

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт открытого и дистанционного образования
Кафедра «Современные образовательные технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
_____ А.В. Прохоров

Управление доходами и расходами предприятия
(на примере ООО «Три Кита»)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.03.02.2021.20889. ВКР

Руководитель работы
ст. преподаватель кафедры СОТ
_____ А.В. Савиновская

Автор работы
студент группы ДО–554
_____ А.М. Голованёва

Нормоконтролер
ст. преподаватель кафедры СОТ
_____ Е.Н. Бородина

Челябинск 2021

АННОТАЦИЯ

Голованёва А.М Управление доходами и расходами предприятия (на примере ООО «Три Кита»). – Челябинск: ЮУрГУ, 2021, ДО–554, 70 с., 23 ил., 28 табл., библиогр. список – 53 наим., 13 л. плакатов ф. А4.

Объектом исследования является ООО «ТРИ КИТА» и его деятельность.

Цель исследования – управление доходами и расходами предприятия ООО «Три Кита».

В работе исследованы понятие и состав доходов и расходов организации, рассмотрены методологические основы анализа доходов и расходов деятельности организации, определено информационное обеспечение анализа доходов и расходов организации, проведен анализ основных финансово-экономических показателей деятельности организации, проведен анализ доходов и расходов предприятия, разработаны рекомендации по увеличению доходов и снижению расходов предприятия, проведена оценка эффективности предложенных рекомендаций.

Результаты выпускной квалификационной работы имеют практическую значимость и могут применяться ООО «ТРИ КИТА» в ходе управления доходами и расходами организации.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	8
1.1 Понятие и состав доходов и расходов организации.....	8
1.2 Методологические основы анализа доходов и расходов деятельности организации.....	20
1.3 Информационное обеспечение анализа доходов и расходов организации.....	39
2 АНАЛИЗ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ООО «ТРИ КИТА».....	43
2.1 Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности организации.....	43
2.2 Анализ доходов и расходов предприятия.....	48
3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ДОХОДОВ И СНИЖЕНИЮ РАСХОДОВ ООО «ТРИ КИТА».....	55
3.2 Разработка рекомендаций по увеличению доходов и снижению расходов предприятия.....	55
3.3 Оценка эффективности предложенных рекомендаций.....	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	65
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	68

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день рыночная ситуация отражает важнейшее значение причинно-следственных связей. Данные связи напрямую зависят от процесса формирования доходов и расходов компаний Российской Федерации, от их оценки, прогнозирования и от обеспечения положительного результата прибыли.

Прибыль является одним из основных внутренних источников формирования ресурсов компаний, необходимых для обеспечения их текущей деятельности и дальнейшего развития. Рост доходов и расходов структур во многом влияет на темпы экономического развития страны, ее административно-территориальных единиц, рост социального благосостояния и повышение уровня жизни населения.

Для эффективной работы хозяйствующего субъекта менеджеры должны проводить анализ затрат с использованием системы показателей, характеризующих экономическую эффективность, позволяющих организациям контролировать структуру затрат и тем самым повышать конкурентоспособность продукции, а также обеспечивать обоснованность управленческих решений для дальнейшей рационализации результатов деятельности.

Актуальность темы исследования заключена в том, что анализу структуры расходов на сегодняшний день уделяется недостаточно внимания. Без структуры затрат предприятия непросто определить динамику показателей за определенный период времени, что, в свою очередь, поможет повысить методологическое обеспечение затрат хозяйствующего субъекта и сделать анализ действительно эффективным, системным и направленным на выработку действительно оптимальных управленческих решений.

Анализ затрат предприятий – это основа их прогнозирования. В современных условиях управления организацией необходимо в первую очередь стремиться увеличить до максимума доходы, обеспечивающие их развитие и дающие рабочим социальные гарантии. Минимизация и оптимизация затрат способствует не только росту прибыли, но и более эффективной организации трудового процесса. Категории расходов и доходов специфичны для каждого хозяйствующего субъекта, независимо от его вида деятельности, формы собственности и размера.

Вопросы экономического содержания доходов и расходов нашли свое отражение в трудах многих ученых, в частности И.А. Бланка, А.В. Герасименко, В.Д. Герасимовой, И.Г. Давыденко, Д.А. Ендовицкого, О.Е. Качковой, В.В. Ковалева, Ю.А. Лукаш, В.А. Одинцова, Т.В. Погодиной, Е.В. Русаковой, А.Н. Савиных и других. Это подтверждает актуальность вопросов формирования доходов и расходов для определения конечного финансового результата для обеспечения стабильности деятельности. Однако существует еще ряд вопросов, которые требуют более детального изучения.

Цель исследования – управление доходами и расходами предприятия ООО «Три Кита».

Целью исследования обусловлено выполнение следующих задач:

- исследовать понятие, состав доходов и расходов организации;

- рассмотреть методологические основы оценки доходов и расходов организации;
- исследовать информационное обеспечение анализа доходов и расходов хозяйствующего субъекта;
- дать основную характеристику деятельности ООО «Три Кита»;
- провести анализ основных финансово-экономических показателей деятельности организации;
- дать экономическую оценку доходов и расходов ООО «Три Кита».

Предметом исследования являются доходы и расходы ООО «Три Кита».

Объектом исследования является ООО «Три Кита» и его деятельность.

Для решения поставленных задач использованы следующие методы научного исследования: теоретический анализ научных литературных источников, синтез, обобщение, сравнение, абстрагирование, конкретизация, моделирование, наблюдение.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Понятие и состав доходов и расходов организации

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [8].

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) [9].

Постоянные затраты определяются как постоянные затраты, которые не изменяются по мере уменьшения или увеличения производства. Этот тип затрат напрямую связан с постоянными затратами в каждом периоде времени. Другими словами, они зависят не от объема производства, а от времени.

Переменные затраты – это те затраты, которые изменяются прямо пропорционально уменьшению или увеличению объемов производства. Основной особенностью переменных затрат является их исчезновение при остановке производства.

Так как многими учеными доход трактуется как разница между ценами продажи и покупки товара, то их ошибкой является то, что они не берут в расчет расходы, которые понесены на производство продукции.

«Понятие дохода как особой категории финансовых результатов рассматривалось в классической школе. Такие экономисты, как У. Петти, А. Смит уже исследовали доход в связи с факторами роста общественного богатства, процессом накопления капитала. Они видели источник дохода не в круговороте, а в производстве. Данные ученые тоже не полностью раскрыли сущность дохода, поскольку важным являются как входные ресурсы, так и информация на выходе» [16, с. 56].

На сегодняшний день, благодаря своей деятельности предприятия занимают главное место в экономике страны. Они существуют в тесной связи с каждым звеном национальной экономики, оказывают существенное влияние на развитие общества и на экономику страны в целом.

«Главной целью деятельности организации является получение прибыли, как необходимого условия его функционирования и дальнейшего развития, а также которую ставят перед собой владельцы, вкладывая свои средства в бизнес, поэтому управление доходностью является одной из важных задач менеджмента организации» [18, с. 54].

От результатов производственной, финансовой, а также коммерческой деятельности зависит финансовое состояние предприятия.

В рыночной системе прибыль занимает важное место, выступая в качестве основного мотива хозяйственной деятельности. Состоит система управления прибылью из ряда основных блоков, таких как:

- механизм управления;
- концепции управления;
- организация управления.

При совместном действии данных блоков обеспечивается получение доходов необходимой величины.

«Комплекс диагностических процедур доходов и расходов является стартовой фазой в развитии предприятия. Предприятие может и должно в своей хозяйственной деятельности использовать благоприятные факторы и преодолевать неблагоприятные факторы – условия для реализации своих интересов и задач» [39, с. 123].

«В современных экономических условиях для улучшения результатов деятельности компании, то есть повышения ее рентабельности, повышения финансовой устойчивости и конкурентоспособности, необходимо постоянно контролировать каждый аспект деятельности организации. Диагностические процедуры помогут выявить определенные недостатки, остановить их развитие и обеспечить стабильное функционирование хозяйствующего субъекта» [44].

В экономической литературе рассматриваются несколько теорий прибыли (рисунок 1).

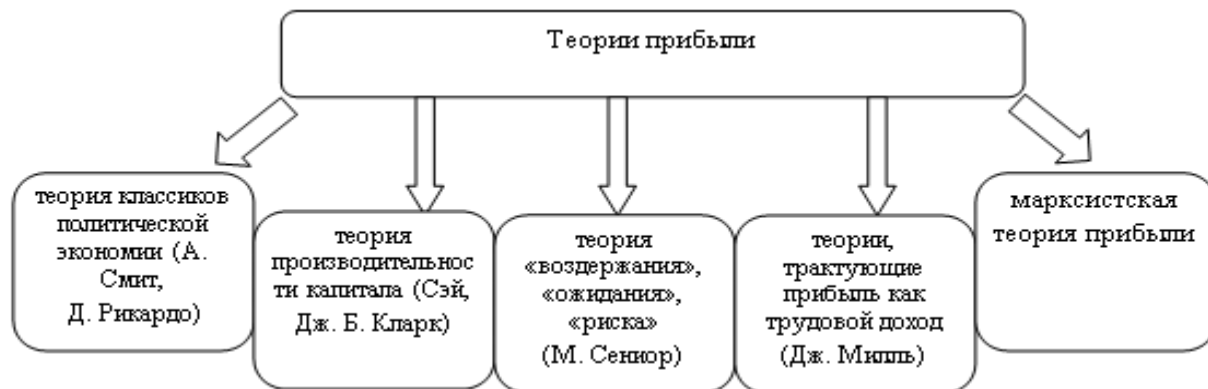


Рисунок 1 – Теории прибыли

Существуют следующие функции прибыли (рисунок 2).

