Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

Направление ***38.03.01*** **Направленность** _____

(код) *(наименование)*

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему **ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЭДВАНТА»**

Обучающийся _____ _____

(Ф.И.О. полностью) *подпись*

Руководитель _____ _____

(Ф.И.О. полностью) *подпись*

МОСКВА 2023 г.

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу

обучающийся Борисова Мария Евгеньевна

1. Тема: Пути улучшения финансовых результатов деятельности ООО «ЭДВАНТА»

2. Срок сдачи обучающимся законченной работы «15» августа 2023г.

3. Исходные данные к ВКР: научная и учебная литература, интернет ресурсы.

4. Содержание ВКР (перечень подлежащих разработке вопросов):

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1. Сущность понятий «прибыль», «финансовый результат деятельности организации»

1.2. Сущность, цель и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

1.3. Методология анализа финансовых результатов деятельности организации

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЭДВАНТА»

2.1. Экономическая характеристика предприятия ООО «ЭДВАНТА» и основные показатели его хозяйственной деятельности

2.2. Анализ финансовых результатов деятельности организации ООО «ЭДВАНТА»

2.3. Анализ структуры баланса и оценка финансовой устойчивости и платежеспособности

Глава 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПУТЕЙ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЭДВАНТА»

3.1. Стратегия улучшения финансового состояния предприятия

3.2. Мероприятия по повышению эффективности хозяйственной деятельности

3.3. Экономическое обоснование предложенных мероприятий

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

5. Перечень графического материала 15 таблиц, 13 рисунков.

6. Приложения ___.

Дата выдачи задания __.__.202__ Задание принял (дата) __.__.202__

Подпись руководителя _____ Подпись обучающегося_____

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ.....8
1.1. Сущность понятий «прибыль», «финансовый результат деятельности организации».....8
1.2. Сущность, цель и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....16
1.3. Методология анализа финансовых результатов деятельности организации 18
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЭДВАНТА».....26
2.1. Экономическая характеристика предприятия ООО «ЭДВАНТА» и основные показатели его хозяйственной деятельности.....26
2.2. Анализ финансовых результатов деятельности организации ООО «ЭДВАНТА».....30
2.3. Анализ структуры баланса и оценка финансовой устойчивости и платежеспособности.....35
Глава 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПУТЕЙ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЭДВАНТА».....43
3.1. Стратегия улучшения финансового состояния предприятия.....43
3.2. Мероприятия по повышению эффективности хозяйственной деятельности.....50
3.3. Экономическое обоснование предложенных мероприятий.....56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....63
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....66

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 «ЭДВАНТА».

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

- изучить сущность понятий «прибыль», «финансовый результат деятельности организации»;

- рассмотреть сущность, цель и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

- определить методологию анализа финансовых результатов деятельности организации;

- дать экономическую характеристику предприятия ООО «ЭДВАНТА» и основные показатели его хозяйственной деятельности;

- проанализировать финансовые результаты деятельности организации ООО «ЭДВАНТА»;

- проанализировать структуру баланса и оценить финансовую устойчивость и платежеспособность;

- разработать стратегию улучшения финансового состояния предприятия;

- представить мероприятия по повышению эффективности хозяйственной деятельности ;

- привести экономическое обоснование предложенных мероприятий.

Объектом исследования в работе выступает ООО «ЭДВАНТА».

Предметом исследования в работе выступают финансовые результаты предприятия.

В данной работе были использованы следующие работы в области исследования источников формирования и распределения финансовых результатов: 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 «ЭДВАНТА».

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 сущности и методологии анализа финансовых результатов ООО «ЭДВАНТА».

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

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

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1. Сущность понятий «прибыль», «финансовый результат 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 [17].

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 [32].

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 [8].

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 [11].

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 [22].

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 [15]

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 [20].



Рисунок 1.2. - Механизм управления прибылью [30]

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 [19].

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 [24].

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 [27].

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. Сущность, цель и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

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 [18].

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 [21].

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 [30].

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

1.3. Методология анализа финансовых результатов деятельности организации

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.

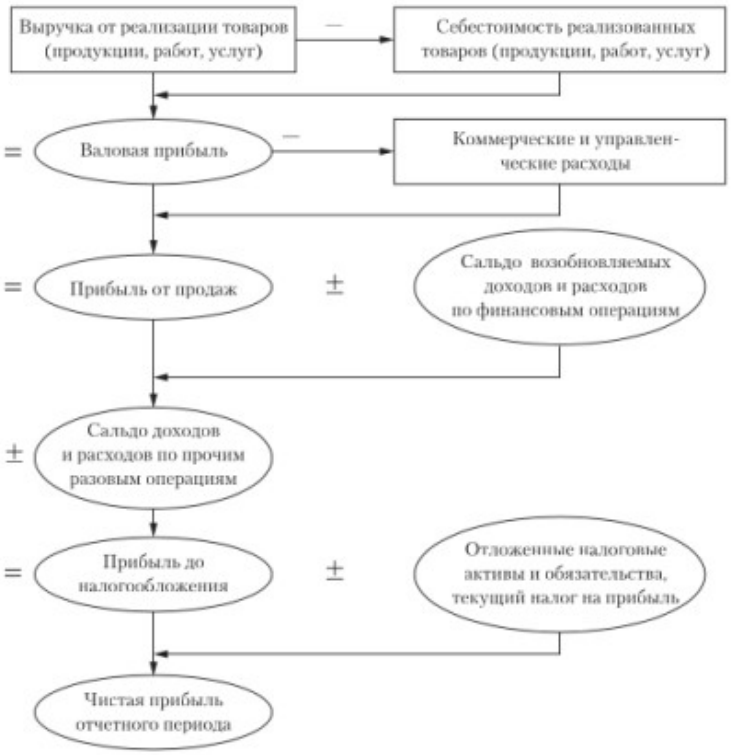

Рисунок 1.3. - Схема формирования конечного финансового результата деятельности предприятия [19]

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 [21].

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 [16].

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 [10].

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) [9].

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 [22].

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 [13].

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.

$$Ra = П0 / В0 .$$

1). Исходя из этого, влияние цены на изменение показателя прибыли рассчитывается следующим образом: ΔПц = ΔВц$*Ra$ 100 , (6)

Где ΔПц – изменение прибыли под воздействием ценового фактора.

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

ΔПр = ((В1−В0)−ΔВц)$*Ra$ 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:

ΔПс = В1$*$(С1 В1 $*$100)−(С0 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.

Таким образом, 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.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЭДВАНТА»

2.1. Экономическая характеристика предприятия ООО «ЭДВАНТА» и основные показатели его хозяйственной деятельности

ООО «ЭДВАНТА» - это команда профессионалов, которая помогает предприятиям пищевой промышленности наращивать своё преимущество на российском рынке и рынках стран ближнего зарубежья. Юридический адрес: 125367, город Москва, ул. Габричевского, д. 5 к. 1, помещ. I.

В непрерывном режиме ООО «ЭДВАНТА» ведется работа по:

- разработке новых рецептур пищевых продуктов;

- улучшению и поиску индивидуальных решений для рецептур клиентов;

- внедрению последних инноваций и технологий современного рынка для обеспечения высокого уровня обслуживания.

Организационная структура ООО «ЭДВАНТА» линейно - функциональная.

Линейно-функциональная структура реализует принцип единоначалия, линейного построения структурных подразделений и распределения функций управления между ними и рационального сочетания централизации и децентрализации. При такой структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 - Организационная структура ООО «ЭДВАНТА»

Функциональные обязанности генерального директора ООО «ЭДВАНТА»:

- обеспечение соблюдения законности в деятельности Общества;

- осуществление руководства финансовой и хозяйственной деятельностью Общества в соответствии с Уставом Общества;

- организация работы Общества с целью достижения эффективного взаимодействия всех структурных подразделений Общества.

Во главе планово-экономического отдела стоит начальник отдела. Экономический отдел осуществляет работу по экономическому планированию, направленному на организацию рациональной хозяйственной деятельности предприятия в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых товаров, по выявлению и использованию резервов с целью достижения наибольшей эффективности работы предприятия.

Функции ПЭО:

- осуществляет подготовку проектов текущих планов предприятия по всем видам деятельности и заключенным договорам, а также обоснований и расчетов по ним;

- разрабатывает стратегию предприятия с целью адаптации его хозяйственной деятельности и системы управления к изменяющимся в условиях рынка внешним и внутренним экономическим условиям;

- составляет среднесрочные и долгосрочные комплексные планы деятельности предприятия.

Отдел по работе с клиентами состоит из менеджеров по работе с клиентами.

Основные функциональные обязанности менеджера о работе с клиентами:

- выявляет потенциальных клиентов, осуществляет анализ потребностей клиентов, их уровень и направленность;

- проводит переговоры с клиентами, знакомит покупателей с продукцией и её потребительскими свойствами, ценами, скидками, условиями продажи, порядке проведения расчётов, выдачи и погрузки товара;

- поддерживает постоянный контакт с существующими клиентами, организует работу с ними.

Отдел консалтинга профессиональный и многолетний опыт сотрудников в создании программных комплексов в таких областях как муниципальные финансы и собственность, таможенное оформление, торговля и бухучет, автоматизация технологических процессов позволяет предложить разработку программ в любой прикладной области для клиентов.

Сервисный отдел занимается почти всем, что связанно с компьютерной и офисной техникой, её поставкой и обслуживанием офисов, установкой программного обеспечения и подключением к сети Интернет, прокладкой сетей и установкой серверов.

Предприятия перерабатывающей промышленности замыкают технологический цикл сельскохозяйственного производства. Поэтому самая актуальная проблема для них - гарантированная заготовка высококачественного сырья, позволяющего выпускать конкурентоспособную продукцию, пользующуюся потребительским спросом для ее реализации.

Состояние потребительского рынка мяса и мясопродуктов в последние годы

является следствием положения на сырьевом рынке, для которого характерны рост затрат и снижение эффективности функционирования отраслей животноводства, что приводит к увеличению себестоимости продукции.

В связи со значительной конкуренцией на рынках сбыта производство готовой продукции должно концентрироваться на предприятиях, способных вкладывать значительные средства в модернизацию производства, мобильно реагирующих на изменение конъюнктуры рынка, постоянно расширяющих свой ассортимент.

Дальнейшее развитие мясной отрасли связано не только с ростом производства продукции, но и с увеличением эффективности работы предприятий, выпуском конкурентоспособной продукции, реализуемой на внутренних и внешних рынках.

