

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)**  
**Высшая школа экономики и управления**  
**Кафедра «Экономика и управление на предприятиях**  
**сферы услуг, рекреации и туризма»**

**РАБОТА ПРОВЕРЕНА**

Рецензент, директор

\_\_\_\_\_ / Леонтьев А. Ю. /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ**

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_ / Т.А. Худякова /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Разработка рекомендаций по совершенствованию финансово-хозяйственной  
деятельности ООО «Ломбард «Рантье»» г. Челябинск

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
**ЮУрГУ – 38.03.02.62. 2017. 193. ВКР**

Руководитель, профессор, д.э.н.

\_\_\_\_\_ / В.Г. Мохов /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**Автор**

студент группы ЭУ-411

\_\_\_\_\_ / В.А. Сухачев /

\_\_\_\_\_ 2017 г.

Нормоконтролер, к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_ / К.В. Айхель /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Челябинск 2017

## АННОТАЦИЯ

Сухачев В.А. Разработка рекомендаций по совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности ООО «Ломбард «Рантье»» г. Челябинск. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-411, 73 с., 9 ил., 22 табл., библиогр. список – 80.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки рекомендаций по совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности ООО «Ломбард «Рантье»».

В работе были проанализированы экономические факторы, которым была дана оценка. Проведенное исследование позволило выявить направление, в котором предприятию следует использовать возможности реализации стратегии для улучшения финансово-экономического состояния предприятия.

Также был проведён финансово-экономический анализ предприятия, который помог выявить основные проблемы деятельности ломбарда.

В результате проведенной работы были разработаны рекомендации, которые могут повысить эффективность деятельности предприятия, рассчитаны необходимые первоначальные затраты, дана оценка эффективности внедрения предложенных рекомендаций.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	5
1 ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ ООО «ЛОМБАРД «РАНТЬЕ» .....	7
1.1 Общая характеристика ООО «Ломбард «Рантье» .....	7
1.2 Анализ организационной структуры и основных служб ООО «Ломбард «Рантье».....	10
1.3 Характеристика ресурсов организации .....	13
1.4 Анализ макроокружения .....	14
1.5 Анализ микроокружения .....	25
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЛОМБАРД «РАНТЬЕ».....	29
2.1 Структура преимущества предприятия и источники его формирования ...	29
2.2 Оценка стоимости чистых активов организации.....	33
2.3 Анализ финансовой устойчивости организации.....	35
2.3.1 Основные показатели финансовой устойчивости организации.....	35
2.3.2 Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств .....	41
2.4 Анализ ликвидности .....	43
2.4.1 Расчет коэффициентов ликвидности .....	43
2.4.2 Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку их погашения .....	45
2.5 Анализ эффективности деятельности организации .....	49
2.5.1 Обзор результатов деятельности организации .....	49
2.5.2 Анализ рентабельности .....	51
2.5.3 Расчет показателей деловой активности (оборачиваемости).....	53
2.6 Расчет коэффициентов для определения результатов анализа .....	55
2.6.1 Определение неудовлетворительной структуры баланса.....	55
2.6.2 Прогноз банкротства.....	56
2.7 Выводы по результатам анализа.....	58

2.7.1 Оценка ключевых показателей .....	58
<b>3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ .....</b>	<b>59</b>
3.1 Доработка веб-сайта.....	59
3.1.1 Важность веб-сайта для организации .....	59
3.1.2 Рекомендация веб-сайта .....	59
3.2 Контекстная реклама .....	60
3.2.1 Рекомендации по созданию контекстной рекламы в интернете.....	60
3.2.2 Отражение контекстной рекламы на увеличение продаж.....	61
3.2.3 Оценка стоимости рекомендаций.....	62
3.3 Анализ инвестиционной привлекательности проекта дисконтированными методами.....	63
3.3.1 Прогноз.....	63
3.3.2 Ставка дисконтирования .....	64
3.3.3 Чистый дисконтированный доход.....	65
3.3.4 Внутренняя норма доходности.....	66
3.3.5 Индекс доходности .....	69
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>71</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....</b>	<b>72</b>

## ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе существует многочисленные структуры, связанные с финансово-кредитной отраслью. Одной из таких структур являются ломбарды. Ломбард – кредитная организация, которая выдает займы под залог движимого имущества. К сожалению, в России их влияние на финансово-кредитную сферу зачастую сильно недооценивается и на данный момент деятельность ломбардных организаций не регламентируется. Кроме того, рассмотрение данного вопроса осложняется отсутствием информации, что сказывается на достоверности статистических данных.

Развитие ломбардов в России пришлось на 90-е годы прошлого века, однако их деятельность постоянно сходилась на нет. Решающим в вопросе функционирования ломбардов стал кризис 2008 года, после которого многие банки стали ужесточать требования выдачи потребительских кредитов, снижая при этом объем кредитования.

Что касается ломбардов, то их принцип деятельности, напротив, ориентировался на лояльное отношение к клиентам и к их возможностям в финансовом плане. Люди могли получить наличные деньги в короткий срок, не прибегая к необходимости заполнения множества бумаг и справок как в банке. Это сделало ломбарды очень популярными заведениями, их число стало резко расти.

Если сравнивать условия, предлагаемые отечественными и зарубежными ломбардами, то они будут следующими. Месячная процентная ставка по ссуде в России составляет 10–13%, в Европе (Бельгия, Франция, Швеция) – 0,5–1%, США (в зависимости от штата) – 3–25%.

В большинстве случаев в зарубежные ломбарды обращаются солидные люди, которым необходим быстрый доступ к денежным средствам. В России сегодня прослеживается тенденция структурирования данных финансовых учреждений, выдающих ссуды под залог. Сегодня ломбарды становятся

современным и цивилизованным способом получить наличные денежные средства, когда они особенно необходимы.

Выпускная квалификационная работа посвящена анализу и финансово-хозяйственной деятельности и разработке рекомендаций по улучшению финансового положения ООО «Ломбард «Рантье». Актуальность темы заключается в том, что данному предприятию нужен анализ их деятельности и рекомендации по улучшению состояния финансового положения. На данный момент предприятие терпит убытки от своей деятельности. Рекомендации, которые будут рассмотрены в данной работе, будут связаны с внедрением и разработкой новых путей для улучшения состояния.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является ООО «Ломбард «Рантье».

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является финансово-хозяйственная деятельность ООО «Ломбард «Рантье».

Цель выпускной квалификационной работы – оценка финансового состояния ООО «Ломбард «Рантье» и предложение рекомендаций для перспективного развития предприятия. В данной работе будет рассмотрено направление рекламы в сфере интернета, а именно контекстная реклама.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. Проанализировать внешнюю и внутреннюю среду компании.
2. Исследовать финансово-хозяйственную деятельность ООО «Ломбард «Рантье».
3. Разработка рекомендаций для перспективного развития предприятия.
4. Расчет эффективности предложенных рекомендаций.

# 1 ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ ООО «ЛОМБАРД «РАНТЬЕ»

## 1.1 Общая характеристика ООО «Ломбард «Рантье»

ООО «Ломбард «Рантье» юридически был оформлен с 2007 года, в момент получения Свидетельства о государственной регистрации, что позволяет уже иметь собственную наработанную базу клиентов. С тех пор «Ломбард «Рантье» оказывает услуги по выдаче ссуды под залог имущества граждан РФ, занимается экспертной оценкой ювелирных изделий, распродажей невыкупленных залогов, розничной торговлей ювелирными изделиями. ООО «Ломбард «Рантье» – это сеть ломбардов, которые расположены в разных районах города. В любом отделении ломбарда вы можете рассчитывать на квалифицированную оценку ваших вещей опытными товароведом и качественное обслуживание. За пять лет работы компания «Ломбард «Рантье» смогла оказать взаимовыгодную поддержку сотне людей. Многие из них по достоинству оценили преимущества такого сотрудничества и стали постоянными клиентами.

Миссия – стратегическая цель, которая определяет предназначение предприятию. Сколько не существовала бы фирма на рынке миссия остается постоянной.

Цель – конечный результат любой деятельности. Цели бывают стратегические и текущие, как для фирмы в целом, так и для отдельного ее подразделения. Целей может быть несколько. Любая цель должна соответствовать критериям: конкретность, качественность, обеспеченность ресурсами, конечность, контролируемость.

Миссия ООО «Ломбард «Рантье» – обеспечить качественный сервис обслуживания клиентов за счет профессионализма работающего персонала.

Цели компании:

1. Удерживать долю рынка за счет привлечения новых клиентов.
2. Обеспечить стабильную прибыль.

Задача – проблемная ситуация с явно заданной целью, которую необходимо достичь. Задача – это то, что требуется сделать в рамках проблемной ситуации.

Задачи ООО «Ломбард «Рантье» имеют точную информацию по срокам, затратам (кадры, финансы, материальные средства) для достижения целей.

Ломбард «Рантье» – динамично развивающаяся компания, которая уверенно завоевывает рынок кредитования под залог. В каждом отделении ломбарда «Рантье» к вашим услугам квалифицированные эксперты-оценщики, которые в краткие сроки предоставят вам необходимую консультацию и кредитование.

Обращаясь в ломбард «Рантье», клиент может быть уверен, что все стандартные процедуры оформления займа будут соблюдены, а все основные условия (сумма займа, начисляемый процент, сроки погашения) прописаны в договоре. В своей работе ломбарды неукоснительно следуют требованиям действующего законодательства, регламентирующего деятельность ломбардов.

Условия выдачи займов:

1. Ломбард предоставляет услуги гражданам не моложе 18 лет, по предъявлению ими паспорта гражданина РФ.
2. Срок предоставления займа от 1 до 30 дней с правом пролонгации договора займа.

Ломбард «Рантье» принимает в залог:

1. Перстни, кольца.
2. Цепочки, браслеты.
3. Кулоны, крестики.
4. Ладанки, иконки.
5. Часы с содержанием ДМ (согласно методике оценки).
6. Зубные протезы (которые были в использовании).
7. Бытовую технику (сотовые телефоны, видеокамеры, ноутбуки и т.д.).



Оценщик имеет право отказать в приеме в залог ювелирных изделий из драгоценных металлов в случае, если состояние драгоценных металлов вызывает сомнения касательно его ликвидности.

Сумма займа наличными под залог ювелирных изделий зависит от установленной оценочной стоимости, где учитывается:

1. Чистый вес изделия.
2. Проба золота.

Чем выше проба и вес изделия, тем выше оценочная стоимость предмета залога.

Оценка ювелирных изделий проводится профессиональным оценщиком в присутствии клиента. В процессе оценки определяется проба и вес изделия, затем на основании утвержденной стоимости одного грамма драгоценного металла рассчитывается общая сумма оценки. Оценка золота бесплатна не зависимо от того будет, происходить залог или нет.

Правила пользования услугами ломбарда:

1. Ломбард «Рантье» осуществляет деятельность в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (ГКРФ), с Федеральным законом «О ломбардах», другими законодательными и нормативными актами РФ, договором с гражданином – заемщиком (залогодателем) или поклажедателем и настоящими правилами.

2. Выдача гражданам краткосрочных займов производится под залог ювелирных изделий, а также бытовых изделий (ноутбук, телефон, камера, плеер и т.д.).

3. Сумма займа, который может быть предоставлен клиенту под залог, определяется ломбардом в зависимости от вида и качества закладываемых изделий, от срока пользования займом.

4. Займы выдаются на срок 30 календарных дней. Дополнительно предоставляется льготный срок 30 календарных дней. По окончании этого срока вещи реализуются без дополнительного оповещения. День залога и день выкупа

считаются днями пользования займом, если иное не предусмотрено законодательством РФ.

5. Ставка вознаграждения за пользование займом составляет 0,4% в день с обязательной распечаткой в залоговом билете соответствующей суммы в расчете за 1 день.

6. Оплата процентов производится за период фактического пользования займом и т. д.

В ООО «Ломбард «Рантье» действует схема организационной структуры указанная на рисунке 1.1.

Директор

Бухгалтер

Ревизор

Товароведы-  
оценщики

Рисунок 1.1 – Организационная структура предприятия

1.2 Анализ организационной структуры и основных служб ООО «Ломбард «Рантье»

Используемая в данной компании структура построена по линейному принципу. Данная структура в современных условиях для большинства предприятий и организаций является достаточно эффективной, так как работники имеют расширенный круг функциональных обязанностей, они могут комплексно

оценить ситуацию и принимать компетентные решения, реагировать на любые ситуационные изменения.

Более подробно рассмотрены должностные инструкции (профессиональные компетенции) основных служб ООО «Ломбард «Рантье».

Обязанности директор:

1. Разрабатывает стратегию, стратегические планы и обеспечивает связь фирмы с внешней средой.
2. Несет полную ответственность за результаты работы фирмы в целом.
3. Наладку работы сотрудников фирмы, направление вектора их действия на совершенствование предоставления услуг ломбарда с учетом общественных и коммерческих приоритетов, усиление результативность работы фирмы, качество и конкурентоспособность предоставляемых услуг в целях удовлетворения потребностей клиентов.
4. Обеспечение сохранности и эффективного использования имущества в соответствии с правилами и нормами эксплуатации, санитарно-техническими и противопожарными требованиями.
5. Предоставляет фирме новые квалифицированные кадры, контролирует развитие их профессиональных знаний и опыта, создает безопасные и благоприятные для жизни и здоровья условия труда.
6. Обеспечивает грамотное сочетание экономических и административных методов руководства, использует единоначалие и коллегиальность в обсуждении и решении вопросов, материальных стимулов повышения эффективности работы.

Обязанности бухгалтера:

1. Выполняет работу по ведению бухгалтерского учета имущества, хозяйственных операций и иных схожих обязательств.
2. Участвует в разработке и осуществлении мероприятий, направленных на соблюдение финансовой дисциплины и рационализацию использования ресурсов.

3. Осуществляет прием, проверку и контроль первичной документации бухгалтерского учета, а также ведет счетную обработку.

