

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Южно–Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Высшая школа экономики и управления  
Кафедра «Финансовые технологии»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, директор «Универсалсервис»

\_\_\_\_\_ В.А. Зыкова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.э.н., проф.

\_\_\_\_\_ И.А. Баев

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Оценка деятельности субъектов малого бизнеса на рынке красоты по критерию  
стоимости

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА  
ЮУрГУ – 38.04.01.2019.301/1002.ВКР

Руководитель работы, доцент

\_\_\_\_\_ Л.Ш. Морозова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Автор

студент группы ВШЭУ – 398з

\_\_\_\_\_ Г.Р. Дулина

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Нормоконтролёр, ст. преподаватель

\_\_\_\_\_ Е.Ю. Куркина

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Челябинск 2019

## АННОТАЦИЯ

Дулина Г.Р. Оценка деятельности субъектов малого бизнеса на рынке красоты по критерию стоимости – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ – 398, 2019, 150 с., 24 ил., 49 табл., библиограф. список – 40 наим., 2 прил.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки рекомендаций по оценке деятельности компании по критерию стоимости

В рамках данной выпускной работы изучены основные подходы оценки стоимости, рассмотрены актуальные проблемы оценки стоимости малого бизнеса в Российской Федерации, проведен анализ индустрии красоты города Челябинска, сделан анализ финансово – хозяйственной деятельности салонов красоты, города Челябинск, произведена стоимостная оценка салонов красоты города Челябинска

В результате проделанной работы разработаны рекомендации по оценке деятельности компании по критерию стоимости.

## ABSTRACT

Dulina G.R. Assessment of the activities of small businesses in the beauty market by the criterion of value – Chelyabinsk: SUSU, HSE – 398, 2019, 150 pp., 24 pp., 49 tab., Bibliographer. list 40 min., 5 adj.

Final qualification work was carried out with the aim of developing recommendations for evaluating the activities of the company according to the cost criterion

As part of this graduation work, the basic approaches to assessing value were studied, actual problems of assessing the value of small business in the Russian Federation were examined, an analysis was made of the beauty industry of the city of Chelyabinsk, an analysis was made of the financial and economic activities of beauty salons, the city of Chelyabinsk, and valuation of the beauty salons of the city of Chelyabinsk was made.

As a result of the work done, recommendations were developed for evaluating the company's activities according to the cost criterion.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА	
1.1 Основные подходы оценки стоимости.....	10
1.2 Актуальные проблемы оценки стоимости малого бизнеса салонов красоты.....	21
1.3 Анализ рынка красоты г. Челябинск.....	25
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРАСОТЫ Г. ЧЕЛЯБИНСКА	
2.1 Характеристика объектов малого бизнеса на рынке красоты г.Челябинска.....	33
2.2 Анализ финансово – хозяйственной деятельности первой группы.....	41
2.3 Анализ финансово – хозяйственной деятельности второй группы.....	64
2.4 Анализ финансово – хозяйственной деятельности третьей группы.....	79
3 ОЦЕНКА СТОИМОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ САЛОНА КРАСОТЫ Г. ЧЕЛЯБИНСКА.....	104
3.1 Сравнительный подход оценки стоимости.....	108
3.2 Затратный подход оценки стоимости.....	113
3.3 Доходный подход оценки стоимости.....	116
3.4 Разработка рекомендаций по оценке деятельности компании по критерию стоимости.....	118
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	130
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	133
ПРИЛОЖЕНИЕ: Бухгалтерская отчетность салонов красоты г. Челябинска .....	137

## ВВЕДЕНИЕ

Оценка стоимости бизнеса и/или его отдельных активов, на сегодняшний день может потребоваться не только в случае продажи компании или получение дополнительных инвестиций, но и в случае проведения аналитических мероприятий с целью получения достоверной информации о стоимости компании. Таким образом, собственники могут иметь четкое представление о том, сколько стоит их бизнес и принимать верные стратегические решения для его развития. Так как прирост стоимости компании приводит к устойчивому положению на рынке.

Однако, на сегодняшний день, методология действующих подходов к оценке стоимости малого бизнеса имеет ряд недочётов, а в ряде определенных ситуаций и вовсе не дает решения. В то же время, нерешенность данного вопроса, тормозит развитие малого предпринимательства в стране. А как мы знаем, из опыта развитых стран, положительная динамика стоимости компаний, влияет в долгосрочной перспективе на благосостояние общества и на социально – экономическое развитие страны.

С учетом вышесказанного, основной целью данной магистерской работы является разработка рекомендаций по оценке деятельности компании по критерию стоимости на примере салонов красоты города Челябинск.

Для осуществления данной цели необходимо решение следующих задач:

- систематизация теоретических и методологических знаний по определению стоимости компаний;
- раскрытие актуальных проблем оценки стоимости малого бизнеса салонов красоты;
- анализ рынка индустрии красоты в городе Челябинск;
- анализ финансово – хозяйственной деятельности салонов красоты г. Челябинска;
- оценить стоимость малого бизнеса в сфере красоты, с помощью существующих методов оценки стоимости;

– разработать рекомендации по оценке деятельности компаний по критерию стоимости.

Объектом исследования являются организации малого бизнеса салонов красоты города Челябинск. Предметом исследования является методы и подходы для оценки стоимости бизнеса.

Практическая значимость данной выпускной квалификационной работы заключается в том, что результаты работы возможно применять для совершенствования процедуры оценки малого бизнеса. Разработанные рекомендации могут применяться представителями малого предпринимательства, а также другими лицами, занимающиеся бизнес – планированием, налогообложением и консалтингом.

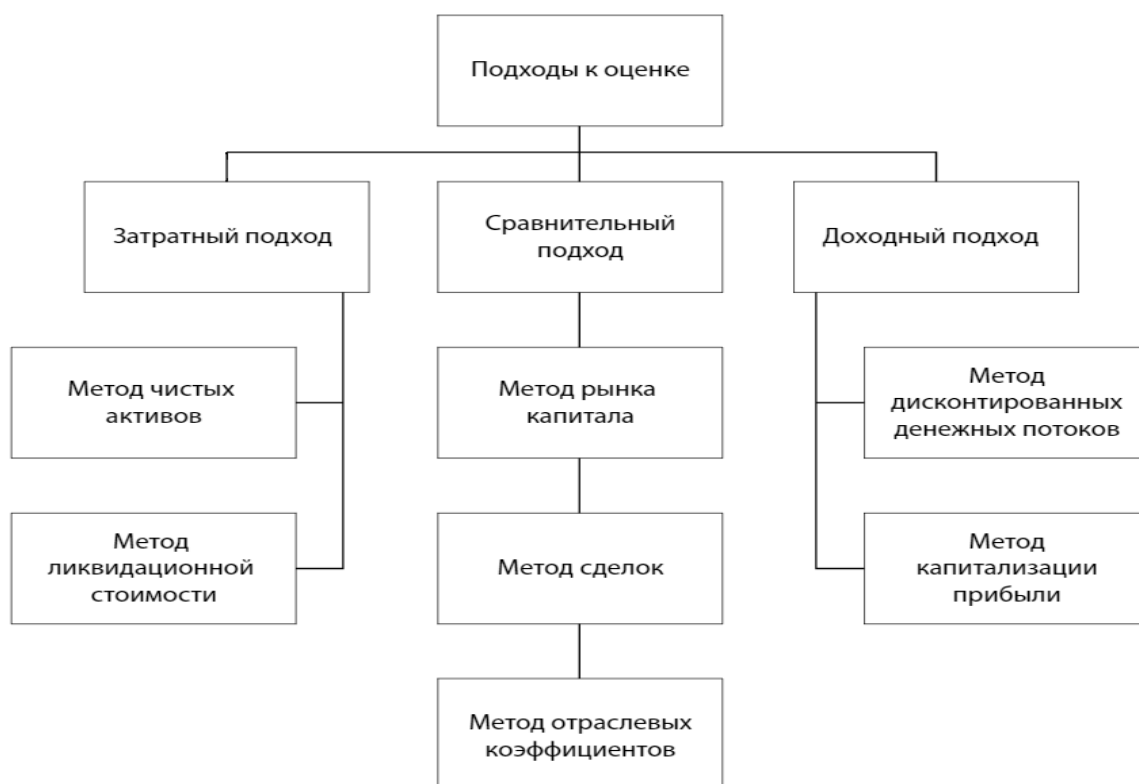
# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА

## 1.1 Основные подходы оценки стоимости

Оценка стоимости бизнеса является одним из способов контроля и управления компанией. Бизнес рассматривается как предприятие, имущественный комплекс, который находится в собственности у владельца. [1]. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» закрепляет за юридическими лицами безусловное право на проведение оценки любых принадлежащих им объектов оценки. [2]

В России, в соответствии с федеральными стандартами оценки выделяют три основных подхода к оценке стоимости компании (рисунок 1):

- доходный подход;
- затратный подход;
- сравнительный подход.



## Рисунок 1 – Основные подходы к оценке стоимости бизнеса

Каждый подход включает в себя группу методов оценки стоимости бизнеса. Все три подхода кардинально отличаются между собой, поскольку основываются на разной информации собранной для проведения оценки. Логично полагать, что рассчитанная различными подходами стоимость компании должна совпадать между собой. Однако, российский рынок не является рынком совершенной конкуренции, поэтому рассчитанная разными подходами стоимость компании редко совпадает. И зачастую, при оценке стоимости бизнеса, используют сразу все три подхода расчета оценки, чтобы потом выбрать наиболее привлекательный вариант стоимости. Рассмотрим более подробно каждый из подходов.

### 1.1.1 Доходный подход

Стоимость компании при данном подходе рассчитывается на основе ожидаемых денежных поступлений от владения таким бизнесом. Инвестор на сегодняшний день не заплатит за бизнес сумму большую, чем текущая стоимость будущих доходов от приобретения компании.

Согласно федеральному стандарту оценки (далее ФСО) №2 применение доходного подхода осуществляется при условии, что есть достоверная информация, с помощью которой можно спрогнозировать реальную величину будущих денежных потоков, связанных с объектом оценки.

Сумма инвестиций, которая была вложена в данный бизнес предыдущим владельцем, при расчете цены бизнеса не используется. Применяя доходный подход, оценщику необходимо учитывать сумму будущих денежных потоков, момент их получения и продолжительность получения доходов.

В доходный подход входят два метода оценки стоимости бизнеса:

- 1) метод дисконтирования денежных потоков;
- 2) метод капитализации доходов.



Метод дисконтирования денежных потоков предполагает, что стоимость компании определяется, как суммирование будущих денежных потоков, приведенных к одному текущему моменту времени.

Рассчитывается стоимость бизнеса по формуле 1 представленной ниже:

$$PV = \frac{CF_1}{1+DR} + \frac{CF_2}{(1+DR)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+DR)^n}$$

(1)

где,  $PV$  – текущая стоимость бизнеса;

$CF$  – доход  $n$ -го периода;

$DR$  – ставка дисконтирования;

$n$  – последний год прогнозного периода.

Более достоверная стоимость бизнеса при использовании данного метода, будет определяться, если предприятие рентабельно и работает стабильно.

При расчете стоимости бизнеса этим методом денежные потоки должны удовлетворять следующим требованиям: будущие денежные потоки должны отличаться от текущих потоков, должны быть определены и должны иметь положительные значения в прогнозируемом периоде.

Кроме того, используя данный метод для расчета стоимости бизнеса необходимо придерживаться следующего алгоритма:

Во-первых, необходимо определиться с длительностью прогнозного периода.

Прогнозный период — это тот период, который продолжается до тех пор, пока темпы роста показателей компании не станут стабильными. После прогнозного периода деятельность предприятия должна обеспечивать темпы роста потока доходов без резких перепадов как одну, так и в другую сторону. Прогнозный период в зависимости от целей оценки стоимости бизнеса может достигать десяти лет. Но обычно используется промежуток от 3 до 5 лет;

Во-вторых, выбрать модели денежного потока. При оценке стоимости бизнеса данным методом применяют одну из двух моделей денежного потока: денежный

поток для собственного капитала и денежный поток для инвестированного капитала.

Ниже в таблице 1 и таблице 2 представлен алгоритм расчета денежных потоков собственного и инвестированного капитала.

Таблица 1 – Алгоритм расчета денежного потока собственного капитала

Арифметическое действие	Наименование показателя
Чистая прибыль	
Плюс	Амортизация
Плюс/ минус	Уменьшение/прирост собственного оборотного капитала
Плюс/ минус	Уменьшение/прирост инвестиций, вложенных в ОС
Плюс/ минус	Прирост/уменьшение долгосрочной задолженности
Денежный поток для собственного капитала	

Таблица 2 – Расчет денежного потока для инвестированного капитала

Арифметическое действие	Наименование показателя
Чистая прибыль	
Плюс	Проценты к уплате
Плюс	Амортизация
Плюс/минус	Уменьшение/прирост собственного оборотного капитала
Плюс/минус	Уменьшение/прирост инвестиций, вложенных в ОС
Денежный поток для инвестированного капитала	

В-третьих, делается анализ и прогнозирование доходов, расходов и инвестиций. Далее рассчитываем величину денежного потока для каждого прогнозируемого периода и определяем ставку дисконтирования.

Ставка дисконтирования — это процентная ставка, с помощью которой можно оценить доходность будущих инвестиций.

Чаще всего оценщики определяют ставку дисконтирования, как средневзвешенная стоимость капитала (далее WACC), определяемую по следующей формуле 2:

$$WACC = k_d \times (1-t) \times w_d + k_p \times w_p \quad (2)$$

где,  $k_d$  и  $k_p$  — стоимость заемного и собственного капитала

$t$  — ставка налога на прибыль

$w_d$  — доля заемного капитала

$w_p$  — доля привилегированных акций

Иной способ определения ставки дисконтирования — это модель капитальных активов (далее CAPM), ставка доходности при использовании этой модели рассчитывается по формуле 3:

$$R = R_f + b \times (R - R_f) \quad (3)$$

где,  $R_f$  — безрисковая ставка дохода

$b$  — коэффициент, который определяет изменение цены акций компании по сравнению с изменением цен на акции по всем компаниям данного сегмента рынка

$R_m$  — доходность среднерыночного портфеля ценных бумаг

Далее необходимо рассчитать стоимость бизнеса с помощью дисконтирования денежных потоков и после чего сделать корректировку стоимости бизнеса для определения рыночной цены актива, и произвести корреляцию величины собственного оборотного капитала.

Следующий метод, используемый при оценке стоимости бизнеса доходным подходом — метод капитализации дохода. Метод капитализации дохода основан на взаимосвязи будущего дохода и текущей стоимости бизнеса. Метод достоверен

в случае, когда предприятие работает стабильно, имеет прибыль, а его доходы длительны и постоянны.

Метод капитализации дохода включает в себя следующие этапы расчета:

- 1) анализ финансово – хозяйственной деятельности, для подтверждения стабильности и прибыльности предприятия;
- 2) выбор показателя дохода для капитализации, это может быть выручка, чистая прибыль или прибыль до налогообложения;
- 3) расчет величины капитализируемого дохода с помощью формул простой средней, средневзвешенной или методом экстраполяции;
- 4) расчет ставки капитализации (дисконтирования);
- 5) определение стоимости бизнеса, разделив размер текущего дохода на ставку капитализации.

#### 1.1.2 Затратный подход к оценке стоимости бизнеса

Данный подход к оценке стоимости бизнеса использует в расчете затраты на воспроизводство или замещение активов анализируемого предприятия.

Затраты на воспроизводство — это те затраты, которые потребуются для создания идентичного объекта оценки, с использованием тех материальных затрат и способов производства, которые использовались при создании оцениваемого объекта оценки.

Затратами на замещение называют затраты, которые потребуются для создания аналогичного объекта оценки, с использованием тех материальных затрат и способов производства, которые применяются на дату оценки.

Затратный подход используется, если:

- 1) необходимо произвести оценку относительно недавно созданного бизнеса, который не имеет ретроспективной информации;
- 2) отсутствует возможность прогнозирования будущих денежных потоков;

3) отсутствуют аналогичные предприятия, невозможно использовать сравнительный подход;

4) ликвидация бизнеса.

Затратный подход включает в себя следующие методы оценки стоимости бизнеса (рисунок 1):

- метод чистых активов;
- метод ликвидационной стоимости.

Метод чистых активов использует в расчете скорректированную балансовую стоимость, поскольку предприятия в большинстве случаев, не отражают в отчетности рыночную стоимость активов и обязательств. Суть корректировок заключается в том, чтобы привести все активы к рыночной стоимости, а обязательства предприятия к текущей стоимости.

Для оценки стоимости бизнеса методом чистых активов используются следующие этапы [3]:

- 1) расчет рыночной стоимости внеоборотных активов;
- 2) определение стоимости оборотных активов;
- 3) определение текущей стоимости обязательств;
- 4) расчет стоимости объекта оценки, как разница между рыночной стоимостью его активов и текущей стоимостью обязательств.

При определении рыночной стоимости активов необходимо учитывать следующие требования:

- оцениваются все объекты недвижимости вне зависимости от того, используются они или нет;
- обычно рыночная стоимость машин и крупного оборудования совпадает с его балансовой;
- в стоимость зданий и сооружений, входят затраты на их воспроизводство за минусом морального и физического износа;
- нематериальные активы должны приносить доход, затраты на их покупку или создание должны быть документально подтверждены;

- товарно–материальные ценности оцениваются по текущей цене с учетом затрат на их транспортировку и хранение, устаревшие запасы списываются, а готовая продукция оценивается по стоимости продажи;
- денежные средства не переоцениваются, а пересчет курса средств на валютном счете происходит на дату осуществления оценки;
- при оценке необходимо исключать безнадежную дебиторскую задолженность, оставшаяся же часть дебиторской задолженности дисконтируется, с учетом сроков неплатежа по денежным обязательствам.

Для определения текущей стоимости обязательств оцениваются следующие обязательства: кредиторская задолженность, обязанности по выплате дивидендов, краткосрочные обязательства, резервы будущих расходов и обязательства по кредитам и займам.

Следующий метод затратного подхода оценки стоимости бизнеса – это метод ликвидационной стоимости.

Стоимость бизнеса при использовании данного метода определяется как разница между стоимостью имущества бизнеса и издержками на его ликвидацию. Чаще всего метод ликвидационной стоимости используется при банкротстве бизнеса.

При использовании затратного метода, оценщику необходимо учитывать все расходы, которые организация понесет при ликвидации (например: комиссионные, административные издержки и юридические услуги, связанные с ликвидацией).

Выделяют следующие этапы оценки стоимости бизнеса методом ликвидационной стоимости:

- 1) обоснование выбора ликвидационной стоимости в соответствии с законодательством Российской Федерации. Из–за сжатых сроков ликвидации сложно рассчитать рыночную стоимость активов, поэтому оценщику в своем отчете об оценке стоимости бизнеса необходимо обосновать выбор ликвидационной стоимости;

- 2) разработка календарного плана продажи активов предприятия, с целью максимального увеличения выручки от продаж данных активов;
- 3) определение текущей стоимости активов;

- 4) дисконтирование скорректированной стоимости активов;
- 5) прибавить (вычесть) сумму операционной прибыли или убытка;
- 6) определить и скорректировать сумму долгосрочной и краткосрочной задолженности;
- 7) расчёт ликвидационной стоимости.

При ликвидации на оценку стоимости компании будут влиять те факторы, которые привели к банкротству предприятия. Так если причиной ликвидации стала высокая степень износа активов, или неудачное месторасположение фирмы, то уровень ликвидационной стоимости бизнеса будет значительно падать.

### 1.1.3 Сравнительный подход

В основе сравнительного подхода оценки стоимости бизнеса (рисунок 1) лежит сопоставление анализируемого объекта оценки с аналогичным ему предприятием. Сравнение происходит по различным критериям, влияющими на определение стоимости данного бизнеса.

Применяя сравнительный подход, оценщик должен ориентироваться на достоверную информацию, которую он получил, например с открытых фондовых рынков, в которых может указываться стоимость покупки (продаж) аналогичного бизнеса.

Сравнительный подход к оценке бизнеса включает в себя следующие методы оценки:

- метод рынка капитала;
- метод сделок;
- метод отраслевой специфики.

Метод рынка капитала используют, чтобы рассчитать цену на неконтрольный пакет акций. В этом случае базой для оценки является цена за одну акцию акционерного общества. В методе сделок стоимость бизнеса определяется путем с



нения бизнеса с аналогичным бизнесом, по которому есть данные о стоимости контрольного пакета акций или о стоимости предприятия в целом.

При использовании вышеуказанных методов оценки сравнительного подхода необходимо выполнение следующих этапов:

1) проанализировать рынок, в котором объект оценки осуществляет свою деятельность;

2) выбрать из анализа аналогичные оцениваемому бизнесу предприятия, по которым существует информация на фондовых рынках о цене сделки или котировках акций;

3) подбор оценочных мультипликаторов и их расчет. Для полной достоверности и точности результатов при оценке бизнеса первыми двумя методами оценки сравнительного подхода применяют оценочные мультипликаторы. Под мультипликатором подразумевается рассчитанный оценщиком коэффициент, который получается при делении цены акции компании или же инвестированного капитала на финансовые показатели, такие как прибыль, выручка, дивиденды, денежный поток или стоимость активов [4]:

Мультипликатор цена/денежный поток используется в том случае, если балансовая стоимость активов уменьшается, а рыночная наоборот растет. Данная ситуация объясняется тем, что при расчете денежных потоков амортизация прибавляется к величине чистой прибыли.

Мультипликатор цена/чистая прибыль оценщик использует тогда, когда у предприятия слишком много быстроустаревающего оборудования.

Мультипликатор цена/ дивиденды можно использовать лишь в случае, когда дивиденды на предприятии и компании–аналога выплачиваются стабильно.

Мультипликатор цена/ выручка наиболее часто применимый коэффициент при оценке бизнеса сферы услуг.

Мультипликатор цена/ стоимость активов используют, если необходимо продать значительную часть имущества компании за короткое время.

Оценщик может применять несколько мультипликаторов при оценке стоимости бизнеса, главное ему необходимо помнить и учитывать относительную значимость каждого стоимостного показателя.

Следующий метод сравнительного подхода оценки стоимости бизнеса – метод отраслевых коэффициентов, который базируется на использовании длительных статистических исследований за финансовым рынком продаж предприятий. Такой метод оценки, очень популярен за рубежом, у российских же оценщиков, возникает ряд трудности при использовании данного метода, так как в Российской Федерации недостаточно развит рынок купли–продажи бизнеса. Метод оценочных обязательств применяется только в том случае, если существует закономерность при продаже аналогичных или схожих предприятий, а у оценщика уже существуют накопленный опыт при оценивании данного вида бизнеса.

Оценщик, в данном случае сам выявляет закономерности и разрабатывает соотношения на основе проделанного анализа отраслевых коэффициентов.

Мы рассмотрели основные подходы оценки стоимости бизнеса.

Оценка стоимости бизнеса – это процесс, при котором рассчитывается стоимость предприятия, с учетом множества факторов.

В зависимости от целей проведения оценки рассчитываются следующие виды стоимости: рыночная, инвестиционная, ликвидационная, а также стоимость воспроизводства и замещения

Стоимость бизнеса, рассчитываемая с помощью доходного подхода, основана на ожиданиях инвестора от владения объектом оценки. Данный подход включает в себя метод дисконтирования денежных потоков, суть которого состоит в определении стоимости через суммирование пересчитанных на текущий момент будущих денежных потоков, и метод капитализации доходов, при котором осуществляется процесс пересчета будущих доходов к одному моменту времени.

Затратный метод основывается на затратах воспроизводства и/ или замещения активов и обязательств компании. В данный подход входят метод чистых активов, при котором используются скорректированные статьи финансовой отчетности и

метод ликвидационной стоимости, который применяется при ликвидации или банкротстве предприятия.

В основе сравнительного подхода лежит принцип замещения, оценщик сравнивает объект оценки с аналогичным предприятием по определенным критериям и таким образом рассчитывает стоимость компании. Выделяют три метода оценки: метод рынка капитала, метод сделок и метод отраслевых коэффициентов. Последний метод крайне редко применяется на практике в России из-за недостатка статистической информации.

Чтобы определить итоговую стоимость бизнеса, определяют средневзвешенную стоимость, которая была рассчитана всеми тремя подходами. И для достоверности стоимости оценщикам на сегодняшний день необходимо использовать все методы, которые возможно использовать в том или ином конкретном случае.

## 1.2 Актуальные проблемы оценки стоимости малого бизнеса в сфере красоты

В Российской Федерации вопрос оценки малого бизнеса на рынке бьюти-услуг остается актуальным на протяжении последних лет. Это связано, с одной стороны с стремительным ростом спроса на косметические услуги, а с другой стороны – отсутствием качественных инструментов анализа стоимости малого бизнеса в сфере красоты. Основная проблема при оценке малого бизнеса, по нашему мнению, заключается в том, что малые фирмы применяют бухгалтерский учет в упрощенной форме, и упрощенную систему налогообложения. При данном налоговом режиме (чаще кассовый метод: денежные доходы минус расходы), система бухгалтерского учета не развита или максимально упрощена, что усложняет работу оценщика в процессе оценки стоимости данного предприятия. Так, например микропредприятие может не создавать резерв по сомнительным долгам, а это значит в строке бухгалтерского баланса «Дебиторская задолженность» будет включена задолженность, которую есть риск не взыскать с контрагента. Ликвидность такого актива будет недостоверна.

Микропредприятия также могут признавать сырье, материалы, другие затраты на оказание услуг в расходах по обычным видам деятельности полностью в момент их приобретения, без применения счета 10 "Материалы". Следовательно, в бухгалтерском балансе строка запасы у бизнеса будет отсутствовать.

Вторая проблема, с которой сталкивается бизнес сферы услуг – это прогнозирование поступления денежных потоков.

Малый бизнес в сфере бьюти – услуг, тесно связан с личными, семейными или деловыми связями. Например – тесная связь между мастером салона красоты и его клиентом. При продаже или реорганизации компании, лучший мастер (работник) может покинуть оцениваемый бизнес, а с его уходом из салона большая часть клиентов автоматически уйдет вслед за лучшим мастером. Поэтому прогнозирование стоимости бизнеса, основанное только на анализе денежных потоков, может дать низкую достоверность такой оценки.

При оценке стоимости компании мы предполагаем, что его стоимость равна стоимости его активов за минусом обязательств. Если оценивать стоимость салона красоты таким образом, то мы получим лишь приблизительную, а не реальную стоимость бизнеса. Это связано с тем, что малый бизнес старается минимизировать налоговые обязательства. Микропредприятия, как правило, стараются не проводить часть выручки в бухгалтерской (финансовой) отчетности, не отражать в учете реальную стоимость материально–производственных запасов, а также не раскрывают реальные выплаты по заработной плате сотрудникам (серые зарплаты). Кроме того, в большинстве случаев мастера в салонах красоты трудоустроены не официально, без оформления трудовой книжки.

Поэтому при оценке стоимости бизнеса – салона красоты, необходим факторный анализ рыночной стоимости материальных запасов, используемых ими при оказании услуг; спроса на реализуемые услуги (товары) у аналогичных компаний (конкурентов), уровень квалификации мастеров (работников) на рынке труда, финансовое положение.

Салоны красоты достаточно специфичный род предпринимательской деятельности. Не бывает двух полностью одинаковых салонов красоты. Найти среди непубличных фирм аналогичный салон для сравнительного анализа будет крайне сложно. Ведь даже если известна цена сделки продажи бизнеса, то других необходимых данных для его оценки – например, уровня рентабельности бизнеса просто нет. А ведь незначительные различия показателей рентабельности могут существенно влиять на оценку стоимости бизнеса. При рассмотрении цены продажи какого – нибудь аналогичного предприятия красоты, у нас нет уверенности в том, что во время сделки между продавцом и покупателем не было каких – либо скрытых договоренностей.

Если рассматривать затратный подход для оценки бизнеса, на основе использования активов, то возникает сложность в том, что бухгалтерская, фактическая стоимость активов в предприятиях красоты существенно может отличаться. Во многих салонах красоты значительная часть работающего оборудования имеет уже нулевую остаточную стоимость, а его рыночная стоимость может быть достаточно высокой. Так же при анализе активов для определения стоимости бизнеса необходимо вычитать из активов неликвидную часть материальных запасов и безнадежную дебиторскую задолженность. А как мы говорили ранее микропредприятия ведущие упрощенный бухгалтерский учет могут не создавать оценочные обязательства и при определении стоимости бизнеса оценщику будет необходимо оценить ликвидность материальных запасов, дебиторской задолженности.

Мы рассмотрели некоторые проблемы, с которыми может столкнуться оценщик при определении стоимости салонов красоты. Ниже в представленной таблице 3 «Недостатки основных методов к оценке стоимости бизнеса салонов красоты» мы оценили проблемы использования методов оценки стоимости малого бизнеса в сфере красоты.

Таблица 3 – Недостатки основных подходов и методов к оценке стоимости малого бизнеса в сфере красоты

Наименование методов	Недостатки
<b>Затратный подход</b>	
Метод стоимости чистых активов	Для достоверной оценки стоимости бизнеса требуется корректировка статей бухгалтерского баланса, так как балансовая стоимость активов (в основном основных средств) может кардинально отличаться от рыночной стоимости активов
Метод ликвидационной стоимости	Может применяться только при ликвидации или банкротстве бизнеса – салон красоты. Объективная стоимость при использовании данного метода не определяется, так как повышенный интерес третьих лиц при оценке стоимости бизнеса.
<b>Доходный подход</b>	
Метод дисконтированных денежных потоков	Данный метод невозможно применить, если бизнес является убыточным. Низкая точность расчета денежных потоков.
Метод капитализации доходов	Метод актуален, если доходы постоянны и равномерно растут, что для салона красоты не типично и маловероятно.
<b>Сравнительный подход</b>	
Метод сделок	Метод достоверен только при наличии полной финансовой информации о продаже аналогично салона красоты.
Метод рынка капитала	Данный метод не подходит для малого бизнеса, так как основан на сравнении контрольного пакета акций. Такой метод инвестирования отсутствует у малого бизнеса.
Метод отраслевых коэффициентов	Данный метод не возможен при оценке малого бизнеса, поскольку отсутствуют статистические или опросные показатели длительного мониторинга отраслевых коэффициентов

Таким образом, мы можем сделать вывод, что оценка стоимости малого бизнеса, как салоны красоты будет недостаточно определять реальную стоимость компании только одним из существующих методов оценки стоимости бизнеса. Необ-

ходимо вносить корректирующие операции в показатели расчетов каждого метода оценки или использовать комплексный подход с использованием всех возможных методов оценки стоимости бизнеса.

### 1.3 Анализ рынка красоты г. Челябинск

Рынок красоты – это отрасль, которая оказывает косметические услуги. Речь в нашем случае идет о салонах красоты, к которым мы относим парикмахерские, спа–салоны, бьюти – бары и др.

Мировой рынок салонов красоты на 2018 год оценивается в 128,59 миллиардов долларов США. Однако ожидается, что данный сегмент рынка будет продолжать расти и достигнет приблизительно 190,8 миллиардов долларов США уже к 2024 году.

Во всем мире наблюдается спрос на сферу услуг салонов красоты. Данный рост связан с тем, что общество переходит на постиндустриальную ступень развития. Рынок красоты с каждым днем становится популярнее и разнообразнее. Он включает в себя услуги как для мужчин, так и для женщин. В современном обществе люди ищут места, где смогут оздоровиться и снять стресс от напряженного образа жизни.

Индустрия красоты очень быстро меняется, появляются новые технологии, новые товары и производства. Тенденцию постоянной трансформации данной сферы задает само общество. Мода на здоровый образ жизни является одним из катализаторов, стимулирующих развитие услуг красоты. Появляются специализированные курорты, которые включают в себя оздоровительные процедуры. Увеличивается спрос на косметическую продукцию, в которой содержатся натуральные ингредиенты, которые не содержат вредных компонентов и не вызывают аллергической реакции. К 2020 году спрос на данную продукцию должен превышать 14 миллиардов долларов США. Однако рост сферы напрямую зависит от роста благосостояния жителей всего мира.[5]

Зарубежные компании, на сегодняшний день, выпускают многочисленное количество косметической продукции. Соединенные Штаты Америки и Европа являются ведущими странами по производству качественных средств красоты. Согласно журналу Forbes на первом месте по производству и экспорту товаров по всему миру является торговая марка Olay, принадлежащая английской компании Procter & Gamble.