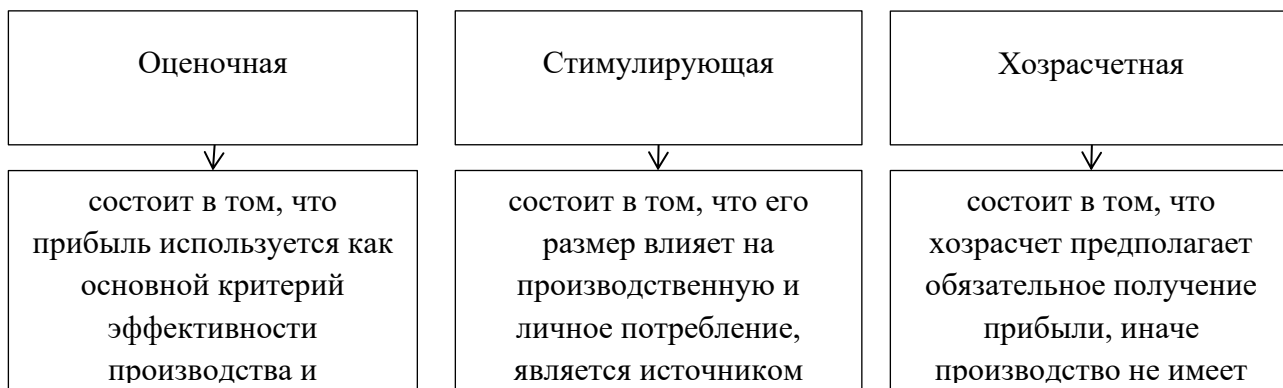


Рисунок 2 – Функции прибыли

«Финансовый результат представляет собой такую экономическую категорию, которая формируется постепенно в течение финансово-хозяйственного года от различных видов деятельности и выражается чистым доходом (прибылью), который остается у предприятия на собственные нужды. Чем бы ни занималось предприятие, цель получения прибыли всегда будет оставаться на главном месте, но цели и пути ее использования будут зависеть от потребностей управления предприятия» [35].

В условиях рыночной экономики все субъекты хозяйствования заинтересованы в получении больших доходов с наименьшими затратами. «Финансовый результат деятельности предприятия – разница между суммой доходов и связанных с ними расходов в соответствии с видом деятельности предприятия. В бухгалтерском учете результаты финансовой деятельности предприятия отражаются в Отчете о финансовых результатах» [28, с. 84]. Финансовый результат может быть как положительным, когда доходы превышают расходы – прибыль, так и отрицательным, когда расходы превышают доходы – убыток.

Формирование финансового результата предприятия представлено на рисунке 3.

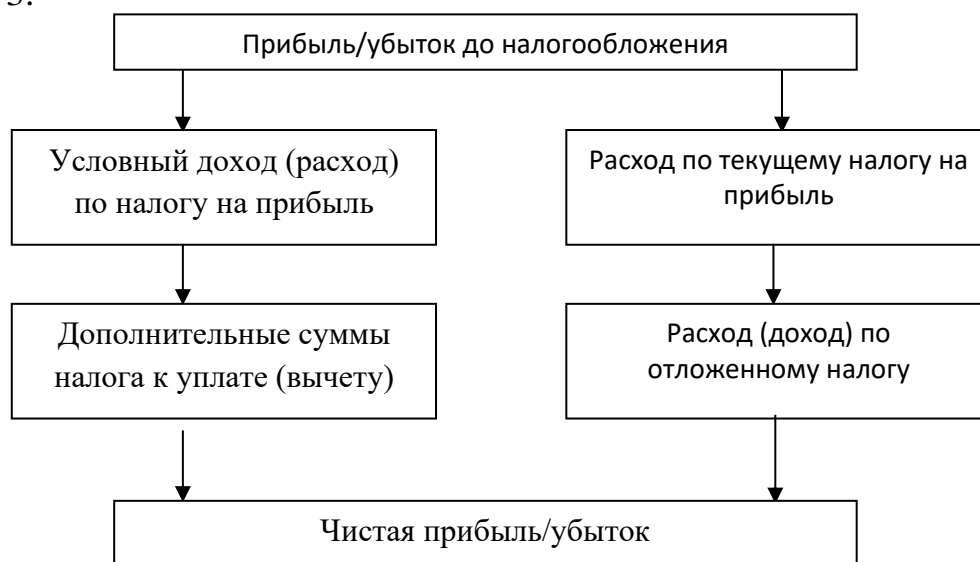


Рисунок 3 – Механизм формирования прибыли предприятия

На рисунке 4 представлены факторы, влияющие на формирование финансового результата предприятия.

Среди всех представленных направлений необходимо в первую очередь внимание уделить именно роли государства в улучшении структуры прибыли, так как это оказывает большое влияние на финансовый потенциал деятельности организации.

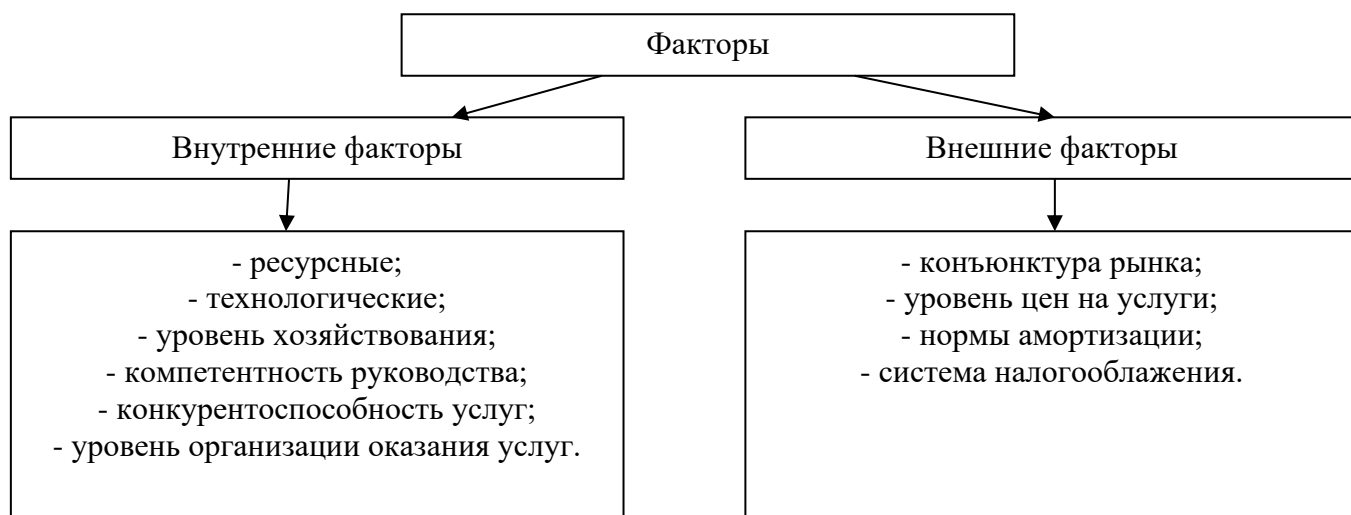


Рисунок 4 – Факторы, влияющие на формирование прибыли

«Основным показателем финансовых результатов является чистая прибыль организации, то есть прибыль, полученная после уплаты налогов государству. Этот вид прибыли остается в распоряжении организации и необходим для выплаты дивидендов акционерам или в качестве источника ее самофинансирования. Чистая прибыль, образовавшаяся после выплаты (начисления) дивидендов по привилегированным и обыкновенным акциям, образует нераспределенную прибыль. Он отражается в балансе как часть собственного капитала и может использоваться компанией самостоятельно» [20].

«Методики определения чистой прибыли является важным во время процессов оценки и прогнозирования прибыльности предприятия. Она предусматривает расчет финансовых результатов по видам хозяйственной деятельности и исчисляется в соответствии с принципом начисления и соответствия доходов и расходов, то есть как разница между суммой полученных доходов и понесенных для их получения затрат» [14, 21].

«Следует отметить то, что прибыль – это положительный, а убыток – отрицательный финансовый результат деятельности предприятия, который определяется на микроэкономическом уровне за отчетный период, характеризующийся приростом собственного капитала за счет превышения доходов над понесенными расходами, порядок признания которых законодательно урегулирован, научно обоснованный или самостоятельно установлен субъектом экономической деятельности» [33, с. 123].