Таблица 2.1

Результаты SWOT- анализа ООО «Эдванта»

Сильные стороны	Слабые стороны
Товар	
1.Высокая известность продукции в Московской области и РФ в целом. 2.Выпуск эксклюзивных товаров на российский рынок мясопродуктов. 3.Достаточное разнообразие ассортимента, позволяющее удовлетворить потребности различных групп потребителей. 4.Высокое качество продукции	1.Технические ограничения на производство некоторых видов изделий. 2.Недостаточно современные упаковка и маркировка товаров. 3.Недостаток продукции, упакованной для штучной торговли. 4.Неэффективное планирование заготовок отдельных видов сырья
Цена	
1.Высокая прибыльность продаж. 2.Большая работа по разработке новых видов продукции различных ценовых категорий. 3.Наличие возможностей снижения накладных расходов и издержек производства	1. Система скидок недостаточно привлекательна и применяется неэффективно. 2.При ценообразовании мало учитываются рыночные факторы и жизненный цикл товара. 3.Высокий уровень цен
Сбыт	
1.Прямые договоры с магазинами, мелкими оптовиками. 2.Эффективная организация продаж. 3.Прямая доставка продукции собственным транспортом. 4.Наличие собственных торговых точек. 5.Благоприятное местоположение предприятия в центре целевого рынка сбыта	1.Низкий уровень развития деловой и маркетинговой культуры розничной торговли. 2.Недостаток собственного специализированного транспорта. 3.Несогласованность служб при оформлении документов и отгрузке продукции. 4.Слаборазвитые транспортно - логистические схемы
Продвижение	
1.Непонимание рядом конкурентов роли рекламы 2.Возможность использования опыта консультантов. 3.Относительное увеличение бюджета рекламных ме-	1. Слабая обратная связь с потребителями. 2. Отсутствие опыта оценки эффективности рекламы.

роприятий. 4.Опыт проведения promo-акций	3. Недостаточный рекламный бюджет. 4. Отсутствие спланированных PR - мероприятий

Предложенные стратегии маркетинга и рекомендации по их реализации являются взаимодополняющими. Они позволяют существенно нивелировать недостатки маркетинговой деятельности, повысить ее эффективность, более рационально использовать рыночные возможности с целью динамичного развития предприятия в долгосрочной перспективе.

2.2. Анализ финансовых результатов деятельности организации ООО «ЭДВАНТА»

В приведенной ниже таблице обобщены основные финансовые результаты деятельности ООО «ЭДВАНТА» за последний год и аналогичный период прошлого года.

По данным "Отчета о финансовых результатах" за весь анализируемый период организация получила убыток от продаж в размере 94 596 тыс. руб., что равняется 1,1% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года убыток от продаж снизился на 20 602 тыс. руб., или на 17,9%.

По сравнению с прошлым периодом в текущем уменьшилась как выручка от продаж, так и расходы по обычным видам деятельности (на 373 847 и 394 449 тыс. руб. соответственно).

Изучая расходы по обычным видам деятельности, следует отметить, что организация как и в прошлом году не использовала возможность учитывать общехозяйственные расходы в качестве условно-постоянных, включая их ежемесячно в себестоимость производимой продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг). Это и обусловило отсутствие показателя "Управленческие расходы" за отчетный период в форме 0710002.

Прибыль от прочих операций в течение анализируемого периода составила 162 247 тыс. руб. что на 980 тыс. руб. (0,6%) меньше, чем прибыль за аналогичный период прошлого года.

Таблица 2.2

Обзор результатов деятельности организации

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.		Изменение показателя		Среднегодовая величина, тыс. руб.
	2021 г.	2022 г.	тыс. руб. (гр.3 - гр.2)	± % ((3-2) : 2)	
1	2	3	4	5	6
1. Выручка	8 865 643	8 491 796	-373 847	-4,2	8 678 720
2. Расходы по обычным видам деятельности	8 980 841	8 586 392	-394 449	-4,4	8 783 617
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	-115 198	-94 596	+20 602	↑	-104 897
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	163 227	166 452	+3 225	+2	164 840
5. EBIT (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	48 029	71 856	+23 827	+49,6	59 943
6. Проценты к уплате	–	4 205	+4 205	–	2 103
7. Налог на прибыль, изменение налоговых активов и прочее	-11 944	-15 266	-3 322	↓	-13 605
8. Чистая прибыль (убыток) (5-6+7)	36 085	52 385	+16 300	+45,2	44 235
Справочно: Совокупный финансовый результат периода	36 085	52 385	+16 300	+45,2	44 235

Ниже на графике наглядно представлено изменение выручки и прибыли ООО «ЭДВАНТА» в течение всего анализируемого периода.

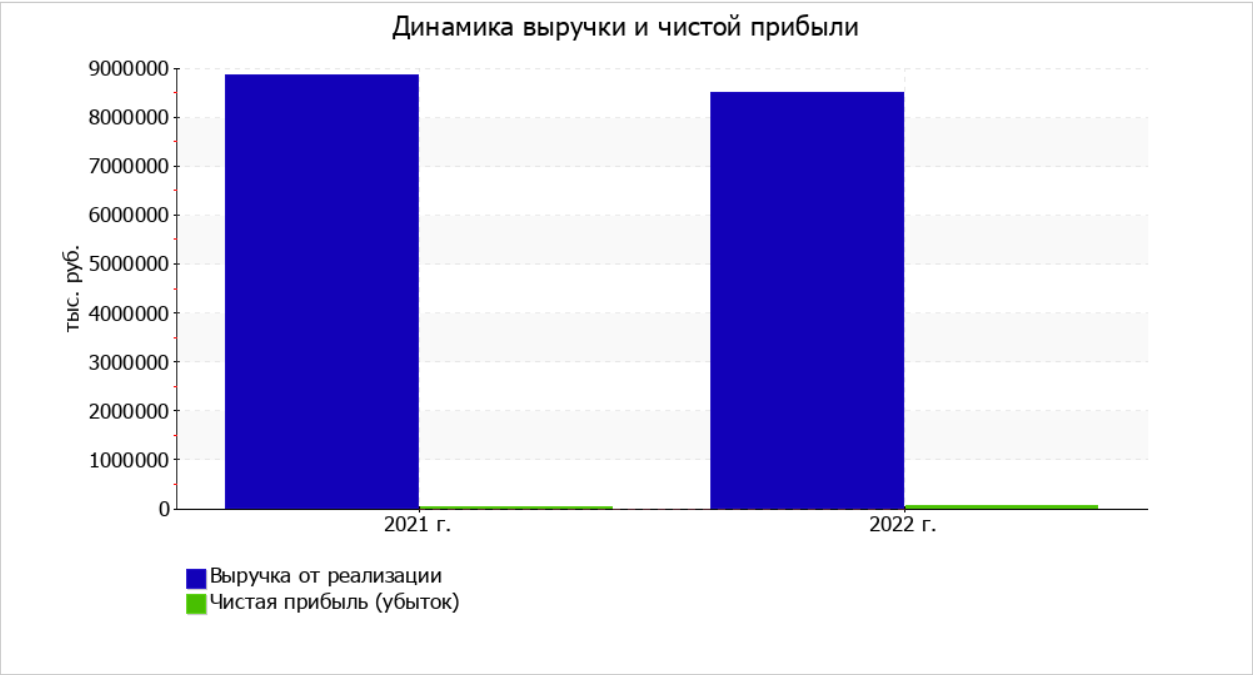

Рисунок 2.2 – Динамика выручки и чистой прибыли

В таблице 2.3 проведен анализ рентабельности.

Таблица 2.3

Анализ рентабельности

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)		Изменение показателя	
	2021 г.	2022 г.	коп., (гр.3 - гр.2)	± % ((3-2) : 2)
1	2	3	4	5
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: 4% и более.	-1,3	-1,1	+0,2	↑
2. Рентабельность продаж по EBIT (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	0,5	0,8	+0,3	+56,2
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: 2% и более.	0,4	0,6	+0,2	+51,6
Справочно: Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг)	-1,3	-1,1	+0,2	↑
Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: не менее 1,5.	–	17,1	+17,1	–

Убыток от продаж в анализируемом периоде составляет -1,3% от полученной выручки. Тем не менее, имеет место положительная динамика рентабельности обычных видов деятельности по сравнению с данным показателем за аналогичный период года, предшествующего отчётному, (+56,2%).

Показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (EBIT) к выручке организации, за последний год составил 51,6%. Это значит, что в каждом рубле выручки организации содержалось 0,2 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

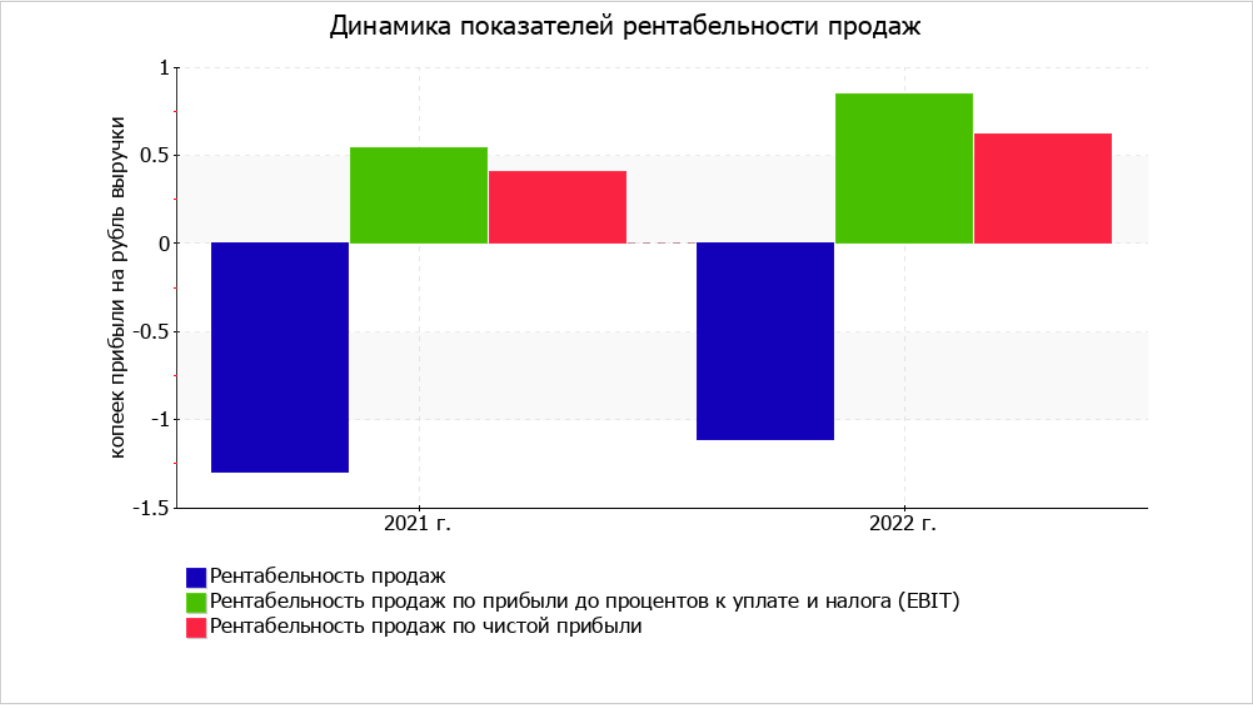

Рисунок 2.3 – Динамика показателей рентабельности продаж

По результатам проведенного анализа выделены и сгруппированы по качественному признаку основные показатели финансового положения и результатов деятельности ООО «ЭДВАНТА» в течение анализируемого периода.

