, руб.

Второй критерий – срок поставки товара, выполнения работ, оказания услуг. В отношении данного критерия применяется бальная оценка.

Оценка по второму критерию осуществляется по следующей формуле:

$$КС = (Смакс – Суч) / (Смакс – Смин) * 100, \quad (2)$$

где:

Смакс – максимально допустимый срок поставки продукции, оказания услуг или выполнения работ (год, день, месяц). При бальной системе оценки максимальный срок равен 100 баллам;

Смин – минимальный срок поставки продукции, оказания услуг и выполнения работ. При бальной системе оценки минимальный срок приравнивается как 0 баллов;

Суч – предложение поставщика о сроках поставки продукции, оказания услуг или выполнения работ.

Третий критерий – условия оплаты товара, работ, услуг. Данный критерий применяется только при условии оплаты авансовой части.

Четвертый критерий – функциональные характеристики.

Данный критерий предполагает оценку потребительских свойств товара, качественные характеристики поставляемой продукции или качестве технического предложения.

Критерий функциональной характеристики является качественным индикатором и оценивается привлекаемой группой экспертов. Оцениваемыми свойствами могут выступать мощность двигателя, производительность оборудования, срок эксплуатации. В соответствии с этим, документация по закупке в обязательном порядке должна отражать требуемую информацию о функциональных характеристиках и свойствах,

шкалы оценки. По каждой характеристике экспертами присваивается оценка в баллах, после чего высчитывается средняя арифметическая оценка.

Пятый критерий – качество технического предложения. По данному критерию так же применяется бальная оценка экспертами аналогичная с оценкой функциональных характеристик.

Шестой критерий – квалификация участника закупки.

Данный критерий включает несколько подкритерий:

- подкритерий «опыт» - рассчитывается по следующей формуле:

$$ПКО = Оуч / Омакс* 100, \quad (3)$$

где:

Оуч – объем выполненных поставщиком договоров за последние 3 года, руб;

Омакс – максимальный объем выполненных поставщиков за последние 3 года, руб.

Если опыта в поставках у участника закупки в последние 3 года нет, то по данному подкритерию выставляется 0 баллов.

- подкритерий «деловая репутация» - рассчитывается по следующей формуле:

$$ПКДР = Руч / Рпредел* 100, \quad (4)$$

где:

Руч – сумма судебных решений, вынесенных не в пользу поставщика, который выступал в суде в качестве ответчика по факту установления неисполнения или ненадлежащего исполнения договорных обязательств;

Рпредел – при проведении оценки поставщика данная величина устанавливается в размере 5% от начальной максимальной цены договора.

Если у поставщика нет опыта судебных разбирательств, в которых он выступал ответчиком, и решение было принято не в его пользу, тогда оценка подкритерия устанавливается как 0 баллов. Если сумма таких судебных решений у рассматриваемого поставщика превышает предельное значение

(5% от максимальной цены договора), то оценка подкритерия равна 100 баллам.

- подкритерий «обеспеченность материально-техническими ресурсами» - рассчитывается по следующей формуле:

$$ПКМ = \sum ((М – Ммин) / (Мпредел – Ммин) * 100) / К, \quad (5)$$

где:

М – количество материально-технического ресурса определенного вида у оцениваемого поставщика, шт;

Ммин – минимально возможное количество данного вида ресурса для поставщика;

Мпредел – предельное количество данного вида ресурса для поставщика;

К – количество видов материально-технических ресурсов поставщика.

Если каждый вид материально-технического ресурса поставщика представлен в минимальном количестве, то по данному подкритерию выставляется оценка 0 баллов.

Если количество материально-технического ресурса каждого вида равен или превышает предельное значение, то выставляется оценка 100 баллов.

- подкритерий «обеспеченность кадровыми ресурсами» - рассчитывается по следующей формуле:

$$ПКК = \sum ((К – Кмин) / (Кпредел – Кмин) * 100) / Ч, \quad (6)$$

где:

К – количество специалистов определенной специальности оцениваемого поставщика, чел;

Кмин – минимально указанное количество сотрудников данной специальности для поставщика;

Кпредел – предельное значение численности сотрудников данной специальности;

Ч – количество специальностей в структуре численности сотрудников поставщика.

- подкритерий «наличие, степень внедрения действующей системы менеджмента качества» - является качественным индикатором и оценивается привлекаемой группой экспертов. В ходе оценки данного подкритерия анализируется действующая система управления, организационная структура поставщика, разработанная документация по внедрению и реализации менеджмента качества продукции или услуг.