Для того чтобы провести полноценную оценку прибыли, необходимо проанализировать влияние на прибыль внутренних и внешних экономических факторов, так как ее формирование происходит именно под их влиянием. В случае своевременного выявления воздействия каждого из факторов появляется возможность предсказать уменьшения и определить направления по увеличению прибыли.

«Прибыль – одна из форм чистого дохода в условиях развитых товарно-денежных отношений, которая выражает стоимость дополнительного и частично необходимого продукта, по своей величиной – это разница между продажной

ценой товара и затратами на его производство. Прибыль отражает преобразованную производную форму прибавочной стоимости» [41, с. 30].

Одним из основных внутренних факторов, который оказывает существенное влияние на прибыль организации, является структура его финансово-инвестиционных ресурсов.

«Все финансово-инвестиционные ресурсы характеризуются величиной; долей в общей сумме этих ресурсов; стоимости; степени использования при инвестиционной деятельности; доходами, полученными от инвестиций, профинансированных за счет этих ресурсов; рисками, генерируемыми при их использовании» [22, с. 86].

Этот показатель может быть использован для характеристики дополнительной прибыли, полученной при различных объемах ресурсов.

Поэтому для увеличения прибыли организации необходимо оптимизировать структуру финансовых и инвестиционных ресурсов.

«Что касается инвестиционных ресурсов, то следует отметить, что мнения ученых по этому вопросу разделились. Необходимо сделать выбор из тех потенциальных источников формирования прибыли, которые имеют наименьшую стоимость, и после этого, если их не хватает, те источники, которые остаются.

При оптимизации структуры источников формирования инвестиционной прибыли главное – не их объем, а структура уже сформированного капитала, которую следует соблюдать при привлечении новых ресурсов» [17].

«Следовательно, можно сделать вывод, что величина финансового потенциала инвестиционной деятельности предприятия будет больше при уменьшении средневзвешенной стоимости финансово-инвестиционных ресурсов и общей суммы рисков, связанных с использованием этих ресурсов в данном соотношении, и увеличении рентабельности собственных финансово-инвестиционных ресурсов посредством изменения структуры финансово-инвестиционных ресурсов» [31].

«Также к факторам, которые оказывают существенное влияние на прибыль организации, следует отнести инвестиционную политику субъекта хозяйствования, а именно подход к формированию финансово-инвестиционных ресурсов. Внутренними факторами можно считать опыт и навыки руководства предприятия, а также его финансовых менеджеров. Данный фактор весьма сложно определить в количественном смысле. Считается, что возможно его оценить при помощи исследования результатов решений руководства и финансовых менеджеров по использованию и привлечению финансово-инвестиционных ресурсов в предыдущих периодах, а также по средствам тестирования» [37].

«В зависимости от этих исследований каждым из работников, которые принимают решения в данной сфере деятельности предприятия, выставляются оценки.

Еще одним фактором, влияющим на прибыль компании, является ее кредитоспособность. Рост кредитоспособности влияет на способность

предприятия привлекать дополнительные финансовые ресурсы, которые могут быть использованы в ходе инвестиционной деятельности.

Следует также отметить, что прибыль напрямую зависит от эффективности операционной деятельности организации, поскольку прибыль, полученная от операционной деятельности, является одним из основных источников финансирования инвестиционной деятельности. Следовательно, чем больше сумма такой прибыли, тем выше финансовый потенциал инвестиционной деятельности» [10].

Амортизационная политика является еще одним внутренним фактором, оказывающим влияние на прибыль предприятия. «Количество, стоимость необоротных активов и метод начисления амортизации определяют величину одного из самых постоянных источников финансирования инвестиционной деятельности, которыми являются амортизационные отчисления» [19, с. 135].

Внешние факторы, влияющие на прибыль,, в отличие от внутренних, предприятие не способно изменить. Внешние факторы имеют зависимость от государственной политики в той или иной сфере, от конъюнктуры финансовых рынков, состояния экономики страны, отрасли, к которой имеет отношение данная организация и т. д.

Для роста прибыли субъектов хозяйствования государственной политике необходимо быть направленной на формирование благоприятного инвестиционного климата, предоставление иностранным инвесторам разнообразных льгот и др.

Итак, проведя анализ вышеприведенных внешних и внутренних факторов, можно отметить их значительное влияние на прибыль предприятий.

Все рассмотренные ранее внутренние и внешние факторы способствуют определяю величины прибыли организации.

Изменение данных факторов способно привести к росту либо к снижению прибыли.

«Проведение оценки прибыли организации не может быть осуществлена в полной мере без исследования влияния на прибыль внешних и внутренних экономических факторов, так как ее формирование происходит именно под их влиянием. Во время выявленное влияние факторов дает возможность предупредить снижение и поспособствовать определению способов увеличения прибыли» [25].

В условиях рыночной экономики значение прибыли существенно возрастает.

«Управление прибылью должно базироваться на определенном механизме, который является составной частью системы управления. Прежде чем рассматривать механизм управления прибылью необходимо раскрыть содержание термина «механизм». Термин «механизм» происходит из греческого языка, что в переводе означает «орудие», «машина». В научных экономических трудах этот термин приобрел широкого потребления с середины 60-х гг. XX в., Когда ученые начали исследовать вопросы функционирования «механизма экономической системы». В экономической литературе встречаются различные трактовки термина «механизм»» [17, с. 135].

«Механизм управления прибылью субъекта хозяйствования основанный на элементах, регулирующих процесс разработки и реализации управленческих решений, связанных с его формированием, распределением и использованием требует решение следующих задач» (рисунок 5).

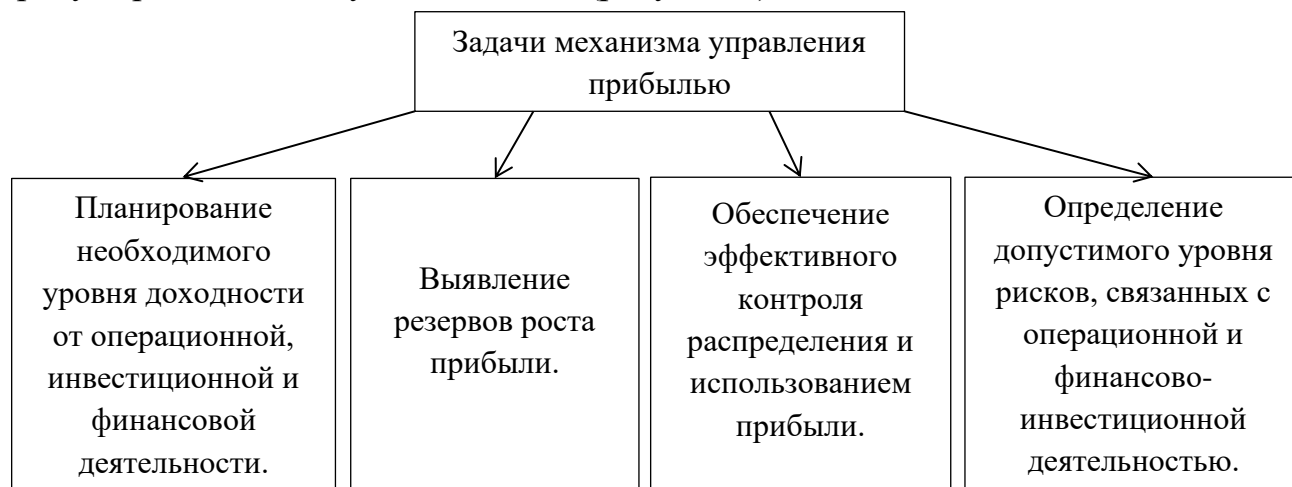


Рисунок 5 – Задачи механизма управления прибылью

К основным принципам, лежащим в основе управления прибылью относятся (рисунок 6)

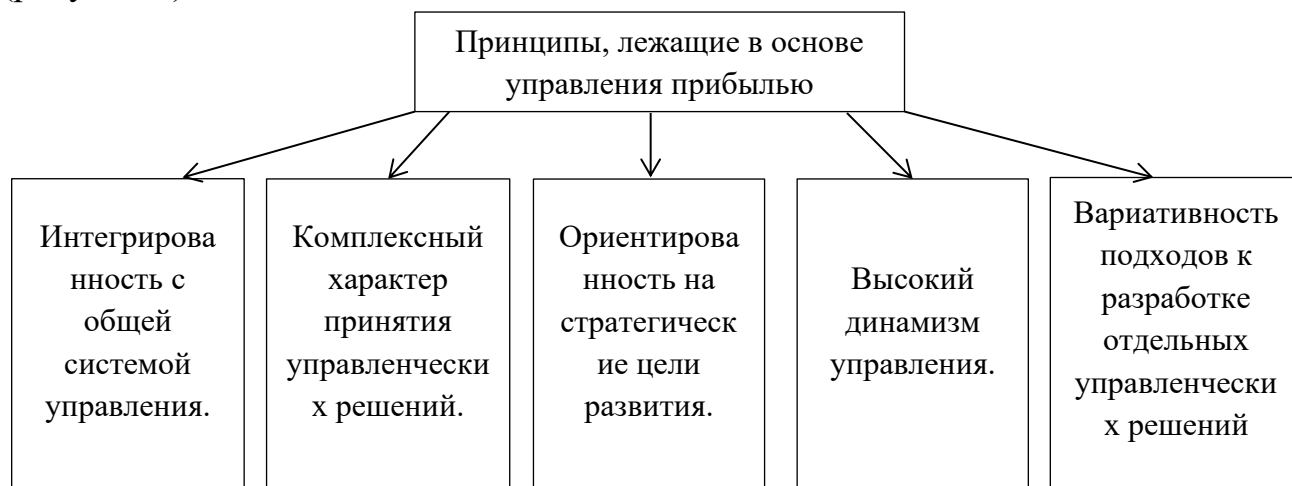


Рисунок 6 – Принципы, лежащие в основе управления прибылью

«Максимизация финансового результата создает финансовую основу для самофинансирования деятельности предприятия, осуществляя расширенное воспроизводства. В настоящее время существуют определенные противоречия в понимании категории «финансовый результат». Поэтому исследование определения сущности и понятия финансовых результатов является современным и актуальным».