4. Отражает на счетах бухгалтерского учета операции, связанные с движением основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств.

5. Производит начисление и перечисление налогов и сборов в федеральный, региональный и местный бюджеты и иных социальных отчислений.

6. Проводит анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, разрабатывает стратегии по улучшению состояния предприятия.

7. Выполняет работы по хранению документов.

Ревизор выполняет функции:

1. Осуществляет в соответствии с действующими инструкциями и положениями плановые и внеплановые проверки отделений ломбарда (не реже чем раз в месяц), выявление неточностей.

2. На следующий день после проведения ревизии проводит оформление итоги проверки и представляет их учредителям.

3. Дает оперативные указания работникам отделения для устранения ошибок, которые вскоре должны быть устранены.

Ревизор контролирует:

1. Остатки денежных средств в кассе отделения ломбарда.

2. Наличие предметов залога в соответствие с данными программы ломбарда.

3. Правильность и полноту заполнения залоговых билетов, правильность оценки предметов залога.

4. Наличие предметов выставленных на аукцион и остатками в программе, а также на сайте организации.

### 1.3 Характеристика ресурсов организации

Ресурсы организации – это основные элементы экономического потенциала организации, которые используются для достижения конкретных целей и задач, поставленных организацией.

К основополагающим потенциалам, наиболее нужным в деятельности фирмы, относят:

1. Материальные ресурсы.
2. Трудовые ресурсы.
3. Финансовые ресурсы.
4. Информационные ресурсы.
5. Производственные ресурсы.

Материальные ресурсы – это материальная и техническая основа организации, к которой относятся основные и вспомогательные материалы, и полуфабрикаты, и др.

Трудовые ресурсы – это рабочий персонал организации. Рабочий персонал организации является активной составной частью всех ресурсов организации и ориентированы на ведущую роль в процессе предоставления услуг. Трудовые ресурсы создают продукцию, работы и услуги, предоставляемые организацией на рынке товаров и услуг [6].

Финансовые ресурсы – денежные средства. Финансовые ресурсы в целом представляют собой совокупность денежных средств, которые формируются из собственных, заемных, привлеченных и других возможных средств. Финансовые ресурсы формируются в процессе создания товаров и услуг предприятия и реализации экономических отношений при осуществлении хозяйственно-финансовой деятельности.

Информационные ресурсы – вычислительная техника, которой владеет предприятие. Под информационными ресурсами организации понимается вся совокупная вычислительная техника и коммуникационное оборудование, которой

владеет организация, а также программы, которые применяются на предприятии, и обрабатываемых данных, являющиеся ценностью для организации. К информационным ресурсам также относят носители информации, как электронные, так и бумажные [26].

Производственные ресурсы организации – это средства, запасы, товарно-материальные ценности, которые необходимы для производства товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Опишем ресурсы, имеющиеся у организации ООО «Ломбард «Рантье».

К материальным ресурсам можно отнести: помещения, сырье, оборудование в виде станков, мебель, технику, транспортные средства, хозяйственный инвентарь.

Трудовые ресурсы: директор, бухгалтер, ревизор, товаровед-оценщик.

Финансовые ресурсы: собственные ресурсы (прибыль, выручка от реализации, начальный капитал), нераспределенная прибыль.

Информационные ресурсы: базы данных, бумажные документы, электронные документы, реклама.

Производственные ресурсы: товары предназначенные для реализации.

#### 1.4 Анализ макроокружения

Макросреда – это совокупность нескольких факторов, на которые не могут повлиять ни руководство, ни управляющий персонал предприятия и должно учитывать их для того, чтобы устанавливать стратегический вектор пути предприятия и поддерживать с клиентами отношение сотрудничества [24].

Организация и ее микроокружение находятся и функционируют в окружении более глубокой системы под названием макросреда, которая представляет собой систему и либо открывает новые возможности, либо грозит новыми угрозами для предприятия. Макросреда включает следующие основные элементы, которые влияют на всю систему в целом: демографическая среда или

этнодемография; экономическая среда; природная среда; научно-технологическая среда; политико-правовая или политическая; культурная среда [7].

Основные характеристики демографической среды является численность и плотность населения. Именно для маркетингового анализа демографическая среда и придает особый интерес, поскольку рынки состоят из людей и товаров, которые взаимосвязаны между собой.

Экономическая среда является общей покупательной способностью всего общества, связанная с уровнем текущих доходов, цен, сбережений и доступностью кредита, уровнем безработицы, уровнем инфляции и др.

Природная среда – прежде всего изменение в окружающей среде, сказывающееся на население и на товарах, производящихся на предприятиях и предлагающихся потребителю. Деятельность предприятия зависит от условий, которые создаются с помощью природных условий, таких как дефицит природных ресурсов, а именно вода, воздух, топливо и др. Именно эти факторы могут сказаться на поведении населения и многих предприятий.

Повышение загрязнения природной, окружающей среды. Промышленная деятельность предприятий практически всегда наносит вред природной среде. Существуют проблемы опасного уровня содержания химических загрязнителей в почве и продуктах питания, радиоактивного заражения, загрязнения упаковочными материалами, которые не поддаются биологически-химическому разложению. В качестве альтернативой тенденции развития к негативным воздействиям сейчас создаются инструменты по борьбе с загрязнением окружающей среды.

Ввязывание государства в процесс целесообразного потребления и воспроизводства природных ресурсов может сказаться как отрицательно, так и положительно на деятельность организации. Деятельность предпринимательства находится под жестким контролем, как со стороны государственных органов, так и со стороны имеющих влияние социальных групп, это делает предпринимательство не легкой деятельностью. Бизнес должен участвовать в

поиске решения множества проблем таких как: снабжение экономики материальными ресурсами и предотвращения загрязнения окружающей среды и др. [30].

В научно-технической среде развитие науки и техники является главным фактором экономического и индустриального роста. Совершенно новая техника заменяет старую, которая отличается от новой высокими затратами на материальное и энергетическое обеспечение оборудования, которые стоят намного меньше. К основополагающим направленностям развития научно-технологической среды относятся: ускорение научно-технологического прогресса, рост ассигнаций на исследования и разработки, увеличение стратегий у мелких преобразований, ужесточение нормативно правовых актов, регулирующих деятельность предприятий, и государственного контроля.

Ускорение научно-технического прогресса совершается с помощью выпуска современной техники, которая включает в себя комплексы автоматических машин под управлением компьютеров. На смену этому приходят роботы и робототехнические комплексы с искусственным интеллектом, улучшающие работу предприятия.

Увеличение роста ассигнований на различные исследования и разработки, проводящиеся в настоящее время в наиболее развитых странах, величина которых насчитывает не менее 2–2,5% внутреннего валового продукта. Предприятия, которые действуют в наукоемких отраслях сельскохозяйственной деятельности, тратят на новые исследования и разработки обычно от 15% до 25% своей выручки от реализации товаров, произведенных на данном предприятии, и услуг, предлагаемых предприятием населению.

Расширение политики небольших усовершенствований – внедрение малых улучшений в уже выпускаемые товары. Вместо того чтобы рисковать и создавать новое оборудование и предлагая крупные новшества, большинство предприятий занимаются мелкими улучшениями своих товаров, что является не очень хорошей



тенденцией. Они точно также покупают лицензии и пытаются сделать очень похожими товары, которые выпускаются конкурентами.

Ужесточение государственного контроля качества и безопасности товаров могут сказаться либо положительно, либо отрицательно на реализацию товаров и услуг и производство этих товаров и услуг. Государственные органы надзора изучают товары и услуги и могут запретить те из них, оказывающиеся могут быть наиболее опасными для государства и населения страны. Ведется жесткий контроль качества пищевых продуктов, лекарств, становятся более строгими требования к безопасности товаров в машиностроении, в пошиве одежды, электробытовых приборов, в строительстве и других отраслях производства и оказания услуг населению.

К политической среде относят законодательные акты, нормативно правовые документы государственных учреждений, запросы групп общественности, оказывающие огромное влияние на различные предприятия и отдельных лиц и ограничивающие свободу их действий. В Российской Федерации стремительно увеличивается число нормативно правовых документов и законодательных актов, которые регулируют предпринимательскую деятельность, ужесточая условия для ведения предпринимательской деятельности. Основой законодательных актов и нормативно правовых документов является Конституция РФ и Гражданский кодекс. Важная причина государственного регулирования – потребность в защите покупателей от малопорядочной предпринимательской деятельности, которую ведут организации, находящиеся в различных отраслях производства и оказания различных услуг. Руководители предприятий должны хорошо знать федеральные и местные законодательные акты, регулирующие деятельность, в которой работает их предприятие.

Культурной средой являются основополагающее мировоззрение, культурные ценности и нормы поведения, которые определяют отношения людей друг с другом.

Анализ макроокружения предприятия даст понять, как внешние факторы влияют на данную отрасль.

Таблица 1.1 – PEST анализ

Факторы внешней среды	Влияние	Степень влияния	Действия
Политические	Устойчивость политической власти и существующего правительства	+	Поддерживать существующую власть в стране
	Налоговая политика	+	Искать способы минимизировать налоговую нагрузку
Политические	Тенденции к регулированию или дерегулированию отрасли	+	Участие в различных государственных опросах
Экономические	Развитие экономики	+	Стабилизировать доход компании всеми законными способами
	Уровень инфляции	-	Снижать ценовую категорию
	Уровень развития предпринимательства и бизнес-среды	+	Прозрачность компании, открытость для сотрудничества
Социально-культурные	Уровень здравоохранения	+	Официальное трудоустройство работников, уплата социальных отчислений

Окончание таблицы 1.1 – PEST анализ

Социально-культурные	Уровень образования	+	Помощь образовательным учреждениям, которое будет даваться в практических значениях
	Отношение к работе	+	Улучшить систему мотивации и поощрений
Технологические	Развитие новых технологий	+	Использовать новые технологии для расширения бизнеса
	Усовершенствование новых процессов	+	Улучшения работы персонала
	Уровень инноваций и технологического процесса	+	Инвестиции в научно-исследовательскую среду отрасли

PEST анализ – удобный и простой метод для анализа макросреды, внешней среды предприятия, которая состоит из политических, экономических, социально-культурных и технологических факторов.

Методика PEST анализа зачастую применяется для оценки особенно важных рыночных тенденций отрасли, а результаты, полученные из PEST анализа, могут использоваться для составления списка различных возможностей и угроз при составлении SWOT анализа компании. PEST анализ служит инструментом для долгосрочного стратегического планирования, который составляется на несколько лет вперед и ежегодно обновляется свежими данными [21].

PEST анализ является аббревиатурой для следующих факторов: политические (P), экономические (E), социально-культурные (S) и

технологические (Т), вместе они представляют систему функционирующую вместе. Разберем каждую группу показателей более подробно.

К внешним факторам относятся:

1. Политические.
2. Экономические.
3. Технические.
4. Социальные.

P (Political) – факторы политико-правового окружения компании, нормативно правовые акты, законодательные акты местных органов власти и федеральных органов. При исследовании политико-правового окружения деятельности предприятия, страны или отрасли рынка необходимо ответить на несколько вопросов относительно основных изменений в области политической стабильности и нормативно правового регулирования.

Факторы, влияющие на рынок, политической среды:

1. Стабильность существующего правительства и политической власти.
2. Налоговая политика, социальные отчисления.
3. Тенденции к регулированию или дерегулированию отрасли в целом и предприятия в отдельности.
4. Наличие государственных и иностранных компаний в отрасли.
5. Будущие и настоящие нормативно правовые документы, которые отлаживают правила работы в отрасли.
6. Вероятность возникновения военного положения в стране, которые могут обернуться полным хаосом в государстве.

Политическими факторами деятельности ломбардов будет являться:

1. Налоговая ставка организации, находящейся на общей системе налогообложения (ОСН). Если данная ставка будет слишком высока, то предприятие будет приносить слишком мало прибыли.

2. Ужесточение регулирования ломбардной деятельности. В частности, это может быть вызвано созданием определенных нормативно правовых актов, регламентирующих деятельность ломбардов.

E (Economiсal) – факторы экономического состояния рынка и страны в целом, которое в данный момент находится на низком уровне. При анализе данной группы факторов необходимо определить 6 ключевых параметров, которые наиболее полно характеризуют состояние экономики страны и рынка, в котором компания осуществляет свою деятельность.

1. Динамика развития экономики, характеризующаяся спадом, ростом или стагнацией.

2. Изменение стоимости капитала, курсов валют, биржевых котировок.

3. Изменение уровня безработицы.

4. Изменение уровня инфляции.

5. Изменение располагаемого дохода на душу населения.

6. Направленность в банковской сфере.

Экономические факторы:

1. Уровень инфляции и процентные ставки, которые можно узнать на официальном сайте ЦБ РФ.

2. Курсы основных валют, изменяющиеся каждый день.

3. Уровень развития предпринимательства и бизнес-среды, остающийся на данный момент по сравнению с другими странами на довольно низком уровне развития.

4. Кредитно-денежная и налогово-бюджетная политика страны, регулируемая нормативно правовыми актами федеральных и местных органов самоуправления.

5. Уровень располагаемых доходов населения, которая является одним из основных экономических факторов.

6. Уровень развития банковской сферы.

На данную отрасль сильно влияет уровень инфляции, а также уровень располагаемых доходов населения. Так как чем ниже уровень располагаемых доходов, тем больше клиентов появляется в деятельности ломбарда.

Уровень развития банковской сферы также влияет на данную отрасль, так как банковская отрасль является косвенным (непрямым) конкурентом отрасли ломбардной деятельности.

Также на деятельность ломбардов будет сказываться рыночная (биржевая) стоимость 1 грамма золота.

S (Socio-cultural) – факторы социального и культурного состояния рынка, которые служат для определения социальных и культурных ценностей общества. В ходе исследования данной группы факторов нужно описать пять основополагающих норм:

1. Изменение демографического состояния: движение населения (убыль или прибыль), половозрастная структура рынка, которая способна показать отношение мужского и женского населения для маркетингового анализа склонности к потреблению.