Так же, в мире самым большим рынком индустрии красоты являются Соединенные Штаты Америки. Общий доход сегмента рынка красоты насчитывает около 80 миллиардов долларов США. Где доминирующим сегментом являются омолаживающие процедуры, на них приходится более 17 процентов рынка, что в денежном выражении составляет около 2,5 миллиардов долларов США. Второе место занимает Китай, где индустрия красоты приносит 50,7 миллиардов долларов США. Салонный бизнес Китая сильно зависит от желаний потребителей среднего класса. Большую долю рынка составляют омолаживающие услуги и услуги депиляции. На уходные, омолаживающие процедуры приходится 26 процентов всего рынка. Сегмент депиляции равен в среднем 9,5 миллиона долларов, и начиная с 2010 года, в среднем увеличивается на 5 процентов.[6]

Объем рынка косметических услуг отечественных салонов красоты по данным Росстата за 2018 год составил более 106 миллиардов рублей. Однако, индекс физического объема оказываемых услуг снизился с 12,6 % до 11,2 %, а цены на косметологические услуги выросли в среднем на 5 %. Согласно данным федеральной службы государственной статистики, рынок красоты насчитывает около 98 тысяч парикмахерских и салонов красоты в России, из них 10 тысяч приходится на сельскую местность. Численность салонов красоты в России с 2014 по 2018 год представлена в таблице 4.



Таблица 4 – Численность салонов красоты в России с 2014 по 2018 год.

Показатель	2014г	2015г	2016г	2017г	2018г
Количество салонов красоты	84 873	89 619	93 048	95 161	98 947
Процентная динамика к прошлому периоду	–	5,6 %	3,8%	2,3%	4,0%

Согласно данным, подготовленного компанией «BusinesStat» в 2019 году, в период с 2014 года по 2018 год, доля потребителей салонов красоты ежегодно увеличивается и составляет 109,7 миллионов человек, что равно 73,3 % от всего населения страны. Даже снижение реальных доходов населения в 2015 – 2016 году не сильно повлияло на спрос косметических услуг. Так как, потребители переключились на салоны сверхэконом и эконом – класса. Данные салоны не похожи на привычные нам салоны красоты, где предоставляют широкий спектр услуг. Такие салоны предоставляют одну или не более двух услуг. К таким салонам относят островки в торговых центрах, где предоставляют услуги маникюра или оформление бровей, бьюти бары, где предоставляются только услуги визажистов. Так же к таким салонам относят маленькие парикмахерские на первых этажах многоквартирных домов. В таких салонах главным критерием выбора является цена услуги, а не расположение, сервис или дизайнерский интерьер. Численность салонов эконом класса составляют большую часть отечественного рынка красоты.

На рынке по–прежнему сохранились салоны, которые представляют бизнес и премиум – сегменты. Бизнес – сегмент, это салоны, которые предоставляют более широкий спектр услуг и по более высоким ценам, в отличии от эконома класса. Такие салоны предоставляют более сложные услуги, такие как окрашивание волос, косметология, массаж. Такие салоны работают на качественных материалах. К салонам премиум – сегмента относятся те заведения, в которых клиенты получают эксклюзивные услуги, с использованием дорогих материалов, косметики и

оборудования. Такие салоны предусматривают дорогой интерьер и качественный клинкий сервис. Клиенты таких заведений получают все услуги в отдельных кабинетах, где нет никого постороннего кроме самого мастера, оказывающего услугу. Однако, в России данный сегмент составляет менее одного процента рынка.

Ниже на рисунке 2, представлено количество парикмахерских и салонов красоты в России по сегментам в 2018 году [7].

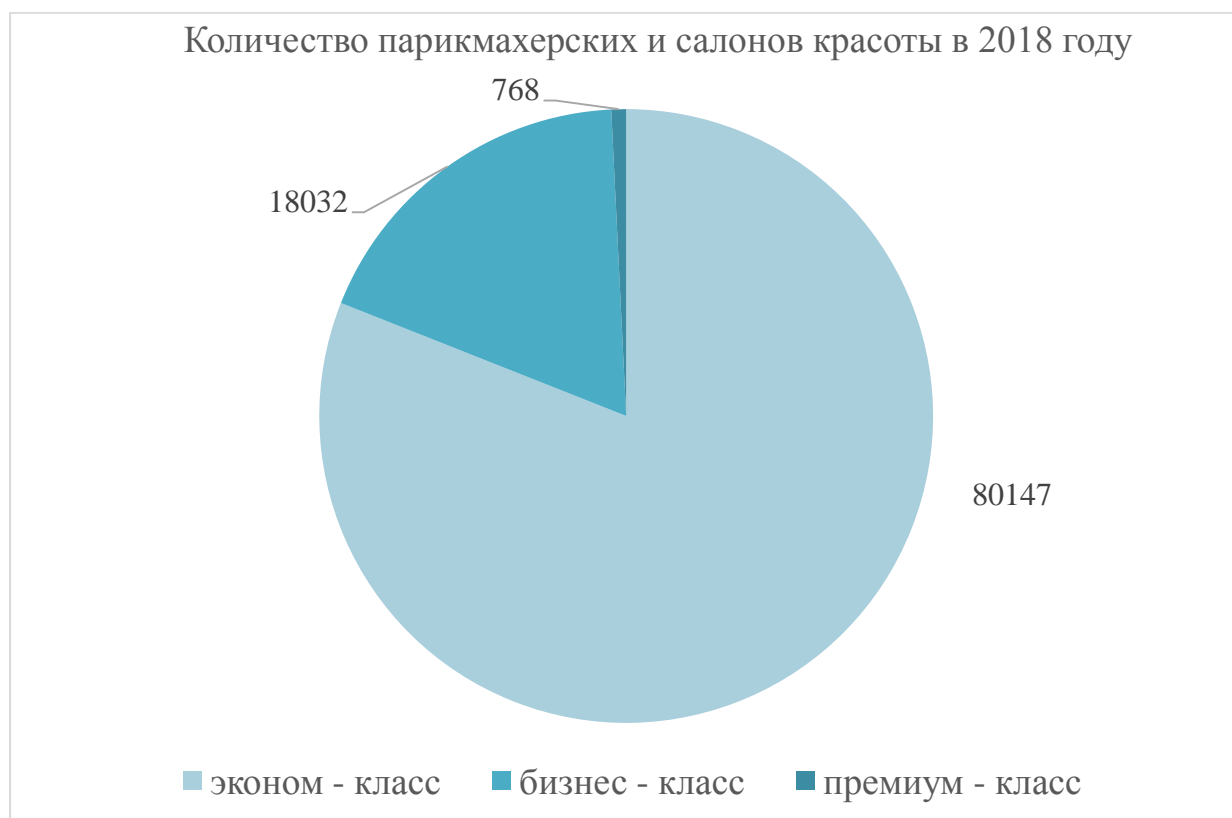


Рисунок 2 – Количество парикмахерских и салонов красоты в России по сегментам в 2018 году.

Таким образом, салоны эконом класса занимают большую часть российского рынка индустрии красоты 81%. Доля салонов бизнес – класса равна 18,2%, а к категории премиум в России относится 0,8% рынка.

Большинство всех салонов красоты в Российской Федерации представляют собой заведения несетевого формата. Однако, постепенно на рынке появляются и сетевые проекты. Данная ситуация, говорит о том, что Российский рынок красоты до сих пор является не до конца насыщенным. Привлечение иностранных инве-

сторов или покупка иностранной франшизы сдерживается из-за внешнеполитических конфликтов.

г. Челябинск – является одним из крупнейших промышленных, экономических и деловых центров России. Численность населения на 2019 год составляет 1 200 719 человек. По данным городского информационного сервиса «2ГИС» на сегодняшний день на территории города Челябинска насчитывается около 1313 салонов индустрии красоты, которые расположены во всех районах города. Центральный район – 170 салонов (12%), Тракторозаводской район – 135 салонов (11%), Советский район – 132 салона (10%), Metallургический район – 98 салонов (8%), Ленинский район – 145 салонов (12%), Курчатровский район – 238 салонов (18%) и Калининский район – 250 салонов (19%).

Рынок салонов красоты г. Челябинска состоит в основном из эконом и бизнес сегмента, которые предоставляют услуги ухода за волосами, ногтями и кожей лица и тела. Так же наравне с классическими салонами, в Челябинске набирают популярность моносалоны, которые специализируются на одном направлении. Данные салоны предоставляют услуги начиная от микроблейдинга заканчивая шугарингом. На территории торговых развлекательных центров города, таких как ТРК «Алмаз», ТРК «Родник» действуют мобильные салоны, которые специализируются на плетении кос, экспресс – маникюре, оформлении бровей. Такие салоны, достаточно перспективны, так как находятся в центре города, у них большая проходимость и не нужна предварительная запись.

Мужчины города Челябинска, так же тщательно ухаживают за собой и своей внешностью. Только за последние несколько лет в Челябинске открылись более 30 барбершопов. Барбершоп – это фактически мужская парикмахерская, где создают стильные стрижки для мужчин, а также проводят уход за усами и бородой. Клиентов привлекает уникальная атмосфера таких заведений: мужской клуб, сдержанный интерьер, высококвалифицированные мастера, специализирующиеся на мужчинах. Средняя цена стрижки в барбершопе города Челябинск составляет 1400 рублей. Дороговизна процедуры связана с тем, что на данный момент в го-

роде мало мастеров высокого класса. В городе отсутствуют школы или специализированные курсы для повышения квалификации мастеров. Поэтому, чтобы повысить свой уровень мастерства, барберы едут на курсы в столичные города, что влечет за собой дополнительные расходы и, как следствие, повышение стоимости услуг.

Свободной нишей в городе Челябинск, остаются детские парикмахерские, их в городе насчитывается всего около 9 штук. Не наполненность данного сегмента на рынке, связана с тем, что не каждый мастер, даже имея большой опыт работы, может справиться с ребёнком. Так как в данном случае, не только нужно уметь хорошо стричь, но и знать детскую психологию, уметь найти общий язык. Такие специалисты должны найти подход к ребенку, создать для него комфортную зону. Другой же основной проблемой, которые сталкиваются детские парикмахерские это оснащённость: стулья в виде машинок или карет, зеркала, украшенные цветами, яркий интерьер, телевизоры и мониторы, качественные специализированные косметические средства, которые не вредят здоровью ребенка.

Следует отметить, что бьюти – рынок города Челябинска переходит на более профессиональный уровень. Косметические услуги начинают оказывать такие крупные медицинские центры «Лотос», «Метеор», «Источник». Также нами замечено, что в моносалоны красоты города Челябинска, требуются мастера, имеющие медицинское образование. Согласно данным сайта, Rabota.ru салон BellaPro приглашает мастеров шугаринга, имеющих медицинское образование. Это говорит о переходе услуг на более высокий конкурентноспособный уровень.

Согласно данным федеральной службы государственной статистики по Челябинской области спрос на услуги парикмахерских и салонов красоты в городе Челябинск в 2018 году вырос на 45% по отношению к 2017 году и составил 3 347 195,2 тысяч рублей. Объем парикмахерских и косметических услуг в объеме бытовых услуг населению по городу Челябинск представлена на рисунке 3 – Доля парикмахерских и косметических услуг в объеме бытовых услуг населению.



Рисунок 3 – Доля парикмахерских и косметических услуг в объеме бытовых услуг населению.

Проанализировав индустрию красоты города Челябинск, мы можем сделать следующие выводы:

Челябинский рынок красоты представлен в основном салонами, ориентированных на потребителей среднего класса, а также монопредприятиями которые охватывают довольно большую часть населения города.

Одним из перспективных направлений развитие рынка красоты является открытие детских салонов, так как данный сегмент рынка на территории города Челябинска на данный момент остается малоразвитым.

Растет потребность в персонале, который имеет высшее медицинское образование. Так как это позволяет выйти салонам на более качественный и безопасный для здоровья уровень.

Услуги салонов красоты на сегодняшний день являются востребованными в городе Челябинске. Только за 2018 год темп роста парикмахерских и косметических услуг составил 45% к уровню 2017 года. Данный спрос на услуги рынка красоты обеспечивает рост стоимости бизнеса. Таким образом, мы можем говорить о том, что Челябинский рынок красоты является перспективным и интересным для инвесторов.

## Выводы по разделу один

Рассмотрев основные подходы оценки стоимости малого бизнеса, мы удостоверились, что в Российской Федерации законодательно определены правовые основы оценки объектов, для совершения сделок с объектами оценки.

Под оценочной деятельностью законодательство Российской Федерации определяет деятельность, направленную на установление в отношении объектов оценки рыночной, инвестиционной, ликвидационной стоимости, и стоимости воспроизводства и замещения.

Однако, изученные законодательные подходы, имеют недостатки для оценки стоимости малого бизнеса в Российской Федерации. Оценщику при оценке стоимости малого бизнеса недостаточно определять реальную стоимость компании только одним из установленных методов оценки стоимости бизнеса. Необходимо вносить корректирующие операции в показатели расчетов каждого метода оценки или использовать комплексный подход с использованием всех возможных методов оценки стоимости бизнеса.

Анализ рынка красоты Российской Федерации и города Челябинска указывает на заинтересованность инвестора и увеличение спроса на услуги в сфере красоты. А значит спрос на качественные услуги по оценке бьюти – бизнеса в будущем будет только расти.

## 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРАСОТЫ Г. ЧЕЛЯБИНСКА

### 2.1 Характеристика объектов малого бизнеса на рынке красоты г. Челябинск

Для оценки деятельности субъектов малого бизнеса на рынке красоты города Челябинск, мы выделили генеральную совокупность компаний. Данная генеральная совокупность организаций была выделена по признаку «Вид деятельности» – «Предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты» в г. Челябинск, в которую вошли 209 организаций. Полученную совокупность компаний мы разделили на группы по размеру выручки за 2018 год. Показатель выручки выбран для определения группы выборки исходя из следующего. Выручка – это доход от обычных видов деятельности предприятия, она показывает, сколько компания заработала денежных средств за отчетный период от продажи продукции или товаров, поступления от оказанных работ или выполненных услуг [8]. Кроме того, показатель «Выручка» участвует в расчете рентабельности предприятий, а также в оценке деловой активности любого бизнеса.

В результате выборки, для анализа были сформированы три группы компаний:

1 группа – объем выручки выше 10 – 14 млн. руб./ в год;

2 группа – объем выручки от 6 – 10 млн. руб./ в год;

3 группа – объем выручки от 2 – 6 млн. руб./ в год.

Анализировать каждый объект из генеральной совокупности не предоставляется возможным из-за большого количества компаний. Для того, чтобы получить достоверный и независимый результат, нами были выбраны 9 организаций, с помощью случайного, вероятностного отбора в каждой группе по 3 компании соответственно. Данную выборку для нашего дальнейшего анализа, будем считать репрезентативной.

В данную выборку вошли следующие компании:

Первая группа компаний, чья выручка составила выше 14 миллиона рублей за 2018 год

- ООО «Биланко» – 20 482 000 руб;
- ООО Центр Красоты и здоровья «Баттерфляй» – 14 584 000 руб;
- ООО «Лорандж – Профи» – 14 090 000 руб.

Вторая группа компаний, выручка за 2018 год которых составила от 6 – 10 миллионов рублей.

- ООО «Аура» – 9 290 000 рублей;
- ООО «Волшебница» – 7 159 000 рублей;
- ООО «Имидж – Студия» – 6 975 000 рублей.

И третья группа, это те компании чья выручка за 2018 год не превышает 6 миллионов.

- ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» – 4 543 000 рублей;
- ООО «Руслан и Людмила» — 3 079 000 рублей;
- ООО Школа – студия красоты «Бьюти Лук» – 2 696 000 рублей.

#### 2.1.1 Характеристика первой группы предприятий.

Общество с ограниченной ответственностью «Биланко» было основано в 1999 году. Торговой маркой данного общества является «Saigon Spa». Генеральным директором является Чинь Тхи Тхань Зунг. Сам салон расположен в отдельном здании, где на первом этаже располагается зона VIP обслуживания, на втором зона массажа и SPA. У здания так же есть собственная парковка.

SPA–салон характеризует себя, как «островок Вьетнама» в городе Челябинск и создан для восстановления и поддержания сил и здоровья.[9] Своими преимуществами салон считает:

- 1) разнообразие процедур;
- 2) опыт, так как компания существует на рынке уже более 10 лет;
- 3) использование уникальных методик Вьетнамского массажа;
- 4) наличие комплексных программ;
- 5) специальные предложения и акции;



б) наличие онлайн–бронирования.

Деятельность SPA – салона «Saigon Spa» ориентирована на жителей города Челябинска, в частности на жителей Центрального, Калининского и Курчатовского районов, со средним достатком. Это объясняется тем, что данный салон красоты предоставляет качественные и относительно недорогие косметические услуги.

Классический массаж спины, который длится 30 минут стоит в салоне 800 рублей с человека.

На сайте салона мы можем увидеть в открытом доступе все интересующие нас документы от лицензий до данных надзорных органов исполнительной власти по городу Челябинск, а также какие процедуры можно получить бесплатно и каким образом это можно сделать.

Следующий салон, который попал в первую группу – ООО Центр Красоты и здоровья «Баттерфляй». Центр имеет товарный знак СТУДИЯ ИМИДЖА "Madame Butterfly". Генеральный директор и управляющая салона – Россинская Светлана Викторовна. Студия является микропредприятием. На конец 2018 года среднесписочная численность составила 15 человек. Салон расположен в Центральном районе города Челябинск и находится по адресу 3–го интернационала – 128 на первом этаже многоквартирного дома, в непосредственной близости к центральной и главной улице города Челябинска – проспект Ленина.

Салон с английского переводится как «Мадам Бабочка», сотрудники говорят, что салон назван так, потому что, бабочка – это уникальное насекомое, которое претерпевает метаморфозы в своём развитии: из куколки превращается в идеал красоты. Салон считает, что такие же прекрасные метаморфозы, возможны, и в жизни каждой женщины.[10]

Салон красоты предоставляет следующие услуги:

- 1) медицинская косметология;
- 2) эстетическая косметология;
- 3) массаж тела и обертывания;

- 4) парикмахерские услуги;
- 5) услуги маникюра и педикюра.

Деятельность салона красоты "Madame Butterfly" рассчитана на женщин города Челябинска, которые проживают в Центральном, Тракторозаводском и Ленинском районах. Цена в данном салоне выше, чем в среднем по городу. За маникюр с гелевым покрытием придется заплатить 1 600 рублей, когда средняя цена по городу 900 – 1 000 рублей. За увеличение губ гиалуроновой кислотой придется отдать 14 000 рублей, цена в аналогичных салонах Центрального района города Челябинска варьируется от 10 000 – 11 000 рублей.

Таким образом, мы можем сделать вывод что салон "Madame Butterfly" рассчитывает на клиентов, чей заработок выше среднего.

И последний в данной группе салон, который мы рассмотрели это ООО «Лорандж – Профи» данная компания имеет товарный знак – «L'orange». Салон расположен на Северо – Западе города Челябинск на пересечении улиц Проспект Победы и Молодогвардейцев. У салона выгодное расположение, поскольку рядом с салоном большая транспортная развязка, что позволяет клиентам студии легко добраться практически из любого района города. Салон существует с 2003 года, на первом этаже многоквартирного дома с отдельным входом.

Салон основными своими преимуществами считает:

- 1) салон использует сертифицированную и проверенную косметику;
- 2) большой опыт персонала;
- 3) Большой выбор процедур по доступной цене;
- 4) Высокий клиентский сервис.

Деятельность салона ориентирована на женщин, мужчин и детей города Челябинска, преимущественно на жителей Курчатовского района.

Салон предоставляет следующие услуги:

- 5) парикмахерские услуги;
- 6) косметология;
- 7) услуги макияжа и архитектуры бровей;

- 8) пирсинг;
- 9) услуги эпиляции;
- 10) услуги по коррекции фигуры и ухода за телом;
- 11) солярий;
- 12) услуги маникюра и педикюра;
- 13) детская стрижка;
- 14) мужские стрижки и мужская косметология.

Цены у салона на одни и те же услуги различны, зависят от категории мастера, оказывающего услугу. Мужская стрижка у обычного мастера в салоне обойдется в салоне 1 000 рублей, а стрижка у арт – директора обойдется в 2 500 рублей. Но даже, при категорированных ценах, салон все же ориентирован на клиента, с достатком выше среднего.[11]

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что салоны первой группы расположены в отдельном здании, либо занимают первые этажи многоквартирных домов. Необходимо отметить, что у всех трех салонов первой группы удачное месторасположение в центре города или недалеко от центра, что ведет к высокой арендной плате помещения. Что в свою очередь влияет на стоимость оказываемых услуг.

Цены в салонах выше среднего по городу. Клиентской базой данных салонов являются мужчины и женщины города Челябинска, с повышенным уровнем дохода. Так же объединяет салоны первой группы то, что они находятся на рынке более 10 лет. Этот факт, говорит о том, что владельцы и менеджеры салонов хорошо изучили рынок красоты города Челябинск, своевременно реагируют на новые потребности и тенденции, будут продолжать свою деятельность в будущем.

### 2.1.2 Характеристика второй группы предприятий

Общество с ограниченной ответственностью «Аура» зарегистрировано в 2015 году. Генеральным директором общества является Самсонов Сергей Владимиро-

вич. Данная организация имеет размер микропредприятия. Среднесписочная численность на конец 2018 года составляет 6 человек. Уставный капитал 10 000 рублей. Салон ООО «Аура» имеет название «Capsula». Салон расположен в Курчатовской районе города Челябинска по адресу Проспект Победы – 356 на первом этаже многоквартирного дома, с отдельным входом. Преимуществом салона является большая бесплатная парковка. Однако остановки общественного транспорта находятся на значительном расстоянии.

Салон позиционирует себя, как салон медицинской косметологии. В салоне нет привычных нам услуг: маникюра, педикюра или стрижки волос. «Capsula» предлагает услуги инъекционной, аппаратной и эстетической косметологии:

- контурная пластика губ;
- услуги мезотерапии;
- подтяжка лица;
- косметологические чистки и пилинги;
- услуги плазмолифтинга и пр.

Цены на услуги салона – дорогостоящие, начинаются от 3000 рублей, а заканчиваются 50 000 рублей за услугу. [12]

На сайте салона, представлены все лицензии, которыми он обладает, профессиональное образование его специалистов.

Второй салон, который вошел во вторую группу выборки – ООО «Волшебница». Данный салон имеет наименование аналогичное наименованию общества – «Волшебница». Салон действует с 1992 года, находится на первом этаже многоквартирного дома по адресу Свободы – 149. Директором салона является Алейникова Маргарита Дмитриевна. Размер общества соответствует размерам микропредприятия. Уставный капитал общества равен 40 664 рубля, среднесписочная численность предприятия равна 38 человек.

Салон работает без предварительной записи, и рассчитан на массового клиента. Данная политика возможна в результате удачного расположения салона, он

находится на одной из центральных улиц города Челябинска. Салон работает на рынке услуг красоты более 20 лет.

«Волшебница» предоставляет следующие услуги:

- маникюр и педикюр;
- мужские и женские стрижки;
- эпиляция;
- пирсинг.

Салон рассчитан на клиентов эконом класса. Маникюр в салоне можно сделать за 400 рублей, а мужская стрижка будет стоить 300 рублей.

ООО «Имидж – Студия» третий салон в данной группе. Салон существует с 1993 года. Основателем и директором является Иванова Елена Николаевна. Размер компании соответствует размерам микропредприятия. Уставный капитал 250 000 рублей. Среднесписочная численность на конец 2018 года – 14 человек. Салон располагается по адресу Свободы д.98 на первом этаже многоквартирного дома в центре города, а также рядом с транспортной развязкой.

Студия предоставляет следующие услуги:

- парикмахерские услуги;
- перманентный макияж;
- маникюр и педикюр;
- визаж и оформление бровей;
- услуга моментального загара;
- аппаратная косметология;
- массаж;
- уход за лицом и телом.

Ценовая политика данного салона рассчитана на клиентов, чей доход составляет выше среднего. За женскую стрижку в салоне придется заплатить около 3 000 рублей, за мужскую стрижку 1 600 рублей.

Проанализировав вторую группу предприятий, мы можем сделать вывод. Салоны относятся к категории микропредприятий, длительно существуют на рынке, а значит, конкурентоспособны и имеют удачное месторасположение.

### 2.1.3 Характеристика салонов третьей группы

Общество с ограниченной ответственностью «Оваль Роял Спа энд Бьюти» входит в третью группу нашей выборки. Салон данного общества имеет название – «Oval'spa». Спа – салон расположен в Центральном районе города Челябинска, недалеко от жилого комплекса «Тополиная аллея» по адресу: улица Братьев Кашириных – 163. Владелицей и основателем студии является Арндт Ольга Владимировна. Студия является микропредприятием, среднесписочная численность на конец 2018 года составила 11 человек.

Салон предоставляет услуги:

- массажа;
- маникюра и педикюра;
- окрашивание волос;
- косметологические услуги;
- солярий.

Цены в салоне рассчитаны на клиентов бизнес сегмента. Цена за стрижку от 1400 рублей, за маникюр с покрытием 900 рублей.

Вторая организация из третьей группы выборки ООО «Руслан и Людмила» имеет салон с одноименным названием «Руслан и Людмила», директором салона является Толокнова Елена Масхутовна. Предприятие расположено по адресу улица Тимирязева – 30, что в 5 минутах ходьбы от центральной площади города – Площади Революции. Согласно отзывам на портале «2 ГИС» салон пользуется большой популярностью. Цена женской стрижки в салоне «Руслан и Людмила» обойдется клиенту в 500 рублей и выше, мужская стрижка – от 400 рублей.

И третий салон, в последней группе выборки – это Школа – Студия Красоты «Бьюти Лук». Салон находится в центре города Челябинска, в бизнес центре «Бовид». Руководителем данного салона является Андреева Ирина Андреевна.

Салон оказывает услуги по уходу за ресницами, бровями, осуществляет обучение наращиванию ресниц, продает сопутствующие косметические товары. Салон принадлежит сетевой компании марки «BEAUTY LOOK», работающей во многих городах России, и за рубежом: Германии, Казахстане.

Цена на наращивание ресниц в салоне являются средней ценой по городу Челябинск. Классическое наращивание ресниц клиенту обойдется в 1 500 рублей.

Для анализа в третью выборку попали салоны, различающиеся по уровню доходности клиентов (салон премиум класса, салон эконом класса); по видам оказываемых услуг (комплексные услуги, моноуслуги).

В следующем разделе мы проанализировали финансово – хозяйственную деятельность каждого салона выборки, провели сравнительный анализ с целью определения платежеспособности и деловой активности обществ.

## 2.2 Анализ финансово – хозяйственной деятельности первой группы компаний.

Финансовый сравнительный анализ предприятий проводился на основании данных бухгалтерской отчетности за 2016–2018 года, состоящей из бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. Бухгалтерская отчетность взята из информационно–аналитической системы СПАРК – Интерфакс.

Проведем сравнительный анализ финансовой отчетности для первой группы компаний, у которой объем выручки за 2018 год выше 14 млн руб. / в год

Рассмотрим сравнительный анализ баланса и отчета о финансовых результатах компаний первой группы. Ниже в таблице 5 представлен аналитический баланс ООО «Биланко»



Таблица 5 – Аналитический баланс ООО «Биланко»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	31.12.16	31.12.17	изменение % к 2016	31.12.18	изменение % к 2017
Актив						
Внеоборотные активы	1100	3 431	2 843	-17%	2 417	-15%
Оборотные активы	1200	61 258	63 350	3%	56 512	-11%
Активы всего	1600	64 689	66 193	2%	58 929	-11%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	51 457	52 471	2%	44 718	-15%
Краткосрочные обязательства	1500	13 232	13 722	4%	14 211	4%
Пассивы всего	1700	64 689	66 193	2%	58 929	-11%

По результатам расчета, мы видим, что в 2018 году практически все показатели финансовой отчетности снизились. Мы наблюдаем снижение размера собственных средств общества (строка 1300 «Капитал и резервы») на 15% к уровню 2017 года, и на 13% к уровню 2016 г. Нехватка собственных средств привела к уменьшению стоимости активов общества. Бухгалтерская отчетность общества показывает ежегодное увеличение краткосрочных обязательств на 4% (строка 1500). Но величина собственных средств значительно превышает обязательства общества.

Рассмотрим изменения показателей ООО «Биланко» в отчете о финансовых результатах бухгалтерской (финансовой) отчетности, представленные в таблице 6 – Горизонтальный анализ ООО «Биланко»

Таблица 6 – Горизонтальный анализ ООО «Биланко»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016г	2017г	изменение % к 2016	2018г	изменение % к 2017
Выручка	2110	54 961	41 099	-25%	20 482	-50%
Себестоимость продаж	2120	48 484	37 330	-23%	23 465	-37%
Прибыль (убыток) от продажи	2200	6 477	3 769	-42%	-2 983	-179%
Операционные доходы и расходы						

Прочие доходы	2340	22	72	227%	87	21%
---------------	------	----	----	------	----	-----

Окончание таблицы 6

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016г	2017г	изменение % к 2016г	2018г	изменение % к 2017г
Прочие расходы	2350	2 119	2 827	33%	4 857	72%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	4 380	1 014	-77%	-7 753	-865%
Текущий налог на прибыль	2410	0	0		0	
Чистая прибыль (убыток)	2400	4 380	1 014	-77%	-7 753	-865%

Анализ изменений финансовых результатов ООО «Биланко» показывает, что показатель выручки с 2016 года уменьшился с 54 961 тыс. рублей до 20 482 рублей. Только за последний год выручка упала на 50%. Себестоимость продаж упала только на 37% к уровню предыдущего периода. Темпы увеличения расходов по основной деятельности превышают темпы снижения доходов. Вследствие чего, уменьшение прибыли от продаж в 2018 году произошло на 179% к уровню показателя 2017 года. Увеличились прочие доходы и расходы в 2018 году на 21% и 72% соответственно. Наблюдаем превышение темпов расходов над темпами роста доходов.

Изменения показателей отчета о финансовых результатах привело к изменению показателя чистой прибыли (убытка) в 2018 году с 1 014 тысяч рублей прибыли в 2017 году до убытка в размере 7 753 тысяч рублей (что в относительных величинах составляет: – 865%). Предприятию необходимо пересмотреть свою стратегию развития с целью улучшения финансового состояния.

Ниже в таблице 7 и таблице 8 представлен сравнительный анализ бухгалтерского баланса и отчета финансовых результатов ООО «Баттерфляй»

Таблица 7 – Аналитический баланс ООО «Баттерфляй»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016г	2017г	изменение % к 2016г	2018г	изменение % к 2017г
Актив						
Внеоборотные активы	1100	495	350	-29%	4 847	1285%
Оборотные активы	1200	4 009	5 307	32%	4 829	-9%
Активы всего	1600	4 504	5 657	26%	9 676	71%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	3 155	4 135	31%	4 135	0%
Долгосрочные обязательства	1400	0	0		4 779	100%
Краткосрочные обязательства	1500	1 349	1 522	13%	762	-50%
Пассивы всего	1700	4 504	5 657	26%	9 676	71%

Таблица 8 – Горизонтальный анализ ООО «Баттерфляй»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016г	2017г	изменение % к 2016г	2018г	изменение % к 2017г
Выручка	2110	16 282	18 245	12%	14 584	-20%
Себестоимость продаж	2120	17 474	16 950	-3%	13 329	-21%
Прибыль (убыток) от продажи	2200	-1 192	1 295	209%	1 255	-3%
Проценты к уплате	2330	0	0	0	843	100%
Прочие доходы	2340	94	0	-100%	0	0%
Прочие расходы	2350	267	206	-23%	267	30%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	-1 365	1 089	180%	145	-87%
Текущий налог на прибыль	2410	0	0	0%	0	0%
Чистая прибыль (убыток)	2400	-1 429	980	169%	0	-100%

Анализ показателей отчетности ООО «Баттерфляй» показал нам, что в 2018 году произошло резкое увеличение показателя строки бухгалтерского баланса 1100 «Внеоборотные активы». Изменение произошло в связи с увеличением в балансе общества стоимости основных средств. По строке «Оборотные активы» мы наблюдаем небольшой спад (9 % к уровню 2017 года). Увеличение актива баланса

на 71 % к уровню 2017 года произошло за счет увеличения показателя баланса долгосрочные обязательства строка (строка 1400) на 100% к уровню 2017 года, и который составил 4 779 тысяч рублей. 100% увеличение строки «Проценты к уплате» в отчете о финансовых результатах общества указывает на то, что долгосрочные обязательства — это заемные средства. Положительной тенденцией является уменьшение значений строки «Краткосрочные обязательства» в 2018 году на 50%. Но необходимо отметить, что размер обязательств превышает размер собственных средств на 25%.