«Финансовый результат предприятия отражает способность предприятия финансировать все виды своей операционной деятельности, постоянно поддерживать надлежащий уровень платежеспособности и инвестиционной привлекательности» [22].

В.З. Баликоев финансовый результат отождествляет с балансовой прибылью (или убытком) предприятия, состоящей из доходов (расходов) от других

реализаций и сумм внереализационных доходов (расходов) [19, с. 84]. Г.В. Савицкая определяет финансовый результат как прибыль или убыток, полученные в результате хозяйственной деятельности [34, с. 83].

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).

Э.Р. Рахматуллин финансовый результат отождествляет с балансовой прибылью (или убытком) предприятия, состоящей из доходов (расходов) от других реализаций и сумм внереализационных доходов (расходов) [48, с. 143]. А.Ф. Цугуй «определяет финансовый результат как прибыль или убыток, полученные в результате хозяйственной деятельности.

Чтобы определить финансовый результат предприятия необходимо определить размер доходов и расходов за отчетный период и сравнить их между собой. Итак, финансовый результат – это прибыль или убыток, который получает хозяйствующий субъект в результате своей деятельности.

Сейчас, в условиях постоянного развития и преобразований экономики РФ, остро стоит вопрос о необходимости формирования эффективной системы антикризисного управления предприятием» [39, с. 90].

Именно процесс возникновения кризисов на предприятии и связанные с этим трудности вызывают разработку системы антикризисного управления предприятием.

Классические подходы к определению понятия «прибыль» представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Классические подходы к определению понятия «прибыль»

Авторы	Определение прибыли
Мен Т.	Прибыль возникает во внешней торговле в результате продажи товаров за границей по более высоким ценам
Сэй Ж.Б.	Плата за услугу капитала и предпринимателя
Сениор Н.	Предпринимательский доход и процент
Кларк Д.Б.	Результат предпринимательской функции владельца капитала
Смит А.	Вознаграждение предпринимательской деятельности
Рикардо Д.	Источником прибыли является труд рабочих
Милль Дж.С.	Величина прибыли имеет тенденцию к снижению
Маркс К.	Доход капиталиста

В своих трудах некоторые исследователи трактовали прибыль, как вознаграждение за хранение, как страховую премию за риск, который имеет место в любой деятельности предпринимателя, а также трактовали прибыль как результат выявления законов менового процесса и стоимости, который возникает благодаря росту капитала со временем.

Например, применение в учете одного и того же субъекта хозяйствования положений различных балансовых теорий (статической, динамической и органической) приведет к разному отражению в финансовой отчетности, в

частности, балансе экономических результатов функционирования такого субъекта.

«Первой попыткой объяснения источника прибыли была теория меркантилистов, автором которой является Т. Мен. Он утверждал, что прибыль возникает во внешней торговле в результате того, что люди продают товары за границей по более высоким ценам, чем они их купили» [27, с. 79].

«Процесс эволюции прибыли как экономической категории менял подходы к ее сущности. Некоторые авторы ограничивались лишь количественным определением данной категории, которые не раскрывали ее экономической природы» [31, с. 70]. Следовательно, можно сделать вывод о том, что «прибыль – это общеэкономическая категория, представляющая собой часть дохода конкретного хозяйствующего субъекта, полученного под воздействием внутренней и внешней среды, а также уровня развития предпринимательства» [20, с. 107]. «Кроме того, прибыль выступает как разница между доходами, полученными от всех видов деятельности, и расходами организации, потраченными для получения этих доходов, и направляется для осуществления процесса расширенного воспроизводства» [22, с. 81].

«Основные функции прибыли.

1. Функция оценки – заключается в том, что она наиболее полно отражает уровень производства и дает оценку эффективности хозяйственной деятельности всего предприятия.

2. Стимулирующая функция – это стимулирующее влияние на рост эффективности деятельности организации.

3. Фискальная функция – подразумевает, что прибыль является источником отчислений в государственный бюджет и внебюджетные фонды» [15].

«Категория финансового результата является более широким понятием по сравнению с категорией прибыли, поскольку показатель прибыли представляет собой одну из двух форм (прибыль или убыток) отражения финансового результата хозяйственной деятельности предприятия. Финансовый результат характеризует качественные и количественные показатели экономической деятельности предприятия, а прибыль – положительное значение финансового результата, что свидетельствует о высокой эффективности хозяйственной деятельности и эффективном использовании капитала.

Отрицательное (отрицательное) значение категории финансового результата отражается в показателе ущерба, который указывает на низкий уровень или отсутствие экономических показателей, неэффективное управление ресурсным, производственно-экономическим потенциалом предприятия, неумелое использование имеющегося капитала, низкое качество работы руководства предприятия и так далее.

Финансовые результаты хозяйственной деятельности формируются постепенно в течение отчетного периода. Размер и характер прибылей и убытков за каждый период деятельности компании являются важнейшими итоговыми показателями ее работы» [11].

В рыночной экономике все хозяйствующие субъекты заинтересованы в получении больших доходов с наименьшими затратами. Разница между доходами и расходами является финансовым результатом хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Финансовый результат может быть либо положительным, когда доход превышает расходы-прибыль, либо отрицательным, когда расходы превышают доход-убыток. Под видом деятельности понимается совокупность сходных по экономическому содержанию хозяйственных операций. В свою очередь, прибыль от обычной деятельности делится на прибыль от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

«Определение финансовых результатов заключается в нахождении чистой прибыли (убытка) отчетного периода. Прибыль – сумма, на которую доходы превышают связанные с ними расходы; убытки – превышение суммы расходов над суммой доходов, для получения которых совершены эти расходы. Для определения финансовых результатов в бухгалтерском учете предполагается последовательное сопоставление доходов и расходов, осуществленных для получения этих доходов от всех видов деятельности» [28, с. 44].

«Существует еще один показатель, характеризующий финансовый результат – это прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг), поскольку наибольшую часть прибыли предприятия получают именно от производства и реализации продукции (работ, услуг) от основной деятельности. Он определяется как разница между чистым доходом и себестоимостью реализованной продукции (товаров, работ, услуг), административных расходов, расходов на сбыт. Под себестоимостью реализованной продукции понимают производственную себестоимость реализованной продукции (работ, услуг)» [31, с. 87].

«Величина финансового результата любого вида экономической деятельности предприятия (операционной, финансовой, инвестиционной, обычной) определяется как разница между суммой дохода и соответствующей суммой расходов, понесенных по соответствующему виду деятельности предприятия. То есть финансовый результат рассчитывается как разница между доходами и расходами по всем видам деятельности предприятия, уменьшенная на сумму начисленных налогов на прибыль.

Еще одним показателем, выражающим экономическую эффективность деятельности предприятия, является изменение величины собственного капитала, сформированного в ходе хозяйственной деятельности предприятия. Определенные изменения в размере собственного капитала могут произойти в результате определенных хозяйственных операций, осуществляемых на предприятии (безвозмездное поступление основных средств, переоценка внеоборотных активов и т. д.). Но они не будут связаны со стоимостью финансового результата, который определяется как разница между доходами и расходами, а лишь дополняют этот экономический результат» [18].

Несмотря на вышесказанное, «рассматривая экономическую сущность собственного капитала, необходимо отметить важнейшие характеристики капитала, которые заключаются в том, что он выступает в качестве основного фактора производства, характеризует финансовые ресурсы предприятия,

приносящие прибыль, используется в качестве основного источника формирования благосостояния его собственников, является основным показателем рыночной стоимости предприятия. Его динамика является важным показателем эффективности хозяйственной деятельности» [26].

На размер и структуру экономических результатов в значительной степени влияют модели бухгалтерского учета, используемые на предприятии. Например, применение различных балансовых теорий (статической, динамической и органической) к учету одного и того же хозяйствующего субъекта приведет к различному отражению в финансовой отчетности, в частности, в балансе экономических результатов функционирования такого субъекта.

«Размер финансового результата является основой, которая обеспечивает не только жизнеспособность предприятия, но и отражает уровень производительности, рентабельность хозяйственной деятельности, возможность количественного роста основных экономических показателей и характеризует потенциал устойчивого развития предприятия. Далее следует рассмотреть факторы, влияющие на величину финансового результата» [13].