2. Степень развитости населения, в том числе степень квалифицированности сотрудников, что может помочь предприятию для принятия решений о реструктуризации своего персонала.

3. Особенности менталитета, важные культурные ценности, которые могут отразить склонность к потреблению того или иного товара или использованию услуги.

4. Изменение социальных слоев населения может определить покупательную способность населения, данный показатель очень важен для любой отрасли.

5. Изменение вкусов и предпочтений аудитории, устоявшиеся мифы и предубеждения о том или ином товаре или услуге.

Социально-культурные факторы, которые оказывают воздействие на деятельность предприятий и на восприятие общественности:

1. Отношение к работе, карьере, досугу и выходу на пенсию, если общественность будет полагаться на этот фактор, то эффективность рабочего будет увеличена, особенно, если отношение к карьерному росту у общественности будет на первом месте.

2. Требования к качеству продукции и уровню сервиса, также может оказать большее влияние на уровень качества, производимых продуктов и оказываемых услугах.

3. Культура формирования накоплений и кредитования в обществе, данный фактор может усугубить положение некоторых предприятий, так как население будет стремиться к сбережению и перестанет тратить свои денежные средства на всякие продукты развлечения.

4. Образ жизни и привычки потребления сказывают огромное значение на развлекательную отрасль и отрасль общепита и др.

5. Развитие религии и прочих верований.

6. Темпы роста населения.

7. Уровень миграции и иммиграционные настроения, этот фактор будет как отрицательно, так и положительно сказываться для разных видов деятельности, так как для одних утечка образованного населения будет вызывать отрицательный эффект, сказывающийся в нехватке человеческого ресурса, у других же наоборот, например, у турфирм, которые будут получать за счет перевозки этой части общества.

8. Половозрастная структура населения и продолжительность жизни.

9. Социальная стратификация в обществе может как положительно сказаться на деятельность предприятия, так и отрицательно, смотря на какой слой населения нацелена деятельность предприятия.

10. Размер и структура семьи.

Образ жизни и привычки потребления могут косвенно повлиять на деятельность ломбарда, если привычки потребления будут на высоком уровне, а

денежным средствам у населения будет не достаточно, то им придётся брать денежные средства посредством займов у банков и ломбардов.

T (Technological) – факторы, которые определяют технологическое и научное развитие в отрасли. Такая группа факторов нуждается в подробном рассмотрении, так как в эпоху технологического прогресса именно преобразование в технологии производства, коммуникации и других функций может радикально изменить сложившееся состояние рынка и отрасли в целом.

В ходе анализа технологических факторов необходимо обратить внимание на 4 параметра, которые могут сильно изменить деятельность, в которой работает предприятие:

1. Возможные изменения в технологии производства, которые используются на рынке (инновации в оборудовании, материалах, в бизнес-моделях и методах ведения бизнеса).
2. Воздействие коммуникационных систем на развитие рынка.
3. Воздействие мобильных и транспортных технологий на подъем рынка, данный фактор может значительно снизить издержки на производство.
4. Нововведения в коммуникационных технологиях, которые позволяют более результативно выбиваться в лидеры на рынке, определенных товаров.

Факторы воздействия технологической среды на рынок:

1. Затраты на исследования и разработки в отрасли.
2. Уровень нововведений и технологического роста отрасли.
3. Доступность к новейшим технологиям.
4. Совершенствование и проникновение интернета в общество, совершенствование мобильных средств коммуникации.
5. Степень использования, внедрения и передачи технологий.

Технологическое развитие отрасли может быть определено в оборудовании, помогающее определять золотое изделие на истинность. Бывают такие случаи, что залогодатель приносит изделие покрытое золотом, а это является обманом. Такие изделия ломбарды со временем научились выявлять такие



изделия. Оборудование для выявления подлинности изделия с каждым годом совершенствуется, как и способы подделки золотых изделий.

### 1.5 Анализ микроокружения

Анализ микроокружения включает в себе изучение непосредственного окружения организации, которое направлено на анализ состояния тех составляющих внешней среды, находящиеся с организацией в непосредственном взаимодействии. К числу элементов микроокружения относят:

1. Поставщиков.
2. Потребителей.
3. Конкурентов [64].

Потребителями услуг ломбарда, являются лица, которым нужна финансовая помощь для каких-либо целей, ООО «Ломбард «Рантье» помогает решить им данную проблему.

Конкурентами же организации являются крупные ломбарды г. Челябинска, такие как:

1. Золотая рыбка.
2. Фианит.
3. ООО Ломбард «Левис».
4. SUNLIGHT.

Анализ конкурентов представлен в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Анализ конкурентов

Название ломбарда	Ставка, %	Сайт	Проба				Кол-во отделений
			583	585	750	958	
ООО «Ломбард «Рантье»	0,2	-	1 000	1 000	1 280	1 630	9
	0,4		1 400	1 400	1 790	2 280	
Золотая рыбка (33 дня)	0,4–0,5	+	1 400	1 400	1 750	1 750	83

## Окончание таблицы 1.2 – Анализ конкурентов

Название ломбарда	Ставка, %	Сайт	Проба				Кол-во отделений
			583	585	750	958	
			Кредит, руб./гр.				
Золотая рыбка (60 дней)	0,4–0,5		950	950	1 300	1 300	
Фианит	0,3– 0,455	+	1 400	1 500	1 500	1 700	62
ООО Ломбард «Левис»	0,3–0,4	-	1 300	1 300	1 500	1 700	2
SUNLIGHT	0,2–0,4	+	1 395	1 400	1 705	2 130	5

В таблице 1.2 представлены основные конкуренты ООО «Ломбарда «Рантье», их ставки, оценка сайта, кредит (сумма, которую могут дать за изделие), количество отделений. Из таблицы видно, что у ООО «Ломбард «Рантье» отрицательная оценка сайта, это следует из того, что сайт не обновлялся очень давно, есть неточности, функциональность и информативность сайта устарели – необходима доработка. По сравнению с конкурентами ООО «Ломбард «Рантье» дает минимальные и высокие кредиты в зависимости от ставки 0,2 и 0,4 соответственно. Количество отделений в процентном эквиваленте представлено на рисунке 1.1.

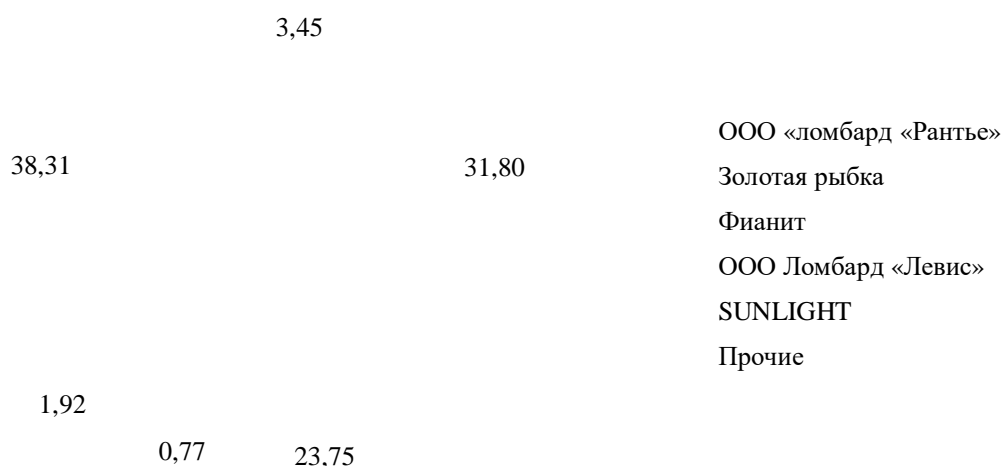


Рисунок 1.1 – Доля по количеству отделений

Метод SWOT анализа – универсальная методика стратегического менеджмента, которая может помочь предприятию проанализировать свою среду, данный метод является универсальным для каждого предприятия. Объектом SWOT анализа может стать любой продукт, услуга, отделение предприятия и даже сам человек может подойти для этого анализа.

Расшифровка аббревиатур SWOT анализа: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности), Threats (угрозы).

Сильные стороны товара или услуги, это такие внутренние параметры компании, обеспечивающие конкурентоспособное превосходство на рынке или более лучшее состояние по сравнению с конкурентами, другими словами, это те сферы, в которых товар компании чувствует себя устойчивее конкурентов.

За счет сильных сторон фирмы организация может увеличить уровень продаваемой продукции, прибыли и доли на рынке, сильные стороны могут предоставить выгодное положение продукции или услуги по сравнению с конкурентами. Сильные стороны нужно непрерывно укреплять, совершенствовать, пользоваться до конца и находить новые.

Слабые стороны – это такие внутренние характеристики компании, затрудняющие рост деятельности, мешающие товару занимать лидирующие позиции на рынке, являющиеся неспособными к конкурентной борьбе на рынке.

Большое количество слабых сторон для компании в стратегическом планировании является отрицательным явлением для деятельности. Слабые стороны компании создают помехи увеличению продаж и прибыли, тянут компанию на дно, из-за слабых сторон компания может потерять лидерство или долю на рынке. Нужно наблюдать за областями, в которых компания недостаточно сильна, разрабатывать специальные методы по укреплению слабых позиций, действовать на шаг вперед.

Возможности фирмы – выгодные факторы внешней среды, воздействующие могут на подъем бизнеса в будущем, если пытаться их

использовать на максимально возможном уровне. Компания должна четко определить свои возможности, чтобы уделить им особое внимание, так как благодаря таким возможностям можно выбиться в лидеры и занять наиболее выгодное положение на рынке.

Угрозы компании – это такие неблагоприятные факторы внешней среды, которые могут обессилить конкурентную способность фирмы на рынке, как в будущем, так и в настоящем, и вызвать к уменьшению продаж и потери части рынка, занимаемой предприятием. Появление рыночных опасностей для фирмы в стратегическом проектировании выражают вероятные риски и убыток организации в будущем. Каждая опасность должна быть просчитана с точки зрения вероятности появления в краткосрочном периоде, и как можно быстро устранена, так как другие игроки на рынке могут воспользоваться вашими слабостями.

SWOT анализ представлен в таблице 1.2

Таблица 1.2 – SWOT анализ

<p>Сильные стороны</p> <p>Высокая цена кредита руб./г.;</p> <p>Отделения находятся в каждом районе города;</p> <p>Выгодные ставки.</p>	<p>Слабые стороны</p> <p>Неконкурентоспособный сайт;</p> <p>Слабая реклама.</p>
<p>Возможности</p> <p>Доработка сайта;</p> <p>Повышение квалификации сотрудников;</p> <p>Контекстная реклама.</p>	<p>Угрозы</p> <p>Потеря постоянных клиентов;</p> <p>Большое количество конкурентов.</p>

Таблица 1.2 показывает что, необходимо расширить рекламную кампанию. Для этого нужно, чтобы ломбард рекламировался не только на баннерах, но и в интернете, для этого необходимо запустить контекстную рекламу.

## 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЛОМБАРД «РАНТЬЕ»

### 2.1 Структура имущества предприятия и источники его формирования

В таблице 2.1 представлен баланс предприятия ООО «Ломбард «Рантье».

Таблица 2.1 – Балансы предприятия за три периода, тыс. руб.

Наименование показателя	Строка	Период		
		31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016
<b>Актив</b>				
Оборудование (01-02)	11501	2 144,9	1 872,3	1 652,5
Налоги и сборы (68,69)	12301	104,2	37,5	49,7
Расчеты с разными дебиторами и кредиторами (60,76)	12302	2 025,7	3 009,0	3 065,5
Расчеты по возмещению ущерба (73)	12303	9,1	24,8	24,3
Расчеты с подотчетными лицами (71)	12304	3 045,2	-	-
Займы под залог движимого имущества (58)	12401	153 582,5	240 084,1	77 139,6
Займы (58)	12402	12 215,6	-	6 755,8
Касса, банк (50,51)	12501	1 260,1	1 449,4	1 513,0
Расходы будущих периодов (97)	12601	10 260,3	11 495,3	11 495,3
<b>Пассив</b>				
Уставный капитал (80)	13101	10,0	10,0	10,0
Нераспределенная прибыль (84)	13701	-2 838,4	-2 757,1	-2 919,1
Заемные средства (66)	15101	1 079,7	6 346,2	1 303,7
Расчеты с поставщиками и подрядчиками (60)	15201	47 803,3	63 829,7	75 437,4
Расчеты по налогам (68)	15202	95,6	70,0	32,9

Окончание таблицы 2.1 – Балансы предприятия за три года, тыс. руб.