Из анализа отчета финансовых результатов ООО «Баттерфляй», мы наблюдаем снижение выручки в 2018 году на 20%, себестоимости продаж на 21%, что привело к снижению прибыли на 3% в 2018 году к уровню 2017 года. Увеличение прочих расходов на 30% в 2018 году, и появление расходов «Проценты к уплате» привело к уменьшению показателя «Чистая прибыль» до нуля.

Анализ данных последнего общества в данной группе ООО «Лорандж – Профи» представлены в таблице 9 и в таблице 10

Таблица 9 – Аналитический баланс ООО «Лорандж – Профи»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016г	2017г	изменение % к 2016г	2018г	изменение % к 2017г
Актив						
Внеоборотные активы	1100	891	548	-38%	576	5%
Оборотные активы	1200	6 656	6 990	5%	7 041	1%
Активы всего	1600	7 547	7 538	0%	7 617	1%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	7 250	7 086	-2%	7 219	2%
Долгосрочные обязательства	1400	0	0	0%	0	0%
Краткосрочные обязательства	1500	297	452	52%	398	-12%
Пассивы всего	1700	7 547	7 538	0%	7 617	1%

Таблица 10 – Горизонтальный анализ ООО «Лорандж – Профи»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016г	2017г	изменение % к 2016г	2018г	изменение % к 2017г
Выручка	2110	12 751	12 002	-6%	14 090	17%
Себестоимость продаж	2120	10 705	11 300	6%	13 053	16%
Прибыль (убыток) от продажи	2200	2 046	702	-66%	1 037	48%
Операционные доходы и расходы						
Прочие доходы	2340	164	149	-9%	138	-7%
Прочие расходы	2350	306	304	-1%	344	13%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	1 904	547	-71%	831	52%
Текущий налог на прибыль	2410	176	111	-37%	98	-12%
Чистая прибыль (убыток)	2400	1 728	436	-75%	733	68%

Из анализа мы видим, что относительные значения показателей бухгалтерского баланса в 2018 году выросли незначительно к уровню 2017 года. Валюта баланса общества выросла только на 1%. Уменьшение показателя «Краткосрочные обязательства» (12% к уровню 2017 года) и увеличение стоимости внеоборотных активов (5% к уровню 2017 года) является положительной тенденцией. Анализ показывает, что общество ведет грамотную политику в отношении управления финансами компании.

Выручка ООО «Лорандж – Профи» в 2018 году увеличилась на 17% по отношению к 2017 году, а себестоимость продаж выросла на 16%. Изменения показателей деятельности общества привели к увеличению прибыли от продаж на 48% к уровню 2017 года. Несмотря на рост прочих расходов на 52%, чистая прибыль общества в 2018 году выросла на 68% к уровню 2017 года, но все же ниже уровня 2016 года на 7%. В 2017 году показатель чистой прибыли уменьшился на 75% к уровню 2016 года. Общество пересмотрело свою стратегию по управлению финансами, которая привела к росту финансового результата общества.

### 2.2.1 Показатели деловой активности.

Анализ деловой активности показывает, насколько эффективно предприятия используют собственные средства. К показателям деловой активности относятся показатели оборачиваемости.

Ниже представлена сводная таблица 11 – Показатели деловой активности первой группы исследуемых организаций.

Таблица 11 – Показатели деловой активности предприятий

Наименование показателя	Наименование Организации	2016г	2017г	2018г	Результат
Период погашения кредиторской задолженности, дни	Биланко	65	106	192	–
	Баттерфляй	28	29	28	стабильно
	Лорандж–Профи	8	11	11	–
Оборачиваемость кредиторской задолженности, разы	Биланко	5,65	3,45	1,90	–
	Баттерфляй	13,10	12,70	13,03	стабильно
	Лорандж–Профи	43,74	32,05	33,15	–
Период оборота запасов, дни	Биланко	79,45	102,89	103,67	–
	Баттерфляй	60,24	47,98	72,34	–
	Лорандж–Профи	85,86	110,13	79,91	+
Оборачиваемость запасов, разы	Биланко	4,59	3,54	3,52	–
	Баттерфляй	6,05	7,60	5,04	–
	Лорандж–Профи	4,25	3,31	4,56	стабильно
Период погашения дебиторской задолженности, дни	Биланко	181,60	244,40	465,60	–
	Баттерфляй	37,82	42,61	49,45	стабильно
	Лорандж–Профи	57,60	81,07	85,08	–
Оборачиваемость дебиторской задолженности, разы	Биланко	2,00	1,49	0,78	–
	Баттерфляй	9,64	8,56	7,38	–
	Лорандж–Профи	6,33	4,50	4,28	–
Период оборота основных средств, дни	Биланко	24,91	27,85	46,86	–
	Баттерфляй	13,31	8,45	65,03	–
	Лорандж–Профи	34,16	21,88	14,55	+

## Окончание таблицы 11

Наименование показателя	Наименование Организации	2016г	2017г	2018г	Результат
Оборачиваемость основных средств, разы	Биланко	14,65	13,10	7,78	–
	Баттерфляй	27,41	43,18	5,61	–
	Лорандж–Профи	10,68	16,68	25,07	+
Период оборота активов, дни	Биланко	391,78	581,18	1114,87	–
	Баттерфляй	114,59	101,63	191,87	–
	Лорандж–Профи	199,73	229,37	196,29	+
Оборачиваемость совокупных активов, разы	Биланко	0,93	0,63	0,33	–
	Баттерфляй	3,18	3,59	1,90	–
	Лорандж–Профи	1,82	1,59	1,85	стабильно
Оборачиваемость оборотных активов, разы	Биланко	0,99	0,65	0,34	–
	Баттерфляй	3,60	3,91	2,87	–
	Лорандж–Профи	2,20	1,75	2,00	стабильно
Период оборота оборотных активов, дни	Биланко	366,87	553,32	1068	–
	Баттерфляй	101,27	93,18	126,83	+
	Лорандж–Профи	165,56	207,49	181,73	–
Соотношение валовой прибыли к активам компании, %	Биланко	70,72	62,80	32,73	+
	Баттерфляй	212,87	202,51	110,27	+
	Лорандж–Профи				+
Соотношение дебиторской задолженности к активам компании, %	Биланко	46,35	42,05	41,76	+
	Баттерфляй	33,01	41,92	25,77	+
	Лорандж–Профи	28,84	35,34	43,34	+

Период погашения кредиторской задолженности является одним из показателей деловой активности и показывает в течение какого времени предприятие использует заемные средства. Главной целью расчета данного показателя является показать способность предприятия вовремя оплачивать свою задолженность.

Самый большой период погашения кредиторской задолженности у ООО «Биланко» 192 дня в 2018 году, что в 6,86 раз больше чем у ООО «Баттерфляй» – 28 дней, и в 17,45 раз больше чем у ООО «Лорандж–Профи» – 11 дней. Кроме того, период погашения кредиторской задолженности ООО «Биланко» вырос с 2016

года более чем в 2 раза со 65 дней до 192 дней. Лучший показатель периода погашения кредиторской задолженности у ООО «Лорандж – Профи», что свидетельствует о стабильной выручке общества.

Рост данного показателя у ООО «Биланко» свидетельствует о том, что имеется недостаток финансовых поступлений для своевременной оплаты кредиторской задолженности. У компаний ООО «Лорандж – Профи» и ООО «Баттерфляй» мы наблюдаем устойчивое финансовое положение и высокий уровень платежеспособности.

Оборачиваемость кредиторской задолженности показывает с какой скоростью организация закрывает свою задолженность перед поставщиками, подрядчиками и другими кредиторами. Аналогичная ситуация, что и с прошлым показателем складывается у ООО «Биланко». Мы видим, что показатель снизился с 5,65 до 1,9 (в относительных величинах на 366%), а это символизирует о том, что у предприятия ухудшается платежная дисциплина по отношению к кредиторам.

У ООО «Баттерфляй» данный показатель остаётся в среднем значении и не изменяется не более чем на два пункта. Что говорит, о быстром погашении долгов и отсутствии отсрочек. У ООО «Лорандж – Профи» в 2017 году произошло снижение оборачиваемости на 25% к уровню 2016 года, хотя в 2018 году общество несколько увеличило свой показатель с 32,05 до 33,15.

Следующий показатель, который мы рассмотрели – это период оборачиваемости запасов в днях. Данный показатель характеризует качество и эффективность управления запасами на предприятии. Из расчётных данных таблицы 11 мы видим, что положительная тенденция наблюдается только у ООО «Лорандж–Профи», поскольку период оборота запасов сократился на 30 дней в 2018 году к уровню 2017 года, что приводит нас к выводу, о том что компания ведет грамотную политику в отношении управления запасами, что нельзя сказать о ООО «Биланко» и ООО «Баттерфляй». Количество дней оборота запасов в 2018 году у ООО «Биланко» к уровню 2016 года увеличилось на 24 дня, к уровню 2017 года этот показатель практически не изменился. Причиной затоваривания может быть



снижение спроса на оказываемые услуги, и, как следствие, и на продукцию, которую салон продает (шампуни, маски, крема и т.д.). У ООО «Баттерфляй» данный показатель в 2018 увеличился к уровню 2017 года 25 дней, и на 12 дней к уровню 2016 года. У общества также есть риск неэффективного использования запасов, затоваривания или снижения спроса на оказываемые услуги. Однако следует отметить, что у ООО «Баттерфляй» данный показатель ниже, чем у ООО «Биланко» на 31 день, и чем у ООО «Лорандж – Профи» на 7 дней.

Коэффициент оборачиваемости запасов, показывает сколько раз за период предприятие использовало средний остаток запасов. Чем выше данный коэффициент, тем лучше, так как увеличение показателя отражает увеличение спроса на продукцию. Самый высокий уровень данного показателя у ООО «Баттерфляй» – 5,04 (таблица 11), но он снизился к уровню 2017 года 33%, к уровню 2016 года на 17%. Положительная динамика данного показателя за анализируемый период наблюдается у ООО «Лорандж – Профи», он увеличился к уровню 2017 года на 38%, к уровню 2016 года на 7 % и составил 4,56 раз. У ООО «Биланко» также данный показатель имеет негативную динамику в 2018 год он равен 3,52, и составил на 99% от уровня 2017 года и 77% от уровня 2016 г.

Следующий показатель, который мы проанализировали это период оборачиваемости дебиторской задолженности. Для данного показателя, как и для многих показателей оборачиваемости нет четких нормативных значений так как многое зависит от отрасли и технологий, однако одно правило действует всегда: чем выше данный показатель, тем хуже для организации, так как покупатели быстрее погашают свою задолженность перед предприятием. В нашем случае, рассматривая динамику периодов с 2016 – 2018 год, мы видим, что у всех трех организаций данный показатель упал. Период погашения дебиторской задолженности вырос у ООО «Биланко» с 181,6 дней до 465,60 дней (на 156 % к уровню 2016 года), у ООО «Баттерфляй» данный показатель вырос до 49,45 дней (на 31% к уровню 2016 года), у ООО «Лорандж–Профи» показатель вырос до 85,08 дней (на 48% к уровню 2016 года).

Следующий показатель деловой активности – это оборачиваемость основных средств. Экономическая интерпретация показателя оборачиваемости основных средств говорит нам о том, что чем выше значение показателя, тем больше прибыли приносит каждый рубль вложенных в активы средств. Самый высокий показатель оборачиваемости у ООО «Лорандж – Профи» (в 2018 году он составил 25,07), общество увеличило значение данного показателя на 134,61% к уровню 2016 г. Это означает, что ООО «Лорандж – Профи» использует современное, эффективное оборудование. Два других предприятия снизили данный показатель более чем в 2 раза: ООО «Биланко» до 7,78, а ООО «Баттерфляй» до 5,61.

Наряду с предыдущим показателем оборачиваемости, для оценки деловой активности рассчитывают также показатель – период оборота активов, который показывает сколько дней потребуется для того, чтобы стоимость активов вернулась на предприятие в виде выручки. Чем меньше период оборота активов, тем результативнее предприятие. Самый длительный период оборота активов у ООО «Биланко» – 114,87 дней в 2018 году. У ООО «Баттерфляй» период оборота активов в 2018 году составил 191,87 дней, у ООО «Лорандж – Профи» – 196,29 дней. Надо отметить положительную тенденцию данного показателя у всех трех обществ.

Еще один показатель деловой активности – оборачиваемость совокупных активов, показывает сколько же оборотов делает один рубль вложенных активов. Из полученных расчетов видим, что показатели к 2018 году двух обществ уменьшились: у ООО «Биланко» с 0,93 до 0,33 (на 64.5%), у ООО «Баттерфляй» с 3,18 до 1,90 (на 40%), у ООО «Лорандж – Профи» данный показатель держится на уровне 1,8. Изменения в сторону уменьшения данного показателя свидетельствуют об уменьшении объема продаж.

Следующий показатель, который рассматривается при анализе деловой активности это оборачиваемость оборотных активов, так же данный показатель в различных источниках называют оборачиваемостью функционирующего капитала. Коэффициент показывает эффективность деятельности предприятия с точки зре-

ния интенсивности использования средств. При расчете мы получили, что снижение данного показателя наблюдается у ООО «Биланко» на протяжении всего анализируемого периода, у ООО «Баттерфляй», ООО «Лорандж – Профи» данный показатель незначительно изменялся как в сторону уменьшения, так и увеличения. Из трех обществ самый высокий показатель оборачиваемости оборотных активов у ООО «Баттерфляй» – 2,87 (в 2018 году).

Анализ деловой активности показал, что деловая активность всех обществ в 2018 году ниже уровня 2016 года. Относительно стабильные показатели деловой активности у ООО «Баттерфляй», ООО «Лорандж – Профи». ООО «Биланко» показывает негативную динамику показателей деловой активности. Но необходимо отметить, согласно статистическим наблюдениям, за анализируемый период произошло снижение спроса на косметические услуги и сопутствующие товары.

Ниже на рисунке 4 показана динамика падения реальных доходов населения с 2014 год по 2018 год



Рисунок 4 – Динамика падения реальных доходов с 2014 по 2018 год

Снижение спроса вызвано тем, что реальные доходы населения в России снижаются на протяжении последних пяти лет, согласно данным службы федеральной статистики.

## 2.2.2 Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости

Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости — это следующая группа показателей, которую мы рассмотрели в рамках финансового анализа хозяйственной деятельности.

Финансовая устойчивость показывает сбалансированность финансовых потоков, и какое количество средств необходимо предприятию для поддержания своей деятельности.

Рассмотрим показатели финансовой устойчивости и платежеспособности первой группы организаций, которые представлены в таблица 12 – Показатели финансовой устойчивости

Таблица 12 – Показатели финансовой устойчивости

Наименование показателя	Наименование организации	Нормативное значение	2016г	2017г	2018г	Результат
Величина собственных оборотных средств, в тыс. руб.	Биланко	>0	48 026	49 628	42 301	больше краткосрочных обязательств
	Баттерфляй		2 660	3 785	4 067	больше краткосрочных обязательств
	Лорандж Профи		6 359	6 538	6 643	больше краткосрочных обязательств
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств, %	Биланко	<=100	25,71	26,15	31,78	+
	Баттерфляй		42,76	36,81	134,00	-
	Лорандж Профи		4,10	6,38	5,51	+

Окончание таблицы 12

Наименование показателя	Наименование организации	Нормативное значение	2016г	2017г	2018г	Результат
Коэффициент автономии, %	Биланко	более 50	79,55	79,27	75,88	+
	Баттерфляй		70,05	73,10	42,73	-
	Лорандж Профи		96,06	94,00	94,77	+
Коэффициент маневренности, %	Биланко	в пределах от 50 до 60	93,33	94,58	94,60	+
	Баттерфляй		84,31	91,54	98,36	+
	Лорандж Профи		87,71	92,27	92,02	+
Коэффициент финансовой стабильности, %	Биланко	в пределах от 50 до 60	79,55	79,27	75,88	+
	Баттерфляй		70,05	73,10	92,12	+
	Лорандж Профи		96,06	94,00	94,77	+

Первым показателем, который мы рассмотрим, это величина собственных средств. Это абсолютный показатель, который показывает, насколько оборотные активы предприятия больше, чем его краткосрочные обязательства. В зарубежной практике оборотные средства называют рабочим капиталом предприятия.

Все три общества первой группы имеют величину собственных оборотных средства больше нуля. Это указывает на устойчивое финансовое состояние обществ. Если рассматривать динамику показателя с 2016 года, то показатели не имеют резких изменений, а это значит, что на протяжении нескольких лет все три общества работают стабильно. Самая большая величина собственных средств у ООО «Биланко», она превышает размер собственных средств двух остальных обществ в несколько раз.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств показывает сколько заемных средств приходится на единицу собственных. Данный показатель отражает структуру капитала. Из анализа мы видим, что данное соотношение у ООО «Лорандж–Профи». ООО «Биланко» предприятий особо не изменялось, что говорит о правильном размере заемных средств, необходимых для эффективного функционирования обществ. В ООО «Баттерфляй» в 2018 году данный коэффициент резко увеличился с 36,8% до 134%, и превысил нормативное значение дан-

ного показателя ( $\leq 100\%$ ). Увеличение коэффициента произошло за счет получения ООО «Баттерфляй» долгосрочного займа на сумму 4 779 тыс. руб. Обычно, превышение заемных средств над собственными средствами увеличивает риск банкротства. Однако выводы по 2018 году мы сможем сделать, когда будет опубликована отчетность за 2019 год. Пока, данный вопрос остается открытым. Поскольку, до 2018 года предприятие справлялось без долгосрочных заемных средств.

И последний показатель в рамках анализа финансовой устойчивости и платежеспособности, которые мы рассмотрели, это коэффициент финансовой стабильности. Данный коэффициент финансовой устойчивости показывает нам о возможности компании отвечать по обязательствам в долгосрочной перспективе. Значение коэффициента финансовой стабильности показывает сколько рублей собственных средств приходится на рубль обязательств. Высокое показание данного коэффициента говорит нам, о том, что у компании низкие финансовые риски.

В нашем расчете у ООО «Биланко» данный показатель равен 75%, что для российской практики является оптимальным, чего нельзя сказать об ООО «Баттерфляй» и ООО «Лорандж–Профи» чьи показатели финансовой стабильности равны 92% и 94% соответственно. Высокое значение данного показателя, в данной отрасли, свидетельствует о том, что компании не полностью используют свой потенциал. Капитал компаний на данном этапе позволяет увеличивать объемы производства и инвестировать.

Проанализировав фирмы на финансовую устойчивость и платёжеспособность, мы можем сделать выводы о том, что все три предприятия имеют устойчивое финансовое положение на рынке. Все три организации находятся на рынке более пяти лет и за это время научились правильно распределять ресурсы организации, однако для дальнейшего роста ООО «Баттерфляй» и ООО «Лорандж–Профи» необходимо использовать полностью свой потенциал.

Следующий показатель, рассмотренный нами, это коэффициент автономии. Он показывает, насколько данное предприятие является независимым по отношению к внешним источникам кредитования. Нормативное значение коэффициента считается более 50%. Однако в нашем расчете у одного предприятия, ООО «Баттерфляй» данный показатель в 2018 году упал с значения 73% до 42%. Уменьшение данного показателя, как и предыдущего показателя, произошло в результате получения ООО «Баттерфляй» в 2018 году долгосрочного займа. Значение коэффициента автономии у ООО «Биланко», ООО «Лорандж–Профи» не сильно изменились с 2016 по 2018 год. И равны 75% и 94% соответственно.

Коэффициент маневренности, показывает, насколько независимой со стороны собственных активов является фирма. Коэффициент дает нам понять, какая часть собственных средств компании находится на данный момент в обороте. Обеспечение собственных активов собственным капиталом является показателем устойчивости финансового состояния при неустойчивой кредитной политике. Высокое значение коэффициента маневренности положительно характеризует финансовое состояние,

Для российской практики, принято считать, что оптимальным значением для данного показателя будет, если показатель будет в промежутке от 50% до 60%.

В нашем случае коэффициенты маневренности у первой группы анализируемых организаций имеют значения выше 90%. В нашем случае у обществ отсутствуют долгосрочные займы, что привело бы к сильному влиянию на деятельность внешних источников. Займы и кредиты, взятые на краткосрочную перспективу в нашем случае, говорят о том, что все три фирмы являются достаточно независимыми и имеют достаточное количество средств для нормального существования и функционирования предприятия.

### 2.2.3 Анализ ликвидности и платежеспособности.

Ни один финансовый анализ не обходиться без анализа ликвидности предприятия. Анализ ликвидности показывает степень платежеспособности и уровня финансовой устойчивости. Чем выше ликвидность, выше скорость погашения обязательств.

Анализ ликвидности проводится с использованием следующих показателей:

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент быстрой ликвидности;
- коэффициент абсолютной ликвидности.

Все три коэффициента характеризуют степень покрытия текущими активами краткосрочного долга.

Проанализировав общества из первой выборки, мы получили следующие значения показателей ликвидности, представленные в таблице 13

Таблица 13 – Показатели ликвидности

Наименование показателя	Наименование организации	2016г	2017г	2018г	Результат
Коэффициент текущей ликвидности	Биланко	4,62	4,61	3,97	+
	Баттерфляй	2,97	3,48	6,33	+
	Лорандж–Профи»	22,41	15,46	17,69	+
Коэффициент быстрой ликвидности, %	Биланко	3,63	3,89	3,86	+
	Баттерфляй	1,19	1,91	1,89	+
	Лорандж–Профи»	10,83	7,05	11,74	+
Коэффициент абсолютной ликвидности, %	Биланко	1,45	1,98	2,02	+
	Баттерфляй	0,16	0,02	0,48	+
	Лорандж–Профи»	1,25	1,54	1,49	+

Коэффициент текущей ликвидности показывает способность компании погашать текущие обязательства. Согласно данным взятые с сервиса «Тестфирм», среднеотраслевой показатель текущей ликвидности равен 2,5.

Мы видим, что по сравнению с отраслью показатель текущей ликвидности по всем трем обществам на достаточно высоком уровне.



Коэффициент быстрой ликвидности показывает возможность организации покрывать свои обязательства в среднесрочной перспективе. То есть погасить задолженность с помощью ликвидных активов.

Нормативное значение для данного показателя равняется 0,7–1. При анализе выборки первой группы по всем трем предприятиям также наблюдаем высокое значение коэффициента быстрой ликвидности. Однако, высокие показатели достигаются за счет высоких показателей дебиторской задолженности. Но дебиторскую задолженность не всегда просто взыскать. Поэтому ориентироваться при оценке финансового состояния обществ на высокий показатель быстрой ликвидности нужно с осторожностью. Обществам необходимо вести работу по своевременному погашению дебиторской задолженности, чтобы достоверно оценивать свою финансовую устойчивость.

Коэффициент абсолютной ликвидности. Помимо, вышеупомянутых коэффициентов ликвидности, для анализа ликвидности предприятий еще применяется показатель абсолютной ликвидности, который характеризует моментальную платежеспособность предприятия. Экономисты выделяют оптимальное нормативное значение для данного показателя районе от 0,2 – 0,5. Более высокие показатели данного коэффициента говорят о том, что предприятие нерационально использует большой объем денежных средств, которые могли бы участвовать в производственном обороте.

У двух обществ первой группы – ООО «Биланко» и ООО «Лорандж–Профи» показатели завышены. Высокое значение вызвано тем, что у данных обществ большие значения по строке баланса 1240 «Краткосрочные финансовые вложения», участвующие при расчете коэффициента абсолютной ликвидности.

Рассмотренные коэффициенты ликвидности являются основными для оценки ликвидности и платежеспособности. Однако оценка ликвидности и платежеспособности не имеет смысла, если величина собственных оборотных средств отрицательна, тогда финансовое положение предприятия в краткосрочной перспективе рассматривается как неблагоприятное.

Подводя итоги анализа ликвидности первой группы организаций, можно сказать, что два общества являются ликвидными. Положение фирм является финансово – устойчивыми, в сравнении со средним показателями ликвидности по области. Для ООО «Баттерфляй» финансовое положение в краткосрочной перспективе рассматривается как неблагоприятное.

#### 2.2.4 Анализ рентабельности.

Для полной оценки финансового состояния работы обществ необходимо провести анализ рентабельности предприятия. Рентабельность показывает эффективность использования денежных, материальных, трудовых и прочих ресурсов. Рентабельность также предполагает, что производство и реализация продукции должна приносить прибыль для предприятия. Поэтому нерентабельное предприятие – это убыточное предприятие.

Уровень рентабельности предприятия определяется с помощью коэффициентов и первый показатель в данном разделе, который мы рассмотрели – рентабельность продаж.

Данный показатель показывает сколько прибыли приходится на один рубль вложенных в производство средств. Важным в этом показателе является то, что он показывает не сколько продукции продало предприятие, а сколько чистой прибыли от этой продажи оно заработало.

Из расчета, представленного на рисунке – 5, мы видим, что рентабельность продаж ООО «Биланко» падает с 2016 года.

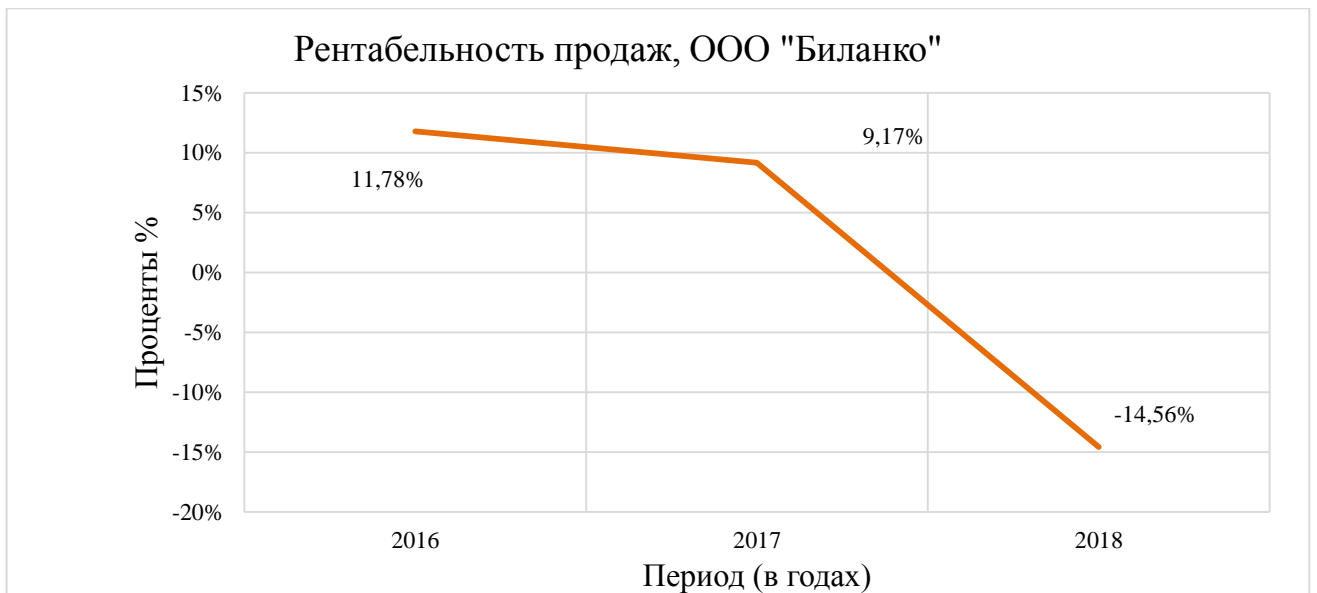


Рисунок 5 – Рентабельность продаж ООО «Биланко» в процентах

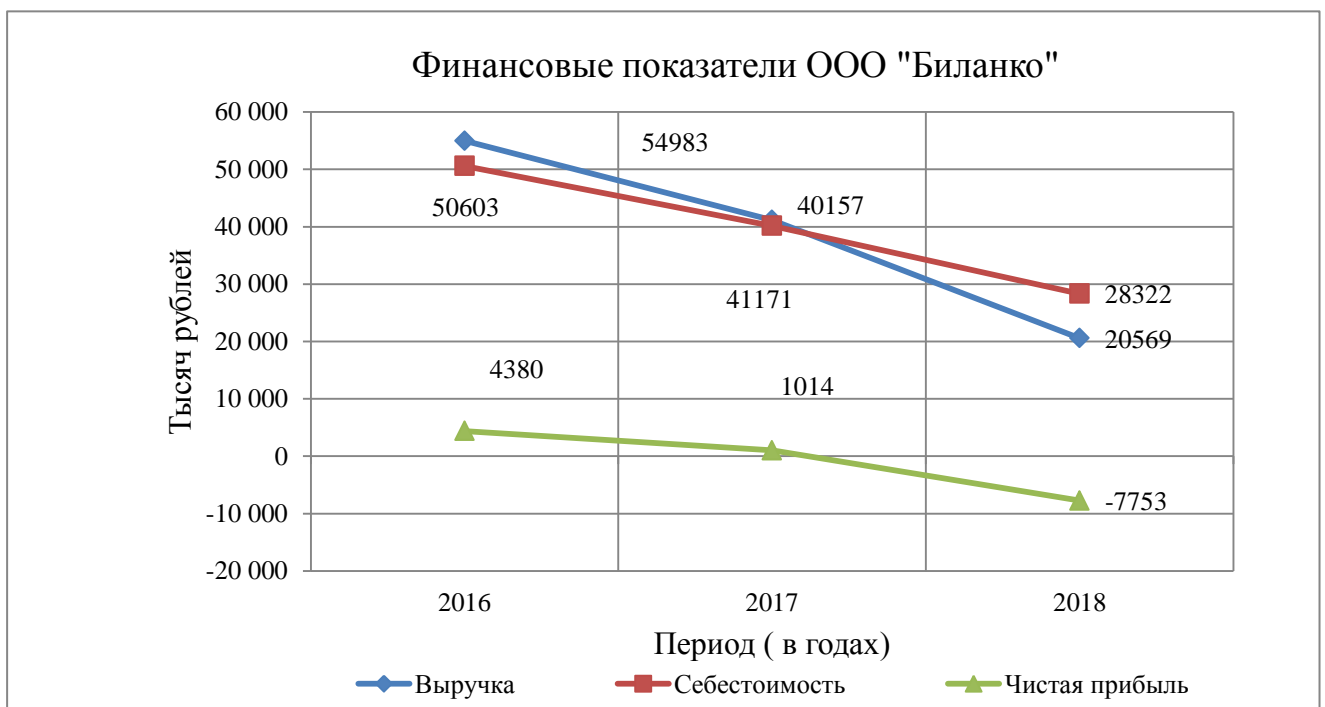


Рисунок 6 – Финансовые показатели ООО «Биланко»

Выручка общества упала с 54 983 тысяч рублей (2016 год) до 20 482 тысяч рублей (2018 год). Это почти в 3 раза ниже уровня выручки 2016 года. Затраты общества за этот период снизились с 50 603 тысяч рублей до 23 441 тысяч рублей. Однако темп снижения выручки опережает темп снижения затрат. Данные рисун-

ка б указывают на то, что общество не имеет потенциала для расширения производства услуг. Есть риск оказаться неконкурентоспособной на рынке услуг.