«Факторы – это элементы, причины и условия, которые могут рассматриваться как движущие силы экономических явлений, происходящих и процессов, чье действие, наконец, находит отражение в уровнях, темпах роста, абсолютных величинах конкретных показателей или целой группы экономических признаков» [14, с. 121].

«Различают факторы 1-го, 2-го, ..., n-го порядка. Причем каждый последующий аккумулирует влияние факторов более низкого порядка. В экономическом анализе широко распространено понятие «показатель фактора». Это означает, что данный показатель можно рассматривать как фактор, определяющий значение другого показателя, но более высокого порядка. Поэтому, чем выше порядок рассматриваемого показателя, тем больше число факторов определяет его количественное значение» [17, с. 93].

К основным внутренним факторам, которые зависят от работы предприятия, относятся следующие:

- производительность труда работников предприятия;
- моральный и физический износ основных фондов (использование физически изношенных основных фондов, морально устаревшего оборудования не позволит предприятию рассчитывать на увеличение объемов производства и выпуск той продукции, которая отвечает современным требованиям).

«Внутрипроизводственные факторы являются первичными и основными факторами роста прибыли. С повышением эффективности использования именно этих видов ресурсов связана интенсификация производства, так как элементы процесса производства одновременно и в полном объеме участвуют в создании продукта, но по-разному в образовании его стоимости. Средства труда переносят свою стоимость на готовый продукт постепенно, но по мере износа, а предметы труда в живой труд – однократно» [48, с. 170].

Внешние факторы – это те, которые не зависят от работы предприятия. К ним относят:

- емкость рынка;
- развитие конкуренции;
- размер цен, устанавливаемых поставщиками;
- цены и тарифы на транспортные услуги, ремонтное, коммунальное хозяйства, энергоносители;
- развитие профсоюзного движения;
- регулирование государством деятельности предприятий;
- уровень инфляции, которая увеличивает риск обесценивания будущих доходов.

Итак, «экономические результаты отражают цель предпринимательской деятельности, ее доходность, и являются решающими для предприятия. Кроме его руководства и коллектива они интересуют вкладчиков капитала, кредиторов, государственные органы, фондовые биржи и тому подобное» [29].

«Прибыль является основным финансовым источником развития предприятия, научно-технического усовершенствования его материальной базы и продукции, всех форм инвестирования. Она служит источником уплаты налогов, но финансовый результат представляет собой более сложную экономическую категорию, которая требует углубленного изучения сущности, роли, особенностей формирования, распределения, использования финансовых результатов и их влияния на хозяйственную деятельность предприятия» [18, с. 49].

Таким образом, исследования показали, что теория происхождения финансовых результатов является предметом постоянного изучения, и большинство мнений являются эффективными для производственного процесса. Финансовый результат – это экономическая категория, которая формируется постепенно в течение финансово-экономического года из различных видов деятельности и выражается в виде чистой прибыли (прибыли), которая остается у предприятия для собственных нужд. Что бы ни делала компания, цель получения прибыли всегда будет оставаться на главном месте, но цели и способы ее использования будут зависеть от потребностей руководства компании.

1.2 Методологические основы анализа доходов и расходов деятельности организации

Для успешного развития любого предприятия необходимо изучать соотношение объемов сбыта продукции с затратами и прибылью, поэтому очень важным моментом в деятельности предприятия является выявление и количественное измерение влияния факторов на показатели прибыльности предприятия, поиск резервов роста рентабельности работы предприятия и обоснование и разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

«Диагностика финансово-хозяйственного состояния предприятия обусловлена насущной необходимостью: предприятие не может позволить себе вести дела, не имея представления о соотношении доходов и расходов, не зная факторов, которые позволяют достигать превышения доходов над расходами».

«Цель проведения анализа финансовых результатов – изыскание

дополнительных источников для их роста, не вовлеченных организацией в исследуемом периоде» [26, с. 47].

«Влияние важнейших факторов на изменение финансовых результатов проводится в следующей последовательности:

- а) влияние снижения объема выручки в действующих ценах на уменьшение размера операционной прибыли;
- б) влияние роста среднего размера торговой надбавки на прирост операционной прибыли;
- в) влияние роста затратноемкости на снижение размера операционной прибыли» [28].

«Но на практике имеет большое значение не только проведение количественно измеримого факторного анализа важнейших прибылеобразующих показателей, но и оценка участия каждой товарной группы (услуг) в их формировании за исследуемый период. Этому посвящен третий этап анализа финансовых результатов» [26, с. 52].

«Эффективность политики управления прибылью организации определяется не только результатами ее формирования, но и характером ее распределения – этому посвящен четвертый этап анализа прибыли» [14].

«На пятом этапе проводится анализ рентабельности. Рентабельность служит одним из важнейших оценочных показателей экономической и финансовой деятельности организации и отражает, насколько эффективно организация использует ресурсы в целях получения прибыли» [16].

«Наиболее распространенным показателем рентабельности организаций является отношение прибыли к выручке от продаж (выраженное в процентах), характеризующие удельный вес прибыли в общем объеме продаж» [22].

В.В. Ковалев рекомендует проводить анализ финансовых результатов в следующей последовательности:

«Основную часть прибыли организации получают от продаж продукции и услуг. Прибыль от продаж в целом по организации зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема продаж продукции, её структуры, себестоимости и уровня среднереализационных цен. Расчет влияния этих факторов на сумму прибыли можно выполнить способом цепной подстановки» [20, с. 59]

$$П = \sum[VP_{\text{Побщ}} \cdot Уд_i \cdot (Ц_i - С_i)], \quad (1)$$

где П – прибыль от продаж;

VP – объем продаж продукции;

Уд_i – структура продукции;

Ц_i – среднереализационные цены;

С_i – себестоимость продукции.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп, характеризующих: окупаемость затрат; прибыльность продаж; доходность капитала и его частей (рисунок 7).

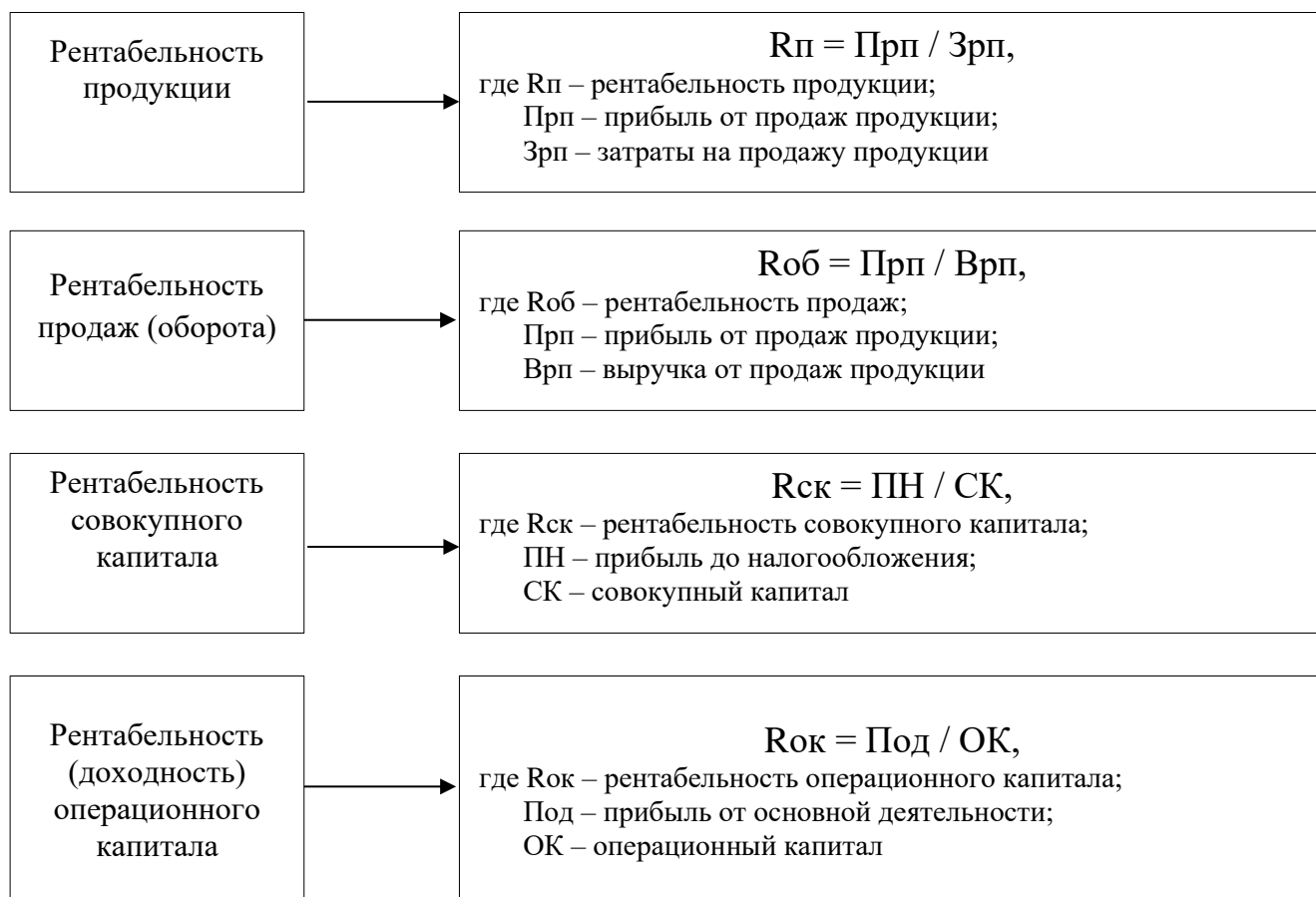


Рисунок 7 – Показатели рентабельности

Затем следует сделать факторный анализ рентабельности по каждому виду продукции.