Наименование показателя	Строка	Период		
		31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016
Расчеты по внебюджетным сборам (69)	15203	80,8	65,4	-
Расчеты с персоналом (70)	15204	-	-	26,9
Прочие кредиторы (62.1, 76.5)	15206	125 096,6	176 931,6	14 455,4
Доходы будущих периодов (98)	15301	-	28,5	28,5
Прочие обязательства (000)	15501	13 320,0	13 320,0	13 320,0
Валюта баланса		184 647,6	257 972,4	101 695,7

На основе таблицы 2.1 были проведены расчеты, чтобы узнать какую долю занимает каждый показатель в валюте баланса, а также были посчитаны изменения показателей за три периода. Полученные значения приведены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Изменения баланса предприятия ООО «Ломбард «Рантье»

Наименование показателя	в % к валюте баланса		Изменения за анализируемый период	
	На начало периода (31.12.2014)	на конец периода (31.12.2016)	тыс. руб.	%
<b>Актив</b>				
Оборудование (01-02)	1,162	1,620	-492,400	-22,960
Налоги и сборы (68,69)	0,056	0,050	-54,500	-52,300
Расчеты с разными дебиторами и кредиторами (60,76)	1,097	3,010	1 039,800	51,330

Продолжение таблицы 2.2 – Изменения баланса предприятия  
ООО «Ломбард «Рантье»

Наименование показателя	в % к валюте баланса		Изменения за анализируемый период	
	На начало периода (31.12.2014)	на конец периода (31.12.2016)	тыс. руб.	%
Расчеты по возмещению ущерба (73)	0,005	0,020	15,200	167,030
Расчеты с подотчетными лицами (71)	1,649	0,000	-3 045,200	-100,000
Займы под залог движимого имущества (58)	83,176	75,850	-76 442,900	-49,770
Займы (58)	6,616	6,640	-5 459,800	-44,700
Касса, банк (50,51)	0,682	1,490	252,900	20,700
<b>Пассив</b>				
Уставный капитал (80)	0,005	0,001	-	-
Нераспределенная прибыль (84)	-1,537	-2,870	-80,700	2,840
Заемные средства (66)	0,585	1,28	224,000	20,750
Расчеты с поставщиками и подрядчиками (60)	25,889	74,18	27 634,100	57,810
Расчеты по налогам (68)	0,052	0,032	-62,700	-65,590
Расчеты по внебюджетным сборам (69)	0,044	-	-80,800	-100,000
Расчеты с персоналом (70)	-	0,027	26,900	-
Расчеты с подотчетными лицами (71)	-	-	-	-
Прочие кредиторы (62.1, 76.5)	67,749	14,214	-110 641,200	-88,440

Окончание таблицы 2.2 – Изменение баланса предприятия  
ООО «Ломбард «Рантье»

Наименование показателя	в % к валюте баланса		Изменения за анализируемый период	
	на начало периода (31.12.2014)	на конец периода (31.12.2016)	тыс. руб.	%
Доходы будущих периодов (98)	-	0,028	28,500	-
Прочие обязательства (000)	7,214	13,098	-	-
Валюта баланса	100,000	100,000	-82 951,900	-44,920

Из предоставленных данных в первой части таблицы видно, что на 31.12.2016 в активах предприятия часть расчетов с поставщиками и подрядчиками составляет три четвертых. Активы организации за весь рассматриваемый период уменьшились на 44,92%.

Наглядно соотношение активов предприятия представлено на рисунке 1.

1,625	0,049	3,014	0,024	Оборудование (01-02)
11,304			0,000	Налоги и сборы (68,69)
1,488				Расчеты с разными дебиторами и кредиторами (60,76)
6,643				Расчеты по возмещению ущерба (73)
				Расчеты с подотчетными лицами (71)
				Займы под залог движимого имущества (58)
				Займы (58)
				Касса, банк (50,51)
			75,853	Расходы будущих периодов (97)

Рисунок 2.1 – Доля активов к валюте баланса

Уменьшение величины активов организации связаны с уменьшением следующих позиций актива бухгалтерского баланса:

1. Займы под залог движимого имущества – 76 442,9 тыс. руб. -49,77%.



2. Налоги и сборы – 54,5 тыс. руб. или -25,3%.
3. Оборудование – 492,4 тыс. руб. или -22,96%.
4. Расчеты с подотчетными лицами – 3 045,2 тыс. руб. или -100%.

Одновременно, в пассиве баланса низкие показатели показали следующие позиции:

1. Прочие кредиторы – 110 641,2 тыс. руб. или -88,44%.
2. Расчеты по внебюджетным сборам – 80,8 или -100%.

Среди положительно изменившихся статей баланса можно выделить в пассиве:

1. Расчеты с поставщиками и подрядчиками – 27 634,1 или +57,81%.

В активе:

2. Расходы будущих периодов – 1 235 или +12,04%.
3. Расчеты с разными дебиторами и кредиторами – 1 039,8 или +51,33%.
4. Нераспределенная прибыль – 80,7 тыс. руб. или +2,84%.

## 2.2 Оценка стоимости чистых активов организации

Чистые активы – это реальная стоимость имеющегося у предприятия имущества, ежегодно определяемая за вычетом долгов [17].

Чтобы оценить стоимость активов организации нужно найти чистые активы за три периода по формуле:

(1)

В таблице 2.3 приведены показатели для анализа стоимости чистых активов организации.

Таблица 2.3 – Оценка стоимости чистых активов организации

Наименование показателя	Значение показателя					Изменение	
	в тыс. руб.			в % к валюте баланса		тыс. руб.	%
	31.12.14	31.12.15	31.12.16	на начало периода (31.12.14)	на конец периода (31.12.16)		
Чистые активы (ЧА)	-2 838,400	-2 728,800	-2 890,600	-1,540	-2,840	-52,200	1,840
Уставный капитал	10,000	10,000	10,000	0,005	0,010	0,000	0,000
Превышение ЧА над уставным капиталом	-2 848,400	-2 738,800	-2 900,600	-1,540	-2,850	-52,200	1,830

Наглядное представление таблицы 2.3 представлено на рисунке 2.2.

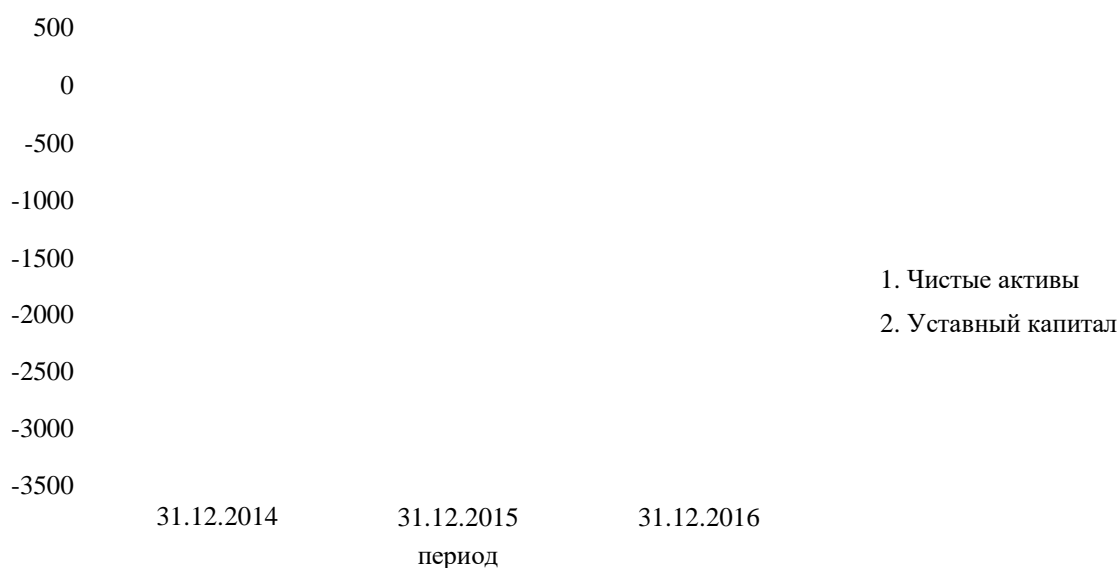


Рисунок 2.2 – Наглядное представление соотношения чистых активов с уставным капиталом

Уставный капитал организации на 31.12.2016 года намного превышает (на 2900,6 тыс. руб.) чистые активы. Такая разница отрицательно характеризует финансовое положение, не удовлетворяет требования нормативных актов к

величине чистых активов организации. Превышение уставного капитала над ЧА говорит о плохом финансовом положении организации по данному признаку.

## 2.3 Анализ финансовой устойчивости организации

### 2.3.1 Основные показатели финансовой устойчивости организации

Финансовая устойчивость – это доля, состоящая в общей устойчивости фирмы, а также уравновешенность финансовых потоков, наличие средств, позволяющие предприятию подкреплять свою деятельность в течение определенного периода времени, в том числе обслуживая полученные кредиты и производя продукцию [32].

Показателями финансовой устойчивости являются:

1. Коэффициент автономии.
2. Коэффициент финансового левериджа.
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.
4. Индекс постоянного актива.
5. Коэффициент покрытия инвестиций.
6. Коэффициент маневренности собственного капитала.
7. Коэффициент мобильности имущества.
8. Коэффициент мобильности оборотных средств.
9. Коэффициент обеспеченности запасов.
10. Коэффициент краткосрочной задолженности.

Коэффициент автономии рассчитывается по формуле:

(2)

Этот коэффициент показывает, насколько организация независима от кредиторов. Оптимальное значение данного коэффициента: 0,6-0,7. Рост коэффициента автономии свидетельствует об увеличении финансовой независимости.

Коэффициент финансового левериджа рассчитывается по формуле:

(3)

Данный показатель позволяет определить, насколько велика зависимость деятельности компании от заемных средств. Оптимальное значение для данного показателя: 0,3-0,5. Чем выше этот показатель, тем больше предпринимательский риск организации. Чем больше заемных средств, тем меньше прибыли сможет получить предприятие, ввиду того что ее доля уйдет на ликвидацию кредитов и уплату процентов.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами рассчитывается по формуле:

(4)

Этот показатель дает понять какое количество собственных оборотных средств находится у предприятия. Оптимальное значение данного показателя: не менее 0,1 [77].

Индекс постоянного актива рассчитывается по формуле:

(5)

Данный показатель показывает, какая часть собственных источников уходит на покрытие внеоборотных активов. Он характеризует удельный вес иммобилизованных (неподвижных) средств в собственном капитале. Оптимальное значение для данного показателя отсутствует.

Коэффициент покрытия инвестиций рассчитывается по формуле:

(6)

Данный коэффициент показывает, какая доля активов покрывается за счет устойчивых источников – собственных средств и долгосрочных кредитов. Нормативное значение данного коэффициента 0,7 и более.

Коэффициент маневренности собственного капитала рассчитывается по формуле:

(7)

Данный коэффициент показывает, насколько предприятие способно подкреплять уровень собственного оборотного капитала и дополнять оборотные средства в случае надобности за счет собственных источников. Нормальное значение коэффициента, рекомендовано в пределах от 0,2 до 0,5.

Коэффициент мобильности имущества рассчитывается по формуле:

(8)

Данный показатель характеризует долю средств, которая служит для погашения кредитов. Чем выше коэффициент, тем легче рассчитаться с кредиторами.

Коэффициент мобильности оборотных средств рассчитывается по формуле:

(9)

Данный коэффициент показывает долю готовых к платежу средств в общей сумме средств, направляемых на погашение краткосрочных долгов. Увеличение показателя говорит об ускорении оборачиваемости имущества.

Коэффициент обеспеченности запасов рассчитывается по формуле:

(10)

Данный коэффициент показывает, какая часть запасов и затрат финансируется за счет собственных источников. Считается, что коэффициент обеспеченности запасов должен изменяться в пределах 0,5 и более. Положительный рост показателя сказывается на финансовой устойчивости компании.

Коэффициент краткосрочной задолженности рассчитывается по формуле:

(11)

Этот показатель выражает долю краткосрочных обязательств предприятия в общей сумме внешних обязательств (какая доля в общей сумме задолженности нуждается в краткосрочном погашении). Увеличение показателя увеличивает взаимозависимость предприятия от краткосрочных обязательств. Чем ниже значение коэффициента, тем наиболее минимальным считается задолженность фирмы и тем более прочным будет его финансовое состояние [66].

Посчитав показатели можно составить таблицу 2.4, с помощью которой можно увидеть, как изменялись данные показатели за три периода, и проанализировать их.

Таблица 2.4 – Основные показатели финансовой устойчивости

Показатель	Значение показателя			Изменение показателя
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	
1. Коэффициент автономии	-0,015	-0,011	-0,029	-0,013
2. Коэффициент финансового левериджа	-0,382	-2,310	-0,448	-0,066

Окончание таблицы 2.4 – Основные показатели финансовой устойчивости

Показатель	Значение показателя			Изменение показателя
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,027	-0,018	-0,046	-0,019
4. Индекс постоянного актива	-7,583	-0,681	-0,568	7,015
5. Коэффициент покрытия инвестиций	-0,015	-0,011	-0,029	-0,013
6. Коэффициент маневренности собственного капитала	-0,027	-0,018	-0,045	-0,018
7. Коэффициент мобильности имущества	0,988	0,993	0,984	-0,005
8. Коэффициент мобильности оборотных средств	0,905	0,936	0,840	-0,065
9. Коэффициент обеспеченности запасов	-	-	-	-
10. Коэффициент краткосрочной задолженности	1,000	1,000	1,000	0,000

На основе таблицы проанализируем финансовую устойчивость предприятия ООО «Ломбард «Рантье», рассматривая каждый показатель по отдельности.

$K_A$  показал отрицательное значение -0,029 и упал за три периода на -0,013. Это говорит о том, что организация сильно зависит от заемных источников финансирования, поэтому по данному показателю финансовое положение организации менее устойчивое.

$K_{ФЛ}$  в начале всего анализируемого периода показал отрицательное значение -0,382, это значит, что организация упускает возможность использовать финансовый рычаг – повысить рентабельность собственного капитала за счет

вовлечения в деятельность заемных средств. На конец анализируемого периода коэффициент также имеет отрицательное значение -0,448.

$K_{\text{СОС}}$  показал отрицательное значение на начало -0,027 и на конец периода -0,046. Данный отрицательный показатель характеризует предприятие, как предприятие, у которого нехватка собственных оборотных средств, нужных для финансовой устойчивости фирмы.

$I_{\text{ПА}}$  показал отрицательное значение на начало -7,583 и на конец -0,568 анализируемого периода. Данный показатель за анализируемый период изменился в положительную сторону на 7,015 единиц. Это значит, что предприятие не может покрыть внеоборотные активы с помощью собственного капитала. Отрицательное значение данного показателя получилось из-за отрицательного значения собственного капитала в бухгалтерском балансе.

$K_{\text{ПИ}}$  данный показатель на начало анализируемого периода показал отрицательное значение -0,015 и на конец периода также показал отрицательное значение -0,029. Изменился показатель на -0,013 единиц за весь анализируемый период. Отрицательное значение данного показателя означает, что часть активов не финансируется за счет устойчивых источников.