По ООО «Баттерфляй» наблюдается увеличение уровня рентабельности к уровню 2017 года (рисунок 7). Что говорит об повышении уровня конкурентоспособности на рынке красоты.



Рисунок 7 – Рентабельность продаж ООО «Баттерфляй» в процентах

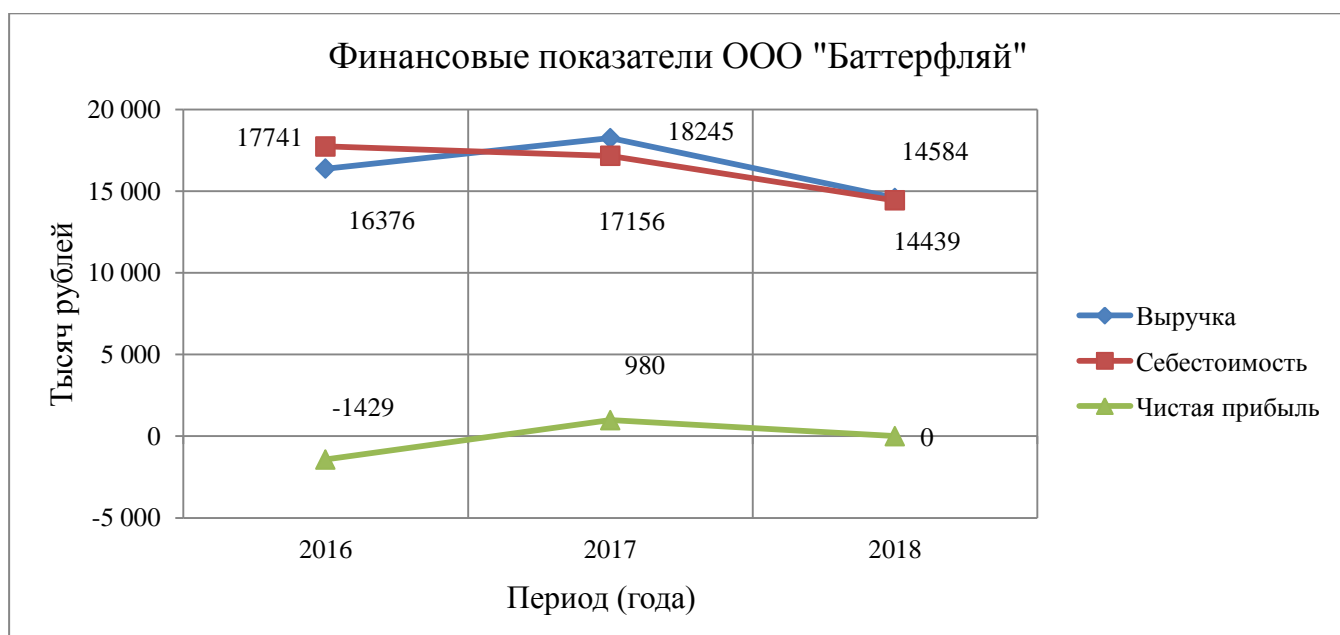


Рисунок 8 – Финансовые показатели ООО «Баттерфляй»

ООО «Лорандж – Профи» в отличие от предыдущих обществ работает с рентабельностью (рисунок 9). На протяжении пяти лет общество работало эффективно и создало основу для расширения производственной базы.

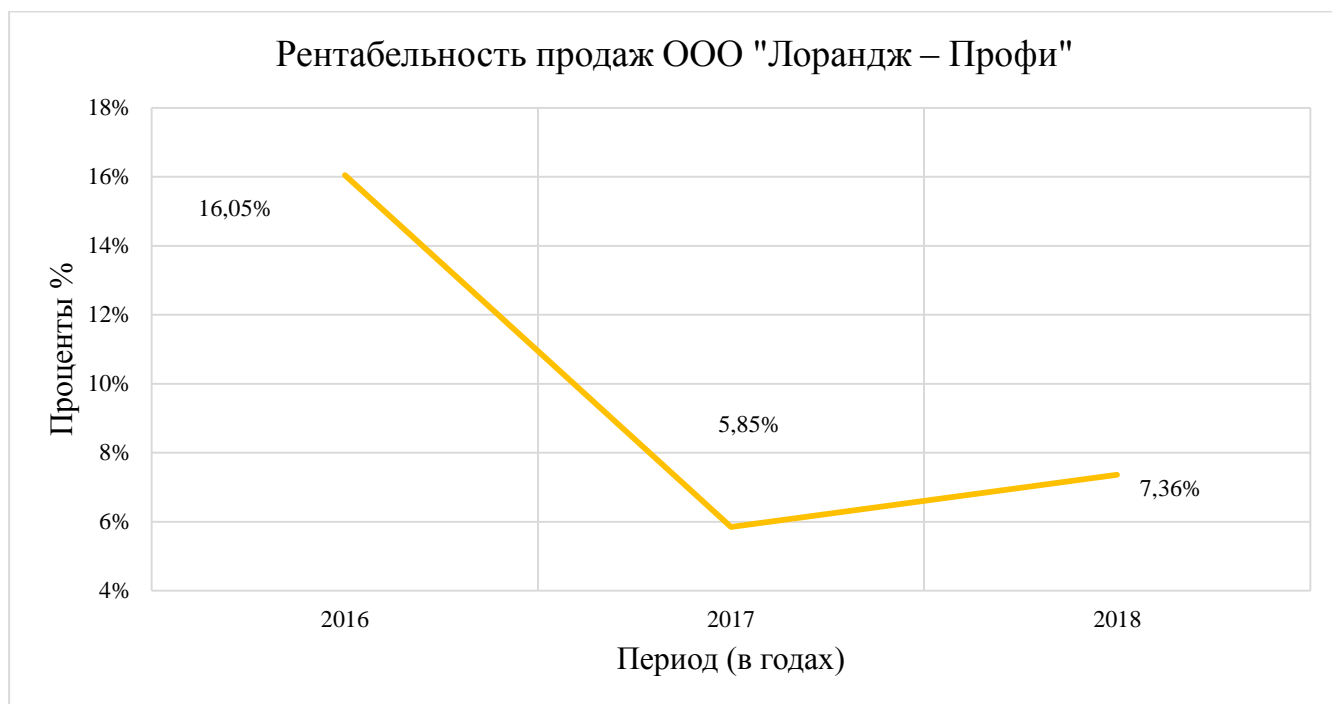


Рисунок 9 – Рентабельность продаж ООО «Лорандж – Профи» в процентах

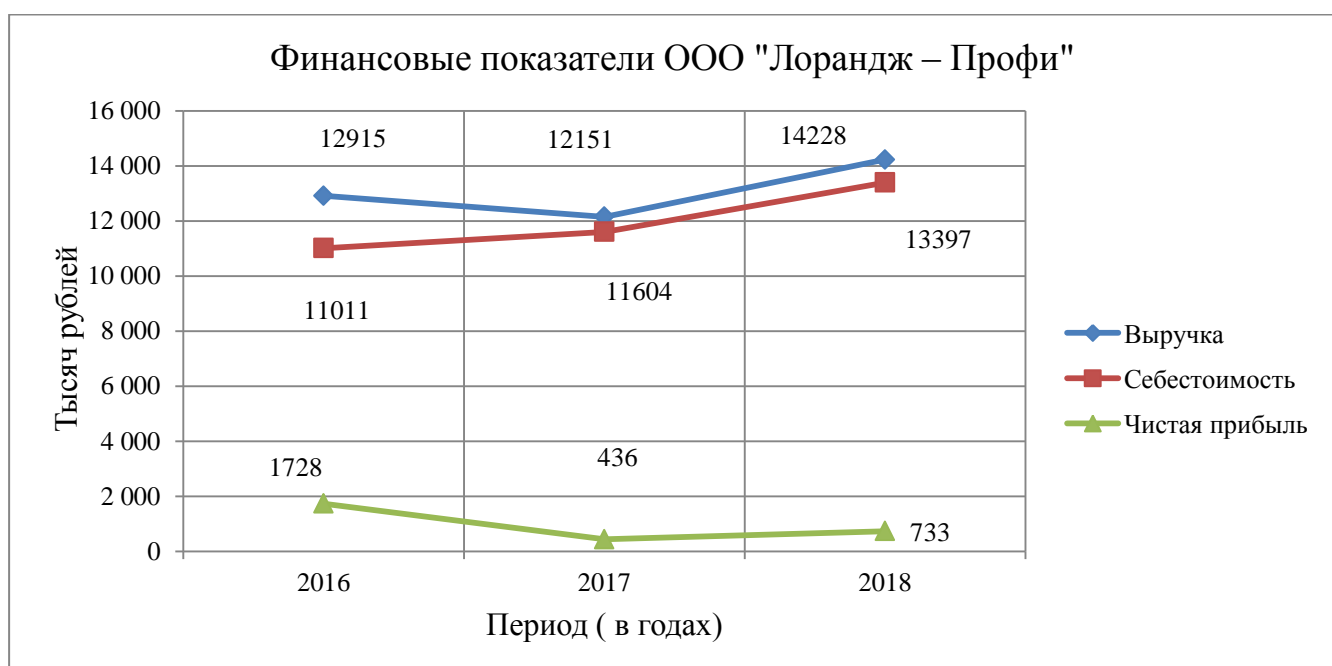
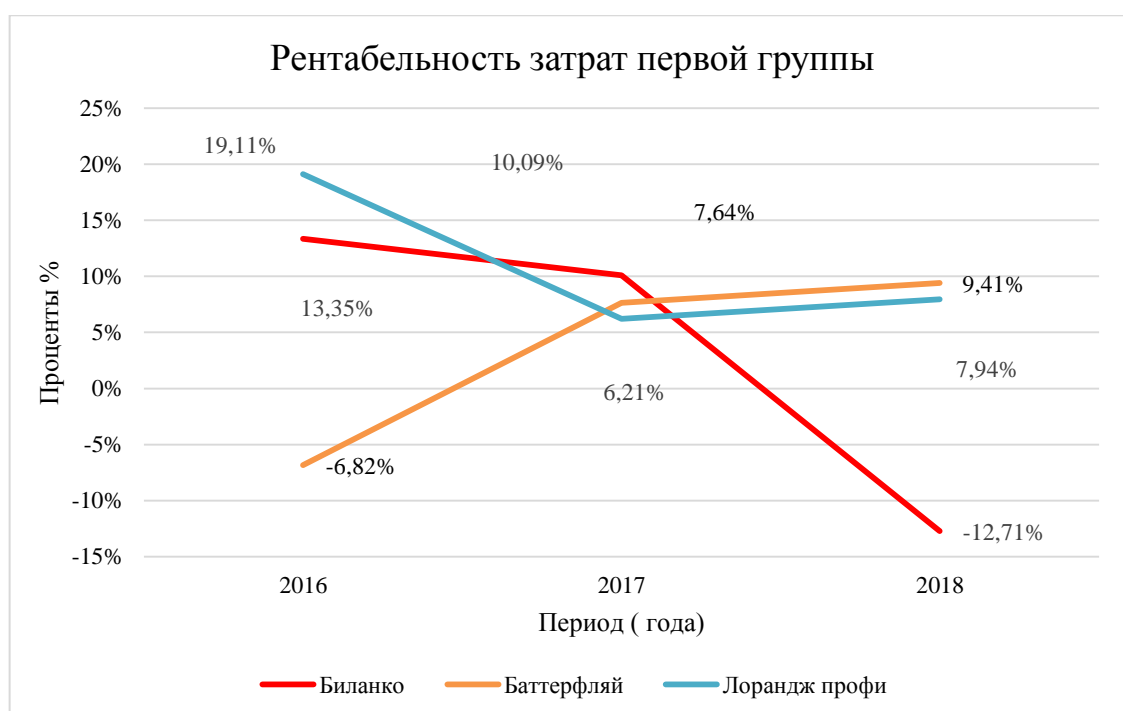


Рисунок 10 – Финансовые показатели ООО «Лорандж – Профи»

Однако у общества наблюдается снижение показателя рентабельности продаж к уровню 2016 года, связанное с опережающими темпами роста затрат над темпами роста выручки. Такое могло произойти из-за снижения цен на продукцию, либо из-за изменения структуры ассортимента продаж. В данном случае ООО «Лорандж – Профи» необходимо пересмотреть ценовую политику и либо ассортимент оказываемых услуг.

Еще один показатель рентабельности — это рентабельность затрат, обратный показатель рентабельности продаж. Он характеризует окупаемость затраченных на производство средств. Данный коэффициент показывает, сколько прибыли получит предприятие с каждого рубля, затраченного на данное производство.

Из произведенных расчетов, представленных на рисунке 11, мы видим, что у ООО «Биланко» резко упал данный показатель в 2018 году. Можно сделать вывод о том, что дела у общества идут плохо, прибыльность падает, и пора вести речь о мероприятиях антикризисного управления. Однако не все однозначно, в балансе общества мы наблюдаем значительное отвлечение средств в краткосрочные финансовые вложения.



## Рисунок 11 – Рентабельность затрат первой группы

Рентабельность затрат у ООО «Лорандж – Профи», ООО «Баттерфляй» увеличиваются ежегодно, что является положительной тенденцией. Вовлеченный в их деятельность объем ресурсов позволяет получить больше прибыли.

Из произведенного анализа можно сделать следующие выводы: показатели рентабельности у всех обществ являются нестабильными. Они напрямую связаны со стоимостью компании. Чтобы увеличить рентабельность необходимо увеличивать доходы, либо уменьшать стоимость активов. Например: общества пересматривают свои маркетинговые стратегии, тем самым работают на увеличение спроса, в следствие на увеличение прибыли, либо общества должны работать над снижением себестоимости оказываемых услуг.

Мы провели полный финансовый анализ для первой группы из нашей выборки организаций. Из результатов проведенного анализа можно сделать выводы о том, что организации обладают устойчивым финансовым положением, об этом нам говорят показатели финансовой устойчивости и ликвидности. Однако показатели рентабельности мы видим низкие. Это говорит нам о том, что ресурсы используются ими неэффективно. Рентабельность — это важный показатель в оценке бизнеса, так как компании, которые приносят больше прибыли при меньших затратах стоят дороже. И если рассматривать финансовый анализ с точки зрения оценки стоимости бизнеса, то обществам для оздоровления бизнеса следует обратить внимание на показатели рентабельности.

### 2.3 Анализ финансово – хозяйственной деятельности второй группы

Рассмотрим анализ бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах второй группы предприятий. Ниже в таблице 14 и таблице 15 представлен сравнительный анализ показателей баланса и отчета о финансовых результатах ООО «Аура»



Таблица 14 – Аналитический баланс ООО «Аура»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Актив						
Внеоборотные активы	1100	1 095	1 187	8%	806	-32%
Оборотные активы	1200	624	1 455	133%	4 656	220%
Активы всего	1600	1 719	2 642	54%	5 462	107%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	-671	-742	-11%	1 267	271%
Долгосрочные обязательства	1400	0	0	0%	0	0%
Краткосрочные обязательства	1500	2 390	3 384	42%	4 195	24%
Пассивы всего	1700	1 719	2 642	54%	5 462	107%

Таблица 15 – Горизонтальный анализ ООО «Аура»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Выручка	2110	0	3 929	100%	9 290	136%
Себестоимость продаж	2120	116	3 851	3220%	6 904	79%
Прибыль (убыток) от продажи	2200	-116	78	-167%	2 386	2959%
Прочие расходы	2350	15	128	753%	40	-69%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	-131	-50	62%	2 346	4792%
Текущий налог на прибыль	2410	0	21	0%	337	1505%
Чистая прибыль (убыток)	2400	-131	-71	46%	2 009	2930%

Из анализа мы видим, что валюта баланса ООО «Аура» в 2018 году выросла к уровню 2017 года на 107%. Стоимость оборотных активов выросла на 220% и составила 85% от стоимости активов баланса. Стоимость внеоборотных активов уменьшилась на 32% и составила 15 % от стоимости актива баланса. В 2018 году увеличился размер капитала (строка 1300) общества на 271% к уровню 2017 года

и размер краткосрочных обязательств на 24% к уровню 2017 года. Валюта баланса на протяжении трех анализируемых периодов ежегодно увеличивалась.

Отчет о финансовых результатах общества показывает увеличение выручки к уровню 2017 года на 136%, увеличение себестоимости продаж на 79%, что привело общество к положительным финансовым результатам: от убытка в 2017 году – 71 тыс. руб до прибыли в 2018 году в размере 2 009 тыс. руб, что в относительных величинах составляет 2 930 %. Показатели бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах общества говорят о положительной динамике показателей и финансового состояния.

Результаты сравнительного анализа ООО «Волшебница» второго предприятия второй группы представлены ниже в таблице 16 и таблице 17

Таблица 16 – Аналитический баланс ООО «Волшебница»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Актив						
Внеоборотные активы	1100	39	33	-15%	26	-21%
Оборотные активы	1200	747	748	0%	609	-19%
Активы всего	1600	786	781	-1%	635	-19%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	232	232	0%	222	-4%
Долгосрочные обязательства	1400	0	0	0%	0	0%
Краткосрочные обязательства	1500	554	549	-1%	413	-25%
Пассивы всего	1700	786	781	-1%	635	-19%

Таблица 17 – Горизонтальный баланс ООО «Волшебница»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Выручка	2110	7 261	7 091	-2%	7 159	1%
Себестоимость продаж	2120	7 076	6 954	-2%	7 026	1%

## Окончание таблицы 17

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Прибыль (убыток) от продажи	2200	185	137	-26%	133	-3%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	185	137	-26%	133	-3%
Текущий налог на прибыль	2410	0	0	0%	0	0%
Чистая прибыль (убыток)	2400	48	0	-100%	0	0%

У ООО «Волшебница» мы наблюдаем уменьшение валюты баланса в 2018 году на 19% к уровню 2017 года. Стоимость внеоборотных активов уменьшилась на 21% (4% от стоимости актива баланса), стоимость оборотных активов уменьшилась на 19% (96% от стоимости актива баланса). Стоимость капитала общества снизилась к уровню 2017 года на 4%. Краткосрочные обязательства уменьшились на 25 % (65% пассива баланса).

Выручка и себестоимость продаж незначительно выросли (на 1% в относительных величинах), однако прибыль от продаж уменьшилась на 3 % к уровню 2017 года и на 29% к уровню 2016 года. У общества фиксируется устойчивое снижение финансовой устойчивости на рынке услуг. Обществу необходимо принять мероприятия по оздоровлению бизнеса.

Анализ третьего предприятия данной группы ООО «Имидж – Студия» рассмотрены в таблицах 18 и 19.

Таблица 18 – Аналитический баланс ООО «Имидж – Студия»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Актив						
Внеоборотные активы	1100	172	336	95%	269	-20%
Оборотные активы	1200	5 160	5 808	13%	5 113	-12%

## Окончание таблицы 18

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Активы всего	1600	5 332	6 144	15%	5 382	-12%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	4 697	4 698	0%	4 699	0%
Долгосрочные обязательства	1400	0	0	0%	0	0%
Краткосрочные обязательства	1500	635	1 446	128%	683	-53%
Пассивы всего	1700	5 332	6 144	15%	5 382	-12%

Таблица 19 – Горизонтальный баланс ООО «Имидж – Студия»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Выручка	2110	16 178	9 343	-42%	6 975	-25%
Себестоимость продаж	2120	15 846	9 164	-42%	6 787	-26%
Прибыль (убыток) от продажи	2200	332	179	-46%	188	5%
Операционные доходы и расходы						
Прочие расходы	2350	61	68	11%	77	13%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	271	111	-59%	111	0%
Текущий налог на прибыль	2410	270	110	-59%	110	0%
Чистая прибыль (убыток)	2400	1	1	0%	1	0%

В 2017 году мы наблюдаем рост всех показателей аналитического баланса ООО «Имидж – Студия». Самый большой рост показала строка 1500 «Краткосрочные обязательства» на 128% относительно показателей 2016 года. Данные кредитные средства вероятнее всего были потрачены на приобретение дорогостоящих внеоборотных активов, так как за 2017 год рост внеоборотных активов составил 95%. Все данные изменения привели к увеличению валюты баланса в 017 году на 15% относительно в 2016 года. В 2018 году ситуация изменилась, мы ви-

дим, что показатели отчетности упали. Выручка по–прежнему падает с 2016 года, однако более в замедленном темпе 25% по сравнению с 42%. Однако прибыль от продаж 2018 году незначительно увеличилась по отношению к 2017 году с 68 тысяч рублей до 77 тысяч рублей, что в относительных величинах составляет 5%.

Обществу необходимо проводить более детальный анализ финансовых показателей, для определения своих слабых и сильных сторон и выбора более верной стратегии по управлению бизнесом.

### 2.3.1 Показатели деловой активности.

Вторая группа, которую мы выделили из нашей генеральной совокупности это компании, выручка которых, за отчетный период составила 6 – 10 млн. руб./ в год.

По данной совокупности мы так же провели анализ деловой активности и получили следующие результаты, представленные в таблице 20:

Таблица 20 – Показатели деловой активности

Наименование показателя	Наименование организации	2016г	2017г	2018г	Результат
Период погашения кредиторской задолженности, дни	Аура	0	268,20	148,89	+
	Волшебница	27,57	28,39	24,52	+
	Имидж–студия	7,57	39,07	53,59	–
Оборачиваемость кредиторской задолженности, разы	Аура	0,00	1,36	2,45	+
	Волшебница	13,24	12,86	14,88	+
	Имидж–студия	48,22	9,34	6,81	–
Период оборота запасов, дни	Аура	0	10,87	5,80	+
	Волшебница	5,88	5,97	9,10	–
	Имидж–студия	121,58	196,54	264,53	–
Оборачиваемость запасов, разы	Аура	0,00	33,58	62,98	+
	Волшебница	62,06	61,13	40,11	–
	Имидж–студия	3,00	1,86	1,38	–



## Окончание таблицы 20

Наименование показателя	Наименование организации	2016г	2017г	2018г	Результат
Период погашения дебиторской задолженности, дни	Аура	0	37,35	71,74	–
	Волшебница	0,48	0,46	0,25	+
	Имидж–студия	1,52	4,73	6,86	–
Оборачиваемость дебиторской задолженности, разы	Аура	0,00	9,77	5,09	–
	Волшебница	764,32	787,89	1 431,80	+
	Имидж–студия	239,67	77,21	53,24	–
Период оборота основных средств, дни	Аура	0	106,00	39,15	–
	Волшебница	2,11	1,85	1,50	–
	Имидж–студия	14,21	0	7,04	–
Оборачиваемость основных средств, разы	Аура	0,00	3,44	9,32	+
	Волшебница	172,88	196,97	242,68	+
	Имидж–студия	25,68	0	51,86	+
Период оборота активов, дни	Аура	0	202,57	159,20	+
	Волшебница	38,03	40,33	36,10	+
	Имидж–студия	141,39	224,16	301,58	–
Оборачиваемость совокупных активов, разы	Аура	0,00	1,80	2,29	+
	Волшебница	9,60	9,05	10,11	+
	Имидж–студия	2,58	1,63	1,21	–
Оборачиваемость оборотных активов, разы	Аура	0,00	3,78	3,04	+
	Волшебница	10,16	9,49	10,55	+
	Имидж–студия	2,91	1,70	1,28	–
Период оборота оборотных активов, дни	Аура	0	96,57	120,05	+
	Волшебница	35,92	38,48	34,59	+
	Имидж–студия	125,24	214,24	285,75	–
Соотношение валовой прибыли к активам компании, %	Аура	0,00	0,00	0,00	–
	Волшебница	24,45	17,49	18,79	+
	Имидж–студия	197,32	138,71	0,00	–
Соотношение дебиторской задолженности к активам компании, %	Аура	35,84	18,44	45,06	+
	Волшебница	1,26	1,15	0,71	–
	Имидж–студия	1,08	2,11	2,27	+

Самый большой период погашения кредиторской задолженности среди обществ второй группы у ООО «Аура» – 149 дней. Однако данный показатель у ООО «Аура» снизился за 2018 год с 268 дней до 149 дней. Период погашения кредиторской задолженности у ООО «Волшебница» в 2018 году снизился с 28 до 24 дней. Снижение периода погашения кредиторской задолженности является положительным фактором для оценки финансового состояния обществ. Однако, у ООО «Имидж–Студия» данный показатель увеличился с 7 дней (2016 года) до 53 дней в 2018 году. Что говорит, о том, что у ООО «Имидж – Студия», не протяжении анализируемого периода снижается уровень денежных поступлений для своевременной оплаты кредиторам.

Так же, как и в первой группе, во второй группе мы наблюдаем тенденцию – при росте периода погашения кредиторской задолженности падает показатель оборачиваемости кредиторской задолженности, и наоборот. У ООО «Волшебница» и ООО «Аура» данный показатель – увеличился, а у ООО «Имидж – Студия» показатель – упал. Вывод можно сделать аналогичный предыдущему показателю – ООО «Имидж–Студия» стало хуже осуществлять выплаты кредиторам.

Следующий показатель деловой активности второй группы компаний, который мы рассмотрели, это период оборотов запасов обществ. Из всех трех обществ в 2018 году данный показатель снизился только у ООО «Аура» с 11 дней до 6 дней, а значит, общество ведет грамотную политику в отношении управления своими запасами, что нельзя сказать об оставшихся двух обществах, у них данный показатель в анализируемом периоде увеличился. Самый большой период оборота запасов у ООО «Имидж – Студия», он составил в 2018 году – 264 дня. ООО «Волшебница», ООО «Имидж – Студия» стоит проанализировать остатки запасов с целью использования в своей деятельности, увеличение периода оборотов запасов свидетельствует о возможном затоваривании.

Показатели, характеризующие дебиторскую задолженность, в анализе имеют положительный результат только у ООО «Волшебница». Период



погашения дебиторской задолженности которой снизился за анализируемый период с 0,48 до 0,25 дней. Оборачиваемость дебиторской задолженности у нее увеличился с 764 до 1432 раз. У двух других обществ второй группы эти показатели имеют негативную динамику. Это говорит, о том, что ухудшается способность покупателей рассчитываться с обществом, или о низком уровне работы с дебиторской задолженностью.

Показатель оборачиваемости основных средств за исследуемый период увеличился у всех обществ второй группы. Чем выше значение показателя, тем больше прибыли приносит каждый рубль вложенных в активы.

Самый большой показатель оборачиваемости основных средств у ООО «Волшебница» – 243 раз в 2018 году. К тому же в рассматриваемом периоде он вырос у общества на 41% к уровню 2016 года.

ООО «Имидж–Студия» в течение 2018 года произвело покупку основных средств, что привело к росту данного показателя на конец отчетного периода. Такая же положительная тенденция наблюдается у ООО «Аура», показатель хоть и незначительно, но увеличился по сравнению с предыдущим периодом с 3,44 раз до 9,32 раз.

Еще один показатель деловой активности – оборачиваемость совокупных активов, показывает сколько же оборотов делает один рубль вложенных активов. Из полученных расчетов видим, что показатели к 2018 году двух обществ увеличились: у ООО «Аура» с 0 в 2016 году до 2,29 в 2018 году, у ООО «Волшебница» с 9,60 в 2016 году до 10,11 раз в 2018 году (на 5%), у ООО «Имидж–студия» данный показатель снизился с 2,58 раз в 2016 году до 1,21 раз в 2018 году (на 53%). Изменения в сторону уменьшения данного показателя свидетельствуют об уменьшении объема продаж.

Из анализа мы видим, что снижение данного показателя наблюдается у ООО «Имидж–студия», ООО «Аура» на протяжении всего анализируемого периода. У ООО «Волшебница» данный показатель незначительно изменялся как в сторону уменьшения, так и увеличения. Из трех обществ самый высокий

показатель оборачиваемости оборотных активов у ООО «Волшебница» – 10,55 (в 2018 году). Коэффициент показывает эффективность деятельности общества с точки зрения интенсивности использования оборотных активов.

Из анализа периода оборота активов (срока бездействия) наблюдаем что лучший этот показатель у ООО «Волшебница» –36 дней (2018 год), и сохраняется стабильным в течение 3–х лет. Период оборота активов у ООО «Аура» снизился в 2018 году с 202 дней до 159 дней. Что указывает на положительную динамику финансового состояния общества. Вызывает настороженность период оборота активов у ООО «Имидж–студия», увеличенный в течение 2017 года на 83 дня, и в 2018 году на 77 дней.

Проанализировав показатели деловой активности второй группы организаций, мы можем сделать следующие выводы.

У ООО «Волшебница» и ООО «Аура» состояние на рынке услуг стабильное, единственное ООО «Волшебница» необходимо обратить внимание на маркетинговую политику и на управление запасами, чтобы в последующих периодах не произошло затоваривание сопутствующей продукции. У предприятия ООО «Имидж – Студия» анализ деловой активности показал, что у предприятия существуют проблемы в управлении собственными средствами. Предприятие может потерять свою позицию на рынке труда и потерять свою конкурентоспособность, потому что почти каждый показатель, рассчитанный при анализе деловой активности, изменялся у худшую сторону. ООО «Имидж–студия» стоит пересмотреть свою политику в отношении маркетинга, проанализировать продажи, а также обратить внимание на запасы и выплаты кредиторам.

### 2.3.2 Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости.

Рассмотрим показатели финансовой устойчивости и платежеспособности второй группы организаций (таблица 21):

Таблица 21 – Показатели финансовой устойчивости

Наименование показателя	Наименование организации	2016г	2017г	2018г	Результат
Величина собственных оборотных средств, в тыс. руб.	Аура	-1 766	-1 929	461	-
	Волшебница	193	199	196	-
	Имидж-студия	4 525	4 362	4 430	+
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств, %	Аура	-356,18	-456,06	331,10	-
	Волшебница	238,79	236,64	186,04	-
	Имидж-студия	13,52	30,78	14,54	+
Коэффициент автономии, %	Аура	-39,03	-28,08	23,20	-
	Волшебница	29,52	29,71	34,96	-
	Имидж-студия	88,09	76,46	87,31	+
Коэффициент маневренности, %	Аура	263,19	259,97	36,39	-
	Волшебница	83,19	85,78	88,29	+
	Имидж-студия	96,34	92,85	94,28	+
Коэффициент финансовой стабильности, %	Аура	-39,03	-28,08	23,20	-
	Волшебница	29,52	29,71	34,96	-
	Имидж-студия	88,09	76,46	87,31	+

Анализ показывает, что в отчетном периоде величина собственных средств у ООО «Аура» стала больше нуля, но ее размер не достаточен для положительной оценки финансовой устойчивости, так как его значение меньше краткосрочных обязательств.

Величина собственных оборотных средств ООО «Имидж-студия» составляет 4 430 тысяч рублей.

Аналогично показателям ООО «Имидж-студия», показатель величины собственных оборотных средств ООО «Волшебница» также больше нуля. Надо отме-

титель, что в ООО «Волшебница» данный показатель практически не меняется на протяжении всего анализируемого периода

Структура капитала в данной группе отличается от тех фирм, которые попали в первую группу. Если же в первой группе преобладали собственные средства, то в данной группе мы наблюдаем зависимость от заемных средств.

Коэффициенты соотношения заемных и собственных средств у ООО «Аура» и ООО «Волшебница» намного больше, чем нормативное значение. Это означает, что большую часть капитала составляют заемные средства и кредиторская задолженность. Вследствие этого коэффициент автономии у данных обществ низкий, то есть ниже нормативного значения.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств ООО «Имидж-студия» показывает в 2018 году низкую зависимость от заемных средств (14,54%). Коэффициент автономии ООО «Имидж-студия» в 2018 году –87,31%, говорит о том, что предприятие является независимым от внешних источников финансирования.

Коэффициент маневренности у ООО «Аура» упал с 259 до 36 % это связано с тем, что у ООО «Аура» с 2018 года, величина собственных средств стала больше, чем величина заемных. ООО «Волшебница», ООО «Имидж-студия» имеют высокие значения коэффициента маневренности.