Исходя из полученных значений индикаторов по каждому подкритерию, формируется оценка по критерию «квалификация участника» по следующей формуле:

$$КК = ПКО*Vо – ПКДР*Vр + ПКМ\ i*Vм + ПКК*Vк + ПКМК*\ Vсмк \quad (7)$$

где: V – значимость (вес) соответствующего подкритерия,

Совокупная значимость всех подкритериев одного критерия равна 100 процентам.

Итоговая оценка по каждому поставщику вычисляется как среднее арифметическое оценок в баллах с учетом оценок экспертной комиссии, после чего составляется рейтинг поставщиков и отбирается лучший кандидат.

3.2 Обоснование экономической эффективности предлагаемых мероприятий

С учетом развития цифровых технологий, проблемы проверки контрагентов выходят на новый уровень и требуют модернизации

существующих сервисов и решений по поиску информации о потенциальных поставщиках.

Наибольшую актуальность приобретают вопросы проведения оперативной экспертизы схем мониторинга контрагентов в целях финансового состояния организации. Именно применяемые информационно-аналитические системы в режиме цифровой экономики позволяют актуализировать информацию, проверять достоверность и точность финансовой отчетности, отслеживать незаконные операции, и делать вывод о добросовестности поставщика еще до момента заключения договора и исполнения его содержания.

Для применения механизма отбора поставщиков организации как системы управления затратами корпорации проведем сравнительный анализ информационных ресурсов с точки зрения эффективности осуществления контроля.

Целесообразно оценить следующие критерии:

- период функционирования;
- наполненность базы данных;
- наличие/отсутствие необходимых сведений;
- наличие цифровой информации о финансовом состоянии;
- применяемые методы анализа;
- дизайн системы, простота управления.

Далее оцениваются аналитические инструменты сервисов. Прежде всего, оценка надежности и финансового состояния организации.

Так, сервис СПАРК включает индексы для анализа поставщика, сервис Контур такой возможности не предоставляет. Сервис СПАРК так же приводит рейтинг и детальный анализ аффилированности. По мнению разработчиков, форма отражения информации в рассматриваемых системах адаптирована и практична для специалистов управленцев. Предоставление информации реализуется посредством перехода по разделам сайта.

Расчет глобального приоритета с учетом весов критериев представлен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Расчет глобального приоритета с учетом весов критериев

Критерий	К1	К2	К3	К4	К5	К6	
Значимость критерия	0,03	0,13	0,35	0,04	0,11	0,24	
Контур	0,07	0,79	0,14	0,20	0,41	0,05	0,29
СПАРК	0,22	0,07	0,58	0,40	0,48	0,66	0,46
ТАСС	0,71	0,15	0,28	0,40	0,11	0,29	0,24
Сумма							1

Экспертный анализ показывает, что сервис Контур с рассчитанным весовым значением 0,29 проигрывает сервису СПАРК. Результаты сравнительного анализа приведены на рисунке 3.2.