$K_{\text{МСК}}$  показал в 2014 году рассматриваемого периода отрицательное значение -0,027 и на конец -0,045 рассматриваемого периода. Изменения за анализируемый период составили -0,018 единиц.

$K_{\text{МИ}}$  мобильности имущества на начало 0,988 и на конец 0,984 анализируемого периода показал положительное значение, что является положительной чертой анализа. Данный показатель отражает долю средств для погашения долго, так как данный показатель в организации высок, то предприятию будет легче рассчитаться с кредиторами.

$K_{\text{МОС}}$  показал на начало 0,905 и на конец 0,840 анализируемого периода был высок, что положительно влияет на финансовую устойчивость организации. Это значит, что у организации высокая скорость оборачиваемости имущества, что является положительной характеристикой организации.



$K_{O3}$  невозможно рассчитать, так как запасов у организации на самом деле нет.

$K_{K3}$  на всем промежутке анализируемых периодов показывает одно и то же значение 1. Это показывает, что у предприятия нет долгосрочной задолженности.

За три анализируемых периода положительно изменился только один показатель – индекс постоянного актива.

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

Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств (далее СОС) представлен в таблице 2.5.

В этой таблице будут рассчитаны показатели:

1.  $COС_1$ , рассчитанный без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов.
2.  $COС_2$ , рассчитанный с учетом долгосрочных пассивов.
3.  $COС_3$ , рассчитанный с учетом долгосрочных пассивов и краткосрочной задолженности [19].

Общая формула для расчета СОС выглядит так:

(12)

Также в таблице 5 будут представлены столбцы, которые будут отражать излишек (недостаток) собственных оборотных средств. Формула для расчета излишка средств:

(13)

Таблица 2.5 – Собственные оборотные средства организации

Показатель СОС	Значение показателя, тыс. руб		Излишек (недостаток), тыс. руб.		
	на начало периода (31.12.2014)	на конец периода (31.12.2016)	31.12.14	31.12.15	31.12.16
СОС <sub>1</sub>	-24 277,4	-4 561,5	-34 537,7	-16 114,0	-16 056,8
СОС <sub>2</sub>	-24 277,4	-4 561,5	-34 537,7	-16 114,0	-16 056,8
СОС <sub>3</sub>	163 198,6	100 043,2	152 938,3	244 606,0	88 547,9

Так как из трех вариантов расчета коэффициентов обеспечения запасов собственными оборотными средствами на 31.12.2016 имеет положительное значение только один коэффициент, рассчитанный по последнему варианту (СОС<sub>3</sub>), финансовое положение фирмы по этому показателю можно описать как неустойчивое.

У показателей СОС<sub>1</sub> и СОС<sub>2</sub> получились одинаковые значения, так как у анализируемой организации нет долгосрочной задолженности, поэтому получились такие же значения как у показателя СОС<sub>1</sub>. Графически излишек (недостаток) представлен на рисунке 2.3.

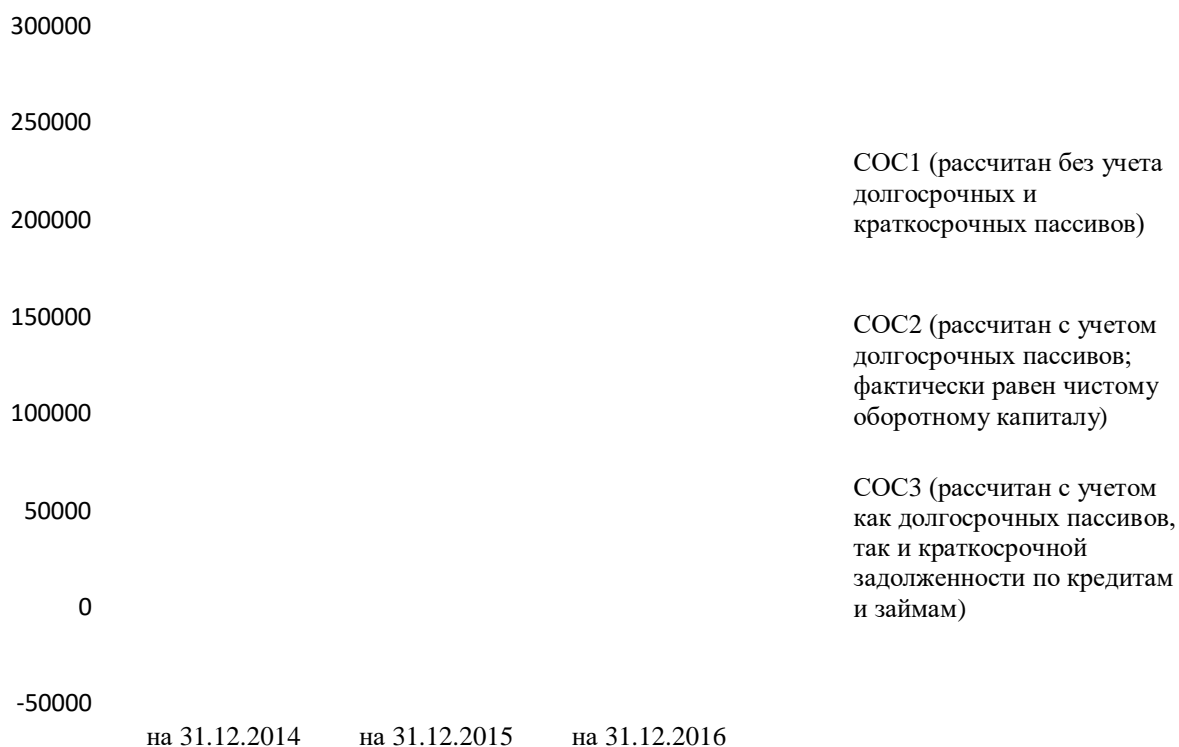


Рисунок 2.3 - Собственные оборотные средства организации

## 2.4 Анализ ликвидности

### 2.4.1 Расчет коэффициентов ликвидности

Коэффициент текущей ликвидности – финансовый коэффициент, который равен отношений текущих активов и краткосрочных обязательств. Этот коэффициент показывает способность предприятия погашать текущие обязательства за счет только оборотных активов. Чем значение коэффициента больше, тем лучше платежеспособность предприятия.

Выделяют три коэффициента ликвидности:

1. Коэффициент абсолютной ликвидности.
2. Коэффициент текущей ликвидности.
3. Коэффициент быстрой ликвидности.

Формула для расчета коэффициента текущей ликвидности:

(14)

Формула для расчета коэффициента быстрой ликвидности:

(15)

Формула для расчета коэффициента абсолютной ликвидности:

(16)

С помощью формул можно посчитать за каждый анализируемый период коэффициенты ликвидности и свести их в таблицу 2.6.

Таблица 2.6 – Коэффициенты ликвидности

Показатель ликвидности	Значение показателя			Изменение показателя	Рекомендованное значение
	31.12.14	31.12.15	31.12.16		
1. Коэффициент текущей (общей) ликвидности	0,97	0,98	0,96	-0,02	2 и более
2. Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	0,92	0,94	0,85	-0,07	1 и более
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,89	0,93	0,82	-0,07	0,2 и более

На таблице 2.6 видно, что на 31.12.2016 при значении норматива (более 2) показатель, характеризующий текущую ликвидность, имеет величину 0,96. Более того необходимо отметить негативное изменение – снижение на -1,24.

Значение показателя быстрой ликвидности 0,85 тоже оказалось ниже допустимого значения. Это значит, что у ООО «Ломбард «Рантье» нехватка

активов, которые можно в наименьшие сроки свести в денежные средства, чтобы ликвидировать краткосрочную кредиторскую задолженность. В начале анализируемого периода показатель, характеризующий быструю ликвидность, также не совпадал с нормативным значением.

Показатель абсолютной ликвидности имеет величину, которая подходит нормативному значению 0,82. И в то же время коэффициент абсолютной ликвидности снизился на -0,07.

На рисунке 2.4 графически представлена динамика коэффициентов ликвидности.

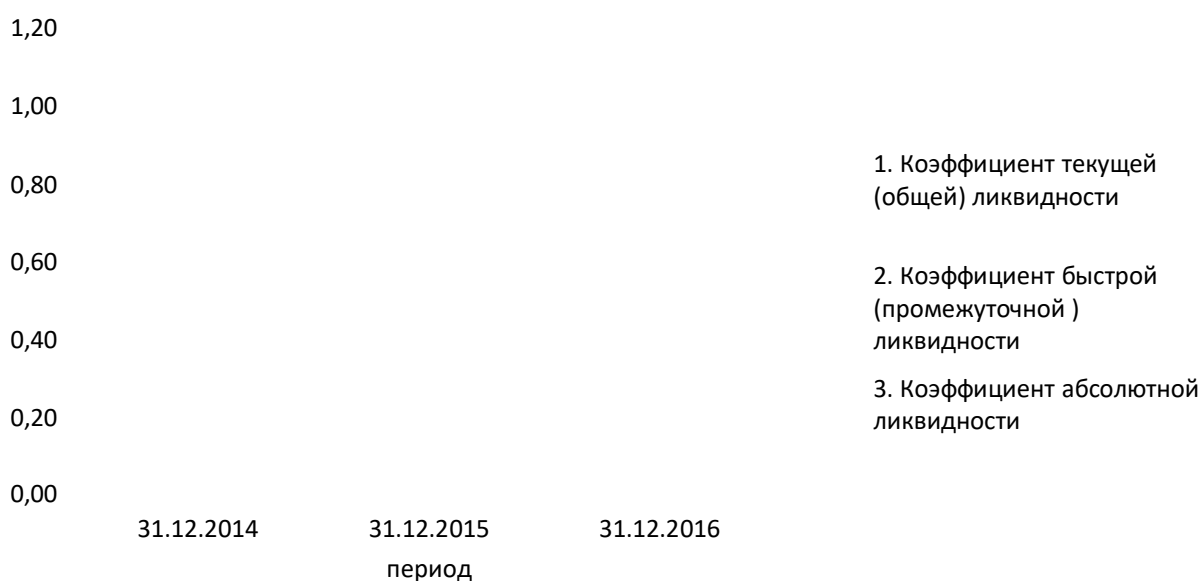


Рисунок 2.4 – Динамика коэффициентов ликвидности

#### 2.4.2 Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения

Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств предприятия его активами, соответствующая сроку превращения в денежную форму и соответствующая сроку погашения обязательств. Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в порядке убывания ликвидности,

с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков [13].

В активе по степени ликвидности:

1. А1 – денежные средства организации и краткосрочные финансовые вложения.
2. А2 – дебиторская задолженность и прочие активы.
3. А3 – «запасы и затраты» (за исключением «расходов будущих периодов») и «долгосрочные финансовые вложения».
4. А4 – статьи раздела I активы баланса «внеоборотные активы» (за исключением «Долгосрочные финансовые вложения»).

В пассиве по срокам их погашения:

1. П1 – кредиторская задолженность, а также ссуды, не погашенные в срок.
2. П2 – краткосрочные кредиты и заемные средства.
3. П3 – долгосрочные кредиты и заемные средства.
4. П4 – статьи раздела III пассива баланса «Капитал и резервы».

Для начала составим таблицу 2.7, где будет произведен расчет по периодам.

Таблица 2.7 – Активы по степени ликвидности, тыс. руб.

Активы по степени ликвидности	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	Прирост за анализ. период, %
А1. Высоколиквидные активы (ден. ср-ва + краткосрочные фин. вложения)	167 058,20	241 534,00	85 408,40	-48,88
А2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная деб. задолженность)	5 184,20	3 071,00	3 139,50	-39,44

Окончание таблицы 2.7 – Активы по степени ликвидности, тыс. руб.

Активы по степени ликвидности	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	Прирост за анализ. период, %
А3. Медленно реализуемые активы (прочие оборотные активы)	0,00	0,00	0,00	0,00
А4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	2 144,90	1 872,00	1 652,40	-22,96

Также рассчитаем пассивы по сроку погашения и сведем в таблицу 2.8.

Таблица 2.8 – Пассивы по сроку погашения, тыс. руб.

Пассивы по сроку погашения	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	Прирост за анализ. Период, %
П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущ. кред. задолж.)	186 396,30	254 345,00	103 272,50	-44,60
П2. Среднесрочные обязательства (краткосроч. обязательства кроме текущ. кредит. задолж.)	1 079,70	6 346,00	1 303,70	20,75
П3. Долгосрочные обязательства	0,00	0,00	0,00	0,00

Окончание таблицы 2.8 – Пассивы по сроку погашения, тыс. руб.

Пассивы по сроку погашения	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	Прирост за анализ. Период, %
П4. Постоянные пассивы (собственный капитал)	-2 828,40	-2 747,30	-2 909,10	2,85

Полученные данные сведем в таблицу 2.9 и проанализируем полученные значения.

Таблица 2.9 – Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения

Пок-ль	На конец, тыс. руб.	Прирост, %	Норм.	Пок-ль	На конец, тыс. руб.	Прирост, %	Излишек/недостаток платежей. средств, тыс. руб.
A1	85 408,40	-48,88	≥	П1	104 604,70	-44,20	-19 196,30
A2	3 139,50	-39,44	≥	П2	1 303,70	20,75	1 835,80
A3	0,00	0,00	≥	П3	0,00	0,00	0,00
A4	1 652,40	-22,96	≤	П4	-2 909,10	2,85	4 561,50

Из четырех соотношений, которые характеризуют наличие ликвидных активов у организации, выполняется только два. Организация способна погасить среднесрочные и долгосрочные обязательства за счет быстрореализуемых и медленно реализуемых активов, которых больше на 58,5% и 0% соответственно. Значения в A3 и П3 получились нулевые, так как долгосрочных обязательств у организации не имеется. В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, денежных средств и краткосрочных финансовых вложений должно быть достаточно для покрытия наиболее срочных обязательств



(текущей кредиторской задолженности). В данном случае это соотношение не выполняется – у ООО «Ломбард «Рантье»» недостаточно денежных средств и краткосрочных финансовых вложений для уплаты наиболее срочных обязательств.