Необходимо отметить, что в отличие от предыдущей группы, где внешние источники финансирования были краткосрочными, у данной группы займы имеют долгосрочный характер. А в этом случае, есть основания полагать, что деятельность фирм гораздо сильнее зависит от внешних источников финансирования.

Коэффициент финансовой стабильности показал, что если в предыдущей группе была проблема с тем, что компании не полностью используют свой потенциал, то у двух обществ настоящей группы ООО «Аура» и ООО «Волшебница» проблема в нахождении баланса между собственным капиталом и заемным, поскольку, слишком высокие показатели заёмного капитала снижают прибыльность предприятия. А прибыльность это один из важнейших показателей при расчете

оценки стоимости бизнеса. У ООО «Имидж – Студия» показатель равен 87%, данному обществу необходимо пересмотреть свою политику, использовать имеющийся потенциал и преумножить его.

Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности второй группы исследуемой выборки показал, что фирмы ООО «Аура» и ООО «Волшебница» сильно зависимы от внешних источников, а ООО «Имидж – Студия» правильно использует ресурсы организации, однако для дальнейшего роста необходимо полнее использовать свой потенциал и для большего развития привлекать внешние источники финансирования.

### 2.3.3 Анализ ликвидности

Проанализировав общества из второй выборки, мы получили следующие значения показателей ликвидности представлены в таблице 22:

Таблица 22 – Показатели ликвидности

Наименование показателя	Наименование организации	2016г	2017г	2018г	Результат
Коэффициент текущей ликвидности	Аура	0,261	0,430	1,110	–
	Волшебница	1,348	1,362	1,475	–
	Имидж–студия	8,126	4,017	7,486	+
Коэффициент быстрой ликвидности, %	Аура	0,163	0,430	1,040	+
	Волшебница	1,170	1,120	0,932	+
	Имидж–студия	0,290	0,499	0,130	–
Коэффициент абсолютной ликвидности, %	Аура	0,048	0,274	0,295	+
	Волшебница	1,153	1,104	0,930	+
	Имидж–студия	0,194	0,036	0,026	–

Анализ текущей ликвидности баланса показал, что ООО «Аура» и ООО «Волшебница» не в полном объеме могут погасить свои текущие обязательства. Что говорит о низкой скорости погашения обязательств. У ООО «Имидж – Студия»

высокие значения данного показателя из-за высоких показателей в строке запасы, а запасы являются менее ликвидными активами, и их достаточно сложно быстро преобразовать в денежные средства.

Следующие показатели быстрой и абсолютной ликвидности являются низкими только у ООО «Имидж – Студия», поскольку в балансе на 2018 год вообще отсутствуют быстроликвидные оборотные средства. 90% состава оборотных активов составляют запасы, а мы уже говорили ранее, что запасы — это низко ликвидный актив. Из всех трех обществ второй группы, фирма ООО «Имидж – Студия» на данный момент имеет низкие показатели ликвидности.

ООО «Аура» и ООО «Волшебница», в свою очередь, имеют значения показателей ликвидности выше нормативных, что говорит о хорошем финансовом состоянии.

#### 2.3.4 Анализ рентабельности

Так же, как и предыдущей группе компаний, мы рассматривали анализ рентабельности продаж и рентабельность затрат предприятий и получили следующие выводы, которые представлены на рисунках 12 и 13



Рисунок 13 – Рентабельность продаж

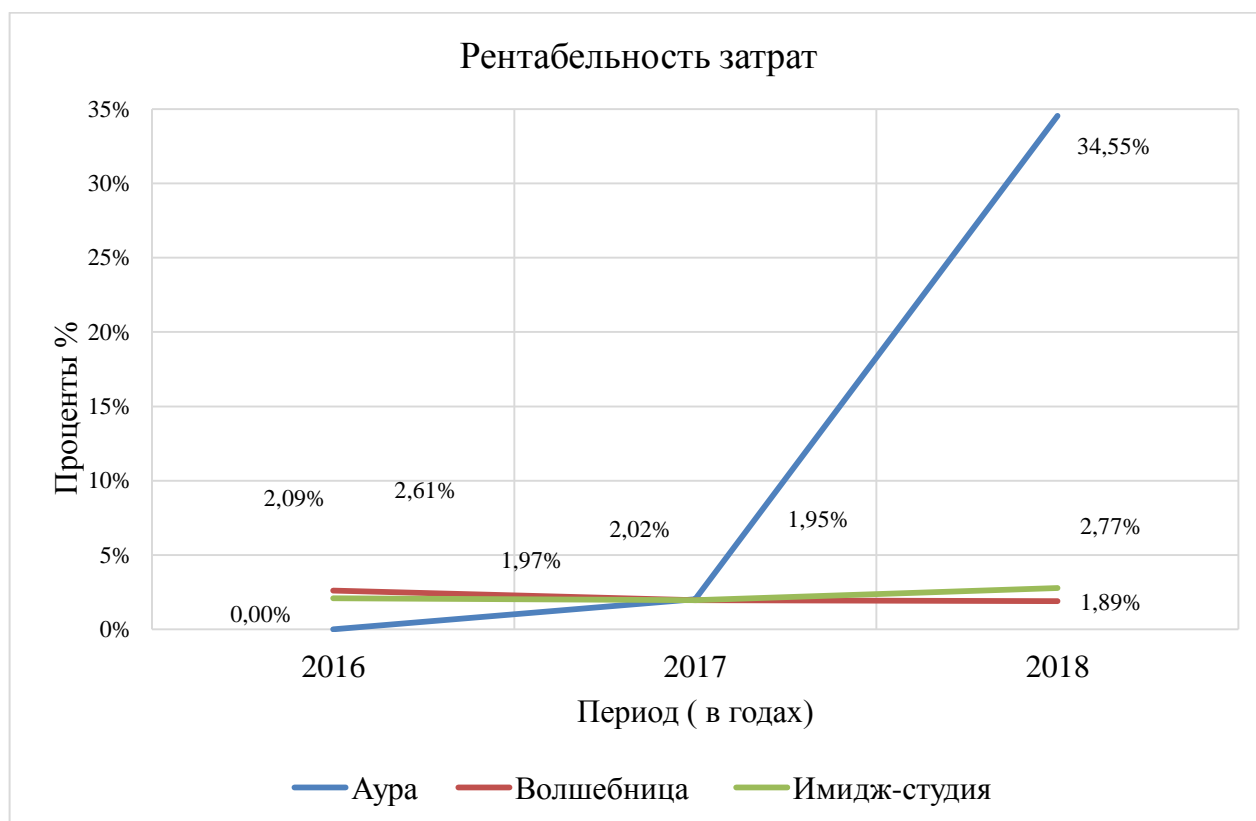


Рисунок 14 – Рентабельность затрат

Рентабельность продаж у всех трех организаций очень низкая, но выше нуля. Предприятия имеют прибыль в анализируемых периодах. Более благоприятные показатели рентабельности продаж показывает ООО «Аура».

Строка 2200 «Прибыль(убыток) от продаж» ООО «Аура» на начало отчетного периода составляла 78 тысяч рублей на конец 2 386 тысяч рублей. Кроме того, темп роста выручки опережал темп роста затрат общества. Это означает, что ООО «Аура» правильно осуществляет свою маркетинговую политику в области продаж услуг, а ассортимент оказываемых услуг общества пользуется спросом.

Рентабельность затрат у ООО «Аура» так же резко увеличилась. Это логично, так как вложенные затраты, окупили себя с большей прибылью.

У ООО «Волшебница» и ООО «Имидж–Студия» данный показатель особо сильно не менялся.

Таким образом, можно говорить о том, что все три предприятия рентабельны, а то есть способны приносить доход. Резкие положительные изменения в рентабельности мы наблюдали у ООО «Аура» в 2018 году. Предприятие увеличило выручку, за счет увеличения объема продаж в 3 раза, затраты тоже увеличились, но в 2 раза, что привело к увеличению прибыли общества в 30 раз по сравнению с показателями на начала отчётного периода.

#### 2.4 Анализ финансово – хозяйственной деятельности третьей группы

Анализ финансово – хозяйственной деятельности третьей группы мы так же начали с анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности. Результаты анализа ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» представлены в таблице 23 и таблице 24.

Таблица 23 – Аналитический баланс ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016 г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Актив						
Внеоборотные активы	1100	6 051	3 639	–40%	2 561	–30%
Оборотные активы	1200	757	641	–15%	721	12%
Активы всего	1600	6 808	4 280	–37%	3 282	–23%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	–22 048	–24 429	11%	–25 603	5%
Долгосрочные обязательства	1400	23 994	23 994	0%	23 994	0%
Краткосрочные обязательства	1500	4 862	4 715	–3%	4 891	4%
Пассивы всего	1700	6 808	4 280	–37%	3 282	–23%



Таблица 24 – Горизонтальный баланс ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016 г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Выручка	2110	5 385	5 739	7%	4 543	-21%
Себестоимость продаж	2120	9 004	7 274	-19%	4 898	-33%
Прибыль (убыток) от продажи	2200	-3 619	-1 535	-58%	-355	77%
Операционные доходы и расходы						
Прочие расходы	2350	690	772	12%	749	-3%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	-4 309	-2 307	46%	-1 104	52%
Текущий налог на прибыль	2410	71	75	6%	71	-5%
Чистая прибыль (убыток)	2400	-4 380	-2 382	46%	-1 175	51%

Из анализа бухгалтерского баланса мы видим уменьшение валюты баланса в 2018 году на 23% к уровню 2017 года. Данное уменьшение связано с резким спадом значений внеоборотных активов 2018 году (на 30% к уровню 2017 года). Доля внеоборотных активов в активе баланса составляет 78%. Размер долгосрочных обязательств за 2018 год не изменился, и составляет 23994 тыс. рублей. Есть риск неплатежеспособности общества, так как доля активов и отрицательная величина чистых активов на протяжении анализируемого периода в несколько раз ниже долгосрочной задолженности.

Из анализа отчета о финансовых результатах, мы видим, что общество сократило себестоимость продаж на 33%, что привело к снижению убытка от продаж, а также к уменьшению чистого убытка на 51% в 2018 году к уровню 2017 года. Но негативное снижение объема выручки в 2018 году на 21% говорит о неустойчивости финансового положения общества на рынке оказываемых услуг.

Однако опережение темпов снижения себестоимости продаж в сравнении со снижением выручки говорит о том, что предприятие принимает меры по оздоровлению компании.

Расчет показателей финансово – хозяйственной деятельности для ООО «Школа – Студия Красоты «Бьюти Лук» представлены ниже – таблица 25 и 26.

Таблица 25 – Аналитический баланс ООО «Бьюти Лук»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016 г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Актив						
Внеоборотные активы	1100	0	0	0%	0	0%
Оборотные активы	1200	1 522	1 559	2%	1 854	19%
Активы всего	1600	1 522	1 559	2%	1 854	19%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	1 515	1 552	2%	1 847	19%
Долгосрочные обязательства	1400	0	0	0%	0	0%
Краткосрочные обязательства	1500	7	7	0%	7	0%
Пассивы всего	1700	1 522	1 559	2%	1 854	19%

Таблица 26 – Горизонтальный анализ ООО «Бьюти Лук»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016 г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Выручка	2110	3 518	2 001	-43%	2 696	35%
Себестоимость продаж	2120	3 038	1 895	-38%	2 490	31%
Прибыль (убыток) от продажи	2200	480	106	-78%	206	94%
Операционные доходы и расходы						
Прочие расходы	2350	91	69	-24%	70	1%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	389	37	-90%	136	268%
Текущий налог на прибыль	2410	34	0	-100%	0	0%
Чистая прибыль (убыток)	2400	355	37	-90%	136	268%

Из анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности ООО Школа – Студия Красоты «Бьюти Лук» мы видим, что валюта баланса общества к уровню 2016 года выросла на 21%. Выросли размеры оборотных активов, внеоборотные активы у общества отсутствуют. Капитал общества (строка 1300) вырос за 2018 год на 19%.

Показатели отчета о финансовых результатах за 2017 год сильно упали по отношению к показателям 2016 года. Чистая прибыль в 2017 году уменьшилась на 90% от показателя чистой прибыли в 2016 году. Однако, в 2018 году мы наблюдаем рост выручки и чистой прибыли к 2018 году. Выручка общества в 2018 году выросла на 35%, чистая прибыль на 268%. Но чистая прибыль общества 2018 года составляет 38% от размера чистой прибыли 2016 года.

Таким образом, мы делаем вывод что ООО «Бьюти Лук» так же, как и ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» принимает меры по оздоровлению бизнеса.

И последнее предприятие в третьей группе которое мы рассматривали – это ООО «Руслан и Людмила». Анализ показателей общества представлен в таблице 27 и таблице 28

Таблица 27 – Аналитический баланс ООО «Руслан и Людмила»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016 г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Актив						
Внеоборотные активы	1100	1 623	1 623	0%	2 035	25%
Оборотные активы	1200	754	541	-28%	693	28%
Активы всего	1600	2 377	2 164	-9%	2 728	26%
Пассив						
Капитал и резервы	1300	2 143	1 947	-9%	2 506	29%
Долгосрочные обязательства	1400	0	0	0%	0	0%
Краткосрочные обязательства	1500	234	217	-7%	222	2%
Пассивы всего	1700	2 377	2 164	-9%	2 728	26%

Таблица 28 – Горизонтальный анализ ООО «Руслан и Людмила»

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	2016 г	2017 г	Изменения в % к 2016 г	2018 г	Изменения в % к 2017 г
Выручка	2110	3 269	3 075	–6%	3 079	0%
Себестоимость продаж	2120	3 562	3 241	–9%	3 031	–6%
Прибыль (убыток) от продажи	2200	–293	–166	43%	48	129%
Прочие доходы	2340	319	200	–37%	120	–40%
Прочие расходы	2350	15	27	80%	13	–52%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	11	7	–36%	155	2114%
Текущий налог на прибыль	2410	0	0	0%		0%
Чистая прибыль (убыток)	2400	11	7	–36%	155	2114%

У ООО «Руслан и Людмила» в отличие от предыдущих компаний показатели бухгалтерской (финансовой) отчетности содержат положительную динамику в 2018 году. Валюта баланса выросла на 26%. Выросла стоимость внеоборотных и оборотных активов. Вырос размер капитала общества. Обязательства общества ниже размера оборотных активов.

Отчет о финансовых результатах общества показывает постоянный показатель выручки, снижение себестоимости, и как результат увеличение размера чистой прибыли в 2018 году на 2114%.

Из анализа третьей группы только ООО «Руслан и Людмила» имеет устойчивое финансовое положение, остальным компаниям во избежание банкротства необходимо принять меры по оздоровлению своего финансового положения.

#### 2.4.1 Анализ деловой активности

Третья группа, которую мы выделили из генеральной совокупности, это общества, чья выручка от реализации за 2018 год составила от 2 – 5 млн. руб.

Рассмотрим результаты анализа деловой активности обществ. Ниже представлена расчетная таблица 29 – Анализ деловой активности предприятий.

Таблица 29 – Анализ деловой активности предприятий

№	Наименование показателя	Наименование общества	2016 г	2017 г	2018 г	Результат
1	Период погашения кредиторской задолженности, дни	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	207	200	254	+
		ООО «Руслан и Людмила»	22,83	26,76	26,02	+
		ООО «Бьюти Лук»	0,72	1,27	0,94	-
2	Оборачиваемость кредиторской задолженности, разы	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	1,76	1,83	1,44	+
		ООО «Руслан и Людмила»	15,98	13,63	14,02	+
		ООО «Бьюти Лук»	502,57	285,85	385,14	
3	Период оборота запасов, дни	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	0	0	0	
		ООО «Руслан и Людмила»	0	0	0	+
		ООО «Бьюти Лук»	133,68	200,10	51,78	
4	Оборачиваемость запасов, разы	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	0	0	0	
		ООО «Руслан и Людмила»	0	0	0	+
		ООО «Бьюти Лук»	2,73	1,82	7,04	-
5	Период погашения дебиторской задолженности, дни	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	30	41	52	
		ООО «Руслан и Людмила»	0	0	0	-
		ООО «Бьюти Лук»	1,55	54,54	79,26	-
6	Оборачиваемость дебиторской задолженности, разы	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	12,31	8,90	6,96	
		ООО «Руслан и Людмила»	0	0	0	-
		ООО «Бьюти Лук»	234,53	6,69	4,60	+

Продолжение таблицы 29

№	Наименование показателя	Наименование общества	2016 г	2017 г	2018 г	Результат
7	Период оборота основных средств, дни	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	533	308	249	–
		ООО «Руслан и Людмила»	181,21	192,64	216,81	
		ООО «Бьюти Лук»	0	0	0	+
8	Оборачиваемость основных средств, разы	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	0,68	1,18	1,47	–
		ООО «Руслан и Людмила»	2,01	1,89	1,68	
		ООО «Бьюти Лук»	0	0	0	+
9	Период оборота активов, дни	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	568	353	304	–
		ООО «Руслан и Людмила»	258,53	269,50	289,96	
		ООО «Бьюти Лук»	139,39	281,00	231,03	+
10	Оборачиваемость совокупных активов, разы	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	0,64	1,04	1,20	+
		ООО «Руслан и Людмила»	1,41	1,35	1,25	+
		ООО «Бьюти Лук»	2,61	1,29	1,57	–
11	Оборачиваемость оборотных активов, разы	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	10,31	8,21	6,67	+
		ООО «Руслан и Людмила»	4,72	4,74	4,99	+
		ООО «Бьюти Лук»	2,61	1,29	1,57	–
12	Период оборота оборотных активов, дни	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	35	44	55	+
		ООО «Руслан и Людмила»	77,32	76,85	73,14	+
		ООО «Бьюти Лук»	139,39	281,00	231,03	–

## Окончание таблицы 29

№	Наименование показателя	Наименование общества	2016 г	2017 г	2018 г	Результат
13	Соотношение валовой прибыли к активам компании, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	0,00	0,00	0,00	0
		ООО «Руслан и Людмила»	0	0	0	0
		ООО «Бьюти Лук»	35,72	6,88	12,07	+
14	Соотношение дебиторской задолженности к активам компании, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	5,22	11,63	17,26	+
		ООО «Руслан и Людмила»	0	0	0	0
		ООО «Бьюти Лук»	1,11	19,40	34,30	+

Самый большой период погашения кредиторской задолженности среди организаций третьей группы у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» 254 дня в 2018 году, что на 27% больше, чем в предыдущем периоде. Значительное снижение значение данного показателя в 2018 году мы наблюдаем ООО «Бьюти Лук» с 1,27 до 0,94 дня, что в относительных величинах составляет 25,7%. ООО «Руслан и Людмила» так же снизило период погашения кредиторской задолженности в 2018 году на 3% по отношению к предыдущему периоду.

Рост данного показателя у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» говорит о том, что у общества существует недостаток финансовых поступлений для своевременной оплаты кредиторам. У компаний ООО «Бьюти Лук» и ООО «Руслан и Людмила» мы наблюдаем, улучшение финансового положения и платежеспособности.

У ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» снизился показатель оборачиваемости кредиторской задолженности строка 2 таблицы 29. Мы видим, что коэффициент снизился в 2018 году с 1,83 до 1,44 раза, что составляет 21% по сравнению к 2017 году. Это означает, что у общества существует риск нарушения договорных сроков оплаты задолженности кредиторам.

ООО «Бьюти Лук» и ООО «Руслан и Людмила» в 2017 году снизился показатель оборачиваемости кредиторской задолженности с 15,9 до 13,6 раз и 502 до 285 раз соответственно. Однако в 2018 году обществам удалось увеличить оборачиваемость кредиторской задолженности строка 2 таблицы 29 это говорит об увеличении средств для погашения кредиторской задолженности, и о снижении судебных споров по ее взысканию с обществ.

Следующие показатели деловой активности третьей группы организаций – период оборотов запасов в днях и коэффициент оборачиваемости запасов (строка 3,4 таблицы 29) присутствуют только у ООО «Бьюти Лук». У двух других обществ третьей группы выборки – ООО «Руслан и Людмила» и ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» строка бухгалтерского баланса «Запасы» (код строки 1210) равна нулю. Данная ситуация имеет место быть в данной сфере деятельности. Поскольку предприятия сферы услуг красоты могут не создавать остатки материальных запасов. Зачастую, при покупке материалов необходимых для работы, предприятия сразу списывают материалы в отчетном периоде на оказание услуг.

Период оборотов запасов в днях у ООО «Бьюти Лук» в 2017 году вырос с 133 дней до 200, что составляет 50% в относительных величинах. Однако на конец 2018 года ООО «Бьюти Лук» исправило ситуацию снизив количество дней оборота со 200 дней до 51 дней. Так же Бьюти Лук в 2018 году увеличил показатель оборачиваемости запасов с 1,82 до 7,04 раз.

Данная ситуация свидетельствует о том, что у ООО «Бьюти Лук» начали эффективно использоваться собственные запасы и/или, общество увеличило спрос на свою продукцию.

Следующий показатель деловой активности, который мы проанализировали это период погашения дебиторской задолженности. У ООО «Руслан и Людмила» строка баланса 1230 «Дебиторская задолженность» на протяжении всего анализируемого периода равна нулю. Таким образом, мы можем предполагать, что клиенты и покупатели ООО «Руслан и Людмила» сразу оплачивают оказанные им услуги, проданные им товары.



Период погашения дебиторской задолженности за у ООО «Бьюти Лук» и ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» в анализируемом периоде вырос. Рассматривая динамику периодов с 2016 по 2018 год, мы наблюдаем, что у ООО «Бьюти Лук» показатель увеличился с 1,5 дней до 79 дней (в 50 раз к уровню 2016 года), у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» показатель вырос до 52 дней на 66% к уровню 2016 года).

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности вышеуказанных обществ также имеет негативную динамику.

Увеличение периода погашения дебиторской задолженности, снижение коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности сигнализируют о необходимости пересмотреть обществам кредитную политику по отношению к покупателям, поскольку неконтролируемый рост дебиторской задолженности может привести к финансовой неустойчивости общества, что вызовет необходимость дополнительного финансирования от внешних источников.

Показатели деловой активности период оборота основных средств и оборачиваемость основных средств указывают на положительную динамику у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти». Общество ежегодно увеличивает значение данного показателя. Период оборота основных средств снизился за анализируемый период с 533 дней до 249 дней, а показатель оборачиваемости основных средств у него в 2018 году составляет 1,47 раз, что на 113% больше по отношению к показателю в 2016 году.

У ООО «Руслан и Людмила» показатели, характеризующие эффективность использования основных средств, снизились. Период оборота основных средств в 2018 году составил 216 дней, что на 35 дней больше, чем в 2016 году. Оборачиваемость основных средств у общества выросла на 17% к уровню 2016 года.

Строка баланса 1100» Внеоборотные активы» ООО «Бьюти Лук» равна нулю. Можем предположить, что данное общество в своей деятельности использует арендованные основные средства.

Следующий показатель деловой активности – период оборота активов (или срока бездействия). Из его расчета мы видим, что ежегодно увеличивался этот показатель у ООО «Руслан и Людмила» с 258 дней до 289. А ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» и ООО «Бьюти Лук» в 2018 году улучшили свои показатели на 13% и 17% соответственно. ООО «Бьюти Лук» требуется меньшее количество дней среди третьей группы предприятия, необходимых для превращения данных активов в денежную форму.

Из расчета показателя оборачиваемость совокупных активов мы наблюдаем, что к 2018 году увеличить данный показатель поучилось только у двух фирм: у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» с 1,04 до 1,20 раза, и у ООО «Бьюти Лук» с 1,29 до 1,57 раз. У ООО «Руслан и Людмила» в 2018 году изменения произошли в сторону уменьшения показателя с 1,35 до 1,25 (на 8%). Спад показателя может свидетельствовать об уменьшении объема продаж общества.

Из анализа показателей деловой активности оборачиваемость оборотных активов и период оборота активов мы можем сделать следующие выводы.

Самый большой период оборота активов у ООО «Бьюти Лук» в 2018 году он составил 231 день, в отличие от ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» и ООО «Руслан и Людмила» показатель которых равен 55 дней и 73 дня соответственно.

Однако у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» наблюдается отрицательная динамика показателя период оборота активов, он вырос по отношению к 2016 году на 20 дней. Оборачиваемость оборотных активов данного общества снизилась с 10,31 до 6,67 раз, что составляет на 35 % меньше, чем в 2016 году.

У ООО «Бьюти Лук» оборачиваемость оборотных активов снизилась на 39% по сравнению с 2016 годом.

У ООО «Руслан и Людмила» данный показатель увеличился с 4,72 до 4,99 раз (на 5% к уровню 2016 года).

Снижение уровня деловой активности по данной группе показателей у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» и ООО «Бьюти Лук» связано с резким ростом в 2018 году дебиторской задолженности. Обществам необходимо сделать анализ деби-

торской задолженности, с целью снижения рисков по неуплате задолженности за оказанные услуги (реализованные товары).

Проанализировав показатели деловой активности третьей группы организаций, мы можем сделать следующие выводы.

Предприятию ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» оценить риски в связи с увеличением периода погашения кредиторской задолженности, есть вероятность, что поставщики откажутся работать с обществом за неуплату поставленных товаров (услуг).

ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти», ООО «Бьюти Лук» оценить риски с ростом периода погашения дебиторской задолженности. Рост дебиторской задолженности влияет на рост кредиторской задолженности.

В целом показатели деловой активности у третьей группы снижаются в анализируемом периоде, но темпы изменений ниже, чем у первой и второй группы выборки.

#### 2.4.2 Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости

Следующий раздел финансового анализа третьей группы, который мы рассмотрели – это анализ платежеспособности и финансовой устойчивости обществ. Ниже представлена таблица 30 – Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости.

Таблица 30 – «Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости»

№	Наименование показателя	Наименование общества	2016 г	2017 г	2018 г	результат
1	Величина собственных оборотных средств, в тыс. руб.	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	-4 105	-4 074	-4 170	-
		ООО «Руслан и Людмила»	520	324	471	+
		ООО «Бьюти Лук»	1515	1552	1847	+

## Окончание таблицы 30

№	Наименование показателя	Наименование общества	2016 г	2017 г	2018 г	результат
2	Коэффициент соотношения заемных и собственных средств, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	-130,88	-117,52	-112,82	-
		ООО «Руслан и Людмила»	10,91	11,14	8,85	+
		ООО «Бьюти Лук»	0,46	0,45	0,37	+
3	Коэффициент автономии, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	-323,85	-570,77	-780,10	-
		ООО «Руслан и Людмила»	90,15	89,97	91,86	+
		ООО «Бьюти Лук»	99,54	99,55	99,62	+
4	Коэффициент маневренности, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	18,62	16,68	16,29	-
		ООО «Руслан и Людмила»	24,26	16,64	18,79	-
		ООО «Бьюти Лук»	100	100	100	+
5	Коэффициент финансовой стабильности, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	28,58	-10,16	-49,02	-
		ООО «Руслан и Людмила»	90,15	89,97	91,86	+
		ООО «Бьюти Лук»	99,54	99,55	99,62	+

Первый показатель платежеспособности и финансовой устойчивости, который мы рассмотрели это величина собственных средств.

Самое низкое значение данного показателя у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» В 2018 году величина собственных средств имеет отрицательное значение на протяжении всего анализируемого периода и составил в 2018 году -) 4 170 тысяч рублей, что на 96 тысяч рублей ниже уровня 2017 года. Отрицательное значение данного показателя свидетельствует о том, что у общества отсутствует рабочий капитал и краткосрочные обязательства не покрываются оборотными активами.

ООО «Руслан и Людмила» и ООО «Бьюти Лук» имеют величину собственных оборотных средств больше нуля. У ООО «Руслан и Людмила» в 2017 году мы наблюдали спад данного показателя с 520 тысяч рублей до 324 тысяч рублей, что в относительных величинах составляет уменьшение на 37%. Однако в 2018 году

общество исправило ситуацию увеличив значение коэффициента до 471 тысяч рублей. ООО «Бьюти Лук» ежегодно увеличивает данный показатель, начиная с 1 515 тысяч рублей в 2016 году до 1 847 тысяч рублей в 2018 году.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств, отражает данные структуры капитала. Из расчета этого показателя мы видим, что у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» также отрицательное значение. Значение ниже нуля говорит о высоком риске банкротства. Предприятию необходимо принять меры по антикризисным мероприятиям с целью снижения затрат и оздоровлению продаж. На протяжении анализируемого периода общество работает с убытком.

У ООО «Руслан и Людмила», ООО «Бьюти Лук» мы наблюдаем положительное значение коэффициента, однако в 2018 году показатели у обществ упали с 11,14 до 8,85 и 0,45 до 0,37 соответственно. Значение коэффициента соотношения заемных и собственных средств ООО «Бьюти Лук» приближается к критическому значению.

Следующий показатель платежеспособности и финансовой устойчивости, рассмотренный нами, это коэффициент автономии.

Самое низкое значение данного коэффициента у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» –) 710,10% в 2018 году. Значение коэффициента – отрицательное, и ежегодно снижается. Общество все больше и больше зависит от внешних источников финансирования.

Коэффициенты автономии у ООО «Руслан и Людмила» и ООО «Бьюти Лук» стабильны в анализируемом периоде и в 2018 году равны 91% и 99% соответственно.

Расчет коэффициента маневренности обществ третьей группы дал нам следующие выводы.

У ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» и ООО «Руслан и Людмила» мы наблюдаем значения ниже нормативного. Это говорит о том, что предприятия являются финансово зависимыми и есть риск неплатежеспособности.

У ООО «Бьюти Лук» данный показатель равен 100% на протяжении трех лет, у общества нет долгосрочных займов, фирма является независимой и не подвержена сильному влиянию внешних источников.

Коэффициент финансовой стабильности – это последний коэффициент в рамках анализа финансовой устойчивости третьей группы, которые мы рассмотрели.

У ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» он имеет отрицательное значение коэффициента финансовой стабильности:  $-10,16\%$  в 2017 году и  $-49,02\%$  в 2018 году, что говорит о финансовой неустойчивости общества. Общество не способно отвечать по своим обязательствам в долгосрочной перспективе.

У ООО «Руслан и Людмила» и ООО «Бьюти Лук» коэффициент финансовой стабильности в 2018 году равны 91% и 99% соответственно, что говорит об возможности обществам инвестировать и увеличивать объемы оказываемых услуг.

Мы проанализировали организации третьей группы на финансовую устойчивость и платежеспособность. Из полученных результатов мы можем сделать вывод, что на данном этапе ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» является крайне неустойчивым предприятием. Обществу следует принять меры по повышению финансовой устойчивости и платежеспособности, то есть финансовому оздоровлению. ООО «Руслан и Людмила», ООО «Бьюти Лук» имеют более устойчивое финансовое положение на рынке, что говорит об их финансовой независимости и устойчивости. Фирмам необходимо обратить внимание на то, как еще более эффективно можно использовать существующие ресурсы, так как капитал компаний позволяет это сделать.

#### 2.4.3 Анализ ликвидности и платежеспособности.

Мы рассчитали показатели ликвидности для третьей группы организаций и получили следующие значения, которые представлены в таблице 31 – Анализ ликвидности.

Таблица 31 – Анализ ликвидности

№	Наименование показателя	Наименование организации	2016 г	2017 г	2018 г	Результат
1	Коэффициент текущей ликвидности, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	0,156	0,136	0,147	–
		ООО «Руслан и Людмила»	3,22	2,49	3,12	+
		ООО «Бьюти Лук»	217,42	222,71	264,85	+
2	Коэффициент быстрой ликвидности, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	0,156	0,136	0,147	–
		ООО «Руслан и Людмила»	3,22	2,49	3,12	+
		ООО «Бьюти Лук»	9,57	117,14	261,14	+
3	Коэффициент абсолютной ликвидности, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	0,013	0,009	0,003	–
		ООО «Руслан и Людмила»	3,22	2,49	3,12	+
		ООО «Бьюти Лук»	6,14	35,14	175,85	+

Проанализировав полученные результаты по анализу ликвидности, мы можем сделать следующие выводы.