В ходе анализа были получены следующие показатели, исключительно хорошо характеризующие финансовое положение и результаты деятельности организации:

- чистые активы превышают уставный капитал, к тому же они увеличились за анализируемый период;

- опережающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов организации;
- прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за 2022 год составила 52 385 тыс. руб. (+16 300 тыс. руб. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года);
- рост прибыли до процентов к уплате и налогообложения (EBIT) на рубль выручки ООО «ЭДВАНТА» (+0,2 коп. с рубля выручки за аналогичный период года, предшествующего отчётному).

Показатели финансового положения и результатов деятельности ООО «ЭДВАНТА», имеющие нормальные или близкие к нормальным значения:

- снижение убыточности продаж;
- не в полной мере соблюдается нормальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения.

Анализ выявил следующие показатели, неудовлетворительно характеризующие финансовое положение и результаты деятельности организации:

- коэффициент автономии имеет неудовлетворительное значение;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами имеет значение, не соответствующее нормативному;
- ниже нормального значение коэффициент текущей (общей) ликвидности;
- низкая рентабельность активов;
- за период с 01.01.2022 по 31.12.2022 получен убыток от продаж (-94 596 тыс. руб.), хотя и наблюдалась положительная динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (+20 602 тыс. руб.).

2.3. Анализ структуры баланса и оценка финансовой устойчивости и платежеспособности

При качественной оценке финансовых показателей учитывалась принадлеж-

ность ООО «ЭДВАНТА» к отрасли "Торговля оптовая, кроме оптовой торговли автотранспортными средствами и мотоциклами" (класс по ОКВЭД 2 – 46).

Таблица 2.4

Структура имущества и источники его формирования

Показатель	Значение показателя				Изменение за анализируемый период	
	в тыс. руб.		в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.3-гр.2)	± % ((гр.3-гр.2) : гр.2)
	31.12.2021	31.12.2022	на начало анализируемого периода (31.12.2021)	на конец анализируемого периода (31.12.2022)		
1	2	3	4	5	6	7
Актив						
1. Внеоборотные активы	145 855	117 573	4	3,2	-28 282	-19,4
в том числе: основные средства	58 857	39 672	1,6	1,1	-19 185	-32,6
нематериальные активы	756	834	<0,1	<0,1	+78	+10,3
2. Оборотные, всего	3 469 512	3 599 992	96	96,8	+130 480	+3,8
в том числе: запасы	2 069 951	2 033 714	57,3	54,7	-36 237	-1,8
дебиторская задолженность	1 243 071	1 450 696	34,4	39	+207 625	+16,7
денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	89 597	31 105	2,5	0,8	-58 492	-65,3
Пассив						
1. Собственный капитал	117 305	129 690	3,2	3,5	+12 385	+10,6
2. Долгосрочные обязательства, всего	50 700	40 022	1,4	1,1	-10 678	-21,1
в том числе: заемные средства	–	–	–	–	–	–
3. Краткосрочные обязательства–, всего	3 447 362	3 547 853	95,4	95,4	+100 491	+2,9
в том числе: заемные средства	–	–	–	–	–	–
Валюта баланса	3 615 367	3 717 565	100	100	+102 198	+2,8

– Без доходов будущих периодов, возникших в связи с безвозмездным получением имущества и государственной помощи, включенных в собственный капитал.

Структура активов организации на 31 декабря 2022 г. характеризуется большой долей (96,8%) текущих активов и незначительным процентом внеоборотных средств. Активы организации за год несколько увеличились (на 2,8%). Учитывая увеличение активов, необходимо отметить, что собственный капитал увеличился еще в большей степени – на 10,6%. Опережающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов следует рассматривать как положительный фактор.

На диаграмме (рис.2.4) ниже наглядно представлено соотношение основных групп активов организации:

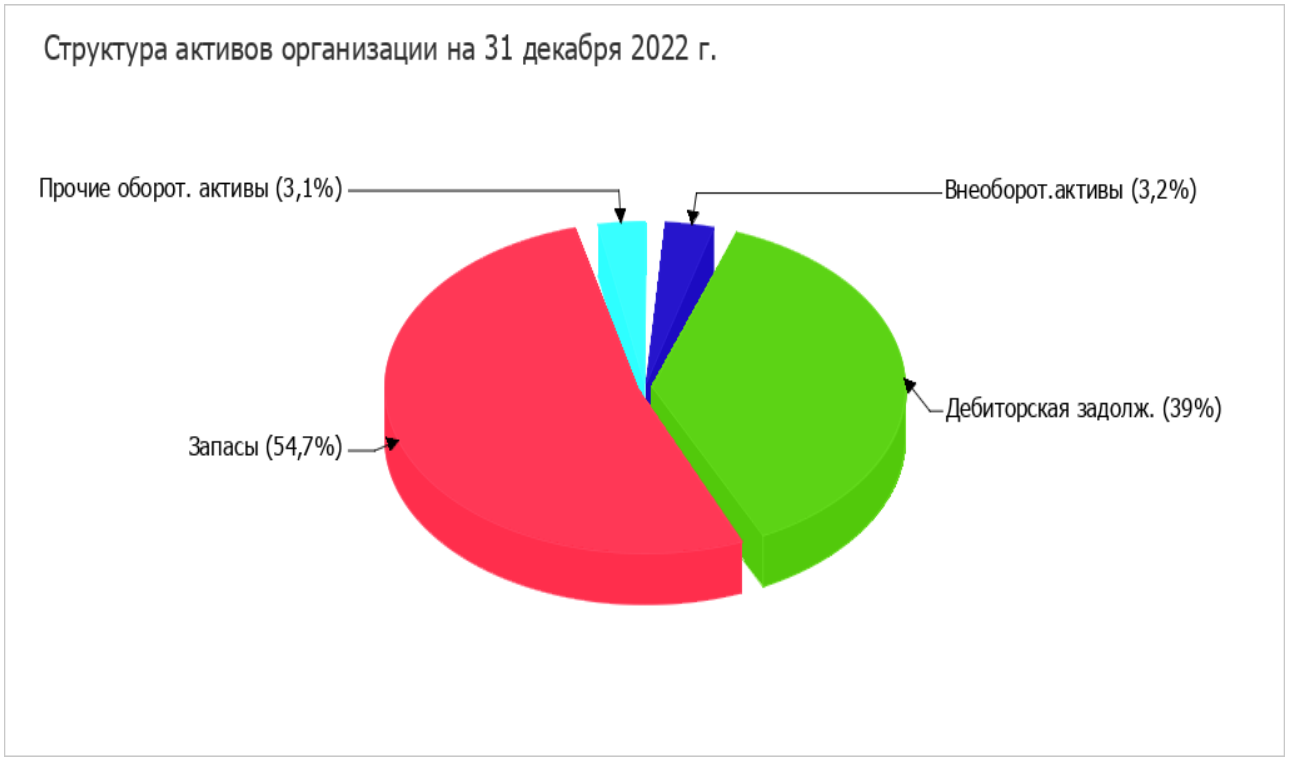

Рисунок 2.4 – Соотношение основных групп активов организации

Рост величины активов организации связан, главным образом, с ростом следующих позиций актива бухгалтерского баланса (в скобках указана доля изменения статьи в общей сумме всех положительно изменившихся статей):

- дебиторская задолженность – 207 625 тыс. руб. (92,2%)

- налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям – 13 938 тыс. руб. (6,2%)

Одновременно, в пассиве баланса наибольший прирост наблюдается по строкам:

- кредиторская задолженность – 102 433 тыс. руб. (83,3%)
- нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) – 12 385 тыс. руб. (10,1%)
- отложенные налоговые обязательства – 8 142 тыс. руб. (6,6%)

Среди отрицательно изменившихся статей баланса можно выделить "денежные средства и денежные эквиваленты" в активе и "прочие долгосрочные обязательства" в пассиве (-58 492 тыс. руб. и -18 820 тыс. руб. соответственно).

Собственный капитал организации по состоянию на 31.12.2022 равнялся 129 690,0 тыс. руб. За последний год произошел явный рост собственного капитала на 12 385,0 тыс. руб., или на 10,6%.

Таблица 2.5

Оценка стоимости чистых активов организации

Показатель	Значение показателя				Изменение	
	в тыс. руб.		в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.3-гр.2)	± % ((гр.3-гр.2) : гр.2)
	31.12.2021	31.12.2022	на начало анализируемого периода (31.12.2021)	на конец анализируемого периода (31.12.2022)		
1	2	3	4	5	6	7
1. Чистые активы	117 305	129 690	3,2	3,5	+12 385	+10,6
2. Уставный капитал	2 000	2 000	0,1	0,1	–	–
3. Превышение чистых активов над уставным капиталом (стр.1-стр.2)	115 305	127 690	3,2	3,4	+12 385	+10,7

Чистые активы организации по состоянию на 31.12.2022 намного (в 64,8 раза) превышают уставный капитал. Это положительно характеризует финансовое положение, полностью удовлетворяя требованиям нормативных актов к величине чистых активов организации.

К тому же необходимо отметить увеличение чистых активов на 10,6% за весь рассматриваемый период. Превышение чистых активов над уставным капиталом и в то же время их увеличение за период говорит о хорошем финансовом положении организации по данному признаку.

Ниже на графике представлено изменение чистых активов и уставного капитала.