Составим сравнительную таблицу методик (таблица 2).

«Проанализированные методики анализа финансовых результатов имеют свои особенности, однако в целом основаны на анализе динамики и структуры финансовых результатов, а также расчета показателей рентабельности и определении направлений использования прибыли» [17].

Таблица 2 – Сравнительная таблица методик анализа финансовых результатов

Направление анализа	Акулич М.В.	Шеремет А.Д.	Ковалев В.В.	Войтоловский Н.В., Калинина А.П. и Мазурова И.И.
«Анализ динамики и структуры финансовых результатов»	+	+	+	+
«Факторный анализ финансовых результатов»	+	+	-	+
«Оценка участия каждой товарной группы в формировании финансовых результатов»	+	-	-	-
«Анализ распределения прибыли»	+	+	+	-
«Анализ рентабельности»	+	+	+	+
«Оценка качества прибыли»	+	+	-	-
«Проведение классификации прибыли»	-	+	-	+
«Формирование показателей прибыли»	-	+	-	+
«Учет влияния инфляции»	-	+	-	+
«Анализ денежных потоков»	-	+	-	-
«Анализ прочих доходов и расходов»	-	-	+	-
«Определение резервов роста финансовых результатов»	-	-	+	-

«Проведя анализ учебно-методической литературы, в части вопроса аналитической оценки финансовых результатов обнаружили, что обычно ученые анализ этого объекта исследования осуществляют с следующим направлениям:

- оценка уровня, динамики и структуры финансовых результатов и показателей, которые формируют, то есть доходов и расходов;
- анализ финансового результата от операционной деятельности как основной деятельности предприятия;
- определение влияния основных факторов на формирование финансового результата субъекта хозяйствования;
- анализ показателей рентабельности» [14].

В.В. Ковалев рекомендует проводить анализ финансовых результатов в следующей последовательности.

1. Анализ прибыли от реализации продукции и услуг.

Основная часть прибыли организации поступает от продажи товаров и услуг. Прибыль от продаж в целом по организации зависит от четырех факторов первого уровня подчиненности: объема реализации продукции, ее структуры, себестоимости и уровня средних отпускных цен

Расчет влияния этих факторов на величину прибыли может быть выполнен методом цепной подстановки. Также необходимо проанализировать выполнение плана и динамику прибыли от реализации отдельных видов продукции, величина

которой зависит от трех факторов первого уровня: объема реализации продукции, себестоимости и средних отпускных цен.

2. Анализ прочих финансовых доходов и расходов

В ходе анализа изучаются состав, динамика, выполнение плана и факторы изменения суммы полученных убытков и прибыли для каждого конкретного случая.

3. Анализ прибыльности коммерческой организации.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп, характеризующих: окупаемость затрат; рентабельность продаж; рентабельность капитала и его частей.

В структуре широкого спектра показателей, используемых учеными и практиками для оценки рентабельности, можно выделить следующие блоки показателей: традиционные показатели, показатели с учетом рыночных индикаторов и с учетом рисков (таблица 3).

Таблица 3 – Показатели оценки финансового состояния

Наименование показателя	Формула
Рентабельность уставного капитала (<i>RORC – return on registered capital</i>)	Чистая прибыль/ уставной капитал
Рентабельность затрат (<i>I / C – income-to-cost ratio</i>)	(Прибыль до налогообложения/ Полная себестоимость проданных товаров)·100 %
Норма прибыли (<i>IS – income share</i>)	Масса прибавочной стоимости / (Постоянный капитал + Переменный капитал)
Чистый спрэд (<i>NS – net spread</i>)	средневзвешенные проценты по активами – средневзвешенные проценты по пассивам
Чистая процентная маржа (<i>NIM – net interest margin</i>)	(процентные доходы – процентные расходы)/активы·100 %
Общий доходность акций (<i>TSR – total share return</i>)	(Дивиденды+(цена продажи акции- цена покупки акции))/ цена покупки акции ·100 %
Чистая прибыль на одну акцию (<i>EPS – earnings per share</i>)	(чистая прибыль отчётного периода – дивиденды по привилегированным акциям, начисленные за отчётный период) / средневзвешенное число обыкновенных акций, находившихся в обращении в отчётный период
Соотношение цены и прибыли (<i>P/E – price-earnings ratio</i>)	цена акции/ прибыль на акцию
Отношение рыночной цены акции к ее балансовой стоимости (<i>P/B – price-to-book value</i>)	цена акции / общая балансовая стоимость активов компании
Экономическая добавленная стоимость (<i>EVA – Economic Value Added</i>)	чистая операционная прибыль после уплаты налогов – средневзвешенная стоимость капитала *
Скорректированная на риск рентабельность капитала (<i>RAROC – risk-adjusted return on capital</i>)	(чистая прибыль, с учётом затрат на хеджирование – ожидаемые потери вследствие эконом. риска) / капитал, резервируемый против совокупного нехеджированного риска
Рентабельность скорректированная на риск капитала (<i>RORAC – return on risk-adjusted capital</i>)	чистая прибыль до налогообложения / максимально возможный убыток в будущем или волатильность прибыли

Затем следует сделать факторный анализ рентабельности по каждому виду продукции.

4. «Определение резервов роста прибыли и рентабельности. Основные источники резервов увеличения суммы прибыли: увеличение объема продаж продукции, снижение её себестоимости, повышение качества продукции, реализация её на более выгодных рынках сбыта и т. д.» [24].

5. «Анализ использования прибыли. При распределении прибыли одна её часть в виде налогов и сборов поступает в бюджет государства и используется на нужды общества. Оставшаяся сумма – чистая прибыль – используется на выплату дивидендов акционерам организации, на расширение производства, создание резервного капитала и др.» [21].

Существует большое количество подходов к построению корпоративной системы анализа доходов и расходов организаций, структура которой определяется спецификой каждой из них. В целом такую систему предлагается строить в направлениях, указанных в таблице 4.

Таблица 4 – Система анализа доходов и расходов

Вид анализа	Сущность
Горизонтальный анализ доходов и затрат	Сравнение показателей отчетного периода с показателями предыдущего периода. Сравнение показателей отчетного периода с показателями аналогичного периода прошлого года. Сравнение показателей с рядом предшествующих периодов
Вертикальный анализ доходов и затрат	Структурный анализ по сферам деятельности. Структурный анализ по видам операций. Структурный анализ налоговых платежей
Сравнительный анализ доходов и затрат	Сравнительный анализ показателей и отрасли в целом. Сравнительный анализ показателей с конкурентами. Сравнительный анализ показателей отдельных структурных подразделений и центров ответственности. Сравнительный анализ отчетных и плановых показателей
Анализ коэффициентов доходности и затратности	Показатели производительности труда. Рентабельность затрат Анализ точки безубыточности Валовая маржа Операционная маржа Доналоговая маржа Чистая маржа Рентабельность инвестиций Рентабельность активов Рентабельность собственного капитала

Итак, показателями производительности труда являются выработка и трудоемкость (таблица 5).

Следует отметить, что анализ структуры доходов и расходов может быть количественным и качественным. При количественном анализе определяются основные направления доходов и расходов, а при качественном анализе

определяется удельный вес каждого направления, в соответствии с которым может быть определена их величина в общем объеме доходов (расходов).

Таблица 5 – Показатели производительности труда

Показатель	Формула	Экономическое содержание
Выработка	$V = \frac{V}{T}$	V – объем произведенной продукции (в деньгах, норма-часах или натуральном выражении); T – время, пошедшее на изготовление данного объема продукции; V – выработка.
Трудоемкость	$TE = \frac{T}{V}$	V – объем произведенной продукции (в деньгах, норма-часах или натуральном выражении); T – время, пошедшее на изготовление данного объема продукции;
Рентабельность затрат	$P_z = \frac{\Pi}{C} \cdot 100\%$	P _з – рентабельность затрат; Π – прибыль от продаж; C – себестоимость.
Рентабельность продаж	$P_{\Pi} = \frac{\Pi}{B}$	P _п – рентабельность продаж; B – выручка.
Точка безубыточности	$TB = \frac{P_{\text{пост}}}{(C - P_{\text{пер.ед.тов.}})}$	TБ – точка безубыточности; C – цена; P _{пост} – расходы постоянные.
Валовая маржа	$BM = \frac{BP}{B}$	BM – валовая маржа; BP – валовая прибыль.
Операционная маржа	$OM = \frac{ПП}{B} \cdot 100 \%$	OM – операционная маржа; ПП – прибыль (убыток) от продаж.
Доналоговая маржа	$DM = \frac{ПР}{B}$	DM – доналоговая маржа; ПР – прибыль до налогообложения.
Чистая маржа	$CM = \frac{ЧП}{B}$	CM – чистая маржа; ЧП – чистая прибыль.
Рентабельность инвестиций	$PI = \frac{ПР}{СК_{\text{ср.ст.}} + ДО_{\text{ср.ст.}}}$	PI – рентабельность инвестиций; СК _{ср.ст.} – средняя стоимость собственного капитала; ДО _{ср.ст.} – средняя стоимость долгосрочных обязательств.
Рентабельность активов	$PA = \frac{ЧП}{A}$	PA – рентабельность активов; A – сумма активов.
Рентабельность собственного капитала	$PK = \frac{ЧП}{СК_{\text{ср.ст.}}}$	СК _{ср.ст.} – средняя стоимость собственного капитала;

Следует отметить, что анализ структуры доходов и расходов может быть количественным и качественным. При количественном анализе определяются основные направления доходов и расходов, при качественном – удельный вес каждого направления, по которым можно установить их значение в общих доходах (расходах).