## 2.5 Анализ эффективности деятельности организации

### 2.5.1 Обзор результатов деятельности организации

Чтобы провести анализ результатов деятельности фирмы, понадобится отчет о финансовых результатах. Он приведен в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Отчет о финансовых результатах

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение показателя		Средняя величина, тыс. руб.
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	тыс. руб.	%	
Выручка от реализации товаров, работ, услуг	36 661,00	21 406,00	18 775,00	-17 886,00	-48,80	25 614,00
ЕВИТ (прибыль до уплаты процентов и налогов)	36 555,30	21313,00	18721,00	-17 832,300	-48,80	14 563,10
Прибыль (убыток) от реализации	140,70	175,00	-107,00	-247,70	-176,00	69,60
Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг	25 700,40	20 635,00	18 280,00	-7 420,40	-28,87	21 538,50
Коммерческие расходы	126,70	125,00	127,00	0,30	0,24	126,20

Окончание таблицы 2.10 – Отчет о финансовых результатах

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение показателя		Средняя величина, тыс. руб.
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	тыс. руб.	%	
Управленческие расходы	10 585,50	378,00	421,00	-10 164,50	-96,02	3 794,80
Налог на прибыль	107,70	93,00	54,00	-53,70	-49,86	84,90
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	33,00	82,00	-161,00	-194,00	-587,90	-15,30

Значение показателя выручки за 2016 год составил 18 775 тыс. руб. За три года годовая выручка понизилась на 17 886 тыс. руб. (на 48,8%).

За 2016 год показатель себестоимости реализации составил 18 280 тыс. руб. За весь анализируемый период себестоимость реализации явно понизилась на 7 420,4 тыс. руб. (на -0,29%).

Коммерческие расходы увеличились на 0,3 тыс. руб.

Динамика выручки и нераспределенной прибыли наглядно представлено на рисунке 2.5

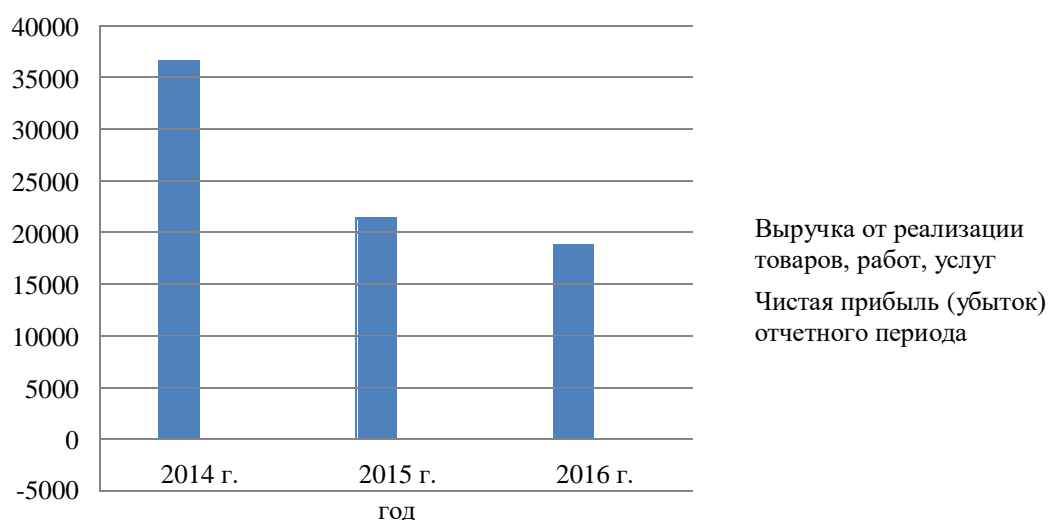


Рисунок 2.5 – Динамика выручки и нераспределенной прибыли

## 2.5.2 Анализ рентабельности

Анализ рентабельности будет произведен по трем показателям:

1. Рентабельность продаж.
2. Рентабельность продаж по ЕВІТ.
3. Рентабельность по чистой прибыли.

Рентабельность продаж будет рассчитываться по формуле:

(17)

Рентабельность продаж по ЕВІТ будет рассчитываться по формуле:

(18)

Рентабельность по чистой прибыли будет рассчитываться по формуле:

(19)

Все расчеты сведены в таблицу 2.11.

Таблица 2.11 – Анализ рентабельности

Показатели рентабельности	Значение показателя			Изменение показателя	
	2014	2015	2016	коп.	%
1. Рентабельность продаж	0,40	0,80	-0,60	-0,95	-248,50
2. Рентабельность продаж по ЕВІТ	3,80	0,80	-0,60	-4,42	-114,85
3. Рентабельность по чистой прибыли	0,10	0,40	-0,9	-0,95	-1 052,66

За весь анализируемый период наблюдаются неудовлетворительные показатели рентабельности, так как на вложенный рубль предприятие получает только копейки. Также за последний период наблюдаются отрицательные показатели рентабельности, это значит, что предприятие работало себе в убыток за данный период.

На рисунке 2.6 показана динамика показателей рентабельности продаж



Рисунок 2.6 – Динамика показателей рентабельности продаж

В следующей таблице 2.12 представлена рентабельность использования вложенного в предпринимательскую деятельность капитала.

Таблица 2.12 – Рентабельность использования капитала

Наименование показателя	Значение показателя, %			Изменение показателя
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	
Рентабельность собственного капитала (ROE)	-1,17	-2,90	5,69	6,86
Рентабельность активов (ROA)	0,02	0,04	-0,09	-0,11
Прибыль на инвестированный капитал (ROCE)	-129,24	-775,78	-643,53	-514,30

За 2016 год каждый рубль собственного капитала принес чистую прибыль в размере 0,06 руб. За 3 года наблюдалось увеличение собственного капитала.

За последний год значение рентабельности собственного капитала характеризуется как, без сомнения, хорошее по сравнению с предыдущими периодами, но все равно считается неудовлетворительным.

За последний год рентабельность активов равнялась -0,09%. За анализируемый период произошло ощутимое снижение рентабельности активов, составившее 0,11%.

Наглядное изменение показателей рентабельности активов и капитала организации представлено на рисунке 2.7.

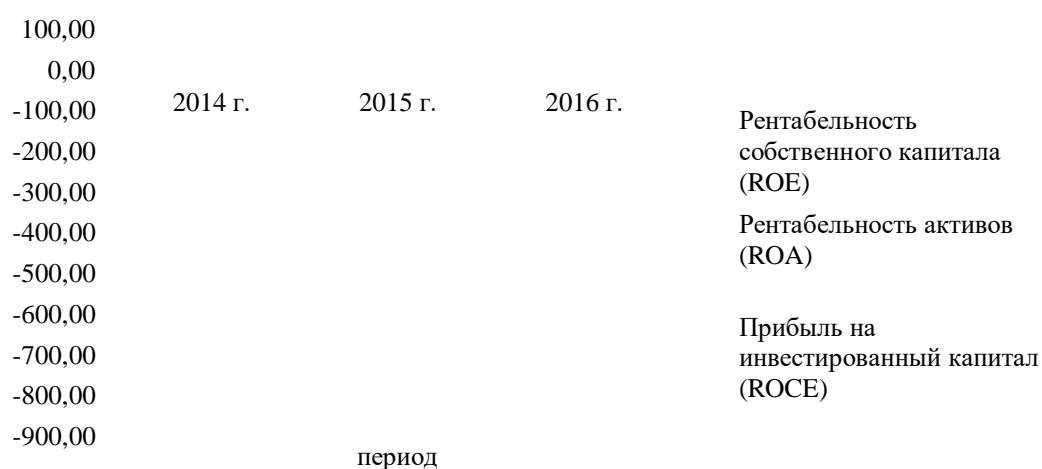


Рисунок 2.7 – Изменение показателей рентабельности активов и капитала организации

### 2.5.3 Расчет показателей деловой активности (оборачиваемости)

Деловая активность выражается в активности улучшения фирмы, результативности ею поставленных целей и задач, что отражается в абсолютных стоимостных и относительных показателях.

Деловая активность фирмы в финансовом плане выражается, прежде всего, в скорости оборота его средств. Анализ деловой активности выражается в анализе уровней и движении различных финансовых показателей [47].

Для проведения анализа деловой активности фирмы применяются две группы коэффициентов:

1. Общие показатели оборачиваемости.
2. Показатель управления активами.

В таблице 13 посчитаны и проанализированы коэффициенты оборачиваемости нескольких активов, показывающие скорость возврата внесенных в деятельность фирмы денежных средств, а также коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности при расчетах с поставщиками и подрядчиками.

Таблица 2.13 – Расчет показателей деловой активности

Показатель оборачиваемости	Период			Коэффициенты		Изменение, дни
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2016 г.	
Оборачиваемость оборотных средств	1 788	3 062	3 491	0,2	0,1	1 703
Оборачиваемость дебиторской задолженности	38	65	74	9,7	4,9	36
Оборачиваемость кредиторской задолженности	1 805	3 092	3 525	0,2	0,1	1 720
Оборачиваемость активов	1 816	3 110	3 546	0,2	0,1	1 730
Оборачиваемость собственных капиталов	-28	-48	-55	-13,0	-6,6	-27

Оборачиваемость активов в среднем за 3 года показывает, что организация получает выручку, равную сумме всех имеющихся активов за 3 546 дней, это превышает допустимую норму значений.

## 2.6 Расчеты коэффициентов для определения результатов анализа

### 2.6.1 Определение неудовлетворительной структуры баланса

Определим неудовлетворенность структуры баланса, с помощью таблицы, в которой рассчитаны показатели, рекомендованные в методике Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве).

Таблица 2.14 – Определение неудовлетворительной структуры баланса

Наименование показателя	Значение		Изменение	Нормативное значение	Соответствие факт. норм. значения на конец периода
	на начало (2014)	на конец (2016)			
1. Коэффициент текущей ликвидности	0,970	0,960	-0,010	не менее 2	нет
2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	-0,027	-0,046	-0,019	не менее 0,1	нет
3. Коэффициент восстановления платежеспособности	-	0,500	-	не менее 1	нет

Так как оба показателя, на 31.12.2016 показали значение, которое оказалось меньше нормативно установленного значения, в качестве третьего показателя был рассчитан показатель восстановления платежеспособности.

Этот показатель необходим для оценки перспективы восстановления предприятием оптимальной платежеспособности в течение шести месяцев при удержании имевшей место в рассматриваемом периоде направленности изменения текущей ликвидности и обеспеченности собственными средствами. Величина показателя восстановления платежеспособности 0,5 обозначает, что не хватает возможности в малый период времени реальной воссоздать нормальную платежеспособность. Также желательно подчеркнуть, что коэффициенты малоудовлетворительной структуры баланса являются достаточно жесткими и имеют строгие границы, и именно поэтому заключения на их основе необходимо делать лишь вместе с другими показателями финансового положения фирмы. Помимо того, в расчетах не берется в учет отраслевая специфика.

#### 2.6.2 Прогноз банкротства

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является Z-счет Альтмана, который рассчитывается по следующей формуле (применительно к ООО «Ломбард «Рантье» взята 4-факторная модель для частных непроизводственных компаний):

(20)

Таблица 2.15 – Прогноз банкротства

Коэфф- т	Расчет коэффициента	Значение на 31.12.2016	Множитель	Произведение
T <sub>1</sub>		-0,04	6,56	-0,29
T <sub>2</sub>		-0,03	3,26	-0,09



Окончание таблицы 2.15 – Прогноз банкротства

Коэфф-т	Расчет коэффициента	Значение на 31.12.2016	Множитель	Произведение
T <sub>3</sub>		0,18	6,72	1,24
T <sub>4</sub>		-2,23	1,05	-2,34
Z-счет Альтмана				-1,49

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Альтмана составляет:

1. 1,1 и менее – высокая вероятность банкротства.
2. От 1,1 до 2,6 – средняя вероятность банкротства.
3. От 2,6 и выше – низкая вероятность банкротства.

Для ООО «Ломбард «Рантье» значение Z-счета на 31 декабря 2016 г. составило -1,49. Это означает, что ООО «Ломбард «Рантье» находится в зоне существенного риска, существует очень высокая вероятность банкротства. В тоже время, необходимо отметить очень условный характер данного показателя, по результатам которого не следует делать однозначный вывод, а необходимо провести более глубокий анализ финансового состояния организации.

## 2.7. Выводы по результатам анализа

### 2.7.1 Оценка ключевых показателей

По результатам проведенного анализа выделены и сгруппированы по качественному признаку основные показатели финансового положения и результатов деятельности ООО «Ломбард «Рантье» за анализируемый период (с 31.12.2014 по 31.12.2016).

Уставный капитал превышает чистые активы, при этом за анализируемый период наблюдается падение чистых активов на 52,2 тыс. руб.

Показатели деловой активности в среднем имеют значение 3,5 тыс. дней.

Прибыль на инвестированный капитал имеют наибольшее отрицательное значение в 2016 году и составил -643,53%.

Рентабельность активов на конец периода имеет отрицательное значение, которое показало -0,09.

Рентабельность собственного капитала на конец периода имеет положительное значение 5,69, но он не вошел в нормативное значение. Данный показатель за анализируемый период возрос на 6,86.

Показатель рентабельности продаж на конец года имеет отрицательное значение -0,6, до этого показатель был положительным. Показатель с начала анализируемого периода снизился на 0,95.

Показатель текущей ликвидности на конец рассматриваемого промежутка составил 0,96. Данный коэффициент ниже нормативного значения.

Индекс постоянного актива на конец анализируемого периода показал отрицательное значение -0,568. Данный показатель не входит в нормативное значение, но за анализируемый период он повысил свое значение на 7,015.

## 3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

### 3.1 Доработка веб-сайта

#### 3.1.1 Важность веб-сайта для организации

Одним из серьезных маркетинговых инструментов бизнеса, позволяющим выдерживать конкурентную борьбу, на сегодняшний день является веб-сайт. Иначе говоря, это полноценное электронное представительство компании, которое помогает значительно расширить рынок, увеличить объемы продаж, а также повысить узнаваемость бренда [28, 29].