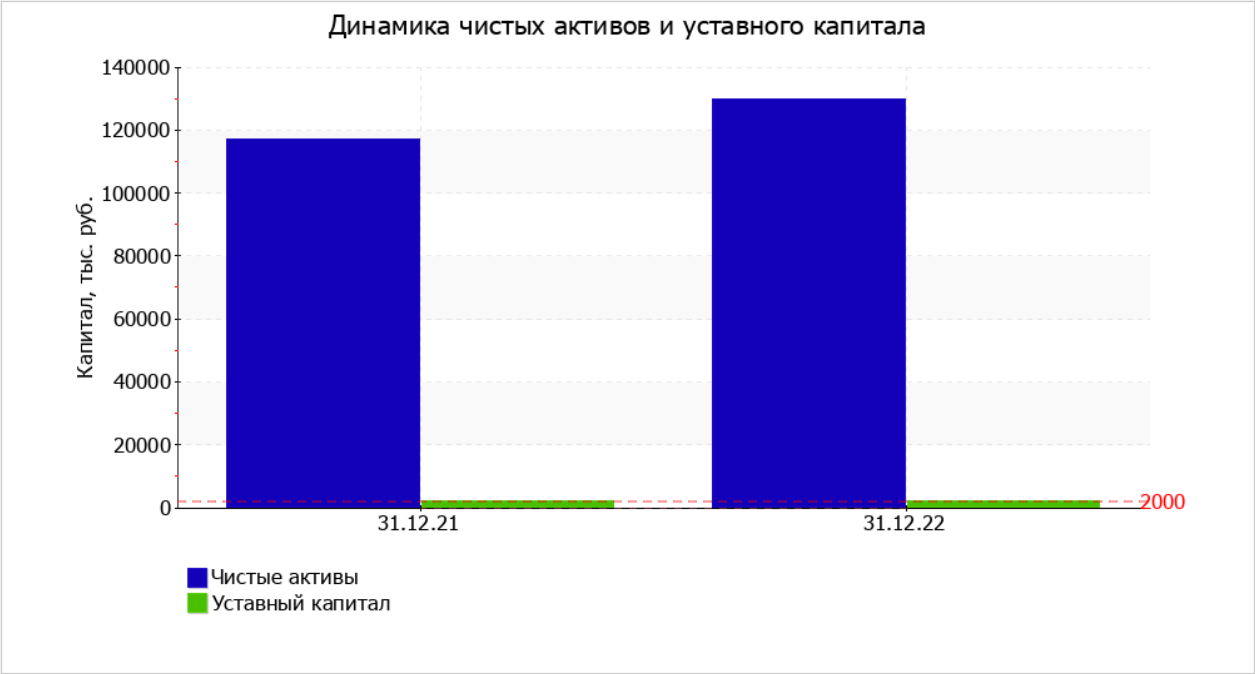

Рисунок 2.5 – Динамика чистых активов и уставного капитала

Далее в таблице 2.6 проведен анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств. Излишек (недостаток) СОС рассчитывается как разница между собственными оборотными средствами и величиной запасов и затрат.

Таблица 2.6

Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств

Показатель собственных оборот-	Значение показателя	Излишек (недоста-

ных средств (СОС)			ток)*	
	на начало анализируемого периода (31.12.2021)	на конец анализируемого периода (31.12.2022)	на 31.12.2021	на 31.12.2022
1	2	3	4	5
$СОС_1$ (рассчитан без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	-28 550	12 117	-2 098 501	-2 021 597
$СОС_2$ (рассчитан с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу, Net Working Capital)	22 150	52 139	-2 047 801	-1 981 575
$СОС_3$ (рассчитанные с учетом как долгосрочных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)	22 150	52 139	-2 047 801	-1 981 575

Поскольку на последний день анализируемого периода (31.12.2022) наблюдается недостаток собственных оборотных средств, рассчитанных по всем трем вариантам, финансовое положение организации по данному признаку можно характеризовать как неудовлетворительное.

Следует обратить внимание, что несмотря на неудовлетворительную финансовую устойчивость все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов в течение анализируемого периода (с 31 декабря 2021 г. по 31 декабря 2022 г.) улучшили свои значения.

Из четырех соотношений, характеризующих наличие ликвидных активов у организации, выполняются все, кроме одного. Высоколиквидные активы не покрывают наиболее срочные обязательства организации (разница составляет 3 506 790 тыс. руб.).

Таблица 2.7

Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного	Прирост за	Норм.	Пассивы по	На конец отчетного	Прирост за	Излишек/ недостаток

	периода, ты с. руб.	анализ. период, %	соотношение	сроку погашения	периода, ты с. руб.	анализ. период, %	платеж. средств тыс. руб., (гр.2 - гр.6)
1	2	3	4	5	6	7	8
А1. Высоколиквидные активы (ден. ср-ва + краткосрочные фин. вложения)	31 105	-65,3	≥	П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущ. кред. задолж.)	3 537 895	+3	-3 506 790
А2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная деб. задолженность)	1 450 696	+16,7	≥	П2. Среднесрочные обязательства (краткосроч. обязательства кроме текущ. кредит. задолж.)	9 958	-16,3	+1 440 738
А3. Медленно реализуемые активы (прочие оборот. активы)	2 118 191	-0,9	≥	П3. Долгосрочные обязательства	40 022	-21,1	+2 078 169
А4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	117 573	-19,4	≤	П4. Постоянные пассивы (собственный капитал)	129 690	+10,6	-12 117

В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае краткосрочная дебиторская задолженность полностью покрывает среднесрочные обязательства ООО «ЭДВАНТА».

С критической стороны финансовое положение организации характеризуют такие показатели:

- существенно ниже нормативного значения коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности;
- коэффициент абсолютной ликвидности существенно ниже нормативного значения;

- коэффициент покрытия инвестиций значительно ниже нормы;
- крайне неустойчивое финансовое положение по величине собственных оборотных средств.

В приведенной ниже таблице рассчитаны показатели, рекомендованные в методике Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве) (Распоряжение N 31-р от 12.08.1994; к настоящему моменту распоряжение утратило силу, расчеты приведены в справочных целях).

Таблица 2.8

Характеристика показателей

Показатель	Значение показателя		Изменение (гр.3-гр.2)	Нормативное значение	Соответствие фактического значения нормативному на конец периода
	на начало периода (31.12.2021)	на конец периода (31.12.2022)			
1	2	3	4	5	6
1. Коэффициент текущей ликвидности	1,01	1,02	+0,01	не менее 2	не соответствует
2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	-0,01	<0,01	+0,01	не менее 0,1	не соответствует
3. Коэффициент восстановления платежеспособности	x	0,51	x	не менее 1	не соответствует

Анализ структуры баланса выполнен за период с начала 2022 года по 31.12.2022 г.

Поскольку оба коэффициента на последний день анализируемого периода оказались меньше нормативно установленного значения, в качестве третьего показателя рассчитан коэффициент восстановления платежеспособности. Данный коэффициент служит для оценки перспективы восстановления предприятием нормальной структуры баланса (платежеспособности) в течение полугода при сохранении имевшей место в анализируемом периоде тенденции изменения текущей ликвидности и обеспеченности собственными средствами.

Значение коэффициента восстановления платежеспособности (0,51) указывает на отсутствие в ближайшее время реальной возможности восстановить нормальную платежеспособность.

При этом необходимо отметить, что данные показатели неудовлетворительной структуры баланса являются достаточно строгими, поэтому выводы на их основе следует делать лишь в совокупности с другими показателями финансового положения организации. Кроме того, в расчете не учитывается отраслевая специфика.

Глава 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПУТЕЙ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЭДВАНТА»

3.1. Стратегия улучшения финансового состояния предприятия

Изучение деятельности предприятия по товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политикам позволило составить матрицу сильных и слабых сторон. Путем осуществления количественного SWOT анализа выбраны и обоснованы стратегии развития маркетинга на предприятии.

Для корпоративного и бизнес уровней актуально занятие оборонной позиции на рынке Московской области и Российской Федерации. Оборонная стратегия должна быть направлена на защиту собственной доли рынка и противодействие наиболее опасным конкурентам (крупным отечественным товаропроизводителям).

В отношении структур, стратегия которых чаще всего основывается на географической сегментации, возможно ведение активных наступательных действий для их вытеснения с региональных рынков. В сложившихся условиях перспективным для ООО «Эдванта» является сочетание стратегий горизонтальной и вертикальной интеграции.

Конкурентную борьбу по отношению к претенденту на лидерство целесообразно развивать в двух направлениях - рынок Московской области - оборонная стратегия; на рынке Российской Федерации - стратегия наступления (расширения доли рынка). По другим конкурентам наиболее целесообразны в сложившейся ситуации следующие стратегии конкурентной борьбы.

Оборонная стратегия призвана защитить свою долю рынка, противодействуя наиболее опасным конкурентам. Эффективность развития маркетинга на мясоперерабатывающем предприятии обеспечивается не только правильным выбором стратегий маркетинга, но и тактическими, оперативными подходами к их реализации. Ввиду этого были разработаны научно обоснованные тактические действия и планы маркетинга, ориентированные на реализацию

спроектированных стратегических направлений развития маркетинга на ООО «Эдванта».

Для эффективной деятельности ООО «Эдванта», сохранения и приумножения его финансовых результатов необходим отлаженный механизм управления, важнейшим элементом которого является внутрихозяйственный контроль.

В рамках данной работы предлагается разработка стратегии по продвижению продукции ООО «ЭДВАНТА», которая будет включать инструменты SMM-продвижения, гипертаргетированную рекламу, а так же программу событийной активности.

Рассматривая планируемые затраты на реализацию предлагаемых в рамках проекта продвижения для компании ООО «ЭДВАНТА», необходимо отметить, что затраты главным образом будут составлять расходы на SMM-продвижение, так как внедрение SMM-продвижения для сайта компании может быть осуществлено специалистами компании в рамках технического обслуживания сайта.

Затраты SMM-специалиста будут состоять из заработной платы сотрудника, занимающегося оптимизацией и отчисления на социальные нужды (30% от заработной платы). Они будут составлять категорию текущих затрат на реализацию проекта.

Рассматривая затраты на размещение гипертаргетированной рекламы необходимо указать, что в качестве формата рекламы выбран вариант, при котором оплата осуществляется за переходы.

В настройках размещения гипертаргетированной рекламы в социальной сети «Вконтакте» (см. рисунок 3.1) необходимо выбрать страну, город – местоположение целевой аудитории, на которую направлена данная реклама. Так же необходимо отметить пол и границы возраста для потенциальных клиентов.

Как показывает рисунок 3.1, в качестве страны была выбрана Россия, город и регион не выбирался. В разделе «Демография» определенный пол не выбирался,

указан «Любой», так как товары компании рассчитаны как на мужское, так и женское население. Так же были отмечены границы возраста – от 18 до 65 лет (преимущественно семьи с детьми).