После проведения анализа доходов и расходов организаций по укрупненным статьям более подробно изучается структура доходов или расходов,

формирующих статью, которая занимает наибольший удельный вес в их общем объеме. Предметом углубленного анализа должен быть длительный промежуток времени, например, год, с изучением тенденций внутри анализируемого периода.

«Для анализа динамики доходов и расходов определяется прирост значений показателей относительно прошлого периода и относительно плана. Особенно важно сравнение именно с плановыми показателями. Сопоставление только с предварительными показателями свидетельствует о низком качестве управления. Для выяснения статей доходов и расходов, которые больше всего влияют на изменение их объемов, необходимо определить степень влияния отдельной статьи на изменение общего объема» [15, с. 100].

При этом необходимо не только выявить факт и размер отклонения от плана или предыдущего периода, но и установить его причины. Поэтому важным инструментом анализа динамики показателей доходов и расходов является проведение факторного анализа изменений по каждой статье доходов и расходов. Это позволит определить степень влияния каждого фактора на показатель эффективности и объяснить существующие тенденции. В процессе детерминированного моделирования исследуемое явление или экономический показатель рассматривается с помощью прямых факторов.

«Сумму отрицательных воздействий конкретных факторов учитывают, как резерв возможного увеличения или уменьшения результативного показателя. Основными методами, используемыми для расчета величины влияния, есть методы цепных подстановок, абсолютных и относительных разниц» [15, с. 106].

«В отечественной науке и практике определенные факторные модели, позволяют проанализировать основные факторы, которые привели к изменению уровня процентных доходов и расходов. Но, кроме проанализированных моделей, существуют и другие разработки, позволяющие оценить степень влияния определенных факторов на изменения результативного показателя» [23, с. 59].

«Для общей оценки деятельности анализируемый период, осуществляет сравнение соответствующих доходов и расходов. Наличие зеркальных статей в доходных и расходных статьях отчета о прибылях и убытки дает возможность соотносить их значения и делать выводы об эффективности применения того или иного финансового инструмента в различных секторах рынка услуг» [25, с. 101].

В случае признания структуры доходов и расходов неудовлетворительной организация должна корректировать свою политику.

«К самым известным и наиболее распространенным инструментам анализа финансовой отчетности относится коэффициентный анализ. Коэффициенты позволяют определить взаимосвязи между различными элементами финансовой отчетности путем представления информации в удобной для обработки форме» [15, с. 104].

Однако этот инструмент анализа часто переоценивают или слишком часто используют. Следует помнить, что аналитическая ценность показателя зависит от наличия содержательной взаимосвязи между сопоставимыми статьями. Обращает на себя внимание взаимосвязь между коэффициентами, которые могут

нейтрализовать или дополнять друг друга. Кроме того, необходимо обязательно соотнести результат расчета с возможными причинами изменений.

При необходимости осуществления расчёта комплекса финансовых показателей используются определённые методики планирования.

Методики планирования в данном случае выступают в качестве приёмов, используемых при расчёте показателей.

В качестве основных методов планирования финансовых показателей выступают такие методики, как (таблица 6).

Таблица 6 – Методы планирования финансовых показателей

Название методики	Характеристика
Нормативная методика;	«При использовании нормативного метода осуществляется расчёт объёмов потребности субъекта хозяйственной деятельности в финансовых ресурсах и в их источниках, применяя при этом в качестве основы, заблаговременно рассчитанные нормативы и технико-экономические нормы. В качестве рассматриваемых нормативов выступают налоговые ставки, тарифные ставки по взносам и сборам, нормы амортизации, нормы потребности в объектах оборотных средств и т. д.»
Расчетно-аналитическая методика;	«При использовании расчетно-аналитической методики планирования финансовых показателей проводится процедура анализа достигнутых значений финансовых показателей, выступающих в качестве основы, а также анализируются индексы изменения этого показателя в течение планового периода в соответствии, с которым затем осуществляется расчет планового значения данного показателя».
Балансовая методика;	«При использовании балансового метода планирования финансовых показателей деятельности компании реализуется процедура формирования балансов, в результате чего обеспечивается присутствие взаимосвязи между имеющимися финансовыми ресурсами, и объемами потребности в этих средствах».
Методика оптимизации плановых решений;	«При использовании методики оптимизации плановых решений специалисты разрабатывают комплекс вариантов плановых расчетов, эта процедура реализуется для того, чтобы впоследствии осуществить выбор из этого набора разнообразных вариантов наиболее эффективный».
Метод экономико-математического моделирования.	«Суть процессов экономико-математического моделирования в рамках осуществления процедуры планирования финансовых показателей сводится к тому, что благодаря применению данной методики появляется возможность определить количественное выражение присутствующих связей между финансовыми показателями и факторами, которые обуславливают их значение. Указанная взаимосвязь может быть выражена путем использования экономико-математической модели».

Таким образом, финансовое планирование доходов и расходов представляет собой комплекс многомерных мероприятий, включающих определение размера и структуры активов и пассивов, денежных потоков, доходов и расходов,

потребностей и направлений использования финансовых ресурсов, источников их формирования, а также механизм оценки финансовой адаптивности и эффективности планируемых мероприятий с учетом тенденций внешней среды в формате реализации выбранной финансовой стратегии на определенный период.

Финансовое планирование доходов и расходов связано с производственным планированием предприятия. Таким образом, планируемые финансовые показатели должны основываться на планах по объему производства, номенклатуре товаров (услуг), себестоимости производства и т. д. И отражать необходимые финансовые предпосылки для успешной реализации этих планов.

Опыт функционирования успешных предприятий в рыночных условиях свидетельствует о том, что для обеспечения деятельности хозяйствующих субъектов на длительный период необходимо применять новые методы повышения эффективности системы управления предприятием. Одним из таких методов, который является необходимой составляющей процесса финансового планирования доходов и расходов, является бюджетирование, поскольку основой любого операционного или текущего финансового плана является система соответствующих бюджетов.

«В современных условиях отечественные предприятия сталкиваются с проблемой избытка информации и невозможности управления ею при принятии и реализации управленческих решений. Именно бюджетирование позволяет улучшить качество процесса управления путем группировки информации и проведения ее анализа для принятия эффективных управленческих решений руководства» [33, с. 319].

Финансовые и экономические службы на предприятиях занимаются составлением финансовых планов. Как правило, финансисты составляют планы на 1 год, разбивая по кварталам. В редких случаях, финансовые службы составляют планы на длительный срок (3–5 лет). Финансовые планы компаний состоят из определенных разделов. Рассмотрим каждый из разделов более подробно. В разделе «Доходы и поступления финансовых средств» финансовая служба планирует прибыль компании на определенный период, выделяет амортизационные отчисления, планирует прочие доходы компании за анализируемый период. При составлении финансовых планов необходимо уделить внимание расходам и отчислениям средств. Второй раздел плана показывает, каким образом происходит распределение прибыли в компании, отражает затраты на капитальные вложения.

Второй раздел плана показывает, как распределяется прибыль компании, отражает затраты на капитальные вложения и т. д. Финансисты в разделе кредитные взаимоотношения планируют, какие суммы кредитов от банков и других кредитных организаций будут необходимы компании, планируют расходы на погашение и уплату процентов. Также выделяют раздел, в котором освещены все взаимоотношения с бюджетом. В данном разделе анализируются налоги и другие платежи в бюджет, а также предприятия получают бюджетные ассигнации и эти суммы анализируются специалистами.

В последние годы наиболее актуальным становится применение следующих методов.

1. Нормативный метод [17, с. 109].
2. Метод процента от продаж.
3. Балансовый метод.
4. Бюджетное планирование.
5. Прогнозный метод [40, с. 157].

С помощью бюджетирования решают важные управленческие задачи, представленные на рисунке 8.



Рисунок 8 – Управленческие задачи, решаемые с помощью бюджетирования
Составные части бюджетирования представлены на рисунке 9.