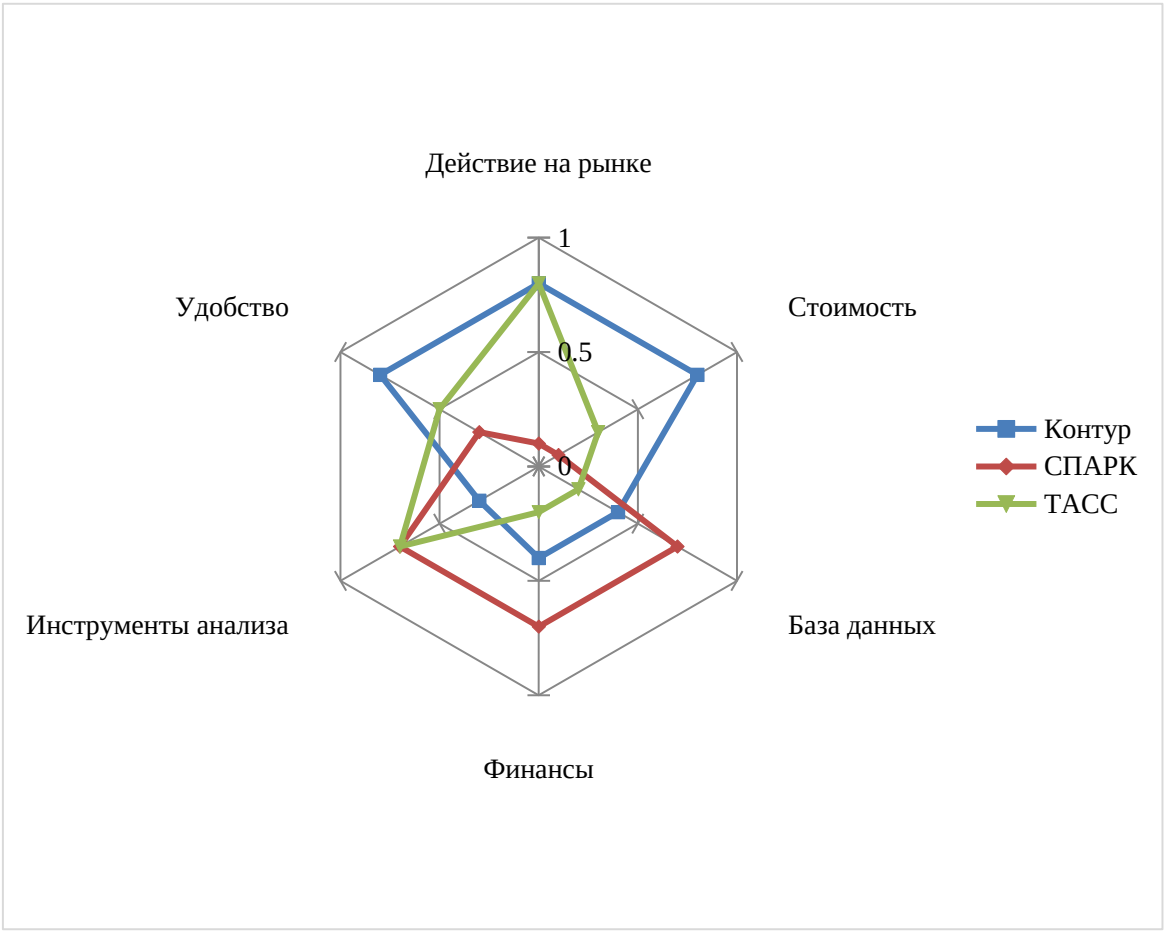


Рисунок 3.2 – Сравнение сервисов по отбору информации о контрагентов

Так, сравнительный анализ показал, что сервис Контур выделяется качеством визуализации и удобством поиска информации, при этом так же отличается низкой стоимостью. Данный сервис уступает сравниваемым сервисам по возможностям анализа, что затрудняет ее использование.

При этом данный сервис отличается следующими особенностями:

- применение дополнительных сервисов для автоматизации вспомогательных процессов;

- оптимальные сроки анализа консолидированной информации и принятия решения по его результатам;

- низкая вероятность ошибки посредством обеспечения интеграции между предоставляемыми сведениями.

К проблемам применения действующей системы оценки контрагентов организации относится недоступность или ограниченность информации об аффилированных лицах. Так же применяемые сервисы отличаются устаревшим дизайном и неудобством в поиске категорий различных сведений. Бесплатные сервисы не всегда способны предоставить полную и актуальную информацию о запрашиваемых контрагентов, а так же возникают ситуации, когда по неопределенным причинам контрагент не включен в тот или ной реестр. Данные ситуации возникают по причине отсутствия интеграции между сервисами и обновление данных об изменении организационно-правовой формы потенциальных поставщиков не всегда оперативно отражается в изменениях всех сервисов.

В целях оперативного получения необходимых данных используются также источники сети Интернет, содержащие официальную статистическую и иную информацию. Тем не менее, организации более рационально применять такие сервисы, которые способны интегрировать информацию сразу нескольких баз данных.

На основании предложенных мероприятий спрогнозируем изменение показателей управления дебиторской и кредиторской задолженностью (см. таблицу 3.2).

Таблица 3.2 – Прогноз изменения финансовых результатов ООО «Максима Групп»

Показатель	За 2020 год	Прогноз	Темп роста, %
Финансовый результат			
Выручка	12 777 274	13 160 592	103
Себестоимость	11 624 861	11 857 358	102
Валовая прибыль	1 152 413	1 303 234	113
Прибыль (убыток) от продаж	523 707	586 455	112
Прибыль (убыток) до налогообложения	677 487	755 876	112
Чистая прибыль (убыток)	**539 138**	**612 520**	114

Графическое представление прогноза роста чистой прибыли приведено на рисунке 3.3.