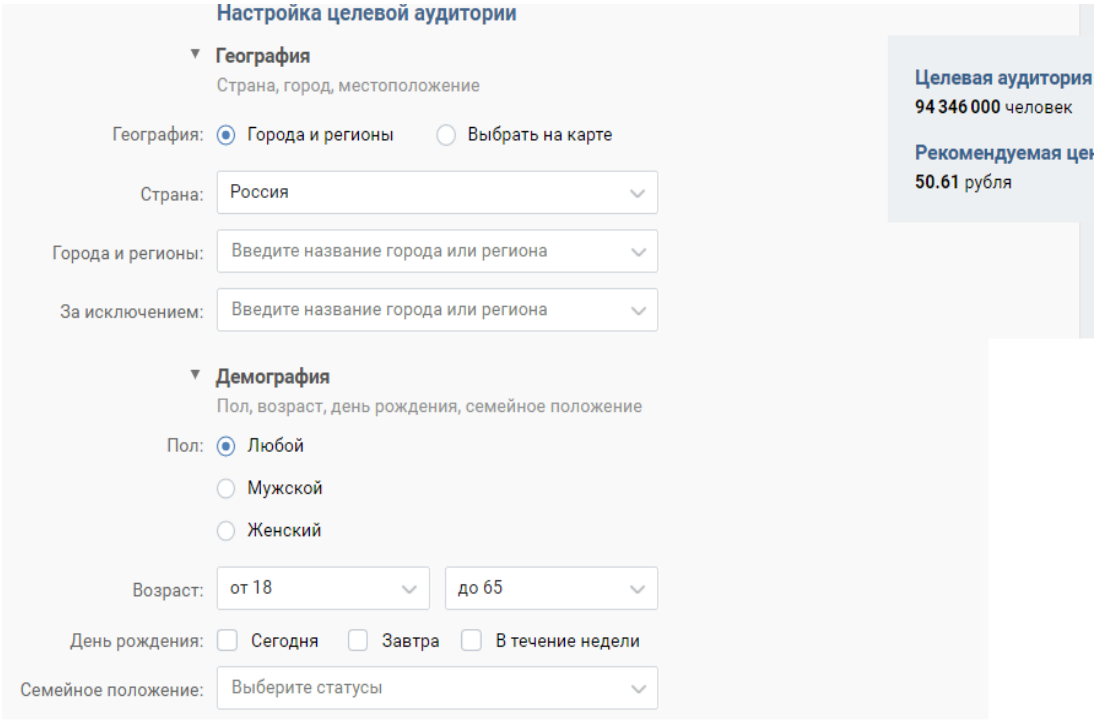

Рисунок 3.1 - Настройка целевой аудитории при размещении гипертаргетированной рекламы в социальной сети «Вконтакте»

Исходя из заданных параметров, автоматически была рассчитана численность целевой аудитории, которая составляет 94 346 000 человек, а рекомендуемая цена за переход – 50,61 рублей.

Так же были установлены дополнительные параметры, а именно «Способ оплаты» - оплата за переходы (см. рисунок 3.2).

В результате установки параметров и загрузки макета формируется рекламное сообщение, которое помещается слева от страницы пользователя.

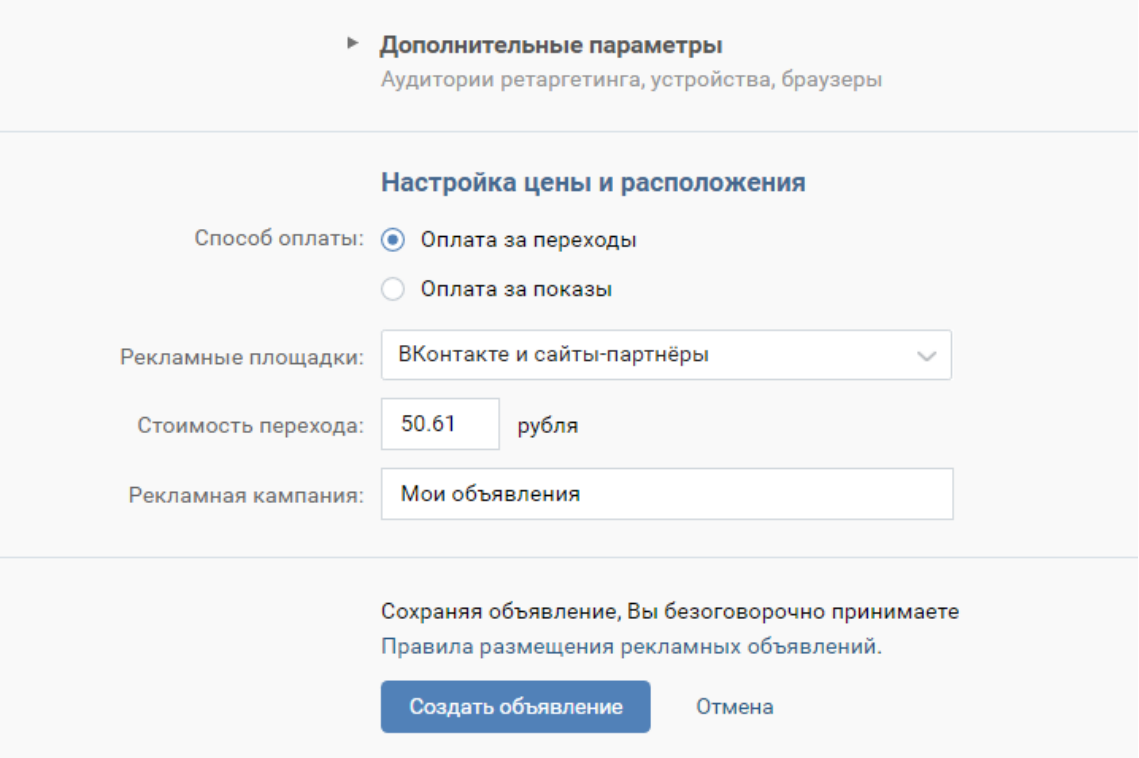

Рисунок 3.2 - Дополнительные параметры при размещении гипертаргетированной рекламы в социальной сети «Вконтакте»

Размещение гипертаргетированной рекламы в социальной сети «Одноклассники» осуществляется аналогично представленному описанию размещения в сети «Вконтакте». Однако стоимость перехода значительно ниже – от 1 до 5 рублей за клик, в зависимости от ЦА, информативности рекламного объявления и др.

В качестве расчетной стоимости в настоящей работе была взята средняя цена – 3 рубля за клик. Исходя из аналогично заданных параметров, автоматически была рассчитана численность целевой аудитории, которая составила 34 686 000 - 42 397 000 человек, для расчетов берется средний показатель – 38 541 500 человек.

Так же для большей узнаваемости продукции предлагается проведение информационного мероприятия.

Программа событийной активности ООО «ЭДВАНТА» будет долгосрочной, и многие её инструменты впоследствии должны перерасти в постоянные методики по удержанию наработанной клиентской базы и поддержанию сформированного имиджа производителя на рынке.

Программа событийной активности планируется на полгода: с 1 сентября 2023 года по 1 декабря 2023 года. Результатом реализации программы будет проведение презентации продукции ООО «ЭДВАНТА».

Распространение информации о проведении презентации и лотереи будет осуществляться посредством рекламы по телевидению. Очень важно, чтобы ролик вмещал в себя максимум информации и был выпущен за 2 недели до организации мероприятия.

Так как выставка будет проходить на местном уровне, самым верным решением будет использовать местные телерадиокомпании, такие как «Москва-24» и «Рен Тв». Стоимость эфирного времени в среднем составляет более 4000 руб. за секунду. Достаточным будет количество показов от трех до пяти раз в сутки.

Продолжительность рекламного ролика перед организацией мероприятия составит по времени около 15 секунд.

Так же информация о проведении презентации и лотереи будет распространяться путем личного сообщения при покупке продукции ООО «ЭДВАНТА» среди фактических клиентов. Проведение презентации планируется в фирменных магазинах ООО «ЭДВАНТА» (исходя из результатов оценки проходимости, уровня ежедневной выручки).

Так же необходимо отметить, что право участия в лотереи есть только у фактических покупателей, которые в течение двух недель со дня объявления о ее проведении, совершили покупку в ООО «ЭДВАНТА» на сумму более чем 5 тысяч рублей. В качестве подтверждения совершения покупки и права на участия покупателю выдается билет участника.

В качестве приза для победителя лотереи выбран денежный приз в размере 100 тыс. рублей, а так же товарный сертификат на покупку продукции компании стоимостью 20 тыс. рублей (с оформлением в цветах фирменного дизайна ООО «ЭДВАНТА»).

Для оценки эффективности программы событийной активности для ООО «ЭДВАНТА» необходимо проанализировать затраты на его реализацию (см. таблицу 3.1).

Затраты на проведение мероприятий переоцениваются в момент реализации с учетом процента инфляции, так как за период с момента разработки бюджета и до фактической реализации может пройти время, за которое цены значительно вырастут, что так же обусловлено внешними факторами. Бюджет согласовывается с руководителем предприятия и главным бухгалтером ООО «ЭДВАНТА».

Таблица 3.1

Затраты на проведение мероприятия в рамках программы событийной активности для ООО «ЭДВАНТА»

Статья затрат	Сумма, руб
1.Организация информативного стенда	35 500, 00
2.Оплата услуг ведущего	32 000, 00
3.Проведение лотереи, в том числе:	
- денежный выигрыш	100 000,00
- сертификат	20 000, 00
- изготовление барабана в цвете фирменного стиля для проведения лотереи	1 500,00
4.Оплата ТВ-рекламы	113 000, 00
5.Сувениры с эмблемой компании (карандаши, буклеты) для раздачи гостям	14 000, 00
6. Шарики с эмблемой в цветах фирменного стиля для украшения и раздачи гостям	30 000,00
Итого	346 000, 00

Общая величина затрат составит 346 тысяч рублей, с учетом затрат на проведение лотереи, то есть предоставление выигрыша.

Структура затрат представлена на рисунке 3.3.

Как показывают данные таблицы 3.1 и рисунка 3.3, наибольший удельный вес в структуре затрат на проведение мероприятий занимает оплата рекламы на ТВ. Их доля занимает 63%, что связано с высокими ценами на эфирное время. Так же сюда вошли и затраты на разработку рекламного ролика для компании. 13% затрат составляют затраты на организацию информативного стенда, что требует печати листовок, вывесок, заказа сувенирной продукции. Так же 13% отно-

сится на проведение лотерии. Высокая затратность данного мероприятия обусловлена тем, что по итогам лотерии будет разыгран приз, который так же входит в бюджет проекта.