На данный момент у ООО «Ломбард «Рантье» имеется сайт, который не обновлялся уже несколько лет. Следует отметить, что на веб-сайте имеются некоторые функциональные сбои и неточности в информировании клиентов, появились новые отделения, изменились ставки. Также на сайте присутствует раздел «аукцион», в котором отображены все изделия, попавшие на аукцион, этот раздел не обновлялся очень давно. Изделия, которые прибыли на аукцион или были в последствие выкуплены, не отображаются или не были внесены соответственно.

Полноценный корпоративный сайт представляет собой информационный портал, с помощью которого пользователи могут получить все интересующие их сведения о предоставляемых компанией услугах или товарах. Также одной из целей бизнес сайта является привлечение новых целевых клиентов благодаря проводимой в сети рекламной кампании, которая в отличие от обычной рекламы, не требует непомерного рекламного бюджета.

#### 3.1.2 Рекомендация веб-сайта

Чтобы оценить веб-сайт фирмы, необходимо сравнить сайт, рассматриваемой организации, с другими сайтами однородных организаций. При рассмотрении сайтов других фирм, было обнаружено четкие границы ставок и автоматического расчета строки «кредит», которая сразу давала клиенту понять,

сколько он получит денежных средств при залоге своего изделия. Такой функциональности на сайте организации ООО «Ломбард «Рантье» нет, что очень ухудшает понимание потенциального клиента и ухудшает его представления об организации в целом.

Большое количество компаний нацелены именно на разработку веб-страницы, так как это не требует огромных затрат организации, а прибыльность остается либо на той же отметке, либо поднимается вверх. Многие предприятия перевели свой бизнес в интернет-паутину, но такие организации обычно занимаются доставкой, продажей или другими схожими сферами. Деятельность ломбарда перевести на интернет специфику просто нельзя, так как это услуга, которая оказывается клиентам «здесь и сейчас», чтобы привлечь новых клиентов, необходим сайт.

Сейчас очень много компаний берется за создание веб-страниц для других организаций, так что найти компанию для реализации идеи по созданию сайта будет не сложно.

## 3.2 Контекстная реклама

### 3.2.1 Рекомендации по созданию контекстной рекламы в интернете

Контекстная реклама – тип интернет-рекламы, при которой рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы. Например, когда человек вводит в поисковой строке поисковой сети Yandex или Google запрос на какой-либо товар или услугу, то ему в первых ссылках поисковых запросов появляются рекламные объявления различных компаний, которые предлагают, введившему запрос, именно тот товар или услугу, которую он вводил, именно так работает контекстная реклама.

У контекстной рекламы есть несколько разновидностей:

1. Текстовая – используется обычный текст с гиперссылкой.

2. Баннерная – рекламное объявление, которое основано на визуальном изображении.

3. Видеореклама – в качестве рекламного объявления используется специально подготовленный видеоролик, содержащий ссылку.

После создания сайта ООО «Ломбард «Рантье» необходимо будет запустить контекстную рекламу в интернете, чтобы увеличить поток клиентов. Так компания сможет предлагать свою услугу конкретным лицам, заинтересованным в этом виде услуг. Также данная реклама кампания будет обходиться не слишком дорого для кампании, так как бюджет кампании можно будет регулировать самому. Такую обязанность можно будет передать директору организации ООО «Ломбард «Рантье». Для данной организации подойдет текстовый вид контекстной рекламы, так как он более бюджетный, чем остальные варианты рекламы.

### 3.2.2 Отражение контекстной рекламы на увеличении продаж

Увеличение клиентов будет однозначно при условии, что будет выполнена доработка сайта, так как контекстная реклама, которая производится только в интернете, будет приводить потенциальных клиентов на сайт организации. Поэтому сайт является основной составляющей для улучшения состояния организации.

Ожидается увеличение потока клиентов примерно на 40%. Это существенно увеличит выручку предприятия, но это будет не сразу, потому что организации придется сначала повышать свои краткосрочные финансовые вложения, и только потом через какой-то промежуток времени, если клиент будет уплачивать проценты и в итоге выкупит изделие, компания получит выручку. Этот процесс может занять в среднем около полугода.

### 3.2.3 Оценка стоимости рекомендаций

Исходя из предыдущих пунктов, было выявлено, что для улучшения финансового положения организации было предложено две рекомендации, которые должны положительно повлиять на финансовые результаты предприятия. В таблице 3.1 представлена среднерыночная стоимость, предложенных рекомендаций.

Таблица 3.1 – Стоимость рекомендаций

Наименование	Стоимость, тыс. руб.
Доработка сайта	50
Контекстная реклама (в мес.)	40
Контекстная реклама (в год)	480

Стоимость доработки сайта является среднерыночной ценой на рынке услуг, предоставляемых специалистами, которые разбираются в этом. После доработки сайта придется нанять IT-технолога, который сможет оперативно исправлять или добавлять новые изделия в раздел «аукцион». Такому работнику необходимо выделить заработную плату в размере 10 тыс. руб. Такая работа не требует особых усилий и времени, поэтому такая цена должна устроить технического технолога.

Контекстная реклама является основной рекомендацией. Контекстная реклама будет стоить в месяц 40 тыс. рублей. Это обосновано тем, что контекстная реклама будет осуществляться через сервисы Yandex Direct и Google Adwords, то есть на каждую площадку будет выделяться 20 тыс. рублей в месяц. Стоимость контекстной рекламы определилась характером рекламной политики, которую придется сделать организации ООО «Ломбард «Рантье», чтобы больше потенциальных клиентов узнали о данной

организации. Если использовать менее агрессивную рекламную политику, то эффект будет малым, и затраченные усилия уйдут впустую.

### 3.3 Анализ инвестиционной привлекательности проекта дисконтированными методами

#### 3.3.1 Прогноз

В прогнозе будут отражены следующие показатели, которые смогут провести анализ деятельности за следующие три года деятельности предприятия:

1. Инвестиции – то количество средств, необходимых для реализации ранее озвученных рекомендаций.
2. Выручка.
3. Общие затраты.
4. Прибыль до налогообложения.
5. Налог на прибыль 20% – такая ставка налога на прибыль рассчитывается при условии, что организация находится на ОСН (общей системе налогообложения).
6. Чистая прибыль.

С помощью показателей представленных выше составим таблицу 3.2, в которой будут спрогнозированные данные показатели.

Таблица 3.2 – Денежные потоки, тыс. руб.

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Инвестиции в т.ч.	530	-	-
Доработка сайта	50	-	-
Контекстная реклама	480	-	-
Выручка	20 500	21 500	22 900
Общие затраты, включая:	19 865	20 105	21 300

Окончание таблицы 3.2 – Денежные потоки, тыс. руб.

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Контекстная реклама		480	480
Прибыль до налогообложения	105	1 395	1 600
Налог на прибыль 20%	21	279	320
ЧП	84	1 116	1 280

Из таблицы 3.2 видно, что инвестиции будут покрыты в тот же год, в который их инвестировали. Также видно, что контекстная реклама будет на следующий год отражаться в общих затратах, а именно в постоянных.

Выручка будет расти, за счет большего потока клиентов, что существенно скажется на чистой прибыли организации.

### 3.3.2 Ставка дисконтирования

Со временем наши деньги могут менять свою стоимость, поэтому нам необходимо оценивать прирост экономического потенциала фирмы в случае одобрения анализируемого инвестиционного проекта. Для начала нужно узнать ставку дисконтирования используя формулу.

Данные для расчета:

1. Ставка рефинансирования Центрального Банка РФ – 9,25%.
2. Уровень инфляции – 4,3%.
3. Премия за риск – 6.5%.

(21)

где  $r$  – ставка дисконтирования;

$r_m$  – ставка рефинансирования ЦБ РФ;

$r_j$  – уровень инфляции;

$r_o$  – премия за риск.



Следовательно, ставку дисконтирования принимаем за 21%.

### 3.3.3 Чистый дисконтированный доход

Чистый дисконтированный доход (NPV, Net Present Value) – результат предполагаемого потока платежей, который приведен к стоимости в данный момент времени. Потребность расчета чистого дисконтированного дохода отражает тот факт, что сумма денежных средств, обнаруживающаяся у нас в нынешний момент, включает в себе большую реальную ценность, чем равная ей сумма, которую мы извлечем в будущем. Это возбуждено рядом причин:

1. Имеющая сумма может быть внесена в доходные операции и принести выгоду.
2. Инфляция, снижение реальной покупательной способности потребителей.
3. Существует риск неполучения ожидаемой суммы.

Для расчета NPV воспользуемся формулой:

(22)

где  $C_t$  – денежный поток за t-й период;

$I$  – суммарные приведенные инвестиционные затраты;

$T$  – горизонт планирования.

тыс руб

Данный показатель равен 1 519 587 рублей, что больше 0, это значит, что проект эффективен.

### 3.3.4 Внутренняя норма доходности

Внутренняя норма доходности – это та норма прибыли, при которой чистая текущая стоимость инвестиции равняется нулю, или это та ставка дисконта, при которой дисконтированные доходы от проекта равны инвестиционным затратам или превышают их. Внутренняя норма доходности существует для определения максимально приемлемой ставки дисконта, при которой можно инвестировать средства без каких-либо потерь для собственника.

Внутренняя норма прибыли (внутренняя норма доходности) – обычно это положительное число  $R$ , что при норме дисконта  $r = R$  чистый дисконтированный доход проекта обращается в ноль.

Поэтому, чтобы определить значение внутренней нормы прибыли плана, необходимо вынести решение из уравнения вида: \_\_\_\_\_ относительно  $r$ .

Смысл экономического показателя внутренней нормы доходности при анализе результативности вложенных средств содержится в следующем: внутренняя норма доходности выражает возможный относительный уровень затрат, соотнесенные с данным проектом. Например, если план полностью поддерживается за счет заимствованных средств у банка, то величина значения внутренней нормы доходности выражает предельно допустимый уровень процентной ставки у банков, излишек которого делает проект невыгодным.

Для понимания эффективности проекта значение внутренней нормы доходности нужно соотнести с нормой дисконтированной ставки те проекты, у которых внутренняя норма доходности больше дисконта, имеют положительное число чистого дисконтированного дохода и поэтому эффективны, а те, у которых внутренняя норма доходности меньше дисконта, имеют отрицательное число чистого дисконтированного дохода и поэтому неэффективны [56].

Показатель внутренней нормы доходности может быть использован также для:

1. Оценки результативности плана, если известны оптимальные значения IRR, которые находятся в зависимости от области применения у проектов различного типа;
2. Оценки характера стабильности проекта (по разности  $\Delta R$ );
3. Налаживания участниками и соучастниками плана нормативного значения дисконта  $r$  по данным об IRR противоположных направлений капиталовложения ими собственных средств.

На практике расчет внутренней нормы доходности рациональнее всего проводить с помощью вычислительных программ, в которых можно путем перебора значений  $r$  определить  $R$ , при которой NPV будет нулевым [34].

Приближенное значение внутренней нормы доходности можно получить путем расчета методом интерполяции. Для расчета необходимо два значения чистого дисконтированного дохода, наиболее близко лежащие к нулю: первое – минимальное положительное значение, второе – максимальное отрицательное значение, а также соответствующие каждому из чистого дисконтированного дохода нормы дисконта:

(22)

где  $r_1$  – норма дисконта, при которой  $NPV > 0$ ;

$R_1$  – положительное значение NPV при норме дисконта  $r_1$ ;

$R_2$  – отрицательное значение NPV при норме дисконта  $r_2$ .

Недостаток метода – уравнение  $NPV = 0$  необязательно имеет один положительный корень. Оно может вообще не иметь корней или иметь несколько положительных корней [9].

Другим недостатком метода расчета внутренней нормы доходности, является то, что различные ряды денежного потока могут создавать

одинаковую внутреннюю норму доходности. Кроме того, он может противоречить результатам метода чистого дисконтированного дохода [72].

Из трех сложных методов оценки:

1. Метод чистого дисконтированного дохода предоставляет возможность дать оценку ожидаемые чистые прибыли на инвестиции, дисконтированные к нынешнему моменту.

2. Индекс рентабельности выражает скопившуюся чистую прибыль, основанную единицей вложенного капитала.

3. Внутренняя норма доходности выражает чистый доход (т.е. прибыль), которая показывает как норма прибыльности в год, тем не менее, не допускающая при этом сделать какой-либо итоговую оценку сравнительно к накопленным прибылям.

Чтобы проект был оценен как продуктивный, нужно осуществление одного из следующих условий:

1. .
2. по критерию IRR , при условии, что  $R$  – это единственный положительный корень уравнения .
3.  $PI$  .
4.  $DPP < T$ .

Если выполнено условие 2, то остальные условия также будут выполняться, если же выполнено любое из условий 1, 3, 4, то будут выполнены и другие из этих условий (хотя внутренняя норма доходности проекта может и не существовать).

Таблица 3.3 – Данные для расчета ВНД

Данные, тыс. руб.	Описание
530	Инвестиции
635	Чистый доход за первый год

Окончание таблицы 3.3 – Данные для расчета ВНД

Данные, тыс. руб.	Описание
1 395	Чистый доход за второй год
163	ВНД (%)
1 600	Чистый доход за третий год

$NPV = 0$  при  $IRR = 163\%$

Внутренний коэффициент окупаемости равен 163%, что превосходит действенную барьерную ставку 21%, следовательно, проект стоит утвердить.

### 3.3.5 Индекс доходности

Индекс рентабельности использует ту же самую информация о дисконтированных денежных потоках, что и метод NPV. Можно сказать, что метод PI является модификацией NPV, так как вместо нахождения разности между текущей стоимостью будущих доходов и первоначальными затратами, PI определяет их отношение:

(23)

(24)

где – накопленные чистые выгоды по проекту, то есть полученные годовые результаты за вычетом годовых эксплуатационных затрат, дисконтированные и накопленные в течение горизонта планирования;

IC – величина первоначальной инвестиции.