ООО «Бьюти Лук» обладает самым высоким показателем текущей ликвидности. В 2018 году коэффициент равен 264,85, это связано с тем, что у общества высокое значение в бухгалтерском балансе по строке 1200 «Оборотные активы» – 1 854 тысяч рублей, по сравнению со значением знаменателя расчета коэффициента – строки 1500 «Краткосрочные активы» размером 7 тысяч рублей. Мы можем говорить, что ООО «Бьюти Лук» способно в короткие сроки погашать свои текущие обязательства.

ООО «Руслан и Людмила» в 2017 году снизил показатель текущей ликвидности с 3,22 до 2,49 (ниже на 23% чем в 2016 году), однако в 2018 году предприятию удалось поправить свое положение с 2,49 до 3,12 (на 25% по сравнению с 2017

годом). В любом случае, показатель текущей ликвидности у ООО «Руслан и Людмила» больше, чем среднеотраслевой показатель по области, что говорит об устойчивом финансовом положении общества.

ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» имеет значение данного показателя на низком уровне. У общества есть риск не рассчитаться по текущим обязательствам. Краткосрочные обязательства общества по состоянию на 31.12.2018 года составляют 4891 тысяч рублей, стоимость же оборотных активов равна 721 тысячи рублей, основную часть которых (708 тысяч рублей) составляет дебиторская задолженность. Дебиторская задолженность не является быстроликвидным активом, и взыскать ее достаточно сложно.

Следующий показатель ликвидности, который мы рассмотрим – это коэффициент быстрой ликвидности. Его расчет показывает, что у ООО «Руслан и Людмила», ООО «Бьюти Лук» высокие значения быстроликвидных активов по отношению к обязательствам, и можем сделать вывод о том, что общества являются ликвидными и платежеспособными. Чего нельзя сказать об ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти». У Общества очень высокие значения по строке 1500 «Краткосрочные обязательства» в 2018 году, которые в 6,7 раз превышают значение текущих активов. Таким образом, ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» имеет риск оказаться банкротом.

Так же мы проанализировали фирмы на мгновенную платежеспособность предприятий сделав расчет коэффициента абсолютной ликвидности и получили следующие выводы.

У ООО «Руслан и Людмила» и ООО «Бьюти Лук» высокие значения коэффициента абсолютной ликвидности, это означает что общества способны мгновенно рассчитаться по своим обязательствам, однако большое количество в остатках неиспользованных денежных средств, говорит о нерациональном использовании оборотных активов, которые должны участвовать в обороте и быть направлены на увеличение объемов производства, получение дохода (прибыли).



Анализ показателей ликвидности и платежеспособности ООО «Руслан и Людмила», ООО «Бьюти Лук» указывают на финансовую устойчивость и платежеспособность.

Показатели ликвидности и платежеспособности ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» говорят о нестабильном и неблагоприятном финансовом состоянии общества.

#### 2.4.4 Анализ рентабельности

Чтобы определить, насколько предприятия третьей группы являются эффективными и прибыльными, мы рассчитали показатели рентабельности, которые представлены в таблице 32 – Анализ рентабельности и получили следующие выводы.

Таблица 32 – Анализ рентабельности.

№	Наименование показателя	Наименование организации	2016 г	2017 г	2018 г	Результат
1	Рентабельность продаж, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	-67,21	-26,75	-7,81	убыток снижается
		ООО «Руслан и Людмила»	-8,96	-5,39	1,55	повысилась
		ООО «Бьюти Лук»	13,64	5,29	7,64	снизилась
2	Рентабельность затрат, %	ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	-40,19	-21,10	-7,25	убыток снижается
		ООО «Руслан и Людмила»	-8,22	-5,12	1,58	повысилась
		ООО «Бьюти Лук»	15,79	5,59	8,27	повысилась

Рентабельность продаж ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» представлена на рисунке 15.



Рисунок 15 – Рентабельность продаж ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»

Из расчета мы видим, что рентабельность у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» хоть и находится в отрицательном диапазоне, но в динамике с 2016 года мы наблюдаем увеличение показателя, что говорит о положительной тенденции.

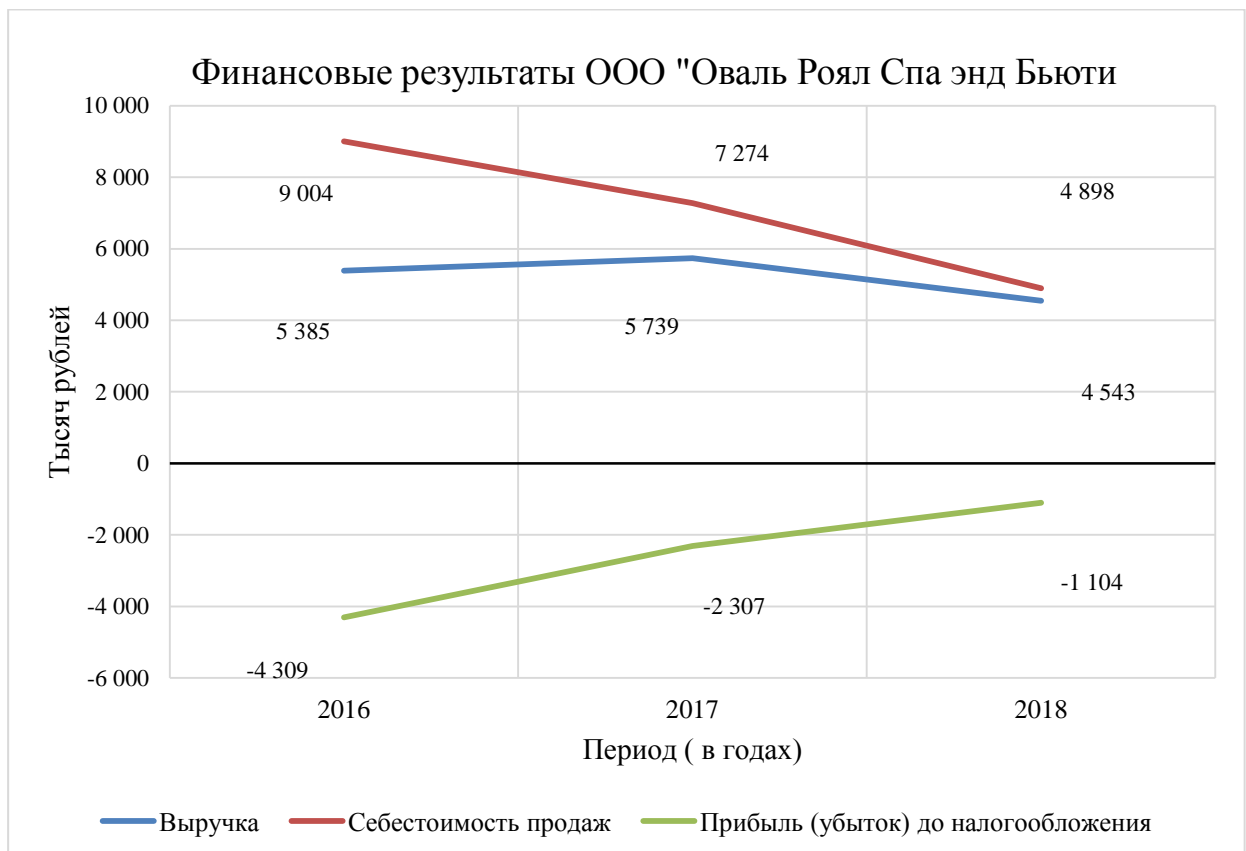


Рисунок 16 – Финансовые результаты ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»

По сравнению с 2016 годом убыток ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» снизился с 4 309 тысяч рублей до 1 104 тысяч рублей, рентабельность с  $-67,21\%$  повысилась до уровня  $-7,81\%$ . График финансовых результатов общества показывает, что уменьшение показателей убыточности, произошли в результате снижения затрат на рубль оказываемых услуг. Но показатели выручки общества ежегодно снижаются, что символизирует о снижении интереса к услугам общества.

Рентабельность затрат ООО «Руслан и Людмила» представлена на рисунке 17.

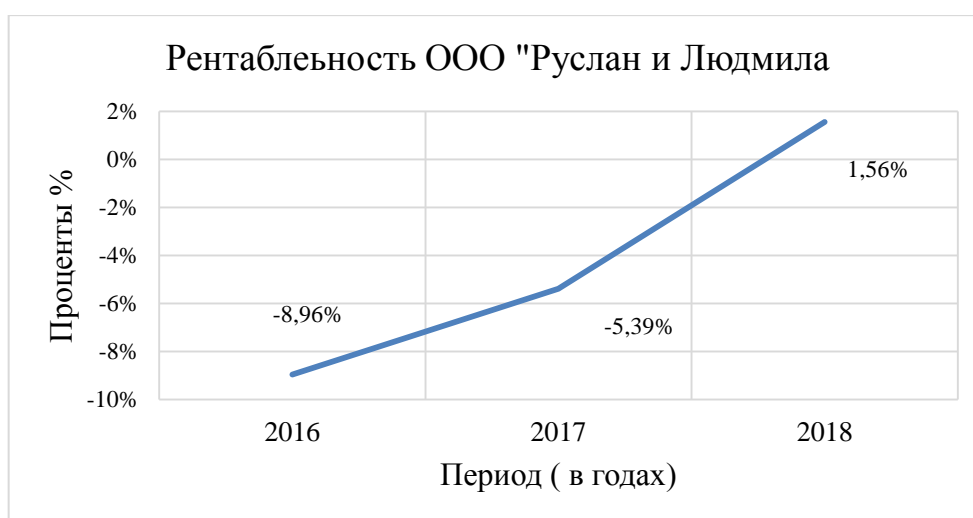


Рисунок 17 – Рентабельность продаж ООО «Руслан и Людмила»

Так же, как и у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» у ООО «Руслан и Людмила» мы наблюдаем рост показателя рентабельности за анализируемый период. Однако, в отличие от ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» обществу удалось выйти в положительный результат рентабельности, то есть общество начало получать прибыль, что представлено на рисунке 18.

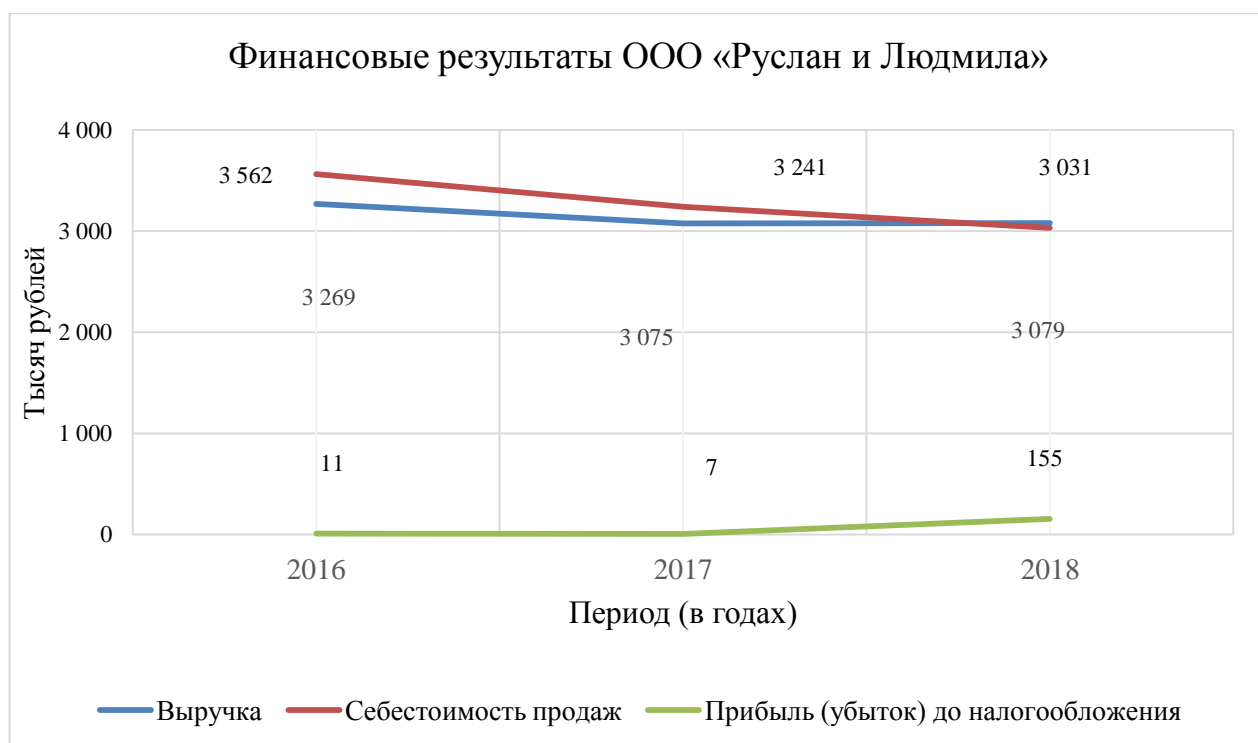


Рисунок 18 – Финансовые результаты ООО «Руслан и Людмила»

У Общества ООО «Руслан и Людмила» прибыль от продаж вышла в положительное значение в результате снижения затрат на рубль оказываемых услуг. Показатель выручки за анализируемый период снизился, что символизирует о снижении интереса к услугам общества.

ООО «Бьюти Лук» в отличие от предыдущих обществ работало весь анализируемый период с положительной рентабельностью. Рентабельность продаж ООО «Бьюти Лук» представлена на рисунке 19.

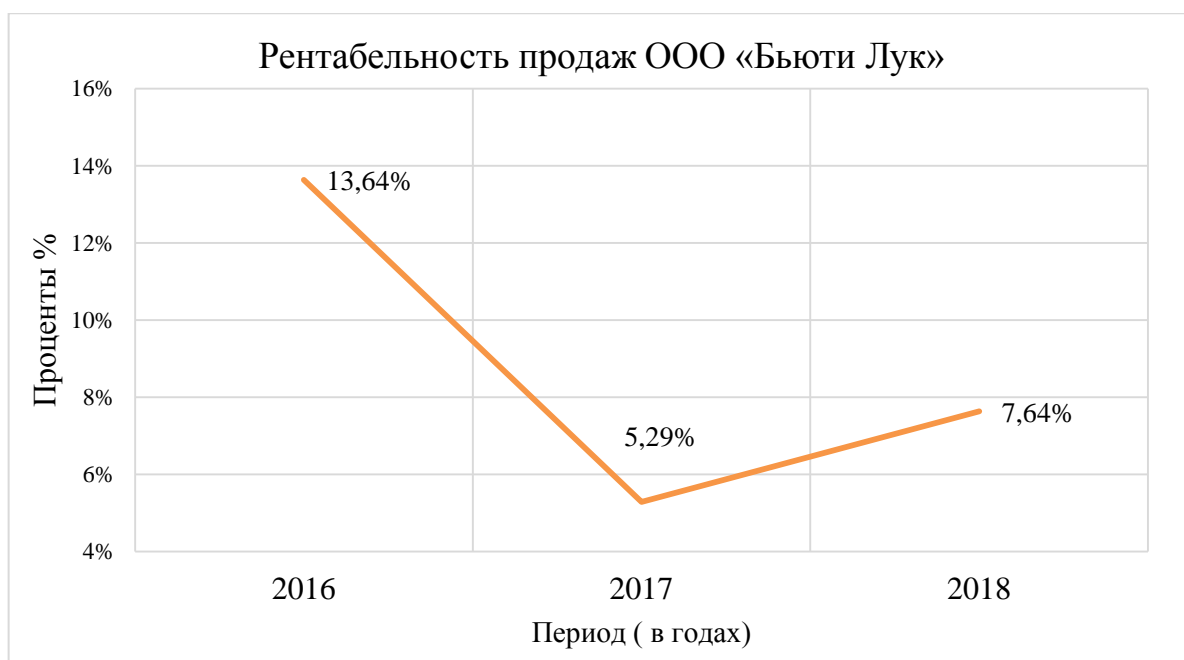


Рисунок 19 – Рентабельность продаж ООО «Бьюти Лук»

В 2017 году общество снизило свой показатель рентабельности с 13,64% до 5,29%. Данный спад вызван тем, что в 2017 году выручка предприятия упала с 3 518 тысяч рублей до 2 001 тысячи рублей. Однако в 2018 году ООО «Бьюти Лук» улучшило свой показатель рентабельности до 7,64%

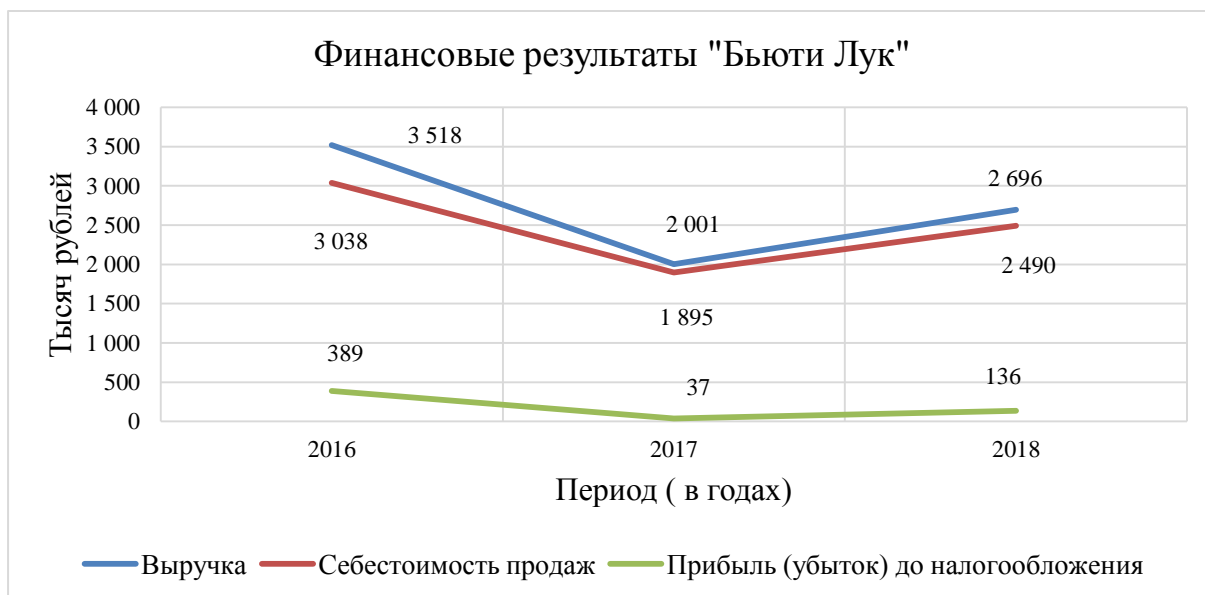


График 20 – Финансовые результаты "Бьюти Лук»

В целом положительная динамика финансовых результатов ООО «Бьюти Лук» указывает на грамотную финансовую политику общества, контроля уровня рентабельности оказываемых услуг.

Проведем сравнительный анализ рентабельности предприятий третьей группы выборки (рисунок 21)

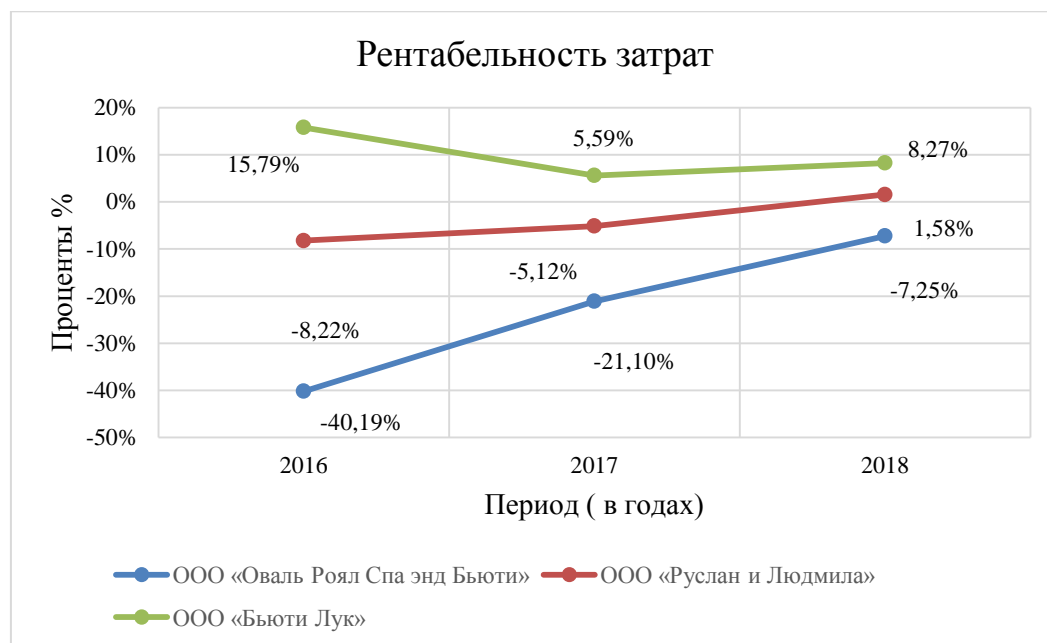


Рисунок 21 – Рентабельность затрат

Из произведенного сравнительного анализа мы видим, что в 2018 году у всех трех обществ наблюдался рост показателя рентабельности. А значит, общества третьей группы, нацелены на развитие и получение положительных финансовых результатов, прибыли.

Финансовый анализ третьей группы компаний показал, что ООО «Бьюти Лук» имеет устойчивое и стабильное положение на рынке. У него хорошая ликвидность, что говорит о хорошей платежеспособности. Предприятие рентабельно и приносит хороший доход. Обществу на данном этапе необходимо пересмотреть свою финансовую политику, начать более рационально использовать свободные денежные средства, направить их на развитие бизнеса. Так же неплохие результаты имеет ООО «Руслан и Людмила». Предприятие финансово–устойчивое, у него

не плохая платежеспособность, однако показатели рентабельности являются низкими. Обществу необходимо наблюдать за показателями рентабельности, чтобы выстраивать грамотную финансовую политику и получать больше прибыли.

В отличие от остальных, ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» показал себя, как крайне нестабильное предприятие. Из анализа ликвидности, платежеспособности можно сделать вывод о существовании риска банкротства. Обществу необходимо рассмотреть антикризисные мероприятия с целью наращивания выручки, снижения себестоимости услуг, привлечения инвестиций.

#### Выводы по разделу два

Выполнив анализ финансовой отчетности и деловой активности девяти предприятий бизнеса красоты. Мы приходим к выводу что в 2018 году наблюдается спад показателей финансовой устойчивости и деловой активности у всех предприятий к уровню 2016 года.

Из первой группы наибольшим размером капитала обладает ООО «Биланко» 44 718 тыс. рублей. У ООО «Лорандж–Профи» он составляет 7219 тыс. рублей, у ООО «Баттерфляй» – 4135 тыс. рублей. Но валюта баланса ООО «Биланко» не отражается положительно на размере выручки общества (20482 тысяч рублей в 2018 году), она соразмерна выручке ООО «Лорандж–Профи» (14090 тыс. рублей) и ООО «Баттерфляй» (14584 тысяч рублей) за этот же период. Единственно можно предположить, что ООО «Биланко» прибыльно вложило средства в краткосрочные финансовые вложения (28544 тысяч рублей).

Положительная динамика показателей финансового положения по результатам исследования выявлена только у ООО «Лорандж–Профи»: есть чистая прибыль в 2018 году. У других предприятий первой группы в 2018 году получен убыток. Показатели деловой активности показали лучший результат у ООО «Лорандж–Профи», и стабильны у ООО «Баттерфляй». ООО «Биланко» за анализируемый период снизило показатели деловой активности.

Все три общества первой группы имеют величину собственных оборотных средства больше нуля, и больше своих краткосрочных обязательств. Это указывает все-таки на устойчивое финансовое состояние обществ. Если рассматривать динамику показателя с 2016 года, то показатели не имеют резких изменений, а это значит, что на протяжении нескольких лет все три общества работают стабильно. Самая большая величина собственных средств у ООО «Биланко», она превышает размер собственных средств двух остальных обществ в несколько раз.

Самая маленькая валюта баланса второй выборки предприятий у ООО «Волшебница» – 635 тысяч рублей. У двух остальных обществ она находится на сопоставимом уровне: ООО «Имидж-студия» 5382 тысяч рублей, ООО «Аура» 5462 тысяч рублей. Положительные показатели финансовых результатов показывает только ООО «Аура», чистая прибыль которого в 2018 году увеличилась на 2930%. Остальные предприятия второй группы чистую прибыль не показывают. У ООО «Имидж-студия» выявлена снижение на 25% показателя выручки. У ООО «Волшебница» выручка к уровню 2017 года не изменилась.

Положительный результат большинства показателей деловой активности выявлен у ООО «Волшебница», ООО «Аура». У ООО «Имидж-студия» показатели чаще показывают негативный результат.

Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности второй группы исследуемой выборки показал, что фирмы ООО «Аура» и ООО «Волшебница» сильно зависимы от внешних источников.

Валюта баланса третьей группы выборки составляет: ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» 3282 тысяч рублей, ООО «Руслан и Людмила» 2728 тысяч рублей, ООО «Бьюти Лук» 1854 тысяч рублей. Наибольший показатель чистой прибыли у ООО «Руслан и Людмила», ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти» работает весь анализируемый период убыточно.

Показатели деловой активности у третьей группы в анализируемом периоде снижаются, но темпы изменений ниже, чем у первой и второй группы выборки.



### 3 ОЦЕНКА СТОИМОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРАСОТЫ Г.ЧЕЛЯБИНСКА

Оценка стоимости малого бизнеса на сегодняшний день, до сих пор является трудоемкий и ресурсозатратным процессом. Поскольку данная тема не получает широкого освещения в российской литературе и законодательстве.

Малым бизнесом признаются компании:

- средняя численность которых не превышает 100 человек;
- предельное значение выручки от реализации товаров, работ и услуг без учета НДС составляет не более 800 млн руб. [13]

Основным поводом для установки стоимости малого бизнеса является его купля – продажа. Но для того, чтобы оценить бизнес, собственник обычно не обращается к оценщику, а идет за помощью к другим представителям данного бизнеса. К оценщикам бизнесмен пойдет только в случае, когда будет обязательный случай оценки, например для налогообложения, оценка доли при наследовании или получении инвестирования или дотации.

Так же предпринимателю чтобы оценивать свои возможности на том или ином рынке и увеличивать стоимость и роль своей компании необходимо проводить самостоятельную оценку бизнеса, что видеть свои слабые и сильные стороны.

Ниже мы рассмотрели, какую роль играют результаты оценки анализа отрасли при определении стратегии по управлению стоимостью компании. А также рассмотрели анализ факторов, которые влияют на оценку при применении доходного, сравнительного и затратного методов оценки стоимости. Применение данного алгоритма мы рассмотрим на салонах красоты города Челябинска, которые анализировали во второй главе данной работы.

На стоимость компании, по нашему мнению, влияют следующие факторы:

- 1) Большинство салонов красоты при продаже продается в арендованных помещениях, у которых краткосрочный договор аренды;
- 2) Доход салона напрямую зависит от его клиентов;

Поэтому при прогнозе доходов в сервисном бизнесе необходимо учитывать следующие факторы:

- возвращаемость клиентов в салон и к какому мастеру клиентов возвращается больше;
- средний чек салона и в том числе у каждого специалиста.

В любом салоне выделяют четыре основных типа клиентов:

Первый тип – случайный клиент. Причины, по которым такой клиент зашёл в салон может быть, необходимость срочно получить услугу, особенно актуально в предпраздничные дни, поиск нового салона, например более высокого качества или это может использование подарочного сертификата. Возврат данного клиента снова в салон, сложно предсказать. Клиент вернется в салон только в том случае, если его ожидания от услуг салона совпадут с реальностью.

Ко второму типу относят клиентов, которые приходят в салон с конкретной проблемой, например акне или ганоидная липодистрофия (про простому целлюлит). Такие клиенты не становятся постоянными, но обычно услуги, которые им оказывают имеют длительный характер и представляют собой программы на несколько посещений.

Третий тип клиента – это постоянные клиенты, обычно такие люди верны «своему мастеру». Таких клиентов, обычно, основное большинство. Такие клиенты ходят в салон больше одного года и пользуются услугами только одного мастера в салоне. К данной категории клиентов и мастеров нужно быть предельно внимательным, поскольку как мы описывали ранее, они попадают в определенную зону риска, так как если специалист покидает салон, то и клиенты уходят вместе с этим мастером.

И последний четвёртый тип клиентов – это лояльные клиенты. К данной категории относят клиентов, которые генерируют от 40 – 70% выручки салона. Обычно, салон для таких клиентов должен располагаться недалеко от его дома или работы. Иметь цены и услуги, которые удовлетворяют его ожиданиям. Поэтому для

салона, очень важно понимать и знать свою целевую аудиторию, чтобы иметь четкий портрет своего клиента и знать, что актуально и какие у него потребности.

Таким образом, данные четыре категории клиентов, мы условно можем разделить по двум ключевым признакам, представленных в таблицах 33 и 34.

Таблица 33 – Периодичность постоянных визитов

Периодичность постоянных визитов	
Короткая периодичность (менее 3–х месяцев)	Длительная периодичность (более 3–х месяцев)
Клиенты с конкретной проблемой	Клиенты верные «своему мастеру»
Случайные клиенты	Лояльные клиенты

Таблица 34 – По сумме выручки полученных от клиентов

Выручка	
Ниже среднего чека по салону	Выше среднего чека по салону
Случайные клиенты	Клиенты с конкретной проблемой
Клиенты верные «своему мастеру»	Лояльные клиенты

Конечно, стоит обращать внимание, на то, что данная специфика может изменяться, так, например у салона ООО «Аура» – «Capsula» основными клиентами, приносящими основную долю выручки, будут клиенты с конкретной проблемой. Так как деятельность салона направлена исключительно на косметологические услуги по уходу за лицом. Второй тип клиент ООО «Аура» — это случайные клиенты, поскольку салон занимается активным привлечением клиентов, через социальные сети: с помощью рекламы у лидеров мнений города Челябинск (блогеры, известные личности города), и таргетированной рекламы.

Поэтому предприятиям необходимо знать и определять какая категория клиентов у них основная, чтобы грамотно выбрать стратегию по увеличению выручки, а тем самым увеличению стоимости компании.

### 3) На стоимость салона так же влияет развитие салона;

Необходимо прогнозировать и закладывать расходы на косметический ремонт, так как для салонов очень важно иметь чистый и ухоженный вид. Для развития салона, требуются хорошие и квалифицированные мастера, а также уметь быстро реагировать на появление новых востребованных услуг на рынке. Поэтому управленцу необходимо закладывать бюджет на обучение и на обновление услуг салона.

### 4) Руководство персоналом;

Салоны красоты, как и любой бизнес сферы услуг, считается сильно зависимым от квалифицированности и успешности своего персонала. В медицине, косметологии, клиенты связывают качество услуги, прежде всего, с личностью специалиста, оказавшего эту услугу.

Поэтому ключевой задачей управления будет обеспечить непрерывной рост своих сотрудников, но и не дать им почувствовать «звездами салона» Для это необходимо следующее:

- обеспечить каждого рабочего место двумя сотрудниками;
- практиковать отношения «клиент – салон», а не «клиент – мастер» (запись только через администратора салона);
- соблюдение правил салона (дресс–код, дисциплина, чистота рабочего места, клиентоориентированность);

### 5) Узнаваемость бренда;

Узнаваемость бренда и его деловая репутация на прямую влияют на его стоимость. Чтобы повысить свою репутацию салон должен, иметь хорошие отзывы на порталах, например «2 ГИС», irecommend.ru. Повысить доверию к салону, поможет наличие портфолио, свидетельства о победах или участия в конкурсах, дипломы и т.д. Можно так же разработать программы лояльности для клиентов, которые позволять клиентам приходить на постоянной основе.