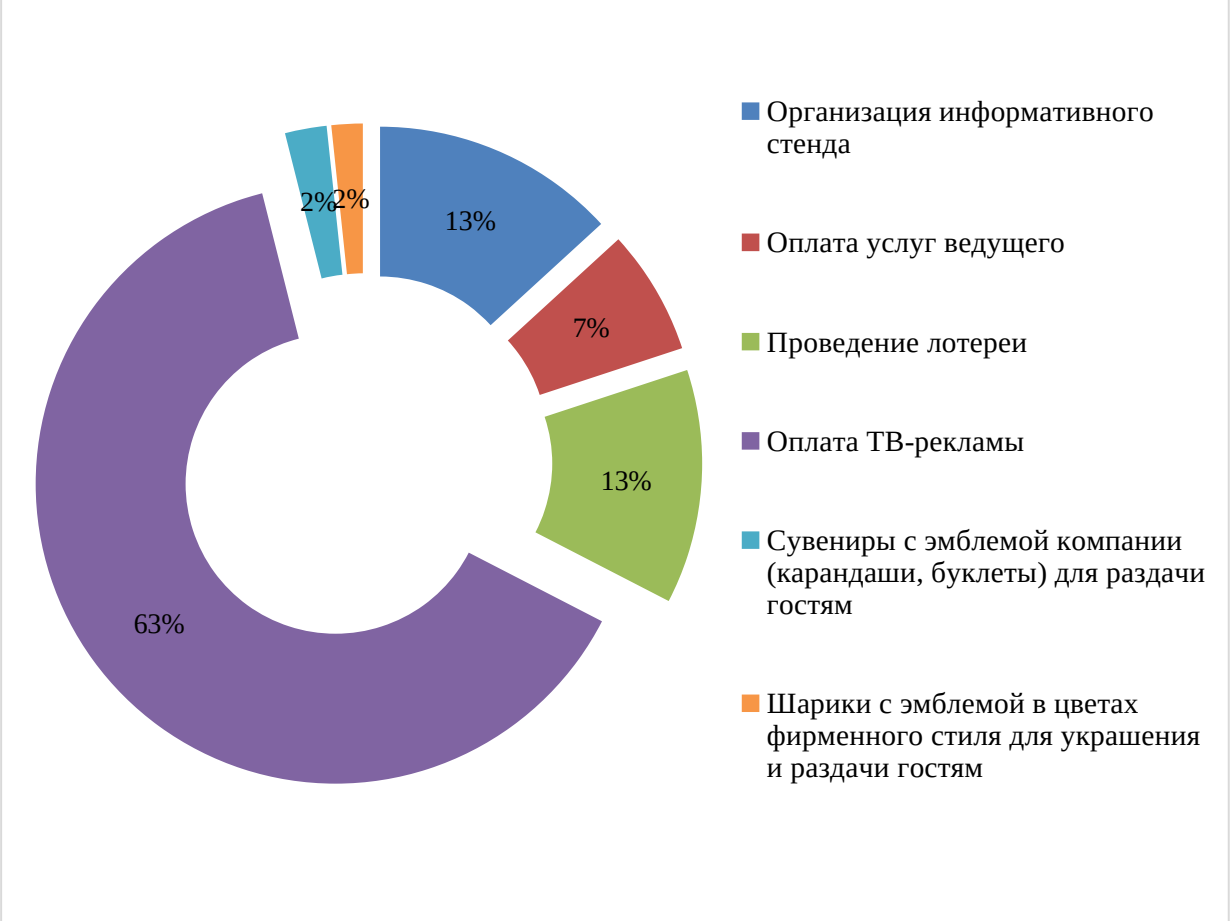

Рисунок 3.3 - Структура затрат на проведение презентации

От проведения мероприятия ожидается получить следующий эффект:

- повышение узнаваемости продукции ООО «ЭДВАНТА»;
- привлечение потенциальных покупателей;
- повышение оборота в ближайшем периоде;
- увеличение чистой прибыли как конечного финансового результата.

3.2. Мероприятия по повышению эффективности хозяйственной деятельности

Анализ перечисленных ранее проблем формирования и распределения финансовых результатов ООО «ЭДВАНТА» позволил (в рамках подготовки дипломной работы) сформулировать и охарактеризовать следующие предложения по повышению величины финансовых результатов данной компании.

1 – Оптимизация работы с поставщиками с целью снижения себестоимости продукции, роста прибыли компании.

Реализация данного предложения возможна за счет работы над выбором поставщиков, поиска альтернативных вариантов поставки товаров. Исходя из этого, компании ООО «ЭДВАНТА» рекомендуется оценивать не только тех поставщиков, с которыми она уже работает, но и потенциальных (альтернативных) поставщиков, которые предлагают продукцию по ценам ниже, чем у текущих контрагентов.

Поиск альтернативных поставщиков ООО «ЭДВАНТА» должен осуществляться отделом закупок на основании полной оценки поставщиков, т.е. с использованием различных методов оптимизации работы с поставщиками

I. Метод установления долгосрочных партнерских отношений с поставщиками.

В первую очередь необходимо подробно выделить группы поставщиков, исходя из количества дней отсрочки платежа за материалы, сырье, товары, поставляемые группе:

- без просрочки (100% предоплата);
- до 15 дней;
- от 15 до 30 дней;
- более 30 дней.

Следовательно, необходимо поручить отделу закупок активно искать поставщиков, которые предоставляют отсрочки на 30 дней и более, и уменьшить объемы сделок с поставщиками, которые работают со 100% предоплатой.

Данные меры, по мнению автора настоящего исследования, позволят сократить кредитование, высвободив часть оборотных средств, что позволит увеличить платежеспособность компании в краткосрочном периоде.

II. Метод оценки и выбора поставщиков по разработанной методике, создание базы данных поставщиков.

Целью применения методики является минимизация рисков при выборе поставщика и снижение влияния негативного воздействия от сотрудничества на финансовые результаты ООО «ЭДВАНТА».

Так, правильно и своевременная проведенная проверка позволяет предотвратить или свести к минимуму риски ООО «ЭДВАНТА», 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 ООО «ЭДВАНТА» должен тщательно проверить информацию, анализируя показатели результатов деятельности поставщика, а так же подлинность представленных документов.

Анализ полученных сведений в целях обеспечения экономической безопасности должен осуществляться ООО «ЭДВАНТА» 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 рамках данной работы предлагается разработка и издание приказа организации в виде стандарта по отбору поставщиков ООО «ЭДВАНТА».

Представим критерии для отбора поставщиков в шапке таблицы 3.2.

Таблица 3.2

Критерии для отбора поставщиков ООО «ЭДВАНТА»

Поставщик	Вид продукции	Критерии					Итог
		Уровень цен	Качество продукции	Сроки поставки	Условия оплаты	Удаленность склада	

По каждому критерию выбирается один поставщик-лидер, то есть тот, кто по рассматриваемому критерию предлагает наилучшие условия для ООО «ЭДВАНТА». Поставщику-лидеру проставляется «+» по этому критерию. В колонке «Итог» подсчитывается итоговая оценка как сумма баллов (один «+» = 1 балл). Исходя из высшего количества баллов, выбирается поставщик, с которым заключается договор:

0 -1 балл – договор с поставщиком не заключается или расторгается;

2-3 балла – поставщик может быть рассмотрен более подробно для сотрудничества, применяются дополнительные проверки контрагента;

4-5 балла – договор с поставщиком рекомендуется заключить.

Рассмотрим реализацию данного отбора на практике (см. таблицу 3.3).

Таблица 3.3

Оценка поставщиков ООО «ЭДВАНТА»

Поставщик	Вид продукции	Критерии					Итог
		Уровень цен	Качество продукции	Сроки поставки	Условия оплаты	Удаленность склада	
ООО «Торг М»	Комплектующие	-	-	+	-	-	1
Компания «Парус»	Комплектующие	+	-	-	+	-	2
Компания «Восход»	Ком-	-	+	-	-	+	2

	плекту-ющие						

С ООО «Торг М» у ООО «ЭДВАНТА» заключен договор на поставку сырья.

Предлагаемые для сравнения компании: «Парус» и «Восход» так же являются оптовыми торговыми организациями, поставляющими крупным производителям различные варианты пищевого сырья. В проводимой нами оценке мы будем сравнивать компании с позиции поставки продукции, чтобы было возможно сопоставление уровня цен и качества продукции.

Итак, самый высокий уровень цен среди сравниваемых объектов отмечается у поставщика «Восход», который позиционирует себя как производитель продукции, одобренной международной организацией качества. В связи с этим данный поставщик будет иметь преимущества в качестве продукции.

Самые низкие цены среди представленных компаний зафиксированы у компании «Парус», что делает доступной продукцию данного поставщика, это является позицией данной компании.

Оценивая сроки поставки, будем отталкиваться от минимально возможного срока, указываемого в договоре. В ООО «Торм М» сроки поставки установлены в пределах 2 недель. У поставщиков «Восход» и «Парус» минимальный срок поставки составляет 21 день.

Оценивая условия оплаты, стоит отметить, что компания ООО «Торг М» при оформлении договора на поставку запрашивает оплату аванса в размере 20% от суммы договора. Аналогичные условия и у поставщика «Восход», который устанавливает аванс в размере 10%. Компания «Парус» не требует предоплаты про оформление заказа на поставку.

Для оценки удаленности складов необходимо рассмотреть месторасположение производств и складского хозяйства поставщиков ООО «ЭДВАНТА».

Склад ООО «Торг М» расположен в городе Красногорск, что затрудняет доставку и делает ее дорогостоящей.

Так же на территории региона расположено производство и склады компании «Парус», что так же выступает недостатком при оценке поставщика.

Наиболее оптимальным вариантом с точки зрения сроков доставки является поставщик «Восход», производство и складирование которого осуществляется по адресу: г. Москва.

Таким образом, проведенная оценка по выбранным критериям позволила определить неэффективность сотрудничества с ООО «Торг М». Поставщики «Восход» и «Парус» набрали одинаковое количество баллов, что указывает на необходимость дальнейшего сравнительного анализа в целях выбора наиболее оптимального варианта.

В рамках данной работы предлагается внедрить в работу компании методику отбора поставщика с помощью сервиса СПАРК.

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.

Затраты на внедрение сервиса СПАРК будут включать расходы на подключение к сервису сотрудников Департамента закупок (18 сотрудников), так же каждого директора магазина сети (264 подключения).

Средняя стоимость одного подключения составляет 3 тысячи рублей.