Если величина  $PI$  будет равна единице, то будущие доходы в точности равны вложенным средствам (т.е.  $NPV = 0$ ).

Если  $PI > 1$  – это говорит о том, что проект следует принять ( $NPV > 0$ ).

Если  $PI < 1$  – проект следует отклонить ( $NPV < 0$ ).

В этом случае критерий приемлемости меняется: если величина  $PI$  равна нулю, то будущие доходы в точности равны вложенным средствам (т.е.  $NPV = 0$ ). Если  $PI > 0$  – это говорит о том, что проект необходимо принять ( $NPV > 0$ ), а при  $PI < 0$  – отклонить ( $NPV < 0$ ) [55].

При расчете  $PI$  могут учитываться либо все инвестиции за расчетный период, либо только первичные вложения, которые были вложены изначально. Соответствующие показатели будут, конечно, иметь различные значения.

У метода  $PI$  есть преимущество перед методом  $NPV$ , когда фирма проводит политику нормирования капитала.

Индекс доходности равен 4,68, что больше нормативного значения ( $PI > 1$ ), следовательно, данное вложение капитала эффективно.

Таким образом, результаты анализа эффективности инвестиционного проекта показали, что рекомендации, которые были предложены, будут положительно влиять на деятельность организации.

Итак, проанализировав рекомендации для ООО «Ломбард «Рантье» с экономической точки зрения, рассчитав  $PI$ ,  $NPV$ ,  $IRR$ , можно сделать вывод, что данный проект по внедрению рекомендаций экономически целесообразен и будет эффективен, следовательно, его можно реализовывать.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Был проведен анализ внешней и внутренней среды компании, где был рассмотрен анализ конкурентов, дающий следующие результаты:

1. У ООО «Ломбард «Рантье» отрицательная оценка веб-сайта.
2. По сравнению с конкурентами ООО «Ломбард «Рантье» дает минимальные и высокие кредиты в зависимости от ставки 0,2 и 0,4 соответственно.
3. Доля по количеству отделений компании по отношению к ломбардам города Челябинска составляет 3%.

Проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Ломбард «Рантье», при анализе которого было выявлено, что на данный момент у организации критическое финансовое положение.

Разработаны рекомендации для перспективного развития ООО «Ломбард «Рантье». Здесь были предложены:

1. Доработка веб-сайта, то есть создать полноценный корпоративный сайт, представляющий собой информационный портал, с помощью которого пользователи могут получить все интересующие их сведения о предоставляемых компанией услугах или товарах.
2. Также необходимо запустить контекстную рекламу в интернете, чтобы увеличить поток клиентов.

Расчет эффективности предложенных рекомендаций показал, что данный проект по их внедрению экономически целесообразен и будет эффективен, следовательно, его можно реализовывать.

Таким образом, достигнута цель выпускной квалификационной работы – оценено финансовое состояние ООО «Ломбард «Рантье» и предложены рекомендации для перспективного развития предприятия, рассмотрено направление рекламы в сфере интернета, а именно контекстная реклама.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 «Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций» (утв. Госкомстатом России 28.11.2002).
- 2 Авилова, В.В. Учет, налогообложение и аудит: учебное пособие/ В.В. Авилова. – Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2015.– 102 с.
- 3 Акимова, Е.М. Финансы. Банки. Кредит: курс лекций/ Е.М. Акимова. – М.: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2015. – 160 с.
- 4 Алехин, Б.И. Кредитно-денежная политика: учебное пособие/ Б.И. Алехин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 51 с.
- 5 Анущенко, К.А. Финансово-экономический анализ: учебное пособие/ К.А. Анущенко. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. – 58 с.
- 6 Анцупов, А.Я. Стратегическое управление/ А.Я. Анцупов. – М.: Техносфера, 2015.– 150 с.
- 7 Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие/ Д.В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 25 с.
- 8 Балихина, Н.В. Финансы и кредит: учебное пособие для студентов вузов/ Н.В. Балихина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 271 с.
- 9 Басовский, Л.Е. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие/ Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская 2007. – 104 с.
- 10 Батяев, А.А. Комментарий к Федеральному закону от 19 июля 2007 г. № 196-ФЗ «О ломбардах»/ А.А. Батяев. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010. – 31 с.
- 11 Бендерская, О.Б. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник/ О.Б. Бендерская. – ЭБС АСВ, 2013. – 57 с.



- 12 Бланк, И.А. Управление финансовыми ресурсами/ И.А. Бланк, 2011. – 579 с.
- 13 Богомолова, Е.В. Экономический анализ: учебное пособие/ Е.В. Богомолова, 2016. – 31 с.
- 14 Бочкова, С.В. Анализ финансовой отчетности/ С.В. Бочкова. – Саратов: Вузовское образование, 2016. – 131 с.
- 15 Бурда, А.Г. Финансовые вычисления: учебно-методическое пособие для студентов/ А.Г. Бурда. – Краснодар: Южный институт менеджмента, 2013. – 40 с.
- 16 Вахрушева, О.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие/ О.Б. Вахрушева. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014. – 217 с.
- 17 Галай, А.Г. Экономический анализ хозяйственной деятельности: курс лекций/ А.Г. Галай. – М.: Московская государственная академия водного транспорта, 2014. – 18 с.
- 18 Герчикова, И.Н. Менеджмент: учебник для вузов/ И.Н. Герчикова. – 4-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 129 с.
- 19 Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учебное пособие для студентов вузов/ Л.Т. Гиляровская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 51 с.
- 20 Гладкий, А. Экономический анализ: учебник для вузов/ А. Гладкий 2012. - 27 с.
- 21 Голубев, А.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие/ А.А. Голубев. – СПб.: Университет ИТМО, 2013. – 79 с.
- 22 Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование/ В.Л. Горбунов. – М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.– 37 с.
- 23 Гражданкина, Е.В. Экономика малого предприятия/ Е.В. Гражданкина. – ГроссМедиа, РОСБУХ , 2008. – 31 с.

- 24 Григорьев, Д.А. Менеджмент: учебное пособие/ Д.А. Григорьев. – Москва, Саратов: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России), Ай Пи Эр Медиа, 2016. – 78 с.
- 25 Дамодарн, А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / А. Дамодаран 2008. – 831 с.
- 26 Джеймс, К. Ван Хорн Основы финансового менеджмента/ К. Джеймс Ван Хорн, М. Джон Вахович, мл. – Вильямс, 2016. – 327 с.
- 27 Друри, К. Управленческий учет для бизнес-решений: учебник/ К. Друри 2012. – 351 с.
- 28 Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+/ Н. Ермолова. – М.: Альпина Паблишер, 2016.– 271 с.
- 29 Живенков, К. Эффективная реклама в Яндекс.Директ: практическое руководство/ К. Живенков, 2015 г.- 107 с.
- 30 Исаева, Е.А. Стратегический менеджмент в финансово-кредитных организациях: учебное пособие/ Е.А. Исаева. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 64 с.
- 31 Кислов, Д.В. Нематериальные активы: учет и налоги/ Д.В. Кислов, 2008. – 21 с.
- 32 Ковалева, В.Д. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В.Д. Ковалёва 2010. – 119 с.
- 33 Когденко, В.Г. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика/ В.Г. Когденко, 2010. – 317 с.
- 34 Колмыкова, Т.С. Инвестиционный анализ: учебное пособие/ Т.С. Колмыкова 2009. – 146 с.
- 35 Конкурентный анализ и управление конкурентоспособностью предприятия: учебное пособие/ Ю.А. Ахенбах и др. – Воронеж: Научная книга, 2012. – 104 с.
- 36 Корчин, О.П. Инновационный менеджмент: учебное пособие/ О.П. Корчин, И.В. Макарова, А.Б. Юрасов. – М.: Русайнс, 2016. – 159 с.

- 37 Котлер, Ф. Десять смертных грехов маркетинга: практическое пособие/ Ф.Котлер. – Альпина Паблишер 2016. – 71 с.
- 38 Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 87 с.
- 39 Красова, О.С. Нематериальные активы. Классификация и учет/ О.С. Красова, Н.Н. Яскевич. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2012.– 32 с.
- 40 Лазуткин, В.В. Основы предпринимательства: учебное пособие/ В.В Лазуткин. – Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013.– 73 с.
- 41 Лозик, Н.Ф. Стратегический менеджмент: учебное пособие/ Н.Ф. Лозик. – М.: Русайнс, 2015. – 27 с.
- 42 Лужнова, Н.В. Стратегический маркетинг: учебник/ Н.В. Лужнова. – ЭБС АСВ, 2015. – 69 с.
- 43 Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов/ Д.В. Лысенко. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 36 с.
- 44 Мавлютов, Р.Р. Финансы: учебник/ Р.Р. Мавлютов. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. – 109 с.
- 45 Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие/ Е.И. Мазилкина. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. – 182 с.
- 46 Марковина, Е.В. Инвестиции: учебно-практическое пособие/ Е.В. Марковина 2011. – 73 с.
- 47 Мельник, М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2008. – 121 с.
- 48 Михненко, П.А. Теория организации: учебник/ П.А. Михненко. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. – 301 с.
- 49 Мохов, В.Г. Эффективность инвестиционных решений: краткий курс лекций / В.Г. Мохов. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. – 12 с.

- 50 Мумладзе, Р.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие/ Р.Г. Мумладзе. – М.: Русайнс, 2016.– 149 с.
- 51 Павлова, С.В. Финансовый учет: учебно-методическое пособие/ С.В. Павлова. – СПб.: Университет ИТМО, Институт холода и биотехнологий, 2015. – 17 с.
- 52 Пожидаева, Т.А. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / Т.А. Пожидаева 2010. – 231 с.
- 53 Предпринимательская деятельность: курс лекций/ Н.М. Зубко и др. – ТетраСистемс, Тетралит, 2014. – 30 с.
- 54 Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: учебник для вузов/ Л.В. Прыкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 238 с.
- 55 Пупенцова, С.В. Инвестиционный анализ: учебное пособие/ С.В. Пупенцова. – СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2012. – 99 с.
- 56 Ример, М.И. Экономическая оценка инвестиций/ М.И. Ример, А.Д. Касатов, Н.Н. Матиенко 2008. – 64 с.
- 57 Селезнева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности организации: учебное пособие для студентов/ Н.Н. Селезнева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 95 с.
- 58 Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами: учебное пособие для вузов/ Н.Н. Селезнева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.– 511 с.
- 59 Система критериев для определения неудовлетворительной структуры баланса неплатежеспособных предприятий Постановление Правительства от 25 июня 2003 г. N 367 ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПРАВИЛ ПРОВЕДЕНИЯ АРБИТРАЖНЫМ УПРАВЛЯЮЩИМ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА.
- 60 Соколова, Е.С. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебно-практическое пособие/ Е.С. Соколова. – М.: Евразийский открытый институт, 2012.– 22 с.
- 61 Степочкина, Е.А. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие/ Е.А. Степочкина. – Саратов: Вузовское образование, 2015. – 65 с.

- 62 Стронгин, Р.Г. Исследование операций. Модели экономического поведения/ Р.Г. Стронгин. – М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. – 173 с.
- 63 Тарануха, Ю.В. Конкурентные стратегии. Современные способы завоевания преимуществ: практическое пособие/ Ю.В. Тарануха. – М.: Русайнс, 2016. – 36 с.
- 64 Тарануха, Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность: монография/ Ю.В. Тарануха. – М.: Русайнс, 2015. – 217 с.
- 65 Таскаева, Н.Н. Инвестиционный анализ: курс лекций/ Н.Н. Таскаева. – М.: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2016. – 59 с.
- 66 Турманидзе, Т.У. Финансовый анализ: учебник/ Т.У. Турманидзе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 93 с.
- 67 Турманидзе, Т.У. Финансовый менеджмент: учебник для студентов вузов/ Т.У. Турманидзе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.– 31 с.
- 68 Федеральный закон «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» от 02.07.2010 N 151-ФЗ (последняя редакция).
- 69 Федеральный закон от 19.07.2007 N 196-ФЗ «О ломбардах».
- 70 Федорова, Г. В. Учет и анализ банкротств/ Г. В. Федорова. – М.: Омега-Л, 2008. – 87 с.
- 71 Цымбалист, И. Пошаговый план запуска прибыльной контекстной рекламы на Яндекс.Директ/ И. Цымбалист, А. Лысенко, 2017г. – 38 с.
- 72 Чернов, В.А. Инвестиционный анализ: учебное пособие для студентов вузов/ В.А. Чернов. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 101 с.
- 73 Шадрина, Г.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие/ Г.В. Шадрина. – М.: Евразийский открытый институт, 2008. – 83 с.
- 74 Шадченко, Н.Ю. Стратегический менеджмент/ Н.Ю. Шадченко. – Ай Пи Эр Медиа 2017. – 21 с.

- 75 Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций/ А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев, 2008. – 39 с.
- 76 Щепотьев, А. В. Методика выявления и оценки «скрытых» и «мнимых» активов и обязательств/ А.В. Щепотьев. – М: Юстинформ, 2009. – 88 с.
- 77 Щепотьев, А.В. Влияние чистых активов и собственных средств на финансовую устойчивость организации // Право и экономика. 2012. – 13 с.
- 78 Янова, П.Г. Анализ финансовой отчетности: учебно-методический комплекс/ П.Г. Янова. – Саратов: Вузовское образование, 2013.– 71 с.
- 79 Янова, П.Г. Денежно-кредитная политика в России: учебно-методическое пособие/ П.Г. Янова. – Саратов: Вузовское образование, 2013. – 149 с.
- 80 Ярушкина, Е.А. Учет и анализ (финансовый учет): курс лекций/ Е.А. Ярушкина. – Краснодар: Южный институт менеджмента, 2013. – 79 с.