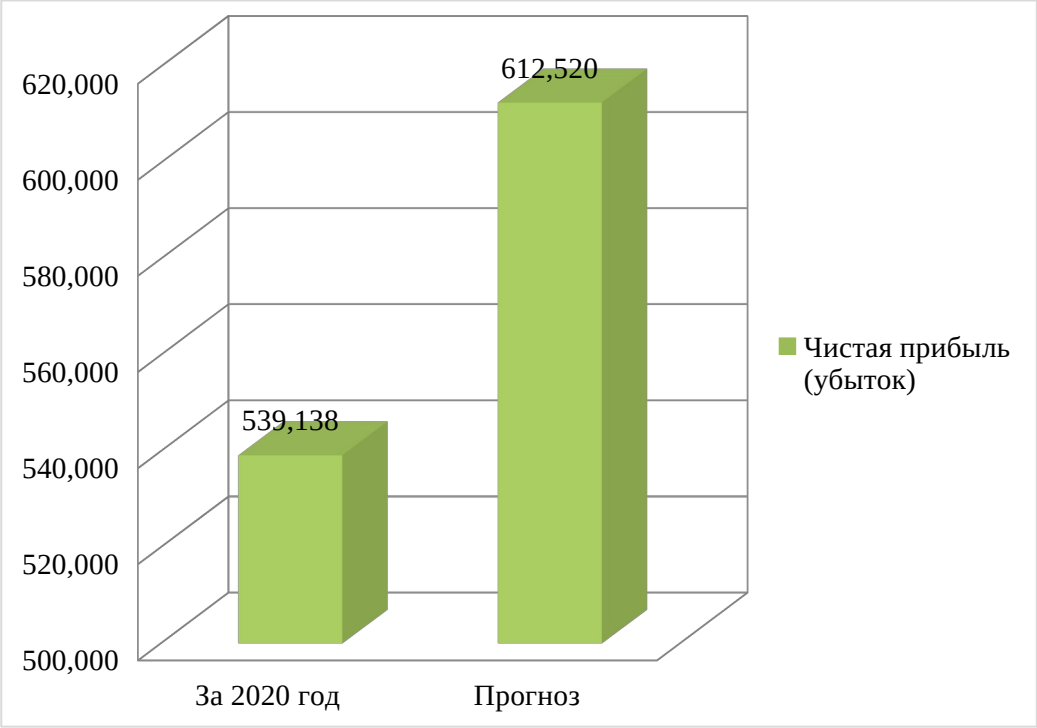


Рисунок 3.3 – Прогноз роста чистой прибыли

Как показывают данные таблицы 3.2 и рисунка 3.3, в результате внедрения механизма отбора поставщиков в работе прогнозируется рост чистой прибыли в размере 14%.

Таким образом, в работе предлагается разработка механизма отбора добросовестных поставщиков. Целью применения системы проверки контрагентов организации является минимизация рисков при выборе контрагента и снижение влияния негативного воздействия от сотрудничества на финансовые результаты предприятия.

Для применения механизма отбора поставщиков организации как системы управления затратами корпорации был проведен сравнительный анализ информационных ресурсов с точки зрения эффективности осуществления контроля.

Внедрение механизма отбора поставщиков будет способствовать ускорению сроков оборачиваемости, снижению величины себестоимости на 5%, эффективности использования ресурсов, экономии затрат, а так же установлению добросовестных отношений с контрагентами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Под финансовым результатом понимается итог хозяйственной деятельности самого предприятия, так и его подразделений. Он выражается в виде финансовых показателей, которые являются важнейшим аспектом управления финансовыми рисками. Данный процесс является измерителем результатов операций и политики фирмы в финансовом выражении.

Основной целью управления прибылью является наиболее эффективное формирование и оптимальное распределение, которое направлено на обеспечение роста рыночной стоимости предприятия и его развитие. Процесс управления прибылью необходимо осуществлять в определённой последовательности для обеспечения реализации основной цели и поставленных задач.

Существует множество методик анализа финансовых результатов деятельности предприятии. Отличительной особенностью каждой из методик является последовательность этапов проведения анализа финансовых результатов, а также содержание каждого из этапов, входящих в методику.

Для более достоверной оценки финансовых результатов необходимо применять сразу несколько методик, чтобы исключить субъективность результатов анализа финансовых результатов при использовании определенной методики. В этом случае предприятие должно подобрать те методики, которые ему больше подходят с учетом специфики деятельности, что в целом позволит отразить максимально подробную информацию о состоянии финансовых результатов предприятия и послужит основой для принятия управленческих решений, направленных на формирование стратегии устойчивого развития предприятия под влиянием факторов внешней и внутренней среды.