Величина затрат на подключение всех выше перечисленных сотрудников и обслуживание их в течение года составит:

$$3000 * 282 = 846\,000 \text{ рублей}$$

Реализацию предложения по внедрению критериев для отбора поставщиков в табличной форме предлагается возложить на сотрудника ООО «ЭДВАНТА» -

начальника департамента закупок с дальнейшей передачей для оформления приказа начальнику юридического отдела. В соответствии с тем, что дополнительные сотрудники для реализации данного мероприятия не будут привлекаться, и информация будет запрашиваться напрямую у поставщика, а так же с помощью бесплатных сервисов (сайт ФНС для получения отчетности и т.д.), то затрат на реализацию данного мероприятия не будет.

2 – Совершенствование системы управления дебиторской задолженностью.

Как показал проведенный выше анализ, у компании ООО «ЭДВАНТА» наблюдается недостаток собственных оборотных средств. Нельзя оставлять без внимания значительный рост дебиторской задолженности как угрозу финансовой безопасности компании в отношении недополучения денежных средств для восстановления собственной платежеспособности в ближайшей перспективе.

В результате анализа дебиторской задолженности также было выявлено, что наиболее рискованным контрагентом компании является предприятие ООО «Спектр». Данный контрагент обладает наибольшей суммой просроченной задолженности среди прочих дебиторов компании, его просроченный долг составлял 498365 тыс. руб. Высокий риск неуплаты долга данным контрагентом может привести к ухудшению платежеспособности компании в ближайшем будущем. С целью минимизации риска неуплаты долга данным контрагентом, а также улучшения финансового результата компании, воспользуемся услугой факторинговой компании.

Кроме того, данная проблема все более становится актуальной с позиции стремительной инфляции. Так, для компании ООО «ЭДВАНТА» более оптимальным вариантом будет получение части задолженности с помощью факторинга с учетом настоящего уровня цен, чем получить полную сумму спустя срок, когда ее величина в действующих ценах значительно снизится.

В качестве факторинговой компании предлагается «Совкомбанк Факторинг» (ранее НФК) – представитель российского рынка факторинга, ведущий свою деятельность с 1999 года.

В качестве вида факторинга будет использоваться факторинг без регресса, сочетающий в себе финансирование под уступку дебиторской задолженности и защиту от рисков неплатежей.

Для дебиторов срок отсрочки платежа (кредита) составит 90 дней.

Следовательно, оплата за услугу факторинга составит:

Пф= 498365×(90×0,091%)= 40816 тыс. руб.

Комиссия= 498365×3%= 14951 тыс. руб.

Таким образом, плата за денежное финансирование составит 40816 тысячи рублей, а комиссия – 14951 тысячи рублей.

Итого затраты на реализацию факторинга дебиторской задолженности составят 55767 тысяч рублей. Сумма долга, который ООО «ЭДВАНТА» получит в результате операции факторинга, составляет 442598 тысяч рублей.

3.3. Экономическое обоснование предложенных мероприятий

Представим расчет затрат по каждому мероприятию по повышению платежеспособности ООО «ЭДВАНТА» в таблице 3.4.

Таблица 3.4

Затраты на реализацию мероприятий по повышению финансовых результатов

Мероприятие	Сумма, тыс руб
1 – Оптимизация работы с поставщиками с целью снижения себестоимости продукции, роста платежеспособности компании:	846
Подключение сервиса СПАРК	846
3 – Совершенствование системы управления дебиторской задолженностью:	55767
Реализация операции факторинга	55767
Итого	56613

Таким образом, затраты на реализацию предложенным мероприятий составят 56613 тысяч рублей.

В целях оценки эффективности предложенных мероприятий и окупаемости

перечисленных выше затрат приведем повторный расчет коэффициентов (таблица 3.5), характеризующих эффективность использования финансовых результатов компании.

Таблица 3.5

Динамика показателей платежеспособности
ООО «ЭДВАНТА»

Показатель	2022	Прогноз
Коэффициент текущей ликвидности	1,02	1,50
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,01	0,50
Коэффициент восстановления платежеспособности	0,51	1,25

Рост коэффициента восстановления платежеспособности будет прогнозироваться исходя из увеличение объема собственного капитала за счет получения оплаты дебиторской задолженности по операции факторинга в размере 442598 тысяч рублей. Так, объем капитала будет составлять 3615896 (3173298 + 442598). Исходя из спрогнозированной величины собственного капитала, коэффициент задолженности автономии составит 1,25, что на 0,74 превышает фактическое значение 2022 года. Данное изменение подтверждает эффективность предложенных мероприятий, повышение уровня финансовой независимости ООО «ЭДВАНТА» от внешних кредиторов. Этот вывод подтверждает и расчет коэффициента финансовой зависимости. Коэффициент концентрации заёмного капитала останется неизменным при условии, что предложенные мероприятия не затрагивают изменение долгосрочных и краткосрочных обязательств.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами увеличится на 0,49, что составляет норму данного показателя и указывает на установление оптимальной структуры баланса компании.

Коэффициент текущей ликвидности при условии реализации всех мероприятий вырастит на 0,48 и составит 1,50, что все же превышает нормативное значение показателя. Его снижение в прогнозном периоде показывает верно выбранное направление структурирования капитала.

Как демонстрирует хозяйственная практика, оптимизация работы с поставщиками с целью снижения себестоимости продукции, роста платежеспособности компании, призваны снизить себестоимость продукции за счет ликвидации риска возникновения отношений с недобросовестными поставщиками, что приведет к увеличению объема продаж и прибыли на 11-13%[1].

Также российская практика свидетельствует, что оптимизация работы с дебиторской задолженностью, а именно проведение операции факторинга будет способствовать высвобождению дополнительных собственных средств в виде оплаты дебиторской задолженности, что позволит восстановить рентабельность и увеличить объём продаж на 7-8%[2].

В соответствии с этим, в таблице 3.6 и на рис.3.4 представлен прогноз динамики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «ЭДВАНТА» после реализации предложений по повышению финансовых результатов компании.

При этом автор настоящего исследования считает необходимым подчеркнуть, что учесть инфляционные процессы при составлении данного прогноза не представляется возможным, поскольку современная обстановка обусловлена постоянными изменениями в экономической политике государства. В связи с этим данные, представленные ниже, приводятся без учёта фактора инфляции.

Таблица 3.6

Прогноз динамики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «ЭДВАНТА»

№ п/п	Показатели	Единицы измерения	2022	Прогнозный год	Отклонение

[1] См., например: Платежеспособность 2022 //Финансовый журнал. – Режим доступа: https://rus.crys-talprivate finance. com/solvency (дата обращения: 30.07.2023).

[2] См., например: Что будет с бизнесом в 2022 году в России после санкций - мнение экспертов //Партнеркин - Режим доступа: https://f.partnerkin.com/blog/allinfo/cto_bydet_s_biznesom (дата обращения: 30.07.2023).

					абс. знач.	%
1.	Выручка	тыс.руб.	8491796	10020319	1528523	118,00
2.	Себестоимость продаж	тыс.руб.	8586392	8672256	85864	101,00
3.	Валовая прибыль (убыток)	тыс.руб.	-94596	1348063	1442659	-1425,07
4.	Коммерческие расходы	тыс.руб.	0	55767	55767	-
5.	Управленческие расходы	тыс.руб	0	1192	1192	-
6.	Прибыль (убыток) от продаж	тыс.руб.	-94596	1291104	1385700	-1364,86
7.	Проценты к получению	тыс.руб.	166452	166452	0	100,00
8.	Проценты к уплате	тыс.руб.	4205	4205	0	100,00
9.	Прочие доходы	тыс.руб.	0	442598	442598	-
10.	Прочие расходы	тыс.руб.	0	0	0	-
11.	Прибыль (убыток) до налогообложения	тыс.руб.	71 856	1895949	1824093	2638,54
12.	Налог на прибыль	тыс.руб.	15266	473987	458721	3104,86
13.	Прочее	тыс.руб.	0	0	0	-
14.	Чистая прибыль (убыток)	тыс.руб.	52385	1421962	1369577	2714,45
15.	Рентабельность продаж	%	0,62	14,19	13,57	-

Как свидетельствуют данные таблицы 3.6 и рис. 3.4, в результате реализации предложенных мероприятий рост выручки составит 18%. Стоит отметить, что затраты на реализацию мероприятия по оптимизации работы с поставщиками, а именно подключение сервиса СПАРК, в ходе прогноза были включены в состав управленческих расходов.

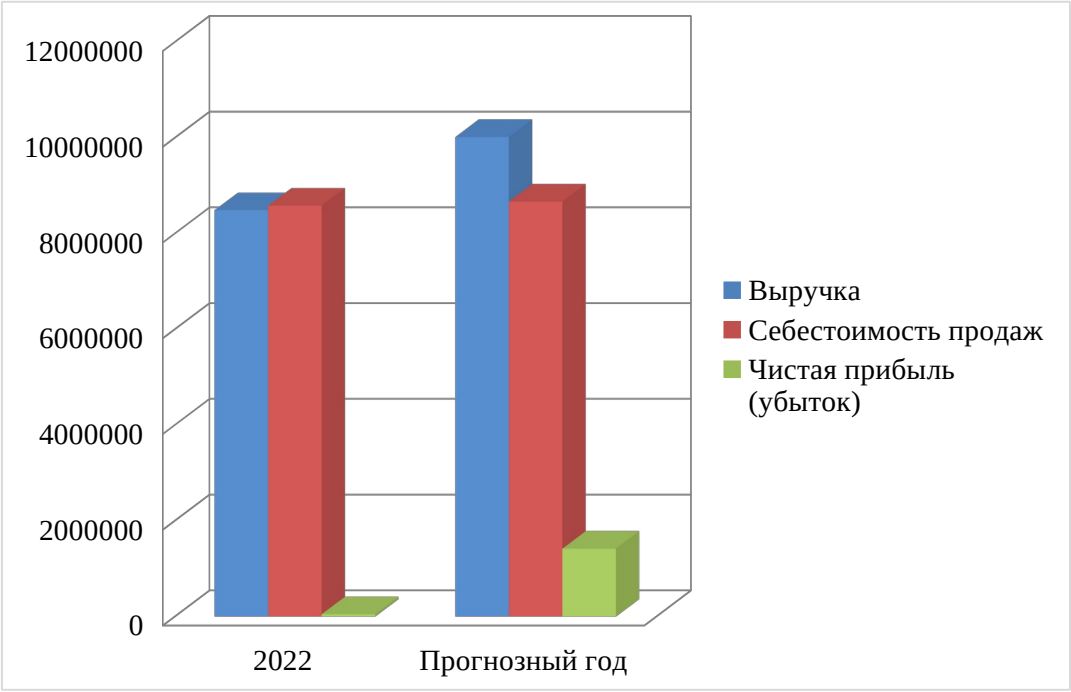

Рисунок 3.4 - Прогноз динамики основных показателей финансово-хозяйственной

деятельности ООО «ЭДВАНТА»

Затраты на реализацию стратегии ООО «ЭДВАНТА», а именно проведение мероприятия включены в состав коммерческих расходов.