### б) Экономика салонов красоты;

Для того, чтобы грамотно управлять стоимостью салона красоты, необходимо отслеживать какие расходы несет предприятие и в каких размерах.

Наиболее типичными для всех салонов будут следующие расходы:

- 1) аренда помещений, оборудования;
- 2) административные расходы (заработная плата директора, администратора, бухгалтера и пр.);
- 3) хозяйственные расходы (коммунальные платежи, уборка и пр.);
- 4) налоги и социальные отчисления;
- 5) расходы на рекламу.

Здесь необходимо также отметить, что не все салоны красоты отслеживают данные расходы. Чтобы организовать сбор информации и рассчитать расходную часть. Следует предпринимать следующие меры:

- 1) Вести ведомость при начислении заработной платы, так как в большинстве салонов мастер работает по сдельной системе оплаты труда;
- 2) Вести технологические карты, чтобы понимать сколько и каких материалов необходимо для той или иной услуги.

Для того, чтобы оценить стоимость компании, необходимо выполнение следующих условий:

- 1) Сбор информации (которая была описана выше);
- 2) Определение прогнозной величины прибыли на следующий год с учетом наиболее эффективного использования средств;
- 3) Определение возможности применения доходного, затратного и сравнительного подхода;
- 4) Обоснование весов для каждого метода оценки (вес может быть равен нулю);
- 5) Вывод.

### 3.1 Сравнительный подход оценки стоимости

При определении стоимости бизнеса сравнительным подходом нам необходимо выбрать метод, по которому мы сможем оценить компанию.

Ранее в главе 1, мы рассмотрели недостатки использования основных методов при оценке стоимости салонов красоты (таблица 3). Согласно данным таблицы 3, если мы будем оценивать салон красоты с помощью сравнительного подхода, то мы можем использовать только метод сделок, так как метод рынка капитала не подходит там из-за того, что он основывается на сравнении стоимости пакета акций, а такой метод инвестирования не предусмотрен в малом бизнесе. А метод отраслевых коэффициентов невозможен ввиду отсутствия статистических данных и длительного мониторинга отраслевых коэффициентов.

Однако при использовании метода сделок мы говорили, что на рынке невозможно найти компанию полностью аналогичную исследуемой. Поэтому использовать данный метод, мы будем с помощью мультипликаторов.

На рынке красоты города Челябинск в 2018 году продавался салонный бизнес ООО «Сладкая жизнь» – за 3,5 млн руб.

Чтобы определить какой мультипликатор подходит лучше компаниям, которые мы проанализировали раньше, мы рассчитали коэффициенты корреляции и сделали корреляционную поправку, чтобы провести проверку случайности выявленных связей.

Коэффициент корреляции покажет нам на сколько взаимосвязаны финансовые показатели ООО «Сладкая Жизнь» и показатели финансовой отчетности всех трех групп компаний.

Так как мы рассматриваем случайные величины необходимо помнить, что замеченная связь может быть случайным обстоятельством. Причем в нашем случае, найти связь там, где ее нет достаточно велика поскольку точек в выборке мало. Поэтому для того, чтобы убедиться в достоверности выявленной зависимости, мы рассчитаем корреляционную поправку.

Корреляционная поправка рассчитывается по формуле 4:

$$S_r = \frac{1 - r^2}{\sqrt{n - 1}} \quad (4)$$

где,  $S_r$  – корреляционная поправка

$r$  – коэффициент корреляции

$n$  – период расчета

Связь нельзя будет назвать случайной, если будет выполняться следующее условие (формула 5):

$$|r / S_r| \geq 3 \quad (5)$$

Таким образом, мы рассчитали значения коэффициентов корреляции и корреляционной поправки для каждого салона красоты, которые мы анализировали ранее в разделе 2. В качестве сравниваемых величин нами были рассмотрены:

- выручка;
- себестоимость;
- прибыль от продаж;
- чистая прибыль;
- активы предприятия.

Расчет коэффициента корреляции по сравниваемым величинам представлен в таблице 35 – Расчет коэффициента корреляции для салонов красоты

Таблица 35 – Расчет коэффициента корреляции для салонов красоты

Наименование организации	Наименование случайной величины				
	Выручка	Себестоимость	Прибыль (убыток) от продаж	Чистая прибыль (убыток)	Активы
	Коэффициент корреляции				
ООО «Биланко»	–0,84	–0,91	–0,06	–0,75	0,19
ООО «Баттерфляй»	–0,50	–0,83	0,70	0,75	–0,33
ООО «Лорандж – Профи»	0,73	0,94	–0,87	–0,62	0,71
ООО «Аура»	0,70	0,76	0,12	0,74	–0,02
ООО «Волшебница»	0,75	0,86	–0,68	–0,61	0,18
ООО «Имидж – Студия»	–0,70	–0,64	–0,80	–0,22	–0,40
ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	–0,84	–0,92	0,58	0,95	–0,76
ООО «Руслан и Людмила»	–0,96	–0,63	0,15	0,68	0,15
ООО «Бьюти Лук»	0,44	0,79	–0,53	–0,55	0,78



После проведенного расчета, мы выбираем только те величины, у которых коэффициент корреляции максимально приближен к +1 или -1. Мы видим, что в основном самая сильная связь между показателями себестоимости, за исключением ООО «Имидж – Студия, ООО «Руслан и Людмила» и ООО «Оваль Роял Бьюти энд Спа». Однако у ООО «Оваль Роял Бьюти энд Спа» мы для расчета берем не самый большой показатель 0,95 – по чистой прибыли, а берем следующий 0,92 – себестоимость. Коэффициент корреляции по чистой прибыли нельзя использовать при расчете стоимости бизнеса, так как значение чистой прибыли у компании отрицательное, что в дальнейшем приведет к получению величины отрицательной стоимости бизнеса.

После выбора всех взаимосвязей, необходимо проверить не являются ли связи случайными. Для этого мы рассчитываем коэффициент случайности связи, с помощью корреляционной поправки. Результаты анализа представлены в таблице 36

Таблица 36 – Анализ случайности связей сравниваемых величин

Наименование организации	Коэффициент корреляции	Корреляционная поправка	Случайность связи
ООО «Биланко»	-0,91	0,08	-11,15
ООО «Баттерфляй»	-0,83	0,15	-5,42
ООО «Лорандж – Профи»	0,94	0,06	17,07
ООО «Аура»	0,76	0,25	3,08
ООО «Волшебница»	0,86	0,13	6,86
ООО «Имидж – Студия»	-0,80	0,18	-4,37
ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	-0,92	0,08	-11,97
ООО «Руслан и Людмила»	-0,96	0,04	-25,98
ООО «Бьюти Лук»	0,79	0,19	4,25

Из результатов расчетов мы видим, что связи между сравниваемыми величинами не случайны и мы можем перейти к расчету стоимости компаний.

Теперь для того, чтобы рассчитать стоимость каждой компании, мы рассчитаем мультипликатор для каждой пары связей. Расчет коэффициентов оценочных мультипликаторов рассчитывается с помощью деления сравниваемой величины на рыночную стоимость продажи компании. Далее мы умножаем величины наших компаний на мультипликатор и получаем стоимость компании с помощью расчета сравнительным подходом. Результаты расчетов представлены в таблице 37

Таблица 37 – Стоимость оценки бизнеса сравнительным подходом

Наименование организации	Стоимость компании тыс. руб
ООО «Биланко»	21 069
ООО «Баттерфляй»	11 968
ООО «Лорандж – Профи»	11 720
ООО «Аура»	6 199
ООО «Волшебница»	6 309
ООО «Имидж – Студия»	1 769
ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	4 398
ООО «Руслан и Людмила»	2 524
ООО «Бьюти Лук»	2 236

Таким образом, мы рассчитали стоимость бизнеса с помощью сравнительного подхода. Преимущество данного метода заключается в том, что, он не является трудоёмким и подходит для экспресс-оценки стоимости предприятия, так и для расчета стоимостной оценки бизнеса при продаже. Однако главная сложность качественной реализации данного подхода заключается в том, что необходимо найти информацию по сделке купли-продажи «аналогичного» салона. Мы нашли данные только по одной сделке по городу Челябинск в 2018 году, но их на самом деле гораздо больше. Согласно данным сайтов «Авито», «Циан», «74. ру» на данный момент есть более 30 предложений о продаже салонов красоты.

### 3.2 Затратный подход оцени стоимости

Следующий подход к оценке деятельности по критерию стоимости, который мы рассмотрели это затратный подход.

В традиционной методологии выделяют метод замещения, ликвидационной стоимости и метод чистых активов. Метод ликвидационной стоимости не подходит в нашем случае, поскольку данный метод оценки стоимости не отражает его рыночную и используется при банкротстве предприятия, а для метода замещения необходимо посчитать все затраты для открытия аналогичного салона красоты, а этот процесс достаточно трудозатратный и сложнореализуемый, поскольку недостаточно данных финансовой отчетности, а во вторых даже если приходить лично в салон и пытаться «на глаз» оценить, то данная оценка будет грубой, неточной и носить субъективный характер. Поэтому при данном подходе нам подойдет метод чистых активов.

Для реализации данного метода нам необходимо определить по каждому предприятию величину чистых активов. Величина чистых активов рассчитывается по формуле 6:

$$\text{ЧА} = (\text{ВБ} - \text{ЗУ}) - (\text{КО} + \text{ДО} - \text{ДБП}) \quad (6)$$

где, ЧА – чистые активы

ВБ – валюта баланса

ЗУ – задолженность учредителей по взносам в уставный капитал

КО – краткосрочные обязательства

ДО – долгосрочные обязательства

ДБП – доходы будущих периодов

Таким образом рассчитали величину чистых активов для каждой группы предприятий. Величина чистых активов по группам предприятий представлена в таблице 38 – Величина чистых активов предприятий

Таблица 38 – Величина чистых активов предприятий

Первая группа					
Название организации	Чистые активы тыс.руб.				
	2014 г	2015 г	2016 г	2017 г	2018 г
ООО «Биланко»	47 539	47 077	51 457	52 471	44 718
ООО «Баттерфляй»	6 478	4 584	3 155	4 135	4 135
ООО «Лорандж – Профи»	5 172	6 122	7 250	7 086	7 219
Вторая группа					
Название организации	Чистые активы тыс.руб.				
	2014 г	2015 г	2016 г	2017 г	2018 г
ООО «Аура»	–	–540	–671	–742	1 267
ООО «Волшебница»	184	184	232	232	222
ООО «Имидж – Студия»	4 694	4 696	4 697	4 698	4 699
Третья группа					
ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	–14 016	–17 668	–22 048	–24 429	–25 603
ООО «Руслан и Людмила»	2 047	2 079	2 143	1 947	2 506
ООО «Бьюти Лук»	153	1 158	1 515	1 552	1 847

Так же чтобы оценить изменения цены компаний с управленческой точки зрения нами были рассчитаны темпы прироста чистых активов в процентах для каждой группы, которые представлены на рисунках 22,23 и 24

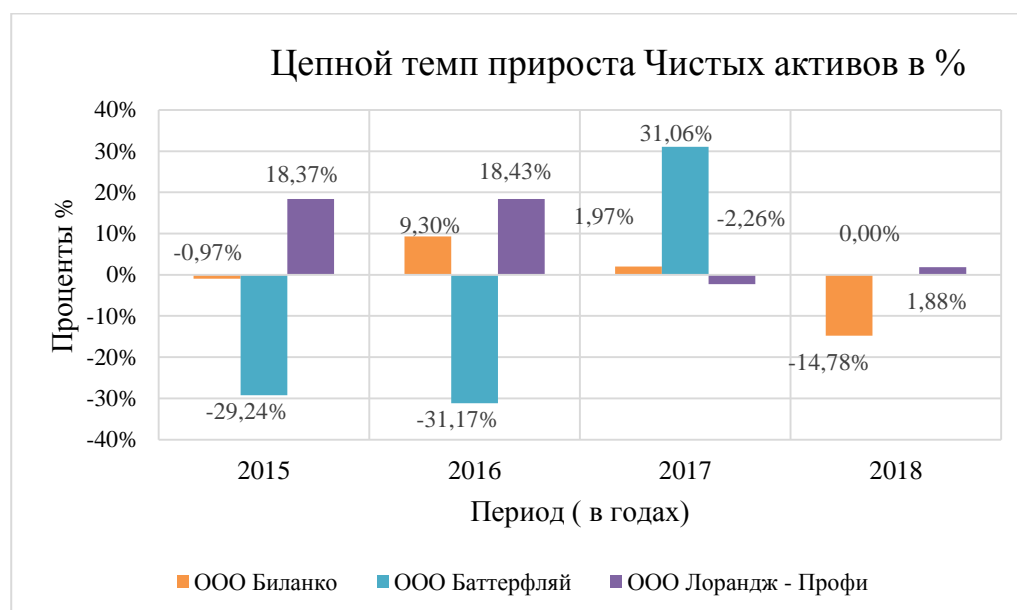


Рисунок 22 – Цепной темп прироста чистых активов первой группы

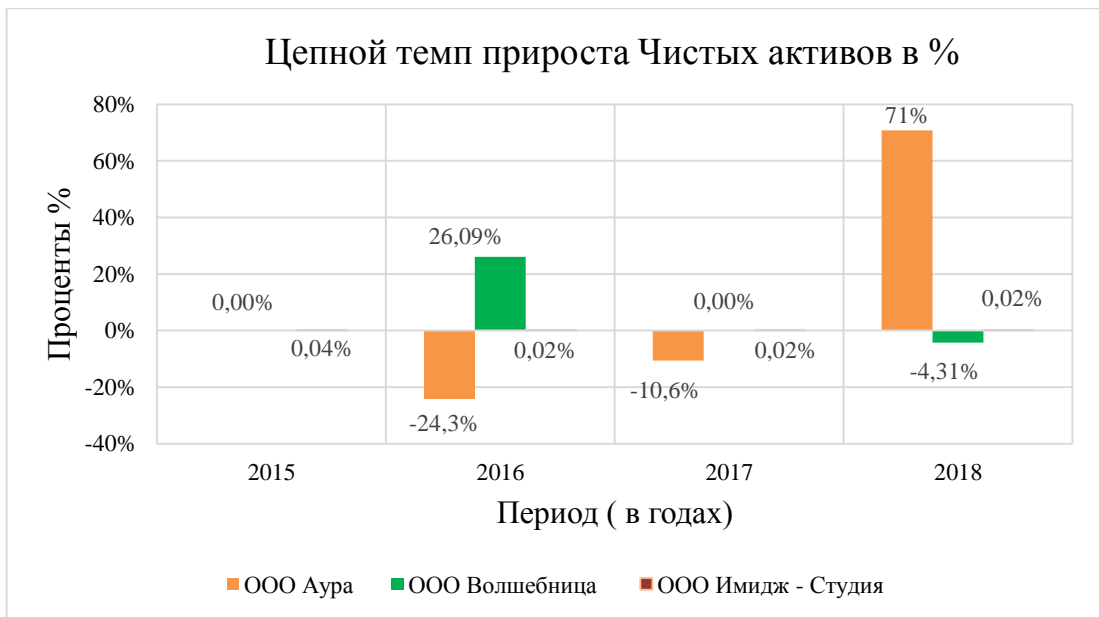


Рисунок 23 – Цепной темп прироста чистых активов второй группы



Рисунок 24 – Цепной темп прироста чистых активов третьей группы

Из расчетов и построенных графиков мы видим, как изменялась величина чистых активов со временем.

Таким образом мы можем сделать вывод о том, что данный метод очень легок в расчете, для быстрой оценки изменения показателей подходит идеально. Плюсом данного метода так же является то, что можно легко оценить и сравнить результаты анализа по нашей компании с результатами конкурентов. Однако, дан-

ный метод имеет пару недостатков. Во–первых, если использовать данный метод при оценке стоимости, а не для управленческих решений, то метод чистых активов применим тогда, когда величина чистых активов имеет положительную величину. Так же показателем успешного и платежеспособного бизнеса будет то, когда величина чистых активов будет превышать уставный капитал общества, поскольку это показывает, что предприятие в ходе своей деятельности не только не растратила первоначально вложенные средства, но и смогла обеспечить их прирост. Вторым недостатком может являться то, что малые предприятия не в полном объеме могут отражать в отчетности показатели дебиторской задолженности, доходов будущих периодов, что сильно влияет на величину чистых активов предприятия.

### 3.3 Доходный подход оценки стоимости

Название доходного подхода говорит само за себя, здесь важная роль при оценке стоимости компании отводится доходам организации. Доходность бизнеса в данном случае оценивается, как основной показатель оценки. Мы знаем, чем выше доходность, тем выше рентабельность, ликвидность, а значит и стоимость бизнеса.

Оценка по доходному методу оценки стоимости для малого бизнеса реализуется следующим образом.

Во–первых, в качестве ставки дисконтирования мы берем ставку по кредитам для малого и среднего бизнеса. Данные ставок варьируются от 8% до 16% годовых. Исходя из надежности предприятия мы выбрали ставки:

8% – для надежных предприятий

12% – для предприятий, имеющих средние риски

16 % – для предприятий с высоким риском

Ставку дисконтирования равную ставкам по кредитам для малого бизнеса, мы выбрали не случайно, поскольку банки, при расчете данной ставки, уже учли все возможные риски, инфляцию и доходность.

Для одной и той же компании мы в течении разных периодов установили разные ставки дисконтирования, исходя из надежности компаний в данный период времени. Надежность компании мы оценивали исходя результатам финансово – хозяйственной деятельности рассмотренных в разделе 2 данной магистерской работы.

Затем мы рассчитали стоимость компаний, как чистая прибыль предприятия, поделенная на ставку дисконтирования, и получили следующие результаты, представленные в таблице 39.

Таблица 39 – Стоимость компаний по доходному подходу

Наименование компании	Стоимость бизнеса в тыс. руб.				
	2014г	2015 г	2016 г	2017 г	2018 г
ООО «Биланко»	30 433	-2 894	36 500	8 450	-48 456
ООО «Баттерфляй»	1 817	-11 844	-8 931	8 167	0
ООО «Лорандж – Профи»	24 283	17 500	21 600	5 450	9 163
ООО «Аура»		-3 438	-819	-592	16 742
ООО «Волшебница»	0	0	400	0	0
ООО «Имидж – Студия»	100	25	8	6	6
ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»	-25 906	-22 831	-27 375	-19 850	-9 792
ООО «Руслан и Людмила»	138	133	138	88	1 938
ООО «Бьюти Лук»	338	6 281	2 958	463	1 700

Исходя из расчетов мы можем сделать следующие выводы. Если ставка по кредиту растет из года в год, то значит рискованность бизнеса возрастает, и тем самым падает стоимость компании. Так же из расчета мы можем заметить, что у некоторых компании, например у ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти», ООО «Аура», ООО «Баттерфляй» отрицательные значения стоимости компаний. Таким образом с точки зрения оценки бизнеса данный подход не может быть применим

для предприятий, которые не имеют доходности. Однако для целей управленческих решений собственник бизнеса можем смотреть как изменялась его «доходность» уменьшилась или увеличилась она относительно показателей предыдущего года и тем самым разработать грамотную политику по увеличению стоимости компании.

Так же возможна ситуация, что некоторые предприятия специально занижают свои доходы. Чтобы избежать налогового бремени, данная стратегия очень популярна на рынке малого бизнеса.

Таким образом, для достоверности результатов доходным подходом необходимо выполнение двух условий: отражение действительного положения дел в финансовой отчетности предприятия; предприятие должно приносить доход.

### 3.4 Разработка рекомендаций по оценке деятельности субъектов малого бизнеса на рынке красоты по критерию стоимости

Ранее мы оценили деятельность субъектов малого бизнеса по критерию стоимости тремя существующими методами оценки стоимости компаний. Мы отметили, что в каждом методы есть свои плюсы и недостатки. Ранее в разделе 1, мы говорили, что для того, чтобы верно рассчитать стоимость компании управленцу или оценщику необходимо проводить комплексный анализ оценки, используя при этом каждый подход к стоимости бизнеса.

После комплексного анализа, при низком результаты стоимости компании, собственник бизнеса захочет увеличить данную стоимость. Для того, чтобы рассчитать, как изменение одного показателя отчетности повлияет на изменение стоимости бизнеса, мы предлагаем методику расчета для оперативной оценки стоимости компании в результате принятия управленческого решения на основе методики Кирана Уолша.



Данная методика помогает рассчитать, как при принятии управленческого решения может измениться стоимость компании. И помогает сделать вывод о том, подходит ли данное решение для компаний или нет.

Нами было предложено следующее управленческое решение: Размещение рекламного объявления в социальной сети «Instagram». Данная площадка для рекламы выбрана нами не случайно, так как данное приложение в 2018 году стало самой популярной площадкой при размещении рекламы. Мы не будем вдаваться глубоко в данную тему и рассчитывать конкретно по цифрам сколько будет приносить для каждого салона выручки, поскольку перед нами не стоит задача разработки бизнес – плана. Мы хотим показать, как реклама в соц. сети, изменить состояние выручки, а тем самым повлечет на изменение стоимости компании.

В среднем по России коммерческие аккаунты от размещения рекламы при затратах 1 000 000 рублей, в среднем получают рост 10% выручки.

Рассчитаем прогнозный баланс для каждой компании и посмотрим, как после изменение выручки и себестоимости изменились показатели прибыли и валюты баланса. Ниже в таблице 40 представлен расчет прогнозных показателей на примере ООО «Биланко», аналогично осуществляется расчет по остальным компаниям.

Таблица 40 - Изменение показателей баланса, после внедрения управленческого решения ООО «Биланко»

Наименование показателя	2018 г	Прогнозный баланс
Выручка	20 482	22530
Себестоимость	23 465	24465
Прибыль (убыток) от продажи	-2 983	-1935
Чистая прибыль (убыток)	-7 753	-6879
Активы всего	58 929	52050
Чистые активы	47 539	37 839
Цепной темп прироста ЧА в %	-14,78%	-15,38%

После расчета управленческого решения, осуществляем прогнозный анализ изменения показателей Уолша. Данную методику мы адаптировали под предприятия малого бизнеса, которые не осуществляют выпуска акций – таблица 41.

Таблица 41 – Адаптация показателей по методике Уолша для малого бизнеса

Показатель	Формула	Показатель	Формула
Рентабельность уставного капитала	ЧП/УК	Чистая прибыль на акцию	чистая прибыль, потраченная на дивиденды / количество обыкновенных акций
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	Акционерный капитал	УК + ДК + РК + НП
Рыночная стоимость компании	«Кратное балансовой стоимости» x «СК	Рыночная стоимость СК	«Кратное балансовой стоимости» x «СК

Данная изменение показателей в анализе, связывает все три подхода оценки в один, и ориентирована на расчет стоимости и на улучшение динамики роста стоимости. Для принятия управленческого решения, все три показателя должны иметь положительную динамику изменения после управленческого решения.

Ниже в таблице 42, представлен прогнозный анализ по адаптированной методике Уолша для ООО «Биланко», аналогично мы произвели расчет по остальным компаниям.

Таблица 42 – Прогнозный анализ ООО «Биланко»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
Рентабельность продаж	прибыль от реализации / объем продаж	-0,15	-0,09	-41,04
Оборачиваемость активов	объем продаж / совокупные активы	0,33	0,41	24,02
Доходность совокупных активов	Рентабельность продаж * Оборачиваемость активов	-0,05	-0,03	-26,87
Показатель использования собственных средств	Совокупные активы / Собственный капитал	1,29	1,34	4,42
Доходность собственного капитала	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	-0,06	-0,046	-23,64
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	-38,77	-34,39	-11,27

Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	44718,00	37 83	-15,38
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал/ уставный капитал	223,59	189,19	-15,38
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	0,47	0,5 6	23,22
Рыночная стоимость компании	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	21 069,14	21 967,00	4,26

Таблица 43 – Прогнозный анализ ООО «Баттерфляй»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
R реализации=	прибыль от реализации / объем продаж	0,09	0,106804	24,11
Оборачиваемость активов =	объем продаж / совокупные активы	1,90	1,617641	-14,96
Доходность совокупных активов=	R реализации * Оборачиваемость активов	0,16	0,17	5,54
Показатель использования собственных средств =	Совокупные активы / Собственный капитал	1,85	2,266179	22,23
Доходность собственного капитала =	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	0,30	0,39	29,00
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	0,00	48,2	100,00
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	4135,00	4 617	11,66
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал/ уставный капитал	413,50	461,732	11,66
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	2,89	2,786456	-3,73
Рыночная стоимость компании=	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	11 968,06	12 865,96	7,50

Таблица 44 – Прогнозный анализ ООО «Лорандж – Профи»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
R реализации=	прибыль от реализации / объем продаж	0,05	0,064	23,03
Оборачиваемость активов =	объем продаж / совокупные активы	1,86	1,95	5,32
Доходность совокупных активов=	R реализации * Оборачиваемость активов	0,10	0,13	29,58

Окончание таблицы 44

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
Показатель использования собственных средств =	Совокупные активы / Собственный капитал	1,82	1,05	-42,27
Доходность собственного капитала =	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	0,18	0,13	-25,20
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	73,30	99,2	35,33
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	7219,00	7 813	8,23
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал/ уставный капитал	721,90	781,3	8,23
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	1,62	1,61	-0,52
Рыночная стоимость компании=	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	11 720,24	12 618,14	7,66

Таблица 45 – Прогнозный анализ ООО «Аура»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
R реализации=	прибыль от реализации / объем продаж	0,22	0,17	-17,64
Оборачиваемость активов =	объем продаж / совокупные активы	1,70	1,60	-5,71
Доходность совокупных активов=	R реализации * Оборачиваемость активов	0,37	0,29	-22,35
Показатель использования собственных средств =	Совокупные активы / Собственный капитал	4,31	2,92	-32,10
Доходность собственного капитала =	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	1,59	0,84	-47,28

Окончание таблицы 45

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	200,90	182	-9,41
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	1267,00	3 087	143,65
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал / уставный капитал	126,70	308,7	143,65
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	4,89	2,298987	-53,01
Рыночная стоимость компании=	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	6 199,08	7 096,97	14,48

Таблица 46 – Прогнозный анализ ООО «Волшебница»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
R реализации=	прибыль от реализации / объем продаж	0,00	-0,01	
Оборачиваемость активов =	объем продаж / совокупные активы	11,27	13,61	20,75
Доходность совокупных активов=	R реализации * Оборачиваемость активов	0,00	-0,26	
Показатель использования собственных средств =	Совокупные активы / Собственный капитал	2,86	3,49	22,23
Доходность собственного капитала =	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	0,00	-0,91	
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	0,00	-3,68	
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	222,00	109	-50,95

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал/ уставный капитал	5,41	2,65	-50,95
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	28,42	66,17	132,87
Рыночная стоимость компании=	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	6 308,62	7 206,52	14,23

Таблица 47 - Прогнозный анализ ООО «Имидж - Студия»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
R реализации=	прибыль от реализации / объем продаж	0,00014	0,06	41772,73
Оборачиваемость активов =	объем продаж / совокупные активы	1,30	1,31	1,32
Доходность совокупных активов=	R реализации * Оборачиваемость активов	0,00019	0,078	42325,97
Показатель использования собственных средств =	Совокупные активы / Собственный капитал	1,13	1,13	0,00
Доходность собственного капитала =	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	0,00021	0,089	42325,97
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	0,0040	1,84	45960,00
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	4699,00	5 160	9,81
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал/ уставный капитал	23,50	20,64	-12,15
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	0,38	1,218786	223,78

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
Рыночная стоимость компании=	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	1 768,82	6 288,93	255,54

Таблица 47 - Прогнозный анализ ООО «Оваль Роял Спа энд Бьюти»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
R реализации=	прибыль от реализации / объем продаж	-0,26	-0,34433	33,13
Оборачиваемость активов =	объем продаж / совокупные активы	1,38	2,063593	49,08
Доходность совокупных активов=	R реализации * Оборачиваемость активов	-0,36	-0,71	98,47
Показатель использования собственных средств =	Совокупные активы / Собственный капитал	-0,13	-0,09151	-28,61
Доходность собственного капитала =	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	0,05	0,07	41,68
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	-117,50	-53,71	-54,29
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	-25603,00	-27 324	6,72
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал/ уставный капитал	-2560,30	-2732,37	6,72
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	-0,17	-0,19382	12,83
Рыночная стоимость компании=	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	4 397,90	5 295,79	20,42



Таблица 48 - Прогнозный анализ ООО «Руслан и Людмила»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
R реализации=	прибыль от реализации / объем продаж	0,0503	-0,15858	-415,01
Оборачиваемость активов =	объем продаж / совокупные активы	1,13	1,377097	22,01
Доходность совокупных активов=	R реализации * Оборачиваемость активов	0,057	-0,218	-484,35
Показатель использования собственных средств =	Совокупные активы / Собственный капитал	1,09	1,09922	0,98
Доходность собственного капитала =	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	0,06	-0,24	-488,11
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	15,50	-53,71	-446,52
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	2506,00	1 969	-21,43
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал/ уставный капитал	250,60	196,89	-21,43
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	1,01	1,409999	40,01
Рыночная стоимость компании=	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	2 523,77	2 776,15	10,00

Таблица 49 - Прогнозный анализ ООО «Бьюти Лук»

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
R реализации=	прибыль от реализации / объем продаж	0,05	-0,20043	-497,33
Оборачиваемость активов =	объем продаж / совокупные активы	1,45	1,904933	31,00
Доходность совокупных активов=	R реализации * Оборачиваемость активов	0,07	-0,38	-620,50

Окончание таблицы 49

Показатель	Формула	2018	Прогноз	Изменение, %
------------	---------	------	---------	--------------

Показатель использования собственных средств =	Совокупные активы / Собственный капитал	1,00	0,251129	-74,98
Доходность собственного капитала =	доходность совокупных активов * показатель использования собственных средств	0,07	-0,10	-230,22
Рентабельность уставного капитала	чистая прибыль / уставный капитал	13,60	-59,44	-537,06
Собственный капитал (чистые активы)	УК + ДК + РК + НП	1847,00	1 253	-32,18
Коэффициент отношения собственного капитала к уставному капиталу	собственный капитал/ уставный капитал	184,70	125,26	-32,18
Кратное балансовой стоимости собственного капитала	Рыночная стоимость срав.метод/собственный капитал	1,21	0,8524	-29,58
Рыночная стоимость компании=	Кратное балансовой стоимости * собственный капитал	2 235,76	1 067,72	-52,24

После произведенных расчетов, мы видим, что данное управленческое решение подходит далеко не всем компаниям.

Положительную динамику роста всех трех показателей показали ООО «Баттерфляй», ООО «Лорандж – Профи» и ООО «Имидж – Студия». Таким образом, данное управленческое решение. Положительно повлияет на величину прибыли, доходов и стоимости чистых активов, что в свою очередь приведёт к увеличению рентабельности, ликвидности, и тем самым увеличит стоимость компаний.

Есть ситуации, где стоимость компании якобы увеличилась, а чистая прибыль и чистые активы упали. Это происходит из-за коэффициента корреляции, который мы получаем из сравнительного подхода. По прогнозам мы увеличиваем себестоимости, а как мы описывали ранее, что все коэффициенты связаны между собой по данной сравнительной величине. Далее мы показатель себестоимости делим на коэффициент корреляции, тем самым получая расчетную величину стоимости компании. В нашем же случае увеличиваются расходы на рекламу. Увеличивая

себестоимость, а при увеличении числителя, мы всегда будет получать большую величину. Поэтому при расчете по методике Уолша, важно анализировать динамику всех показателей отчетности, чтобы принять грамотное и верное решение.

### Выводы по разделу три

Со стороны может казаться, что управление салоном красоты не сложная задача. Однако для того, чтобы, предприятие действовало эффективно требуется ответственный подход к делу, а также изучение внутренних и внешних факторов, которые влияют на положение на рынке и цену, по которой можно продать этот вид бизнеса. Так как мы знаем, что стоимость бизнеса напрямую связано с его успешностью.

Мы совершили оценку деятельности предприятий салонов красоты города Челябинска, используя традиционные подходы к оценке бизнеса.