Объектом исследования в работе выступает компания ООО «Максима Групп». Коммерческим обозначением общества является торговая компания «ФАМИЛИЯ».

На основе проведенного горизонтального анализа отчета о финансовых результатах за 2020 год можно сделать следующие выводы: за исследуемый период наблюдается снижение совокупных доходов 250 819 тыс.руб. за счет уменьшения доходов от неосновной деятельности. Выручка по основной деятельности выросла на 60 216 тыс.руб., что повлияло на структуру доходов, в которой вырос удельный вес доходов от основной деятельности на 2,1%. Данный факт положительно характеризует эффективность управления ресурсами предприятия.

По результатам деятельности предприятия за 2020 год чистая прибыль составила 539 138 тыс.руб., что ниже показателя 2019 года на 502 891 тыс.руб. Наибольшее влияние на формирование финансового результата предприятия оказали результаты по основной деятельности. Их влияние в 2020 году выросло.

Расчет коэффициентов рентабельности показал, что основные показатели рентабельности деятельности предприятия положительны. Однако рентабельность активов предприятия ниже среднеотраслевой. Следует отметить, что рентабельность собственного капитала выше рентабельности активов и находится на уровне рентабельности собственного капитала конкурента. Чистая рентабельность продаж также выше, чем у конкурента, что характеризует предприятие как более эффективное и рентабельное по основной деятельности.

Как показал анализ финансовых результатов, рост себестоимости по итогам 2020 года составил более 7%, что свидетельствует об увеличении затрат по основному виду деятельности: затрат на основные материалы и сырье.

Исходя из этого, в работе предлагается разработка механизма отбора добросовестных поставщиков. Целью применения системы проверки контрагентов организации является минимизация рисков при выборе контрагента и снижение влияния негативного воздействия от сотрудничества на финансовые результаты предприятия.

Для применения механизма отбора поставщиков организации как системы управления затратами корпорации был проведен сравнительный анализ информационных ресурсов с точки зрения эффективности осуществления контроля.

Внедрение механизма отбора поставщиков будет способствовать ускорению сроков оборачиваемости, снижению величины себестоимости на 5%, эффективности использования ресурсов, экономии затрат, а так же установлению добросовестных отношений с контрагентами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абдукаримов И. Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур : учеб. пособие для вузов / И. Т. Абдукаримов. М.: ИНФРА, 2018. – 301 с.

2. Аверин А.В., Андреев Н.В., Поздняков К.К. Анализ финансовых результатов деятельности участников киберспортивной индустрии // Вестник Алтайской академии экономики и права. - 2021. - № 9-1. - С. 4-10.

3. Баймухаметова Т.Э. Об анализе финансовых результатов // Приоритетные направления развития экономики и менеджмента: теоретические и практические аспекты. - 2021. - №2. - С. 139-143.

4. Байрамов Н., Аскарова А.А. Финансовые результаты деятельности предприятия // Приоритетные направления развития экономики и менеджмента: теоретические и практические аспекты. - 2021. - №7. - С. 148-152.

5. Васильева Л.С. Финансовый анализ: учебник / М.В. Петровская. – М.: КНОРУС, 2018. – 544 с.

6. Вахрушина М.А. Бухгалтерское дело: Учебник / М.А. Вахрушина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 376 с.

7. Григоренко О.В. Экономика предприятия и управление организацией: Учебное пособие / О.В. Григоренко, А.Н. Мыльникова, И.О. Садовничая. - М.: Русайнс, 2017. - 48 с.

8. Довтаев С.А.Ш., Донская Н.П. Оценка результатов финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации на основе отчета о финансовых результатах // Вестник Академии знаний. - 2021. - № 1 (42). - С. 123-127.

9. Евстратова М.С., Губернаторова Н.Н. Влияние налогообложения на финансовые результаты деятельности предприятия // Символ науки: международный научный журнал. - 2021. - № 9-1. - С. 15-18.

10. Ежков И.А., Степанова М.Н. Управление доходами и прибылью на предприятии // Современное бизнес-пространство: актуальные проблемы и перспективы. - 2018. - № 1 (4). – 175 с.

11. Житлухина О.Г. Пути совершенствования информационной базы анализа эффективности хозяйственной деятельности предприятия / О.Г. Житлухина, О.Л. Михалева // Экономический анализ: теория и практика. №14. – 2017.– С. 41-49.

12. Зубкова Т.А. Механизм управления прибылью в коммерческой организации / Т.А. Зубкова // Наука. Образование. Технологии. Материалы международной научно-практической конференции 8 февраля 2011г. Курск, издательство «Бабкина Г.П.», 2018. – 334 с.

13. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник / В.Б. Ивашкевич. – М.: Магистр, 2019. – 448 с.

14. Канке А.А, Кошевая И.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: 2017. - 288 с.

15. Климова Н.В. Бухгалтерский финансовый и управленческий учет в анализе формирования и использования экономической прибыли / Н.В. Климова // Экономический анализ: теория и практика.- №1. – 2018.– С.2-8.

16. Копылова Е.К., Еремеева К.Е. Основные теоретические аспекты понятия "финансовый результат" // Global and Regional Research. - 2021. - № 1. - С. 33-41.

17. Коревина Л.А. Прибыль как основной показатель деятельности организаций потребительской кооперации / Л.А. Коревина // Наука. Образование. Технологии: Материалы международной научно-практической конференции – Курск, 2018. – 309 с.

18. Коршунова Е.Д. Экономика, организация и управление промышленным предприятием: Учебник / Е.Д. Коршунова, О.В. Попова, И.Н. Дорожкин. - М.: Курс, 2018. - 272 с.

19. Куанова А.А. Методика проведения анализа и оценки финансового результата деятельности организации по данным отчета о финансовых результатах // Современные тенденции развития гуманитарных, правовых и экономических исследований Республики Калмыкия: теория и практика. - 2021. - №8. - С. 65-67.

20. Кычанов Б.И. Оптимизация финансовых результатов с учетом соотношения переменных и условно-постоянных расходов / Б.И. Кычанов // Финансовый менеджмент. - №3.– 2018. – С.30-38.

21. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов / Д.В. Лысенко. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 320 с.

22. Любушин Н.П. Экономический анализ: Учебник для студентов вузов / Н.П. Любушин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 575 с.

23. Мазурин Э.Б. Экономика, организация и управление предприятием: учебник / Э.Б. Мазурин. - М.: Academia, 2019. - 253 с.

24. Маркарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. - М.: КноРус, 2017. - 536 с.

25. Матвеева В.А., Коцюбинская С.А. Методические аспекты учета финансовых результатов организации // Дневник науки. - 2021. - № 8 (56). – С. 96.

26. Павлов А.И., Зайнуллина С.Ф. Актуальные методы анализа финансового результата в структуре финансовой отчетности // Актуальные научные исследования в современном мире. - 2021. - № 3-2 (71). - С. 176-178.

27. Покидова В.В. Особенности составления и предоставления отчёта о финансовых результатах // Академическая публицистика. - 2021. - № 4. - С. 318-321.

28. Польская Г.А. Актуальные аспекты управления финансовыми результатами кооперативных организаций / Г.А. Польская // Актуальные

вопросы современной науки. - Курский институт кооперации (филиал) БУКЭП - Курск, 2017. - 284 с.

29. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 607 с.

30. Сергеев И. В. Экономика организации (предприятия): учебник/ И. В. Сер геев, И. И. Веретенникова. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 671 с.

31. Тимкин Т.Р. Оценка качества финансового менеджмента: актуальные аспекты обеспечения значимости результатов // Финансы. - 2021. - № 7. - С. 51-58.

32. Хайруллин А.Г. Управление финансовыми результатами деятельности организации / А.Г. Хайруллин // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. - №10. – С.40-51.

33. Хакимов Р.Р. Показатели, формирующие систему анализа финансовых результатов // Приоритетные направления развития экономики и менеджмента: теоретические и практические аспекты. - 2021. - №8. - С. 81-85.

34. Чаплыгина М.А. Направления развития системы управления прибылью организаций потребительской кооперации / М.А. Чаплыгина // Инновационные технологии в кооперативном образовании как фактор развития экономики. - Белгород - 2017. - С. 243-249.

35. Чаплыгина М.А. Стратегические аспекты планирования прибыли предприятия, как основного источника финансовых ресурсов / М.А. Чаплыгина // Актуальные вопросы современной науки. - Курск, 2017. - С. 93-97.

36. Шатунова В.В., Дубровская Е.С. Анализ финансовых результатов деятельности организации исходя из отчета о финансовых результатах // Актуальные теоретические и прикладные вопросы управления социально-экономическими системами. - 2020. - №5. - С. 238-240.

37. Шепеленко Г.И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии. - Р - н - Д: МАРТ, 2017. – 65с.

38. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: Учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 208 с.

39. Ювковецкая А.И. Проблемы оценки финансовых результатов // Синергия Наук. - 2021. - № 56. - С. 50-57.