Сумма оплаты задолженности покупателя по операции факторинга в рамках мероприятия по совершенствованию системы управления дебиторской задолженностью будет включена в состав прочих доходов за прогнозируемый период.

В результате реализации предложений по оптимизации финансовых результатов ООО «ЭДВАНТА» чистая прибыль данной компании существенно увеличится (в 3 раза), что, несомненно, будет способствовать обеспечению рентабельности данной организации.

На рис. 3.5 представлен прогноз динамики рентабельности продаж ООО «ЭДВАНТА».

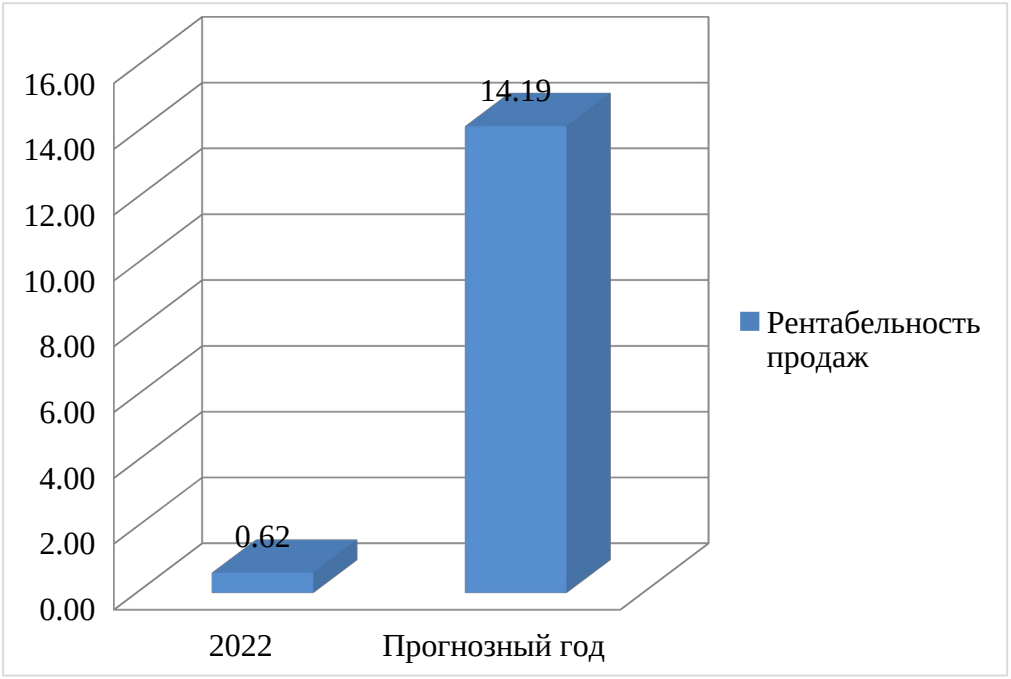

Рисунок 3.5 - Прогноз динамики рентабельности продаж ООО «ЭДВАНТА»

Для расчёта временных затрат на реализацию предложений по повышению платежеспособности ООО «ЭДВАНТА» необходимо воспользоваться моделью Ганта. Соответственно, проведенный анализ позволил определить срок реализации запланированных мероприятий – 185 дней.

Таблица 3.7

Мероприятие	Сроки	Июль 2023	Август 2023	Сентябрь 2023	Октябрь 2023	Ноябрь 2023	Декабрь 2023
Оптимизация работы с поставщиками	Июль 2023 – Июль 2024						
Реализация стратегии по продвижению	Июль 2023 – Июль 2024						
Оптимизация работы с оптовыми клиентами	Июль 2023 – Сентябрь 2023						

Итак, анализ вышеизложенного материала позволяет сделать вывод о целесообразности практической реализации разработанных мероприятий по повышению финансовых результатов ООО «ЭДВАНТА».

Таким образом, по результатам анализа в третьей главе дипломной работы был сделан вывод о целесообразности реализации следующих мероприятий по повышению платежеспособности ООО «ЭДВАНТА»: разработка стратегии продвижения в целях увеличения количества потребителей и выручки компании; оптимизация работы с поставщиками с целью снижения себестоимости продукции и роста финансовых результатов компании за счёт внедрения в работу сервиса по отбору поставщиков СПАРК; снижение объема дебиторской задолженности за счет оптимизации работы с оптовыми покупателями, формирования резервов по сомнительным долгам и использования услуг факторинговой компании.

При этом проведенное в заключительной части дипломной работы обоснование экономической эффективности предложений по повышению финансовых результатов ООО «ЭДВАНТА» позволило прийти к выводу о целесообразности их практической реализации.

Как представляется автору работы, предложенные мероприятия по улучшению финансовых результатов ООО «ЭДВАНТА» существенным образом повысят уровень рентабельности данной организации.

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 ООО «ЭДВАНТА» - это команда профессионалов, которая помогает предприятиям пищевой промышленности наращивать своё преимущество на российском рынке и рынках стран ближнего зарубежья. Анализ финансовых результатов показал, что убыток от продаж в анализируемом периоде составляет -1,3% от полученной выручки. Тем не менее,

имеет место положительная динамика рентабельности обычных видов деятельности по сравнению с данным показателем за аналогичный период года, предшествующего отчётному, (+56,2%).

Проведенный во второй главе дипломной работы анализ финансово-хозяйственной деятельности и платежеспособности ООО «ЭДВАНТА» позволил выявить следующие проблемы, отрицательно влияющие на финансовые результаты данной организации:

- коэффициент автономии имеет неудовлетворительное значение;

- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами имеет значение, не соответствующее нормативному;

- ниже нормального значение коэффициент текущей (общей) ликвидности;

- низкая рентабельность активов;

- за период с 01.01.2022 по 31.12.2022 получен убыток от продаж (-94 596 тыс. руб.), хотя и наблюдалась положительная динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (+20 602 тыс. руб.).

По результатам анализа в третьей главе дипломной работы был сделан вывод о целесообразности реализации следующих мероприятий по повышению платежеспособности ООО «ЭДВАНТА»:

- разработка стратегии продвижения в целях увеличения количества потребителей и выручки компании;

- оптимизация работы с поставщиками с целью снижения себестоимости продукции и роста финансовых результатов компании за счёт внедрения в работу сервиса по отбору поставщиков СПАРК;

- снижение объема дебиторской задолженности за счет оптимизации работы с оптовыми покупателями, формирования резервов по сомнительным долгам и использования услуг факторинговой компании.

При этом проведенное в заключительной части дипломной работы обоснование экономической эффективности предложений по повышению финансовых результатов ООО «ЭДВАНТА» позволило прийти к выводу о целесообразности их практической реализации.

Как представляется автору работы, предложенные мероприятия по улучшению финансовых результатов ООО «ЭДВАНТА» существенным образом повысят уровень рентабельности данной организации.

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. Алексеева Е.С., Шангина А.В. Анализ финансовых результатов предприятия // Студенческий. 2022. № 29-3 (199). С. 9-12.
4. Баймухаметова Т.Э. Об анализе финансовых результатов // Приоритетные направления развития экономики и менеджмента: теоретические и практические аспекты. - 2021. - №2. - С. 139-143.
5. Байрамов Н., Аскарова А.А. Финансовые результаты деятельности предприятия // Приоритетные направления развития экономики и менеджмента: теоретические и практические аспекты. - 2021. - №7. - С. 148-152.
6. Васильева Л.С. Финансовый анализ: учебник / М.В. Петровская. – М.: КНОРУС, 2018. – 544 с.
7. Вахрушина М.А. Бухгалтерское дело: Учебник / М.А. Вахрушина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 376 с.
8. Волощук Л.А., Корышева М.В. Диверсификация производства - стратегия улучшения финансовых результатов деятельности предприятия // Социальные и экономические системы. 2022. № 6-9 (38). С. 226-241.
9. 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.
10. Евстратова М.С., Губернаторова Н.Н. Влияние налогообложения на финансовые результаты деятельности предприятия // Символ науки: международный научный журнал. - 2021. - № 9-1. - С. 15-18.

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

12. Енгалычева С.Х. Роль финансовых результатов в функционировании организации // Вклад молодых ученых в инновационное развитие АПК России. 2022. С. 76-80.

13. 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.

14. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник / В.Б. Ивашкевич. – М.: Магистр, 2019. – 448 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. Лосева А.С., Акиндинов В.В., Акиндинов К.В. Аудит финансовых результатов сельскохозяйственных организаций // Столыпинский вестник. 2022. Т. 4. № 9. С. 54.

22. Лукьянов Д.А. Оценка финансовых результатов деятельности предприятия // Устойчивое развитие сельских территорий: приоритет, достижения, перспективы и глобальные вызовы. 2022. №4. С. 40-43.

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

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

25. Маканов К.М. Анализ формирования финансовых результатов деятельности предприятия // Потенциал молодых ученых аграрных вузов и НИИ в реализации политики импортозамещения в современных условиях. материалы международной научно-практической конференции. 2022. С. 178-180.

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

27. Мустафина О.В., Перминова И.М. Аналитическое обеспечение финансовых результатов торговых предприятий // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 11. С. 851-859.

28. 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.

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

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

31. Семиколенных Н.В. Методики аудита финансовых результатов от обычных видов деятельности // Вектор экономики. 2022. № 9 (75). С. 52.

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

33. Солдаткина О.А., Попова Д.А. Отчет о финансовых результатах: прошлое, настоящее и будущее // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2022. № 3 (110). С. 61-64.

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

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

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

37. Чегодайкина Н.М. Теоретические основы финансовых результатов деятельности предприятия // Вестник науки. 2022. № 12 (57). С. 122-128.

38. 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.

39. 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.

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

41. Платежеспособность 2022 //Финансовый журнал. – Режим доступа: https://rus.crys-talprivate finance. com/solvency (дата обращения: 30.07.2023).

42. Что будет с бизнесом в 2022 году в России после санкций - мнение экспертов //Партнеркин - Режим доступа: https://f.partnerkin.com/blog/allinfo/cto_bydet_s_biznesom (дата обращения: 30.07.2023).

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Выпускная квалификационная работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

«_____» _____ 202__ г.

_____/_____

(подпись) (Ф.И.О.)