Используя сравнительный подход, мы увидели, что данным подходе есть ряд преимуществ. Во-первых, методика расчета при сравнительном подходе достаточно проста, что позволяет управленце быстро и четко оценить состояние предприятия на сегодняшний день. Вторым преимуществом является то, что данный метод расчета оценки бизнеса подходит не только в качестве управленческих целей, но и может использоваться для расчета стоимостной оценки бизнеса при продаже.

Однако при оценке до сих пор главной сложностью является то, что нет открытых опубликованных данных по сделкам о продаже бизнеса. Тем самым осложняя работу при данном подходе на первоначальном этапе сбора информации.

Следующий рассмотренный нами подход — это затратный. Данный подход идеально подходит для быстрой оценки изменения показателей нашего бизнеса. Так же плюсом затратного подхода по отношению к сравнительному является то, что отчетность конкурентов, расположена в открытом доступе и мы легко можем сравнить свои результаты деятельности с ними. Помимо всех вышеупомянутых

плюсов, данный подход так же имеет ряд своих исключений. Данный подход расчета при оценке стоимости компании может применяться только, когда чистые активы имеют положительный результат. Поскольку в противном случае стоимость компании будет иметь отрицательную величину. Так же еще одним неблагоприятным событием является то, что предприятия малого бизнеса не в полном объеме могут отражать все свои активы и обязательства, тем самым искажая величину чистых активов предприятия.

Реализовав расчеты доходным способом, мы отметили, что если ставка по кредиту растет из года в год, то значит рискованность бизнеса возрастает, и тем самым падает стоимость компании.

Так же с точки зрения оценки бизнеса данный подход не может быть применим для предприятий, которые не имеют доходности, так величина стоимости так же будет иметь отрицательное значение. Однако для целей управленческих решений собственник бизнеса может использовать данный метод даже при отрицательной доходности, так как в любом случае он видит динамику изменений показателей, а это значит он сможет разработать грамотную политику по увеличению стоимости собственного бизнеса.

В данной разделе мы так же разработали рекомендации по управлению деятельностью малого бизнеса, а также адаптировали методику принятия управленческих решений К. Уолша для малого бизнеса

Оценка малого бизнеса является достаточно сложной, но интересной задачей. Для грамотной реализации всех подходов для оценки малого бизнеса необходима

Оценка малого бизнеса – это сложная и интересная задача. Для ее адекватного решения необходима адаптация существующих методик, глубокое знание бизнеса и отрасли, гибкий подход к применению оценочных методов.

А для повышения эффективности деятельности малого бизнеса необходимо высокая квалификация и опыт управленческого персонала, а также хорошие теоретические и практические знания по оценке стоимости бизнеса.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящем магистерском исследовании был проведен анализ существующих понятий и методов оценки стоимости бизнеса, рассмотрены основные проблемы при осуществлении расчета оценки малого бизнеса, предложены рекомендации по адаптации существующих методов для оценки деятельности субъектов малого бизнеса по критерию стоимости на примере салонов красоты города Челябинска.

В первом разделе данной работы были сделаны выводы о том, что изученные законодательные подходы имеют недостатки для оценки стоимости малого бизнеса в Российской Федерации. Оценщику при оценке стоимости бизнеса недостаточно определять реальную стоимость компании только одним из установленных методов оценки стоимости бизнеса. Необходимо вносить корректирующие операции в показатели расчетов каждого метода оценки или использовать комплексный подход с использованием всех возможных методов оценки стоимости предприятия.

Так же нами был произведен анализ рынка красоты Российской Федерации и города Челябинска. Результаты данного исследования указывают на заинтересованность инвесторов и увеличение спроса на услуги в сфере красоты. Таким образом, мы сделали вывод что, спрос на качественные услуги по оценке бьюти – бизнеса в будущем будет только увеличиваться.

Во второй главе, мы выполнили анализ финансовой отчетности и деловой активности девяти предприятий бизнеса красоты города Челябинск. И получили выводы о том, что 2018 году наблюдается спад показателей финансовой устойчивости и деловой активности у всех предприятий к уровню 2016 года. Данное падение финансовой устойчивости предприятий связано со снижением спроса. Нами так же отмечено, что снижение спроса в 2018 году могло быть вызвано падением реальных доходов населения.

Полный финансовый анализ первой группы предприятий показал, что все три общества имеют величину собственных оборотных средств больше нуля, и боль-

ше своих краткосрочных обязательств. Этот факт указывает нам на то, что предприятия в связи снижением спроса, смогли сохранить свое устойчивое финансовое состояние на рынке. Расчет финансового анализа второй группы предприятий показал, что большинство предприятий имеют положительные результаты деловой активности. Однако предприятия данной группы сильно зависимы от внешних источников, что отражается на показателях ликвидности баланса. Рассматривая группу компаний третьей группы, мы пришли к выводу что показатели деловой активности и рентабельности аналогично снижаются, однако, темпы снижения ниже, чем у первых двух групп.

В третьем разделе мы получили следующие результаты

Мы совершили оценку деятельности предприятий салонов красоты города Челябинска, используя традиционные подходы к оценке бизнеса. В настоящей главе мы рассмотрели расчет со стороны владельца бизнеса, а также со стороны оценщика и получили следующие результаты:

Сравнительный подход оценки имеет следующие преимущества:

- методика расчета при имеет достаточно простую форму, что позволяет владельцам бизнеса быстро оценивать финансовое состояние компании на сегодняшний день;
- расчет с помощью данного подхода может быть использован, как и при оценке бизнеса для управленческих целей, так и для расчета стоимостной оценки бизнеса при продаже.

Однако нами было замечено, что главной сложностью остается то, что нет открытых опубликованных данных по сделкам о продаже бизнеса. Тем процесс оценки бизнеса значительно усложняется на первоначальном этапе сбора информации.

Затратный подход идеально подходит для быстрой оценки изменения показателей бизнеса. Так же главным плюсом затратного подхода является доступность и открытость данных. Реализация подхода с целью оценки стоимости, возможна лишь тогда, когда чистые активы имеют положительный результат. Поскольку в

противном случае стоимость компании будет иметь отрицательную величину. Со стороны управления данный подход может использоваться при отрицательном значении, для понимания изменения темпов пророста и принятия управленческих решений.

Из результатов расчетов доходным способом, мы отметили бизнес рискованный и долго окупаемый, то ставка по кредиту растет, а в следствии падает стоимость компании.

С точки зрения оценки бизнеса данный подход не может быть применим для предприятий, которые не имеют доходности, так величина стоимости будет иметь отрицательное значение. Однако для целей управленческих решений собственник бизнеса может использовать данный метод при отрицательной доходности, так как он сможет разработать грамотную политику увеличению по доходности собственного бизнеса.

В завершении исследования, мы убеждены, что работа имеет прикладное значение и поможет всем заинтересованным лицам получать более обоснованные и точные представления о стоимости компаний, бизнесов и долевых интересов в них, а также принимать обоснованные управленческие решения с учетом их последствий на стоимость их бизнеса.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации – ред. от 16.12.2019// Консультант Плюс
- 2 Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации № 135 – ФЗ от 29 июля 1998 года, редакция, действующая с 1 марта 2015 года
- 3 Вашакмадзе, Т.Т. Подходы к оценке стоимости бизнеса / Т.Т. Вашакмадзе// Вестник РГГПУ – 2013 – №9 – С. 65 – 69
- 4 Головань, С.И. Бизнес – планирование и инвестирование: учебник/ С.И. Головань, М.А. Спиридонов – М.: Феникс, 2014 – 302 с.
- 5 Вайсман, А.М. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху: учебник/ А.М. Вайсман – М.: Экономика, 2015. – 371 с.
- 6 Асташова, Ю.В. Маркетинг в сфере fashion–индустрии: Опыт отраслевых лидеров / Ю. В. Асташова, М.А. Ваганов // Экономика и менеджмент инновационных технологий – 2017. – № 4. [Электронный ресурс] –Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/>
- 7 Информационный портал РБК [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/11195/>
- 8 Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99» №32н от 06.05.1999 – ред. от 06.04.2015// Консультант Плюс
- 9 Официальный сайт студии красоты Saigon – Spa [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://spasaigon.ru/>
- 10 Официальный сайт студии красоты Madam – Butterfly [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: [http://m-butterfly.ru/o\\_kompanii](http://m-butterfly.ru/o_kompanii)
- 11 Официальный сайт студии красоты L’orange [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.lorange.ru/>
- 12 Официальный сайт студии красоты Capsula [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://capsula74.ru/about/>



13 Постановление Правительства Российской Федерации «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» № 265 от 04.04.2016// КонсультантПлюс

14 Приходько, Р.В. Проблематика оценки малого предприятия в России/ Р.В. Приходько// Экономика и экологический менеджмент. – 2016 – №2 – С. 2 – 8

15 Грязнова, А.Г. Оценка бизнеса: учебник/ А.Г. Грязнова, М.А. Федотова – М.: Финансы и статистика, 2014 – 736 с.

16 Информационный портал СПАРК – Интерфакс [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.spark-interfax.ru/>

17 Информационный портал «2 ГИС» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://2gis.ru/chelyabinsk>

18 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/>

19 Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы статистики по Челябинской области [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: [https://chelstat.gks.ru/gross\\_regional](https://chelstat.gks.ru/gross_regional)

20 Информационный портал TEST – FIRM [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.testfirm.ru/>

21 Арцимеева, Д.В. Мировой рынок салонов красоты: глобальные тенденции и перспективы развития// Д.В. Арцимеева // Экономика и менеджмент организации– 2017. – № 2. [Электронный ресурс] –Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cosmetology-info.ru/6683/news>

22 Информационный портал Openbusiness.ru [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/special/project>

23 Нефедов, Ю.В. Построение методики оценки малого бизнеса и управления его стоимостью (на примере салонов красоты) / Ю.В. Нефедов, А.Ю. Родин // Имущественные отношения в Российской Федерации – 2015 – №8 – С. 7 – 25

- 24 Верховцева, Е.А. Оценка стоимости компании: эмпирические и теоретические аспекты/ Е.А. Верховцева, В.В. Гребеник // Науковедение – 2016 – №1 [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/>
- 25 Стровский, В.Е. Подходы и методы стоимости бизнеса в современных условиях / В.Е. Стровский, А.Х. Симонян // Известия Уральского государственного горного университета – 2014 – №1(33) – С.59 – 62
- 26 Учетова, И.С. Проблемы оценки организаций/ И.С. Учетова // Вестник МГУП им. Ивана Федорова – 2017 – № 14 – С.147 – 151
- 27 Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы учебно – методическое пособие / Алексеева М.М. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 248 с.
- 28 Колтуненко, К.В. Особенности маркетинговых коммуникаций в beauty-индустрии / К.В. Колтуненко // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий. – 2016. – №2. – С.61 – 64.
- 29 Медведева, Э.А. Продвижение салонов красоты посредством «Купонного Бизнеса» / Э.А. Медведева, С.И. Гулиева // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и Право». – 2014. – № 5–6. – С. 16–18.
- 30 Анализ рынка услуг парикмахерских и салонов красоты в [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru>
31. Алексеенко, И.В. Традиции BARBERSHOP / И.В. Алексеенко, А.И. Кукушкин // Экономика и современный менеджмент: теория и практик – 2014. – С. 221–226.
32. Алексеенко, И.В. Структура рынка бьюти-услуг / И.В. Алексеенко, А.А. Старовойтова // Проблемы современной науки и образования. – 2017. – № 9 (91). – С. 61 – 66.
- 33 Барташевич, Н.И. Методические подходы к оценке стоимости организаций/ Н.И. Барташевич Н.И. // Инновационное развитие экономики – 2014 – № 1 (18) – С. 22 – 25.

34 Мочулаев, В.Е. Расчет собственного оборотного капитала и учет его фактического значения при определении стоимости предприятия /В.Е. Мочулаев // Молодой ученый. – 2013 – №1. – С. 165 – 169.

35 Тюрин, А.И. Стоимость компании и пути ее повышения/ А.И. Тюрин// Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика – 2013 – № 2 – С. 319 – 326.

36 Дьяконова, С.Н. О необходимости оценки стоимости деловой репутации предприятий /С.Н. Дьяконова // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно–строительного университета – 2016 – № 2 – С. 21 – 25.

37 Ермакова, Е.А. Факторы, влияющие на стоимость непубличных компаний/ Е.А. Ермакова, П.В. Синичкин // Universum: экономика и юриспруденция – 2015 – №7 (18) – С.8

38 Корниенко, Б.И. Оценка стоимости предприятия с использованием метода дисконтированных денежных потоков в рамках доходного подхода/ Б.И. Корниенко// Концепт – 2015 – № 7 – С.86 – 90.

39 Рахматуллина, А.Р. Факторы, оказывающие влияние на оценку стоимости бизнеса/ А.Р. Рахматуллина, Р.Н. Серёмина // Наука XXI века: актуальные направления развития – 2016 – № 1(1) – С. 515 – 516.

40 Тишакова, А.А. Роль финансового анализа в оценке стоимости бизнеса/ А.А. Тишакова, Рахматуллина А.Р.// Наука XXI века: актуальные направления развития – 2016 – № 1(1) – С. 558 – 560.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Бухгалтерская отчетность салонов красоты города Челябинск

Таблица А.1 – Бухгалтерский баланс ООО "Оваль Роял Спа Энд Бьюти"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110	0	0	0	0	0
Основные средства	1150	13 322	9 676	6 051	3 639	2 561
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	1100	13 322	9 676	6 051	3 639	2 561
Запасы	1210	20	0	0	0	0
НДС по приобретенным ценностям	1220	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	577	183	692	597	708
Краткосрочные финансовые вложения	1240	0	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	104	105	65	44	13
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0	0	0
<b>Оборотные активы</b>	1200	701	288	757	641	721
<b>Активы всего</b>	1600	14 023	9 964	6 808	4 280	3 282
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310	0	0	0	0	0
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0
Добавочный капитал	1350	0	0	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	0	0	0	0	0
<b>Капитал и резервы</b>	1300	-14 016	-17 668	-22 048	-24 429	-25 603
Заёмные средства (долгосрочные)	1410	23 994	23 994	23 994	23 994	23 994
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	1400	23 994	23 994	23 994	23 994	23 994
Заёмные средства (краткосрочные)	1510	750	750	1 645	1 645	1 645
Кредиторская задолженность	1520	3 295	2 888	3 217	3 070	3 246
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	1500	4 045	3 638	4 862	4 715	4 891
<b>Пассивы всего</b>	1700	14 023	9 964	6 808	4 280	3 282

Таблица А.2 – Отчет о финансовых результатах ООО "Оваль Роял Спа Энд Бьюти"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110	7 975	7 194	5 385	5 739	4 543
Себестоимость продаж	2120	11 349	10 135	9 004	7 274	4 898
Валовая прибыль (убыток)	2100	0	0	0	0	0
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продаж</b>	2200	-3 374	-2 941	-3 619	-1 535	-355
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	2	0	0	0	0
Прочие доходы	2340	0	0	0	0	0
Прочие расходы	2350	683	625	690	772	749
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	2300	-4 059	-3 566	-4 309	-2 307	-1 104
Текущий налог на прибыль	2410	86	87	71	75	71
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	2400	-4 145	-3 653	-4 380	-2 382	-1 175

Таблица А.3 - Бухгалтерский баланс ООО "Бьюти Лук"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110	0	0	0	0	0
Основные средства	1150	0	0	0	0	0
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	1100	0	0	0	0	0
Запасы	1210	98	1 122	1 455	739	26
НДС по приобретенным ценностям	1220	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	8	6	24	574	597
Краткосрочные финансовые вложения	1240	0	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	62	37	43	246	1 231
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0	0	0
<b>Оборотные активы</b>	1200	168	1 165	1 522	1 559	1 854
<b>Активы всего</b>	1600	168	1 165	1 522	1 559	1 854

## Окончание таблицы А.3

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310	0	0	0	0	0
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0
Добавочный капитал	1350	0	0	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	0	0	0	0	0
<b>Капитал и резервы</b>	1300	153	1 158	1 515	1 552	1 847
Заёмные средства (долгосрочные)	1410	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	1400	0	0	0	0	0
Заёмные средства (краткосрочные)	1510	0	0	0	0	0
Кредиторская задолженность	1520	15	7	7	7	7
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	1500	15	7	7	7	7
<b>Пассивы всего</b>	1700	168	1 165	1 522	1 559	1 854

Таблица А.4 - Отчет о финансовых результатах ООО "Бьюти Лук"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110	510	2 308	3 518	2 001	2 696
Себестоимость продаж	2120	421	1 215	3 038	1 895	2 490
Валовая прибыль (убыток)	2100	89	1 093	480	106	206
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	2200	89	1 093	480	106	206
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0	0	0
Прочие доходы	2340	0	1	0	0	0
Прочие расходы	2350	35	88	91	69	70
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	2300	54	1 006	389	37	136
Текущий налог на прибыль	2410	0	1	34	0	0
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	2400	54	1 005	355	37	136

Таблица А.5 - Бухгалтерский баланс ООО "Волшебница"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110	0	0	0	0	0
Основные средства	1150	52	45	39	33	26
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	1100	52	45	39	33	26
Запасы	1210	363	135	99	133	224
НДС по приобретенным ценностям	1220	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	9	10	9	9	1
Краткосрочные финансовые вложения	1240	0	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	294	537	639	606	384
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0	0	0
<b>Оборотные активы</b>	1200	666	682	747	748	609
<b>Активы всего</b>	1600	718	727	786	781	635
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310	41	41	41	41	41
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0
Добавочный капитал	1350	143	143	143	143	143
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	0	0	48	48	38
<b>Капитал и резервы</b>	1300	184	184	232	232	222
Заёмные средства (долгосрочные)	1410	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	1400	0	0	0	0	0
Заёмные средства (краткосрочные)	1510	0	0	0	0	0
Кредиторская задолженность	1520	534	543	554	549	413
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	1500	534	543	554	549	413
<b>Пассивы всего</b>	1700	718	727	786	781	635

Таблица А.6 - Отчет о финансовых результатах ООО "Волшебница"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110	6 198	6 827	7 261	7 091	7 159
Себестоимость продаж	2120	6 041	6 670	7 076	6 954	7 026
Валовая прибыль (убыток)	2100	157	157	185	137	133
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продаж</b>	<b>2200</b>	<b>157</b>	<b>157</b>	<b>185</b>	<b>137</b>	<b>133</b>
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0	0	0
Прочие доходы	2340	0	0	0	0	0
Прочие расходы	2350	0	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	<b>2300</b>	<b>157</b>	<b>157</b>	<b>185</b>	<b>137</b>	<b>133</b>
Текущий налог на прибыль	2410	36	32	0	0	0
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Таблица А.7 - Бухгалтерский баланс ООО "Руслан и Людмила"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110	0	0	0	0	0
Основные средства	1150	1 737	1 623	1 623	1 623	2 035
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	<b>1100</b>	<b>1 737</b>	<b>1 623</b>	<b>1 623</b>	<b>1 623</b>	<b>2 035</b>
Запасы	1210	0	0	0	0	0
НДС по приобретенным ценностям	1220	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	0	0	0	0	0
Краткосрочные финансовые вложения	1240	0	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	393	631	754	541	693
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0	0	0
<b>Оборотные активы</b>	<b>1200</b>	<b>393</b>	<b>631</b>	<b>754</b>	<b>541</b>	<b>693</b>



## Окончание таблицы А.7

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Активы всего</b>	1600	2 130	2 254	2 377	2 164	2 728
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310	0	0	0	0	0
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0
Добавочный капитал	1350	0	0	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	0	0	0	0	0
<b>Капитал и резервы</b>	1300	2 047	2 079	2 143	1 947	2 506
Заёмные средства (долгосрочные)	1410	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	1400	0	0	0	0	0
Заёмные средства (краткосрочные)	1510	0	0	0	0	0
Кредиторская задолженность	1520	83	175	234	217	222
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	1500	83	175	234	217	222
<b>Пассивы всего</b>	1700	2 130	2 254	2 377	2 164	2 728

Таблица А.8 - Отчет о финансовых результатах ООО "Руслан и Людмила"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110	3 342	3 377	3 269	3 075	3 079
Себестоимость продаж	2120	3 389	3 564	3 562	3 241	3 031
Валовая прибыль (убыток)	2100	0	0	0	0	0
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	2200	-47	-187	-293	-166	48
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0	0	0
Прочие доходы	2340	82	218	319	200	120
Прочие расходы	2350	13	15	15	27	13
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	2300	22	16	11	7	155
Текущий налог на прибыль	2410	0	0	0	0	0
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	2400	22	16	11	7	155

Таблица А.9 - Бухгалтерский баланс ООО "Имидж-Студия"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110	0	0	172	336	0
Основные средства	1150	2 521	1 260	0	0	269
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	1100	2 521	1 260	172	336	269
Запасы	1210	4 951	5 802	4 976	5 086	5 024
НДС по приобретенным ценностям	1220	1	1	1	1	0
Дебиторская задолженность	1230	33	84	51	191	71
Краткосрочные финансовые вложения	1240	0	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	65	49	123	52	18
Прочие оборотные активы	1260	0	6	9	478	0
<b>Оборотные активы</b>	1200	5 050	5 942	5 160	5 808	5 113
<b>Активы всего</b>	1600	7 571	7 202	5 332	6 144	5 382
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310	250	250	250	250	0
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0
Добавочный капитал	1350	0	0	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	4 444	4 446	4 447	4 448	0
<b>Капитал и резервы</b>	1300	4 694	4 696	4 697	4 698	4 699
Заёмные средства (долгосрочные)	1410	2 470	2 470	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	1400	2 470	2 470	0	0	0
Заёмные средства (краткосрочные)	1510	0	0	0	81	0
Кредиторская задолженность	1520	407	36	635	1 365	683
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	1500	407	36	635	1 446	683
<b>Пассивы всего</b>	1700	7 571	7 202	5 332	6 144	5 382

Таблица А.10 - Отчет о финансовых результатах ООО "Имидж-Студия"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110	13 087	15 057	16 178	9 343	6 975
Себестоимость продаж	2120	2 094	3 070	3 812	1 384	6 787
Валовая прибыль (убыток)	2100	10 993	11 987	12 366	7 959	0
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	10 695	11 719	12 034	7 780	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	2200	298	268	332	179	188
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0	0	0
Прочие доходы	2340	0	0	0	0	0
Прочие расходы	2350	90	33	61	68	77
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	2300	208	235	271	111	111
Текущий налог на прибыль	2410	0	233	270	110	110
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	2400	8	2	1	1	1

Таблица А.11 - Бухгалтерский баланс ООО "Биланко"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110	1	0	0	0	0
Основные средства	1150	5 331	4 072	3 431	2 843	2 417
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	1100	5 331	4 072	3 431	2 843	2 417
Запасы	1210	9 615	10 698	13 228	9 945	1 691
НДС по приобретенным ценностям	1220	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	26 138	25 874	28 816	26 223	26 032
Краткосрочные финансовые вложения	1240	17 514	10 816	18 921	26 314	28 544
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	633	1 818	293	868	245
Прочие оборотные активы	1260	22	23	0	0	0
<b>Оборотные активы</b>	1200	53 922	49 228	61 258	63 350	56 512
<b>Активы всего</b>	1600	59 253	53 299	64 689	66 193	58 929
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310	200	200	200	200	200
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0

## Окончание таблицы А.11

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
Добавочный капитал	1350	0	0	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	47 340	46 877	51 257	52 271	44 518
<b>Капитал и резервы</b>	<b>1300</b>	<b>47 540</b>	<b>47 077</b>	<b>51 457</b>	<b>52 471</b>	<b>44 718</b>
Заёмные средства (долгосрочные)	1410	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	<b>1400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Заёмные средства (краткосрочные)	1510	0	0	0	3 146	3 227
Кредиторская задолженность	1520	11 714	6 222	13 232	10 575	10 984
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	<b>1500</b>	<b>11 714</b>	<b>6 222</b>	<b>13 232</b>	<b>13 722</b>	<b>14 211</b>
<b>Пассивы всего</b>	<b>1700</b>	<b>59 253</b>	<b>53 299</b>	<b>64 689</b>	<b>66 193</b>	<b>58 929</b>

## Таблица А.12 - Отчет о финансовых результатах ООО "Биланко"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110	64 992	63 418	54 961	41 099	20 482
Себестоимость продаж	2120	19 946	20 062	13 237	0	0
Валовая прибыль (убыток)	2100	45 046	43 356	41 724	41 099	20 482
Коммерческие расходы	2210	714	1 124	405	94	24
Управленческие расходы	2220	39 084	41 591	34 842	37 236	23 441
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>5 248</b>	<b>641</b>	<b>6 477</b>	<b>3 769</b>	<b>-2 983</b>
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0	0	0
Прочие доходы	2340	317	559	22	72	87
Прочие расходы	2350	1 913	1 663	2 119	2 827	4 857
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	<b>2300</b>	<b>3 652</b>	<b>-463</b>	<b>4 380</b>	<b>1 014</b>	<b>-7 753</b>
Текущий налог на прибыль	2410	0	0	0	0	0
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>3 652</b>	<b>-463</b>	<b>4 380</b>	<b>1 014</b>	<b>-7 753</b>

Таблица А.13 - Бухгалтерский баланс ООО "Баттерфляй"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110	0	0	0	0	0
Основные средства	1150	767	693	495	350	4 847
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	1100	767	693	495	350	4 847
Запасы	1210	1 814	2 967	2 408	2 389	3 392
НДС по приобретенным ценностям	1220	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	5 506	2 000	1 375	2 885	1 067
Краткосрочные финансовые вложения	1240	0	0	100	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	126	59	125	33	370
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0	0	0
<b>Оборотные активы</b>	1200	7 446	5 026	4 009	5 307	4 829
<b>Активы всего</b>	1600	8 213	5 720	4 504	5 657	9 676
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310	10	10	10	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0
Добавочный капитал	1350	0	0	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	6 468	4 574	3 145	4 125	4 125
<b>Капитал и резервы</b>	1300	6 478	4 584	3 155	4 135	4 135
Заёмные средства (долгосрочные)	1410	0	0	0	0	4 779
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	1400	0	0	0	0	4 779
Заёмные средства (краткосрочные)	1510	169	0	0	0	47
Кредиторская задолженность	1520	1 565	1 136	1 349	1 522	715
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	1500	1 735	1 136	1 349	1 522	762
<b>Пассивы всего</b>	1700	8 213	5 720	4 504	5 657	9 676

Таблица А.14 - Отчет о финансовых результатах ООО Баттерфлай"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110	19 670	17 491	16 282	18 245	14 584
Себестоимость продаж	2120	12 472	3 454	5 400	7 956	6 130
Валовая прибыль (убыток)	2100	7 198	14 037	10 882	10 289	8 454
Коммерческие расходы	2210	3 260	0	0	5 336	4 310
Управленческие расходы	2220	3 424	16 293	12 074	3 658	2 889
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	2200	514	-2 256	-1 192	1 295	1 255
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0	0	843
Прочие доходы	2340	1	1 413	94	0	0
Прочие расходы	2350	225	436	267	206	267
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	2300	290	-1 279	-1 365	1 089	145
Текущий налог на прибыль	2410	72	0	0	0	0
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	2400	218	-1 895	-1 429	980	0

Таблица А.15 - Бухгалтерский баланс ООО "Лоранж-Профи"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110	0	0	0	0	0
Основные средства	1150	2 111	1 496	891	548	576
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	1100	2 111	1 496	891	548	576
Запасы	1210	1 769	2 559	3 440	3 803	2 367
НДС по приобретенным ценностям	1220	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	656	1 182	2 843	2 489	4 080
Краткосрочные финансовые вложения	1240	0	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	901	1 171	373	698	594
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0	0	0
<b>Оборотные активы</b>	1200	3 326	4 912	6 656	6 990	7 041
<b>Активы всего</b>	1600	5 437	6 408	7 547	7 538	7 617
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310	0	0	0	0	0

Окончание таблица А.15

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0
Добавочный капитал	1350	0	0	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	0	0	0	0	0
<b>Капитал и резервы</b>	<b>1300</b>	<b>5 172</b>	<b>6 122</b>	<b>7 250</b>	<b>7 086</b>	<b>7 219</b>
Заёмные средства (долгосрочные)	1410	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	<b>1400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Заёмные средства (краткосрочные)	1510	0	0	0	0	0
Кредиторская задолженность	1520	265	286	297	452	398
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	<b>1500</b>	<b>265</b>	<b>286</b>	<b>297</b>	<b>452</b>	<b>398</b>
<b>Пассивы всего</b>	<b>1700</b>	<b>5 437</b>	<b>6 408</b>	<b>7 547</b>	<b>7 538</b>	<b>7 617</b>

Таблица А.16 - Отчет о финансовых результатах ООО "Лоранж-Профи"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110	10 321	11 170	12 751	12 002	14 090
Себестоимость продаж	2120	8 188	9 379	10 705	11 300	13 053
Валовая прибыль (убыток)	2100	2 133	1 791	2 046	702	1 037
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>2 133</b>	<b>1 791</b>	<b>2 046</b>	<b>702</b>	<b>1 037</b>
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0	0	0
Прочие доходы	2340	1 072	9	164	149	138
Прочие расходы	2350	188	278	306	304	344
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	<b>2300</b>	<b>3 017</b>	<b>1 522</b>	<b>1 904</b>	<b>547</b>	<b>831</b>
Текущий налог на прибыль	2410	103	122	176	111	98
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>2 914</b>	<b>1 400</b>	<b>1 728</b>	<b>436</b>	<b>733</b>

Таблица А.17 - Бухгалтерский баланс ООО "Аура"

Наименование показателя	Код строки	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<b>Актив</b>						
Нематериальные активы	1110		0	0	0	0
Основные средства	1150		0	1 095	1 187	806
Доходные вложения в материальные ценности	1160		0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	1170		0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180		0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190		0	0	0	0
<b>Внеоборотные активы</b>	1100		0	1 095	1 187	806
Запасы	1210		52	234	0	295
НДС по приобретенным ценностям	1220		0	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230		564	275	529	3 123
Краткосрочные финансовые вложения	1240		0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250		6	115	926	1 238
Прочие оборотные активы	1260		0	0	0	0
<b>Оборотные активы</b>	1200		622	624	1 455	4 656
<b>Активы всего</b>	1600		622	1 719	2 642	5 462
<b>Пассив</b>						
Уставный капитал	1310		0	0	0	0
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320		0	0	0	0
Добавочный капитал	1350		0	0	0	0
Резервный капитал	1360		0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370		0	0	0	0
<b>Капитал и резервы</b>	1300		-540	-671	-742	1 267
Заёмные средства (долгосрочные)	1410		0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420		0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450		0	0	0	0
<b>Долгосрочные обязательства</b>	1400		0	0	0	0
Заёмные средства (краткосрочные)	1510		0	0	0	0
Кредиторская задолженность	1520		1 162	2 390	3 384	4 195
Доходы будущих периодов	1530		0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550		0	0	0	0
<b>Краткосрочные обязательства</b>	1500		1 162	2 390	3 384	4 195
<b>Пассивы всего</b>	1700		622	1 719	2 642	5 462



Таблица А.18 - Отчет о финансовых результатах ООО "Аура"

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка	2110		0	0	3 929	9 290
Себестоимость продаж	2120		531	116	3 851	6 904
Валовая прибыль (убыток)	2100		0	0	0	0
Коммерческие расходы	2210		0	0	0	0
Управленческие расходы	2220		0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>		<b>-531</b>	<b>-116</b>	<b>78</b>	<b>2 386</b>
<b>Операционные доходы и расходы</b>						
Доходы от участия в других организациях	2310		0	0	0	0
Проценты к получению	2320		0	0	0	0
Проценты к уплате	2330		0	0	0	0
Прочие доходы	2340		0	0	0	0
Прочие расходы	2350		19	15	128	40
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	<b>2300</b>		<b>-550</b>	<b>-131</b>	<b>-50</b>	<b>2 346</b>
Текущий налог на прибыль	2410		0	0	21	337
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>		<b>-550</b>	<b>-131</b>	<b>-71</b>	<b>2 009</b>