«При детальном изучении рисунка 9, можно отметить, что бюджетирование стоит рассматривать как некую технологию для управления бизнесом на всех уровнях. Таким образом, бюджетирование обеспечивает достижение стратегических целей. Организации с помощью бюджетов на базе сбалансированных финансовых показателей могут достигать жизненно важных целей в своей деятельности» [41, с. 161]. Данная модель применима при краткосрочном финансовом планировании.



Рисунок 9 – Составные части бюджетирования

«В общем, анализ приведенных выше и других научных позиций по сущности финансового планирования доходов и расходов дает возможность сделать следующие выводы.

1. Чаще всего сущность указанной дефиниции рассматривается как некий управленческий процесс, заключающийся в формировании видения будущего развития компании в тактическом и стратегическом срезах.

2. Процесс финансового планирования доходов и расходов основан на установлении количественных и качественных параметров корпоративного финансового менеджмента, реализации определенных управленческих действий для их достижения и контроля над такими действиями.

3. Финансовое планирование доходов и расходов охватывает все без исключения стороны финансовой деятельности современного предприятия – от формирования капитала до его инвестирования.

4. Финансовое планирование доходов и расходов базируется на учете параметров внутренней среды предприятия и внешней финансовой среды.

5. Цели финансового планирования доходов и расходов выходят из корпоративной стратегии предприятия и имеют подчиненный характер по отношению к ней. То есть финансовое планирование доходов и расходов оказывает корпорации необходимый инструментарий для достижения целей финансовой стратегии, а с ней – и общей стратегии бизнес-единицы» [25, с. 87].

Рассмотрим контроллинг как комплексную систему поддержки управления компанией, которая направлена на то, чтобы координировать взаимосвязи систем менеджмента и контроля их эффективности.

Рассмотрим данное понятие глубже. Экономическое значение понятия контроллинга заключается в таких понятиях, как управлять и наблюдать. Данный термин впервые был применен в Америке, некоторое время спустя произошло распространение в Западную Европу, и лишь 1990-х гг. его активно стали применять на практике страны постсоветского пространства.

Контроллинг может обеспечивать информационно-аналитическую поддержку принятия решений в процессе управления организацией (предприятием, корпорацией, органом государственной власти), а также может выступать частью, которая приписывает принятие конкретных решений в рамках определённых систем управления.

«На сегодняшний день для изучения феномена контроллинга необходимо, в первую очередь, обращаться к вопросу становления теоретических основ и прикладных инструментов. Таким образом, можно получить сформированный взгляд на концепцию контроллинга. С научной точки зрения интересной является классификации организационных концепций контроллинга, которую предложил немецкий ученый Д. Хан. Данная классификация основывается на базе выделения особенностей и различий в американской и немецкой практике. Следует отметить, что в концепции выделены разграничения компетенций контроллинга и финансового менеджмента» [34, с. 91]. А также ученым выделено основное отличие указанных концепций – осуществление задач учета.

Американская концепция контроллинга включает в себя задачи внешнего (налогового) учета. А немецкая концепция контроллинга, как правило, направлена исключительно на задачи внутреннего учета. В немецкой концепции контролер выступает в качестве внутреннего консультанта. Термин контроллинг имеет английское происхождение, но он получил большее распространение в Европе, в то время как фундаментальная теоретическая концепция контроллинга была разработана немецкой школой. В Европе и Америке особое внимание уделяется управленческому учету, а научные разработки в области контроллинга носят довольно фрагментарный характер.

В таблице 7 представлена сравнительная характеристика стратегического и оперативного контроллинга.

Таблица 7 – Сравнительная характеристика стратегического и оперативного контроллинга

Ключевой признак	Стратегический контроллинг	Оперативный контроллинг
Концептуальная идея	Делать правильное дело	Делать дело правильно
Структурированность проблемы	Проблемы слабо структурированы	Проблемы хорошо структурированы
Временной горизонт	Долго- и среднесрочный	Преимущественно краткосрочные
Основные контрольные индикаторы	Потенциал успеха (доля рынка, рейтинговая позиция и т. д.)	Финансовые (прибыль, рентабельность, ликвидность)
Информационные источники	Преимущественно внешние	Преимущественно внутренние
Фокус процедур	Нацеленность на будущее (реализация потенциала)	Нацеленность на текущие результаты

Более наглядно структура контроллинга представлена на рисунке 10.

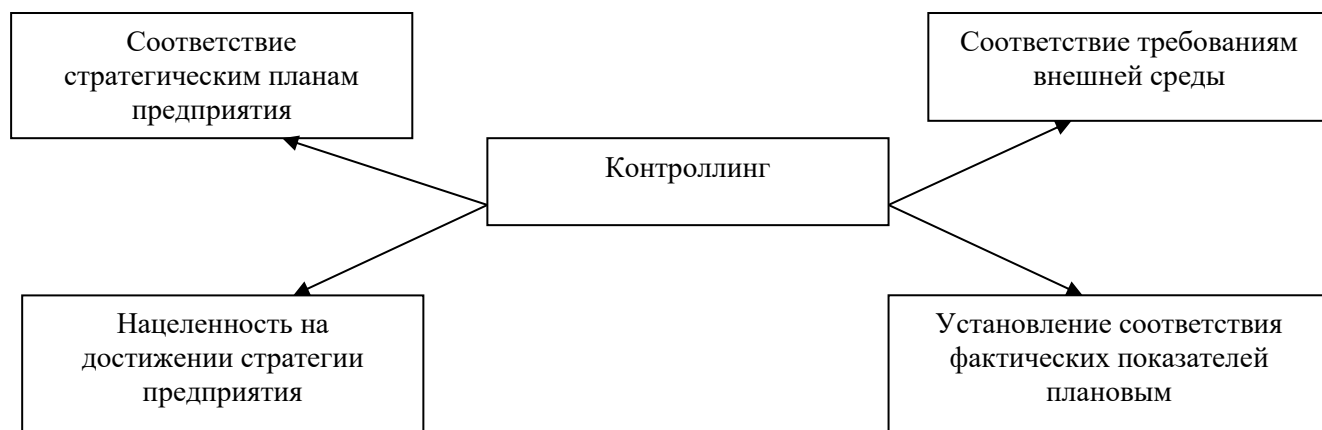


Рисунок 10 – Структура стратегического контроллинга на предприятии

«Составляющими финансовой стратегии предприятия являются: управление капиталом, управление активами, управление инвестициями, управление денежными потоками, управление прибылью и управление финансовыми рисками» [35, с. 91].

Как видим, со значительной степенью детализации указанные составляющие характеризуют ключевые функции, присущие финансам предприятий (корпоративным финансам). Ключевое отличие – выделение в качестве отдельного подвида финансовой стратегии управления финансовыми рисками.

К такой позиции следует относиться с определенной степенью скепсиса, поскольку современная концепция риск-менеджмента на микроуровне предполагает интегрированный подход, в котором процесс управления рисками «пронизывает» все без исключения управленческие уровни и сферы экономической деятельности субъекта хозяйствования.

Интересна позиция, которая освещена в работе Семенова Г.А., который утверждает: «... финансовую стратегию следует рассматривать как единство двух составляющих: обеспечительной (ресурсной) и основной (целевой)».

«Развивая эту позицию, авторы указывают, что ресурсная составляющая финансовой стратегии предприятия заключается в формировании капитала и решении различных задач в этой сфере» [49, с. 46].

Что касается основной (целевой) составляющей финансовой стратегии, то авторы считают, что ее компонентами являются стратегия обеспечения финансовой стабильности, налоговая стратегия, структурная стратегия, стратегия снижения финансовых рисков и др.

Таким образом, если выделение ресурсной составляющей финансовой стратегии вполне обоснованно, то необходимость выделения целевой составляющей слишком сомнительна. Авторы описывают различные взаимосвязанные аспекты финансовой деятельности современного предприятия, но ни в коем случае не отдельную составляющую финансовой стратегии. Например, мы можем рассматривать стратегию финансовой стабильности в качестве целевого компонента, поскольку финансовая стабильность также обеспечивается в процессе привлечения капитала.

«Механизм финансового планирования доходов и расходов должен быть построен на определенных принципах» [18, с. 74].

«Важной составной частью теории финансового планирования доходов и расходов является методология – совокупность сущностных подходов к процедуре осуществления финансового планирования доходов и расходов, в распоряжении теории и практики, а также вариантов осуществления этого процесса» [16, с. 22].

«Определяя методы планирования, необходимо пояснить, что это определенные способы и приемы плановых расчетов.

К таким методам относят:

- экономический анализ;
- расчетно-аналитический анализ;
- нормативный анализ;
- балансовый анализ;
- анализ оптимизации плановых решений;
- экономико-математическое моделирование» [16, с. 28].

Успешное функционирование предприятия в рыночных условиях невозможно без планирования его деятельности. Основной особенностью планирования на микроуровне является то, что плановые и нормативные показатели определяются самим предприятием. В таких условиях необходимо знать объективные закономерности развития компании, обладать практическими навыками и соответствующими компетенциями для выявления и реализации внутренних резервов успешной реализации производственных и финансовых программ. Это может быть достигнуто путем проведения экономического анализа. Различные виды экономической деятельности предприятий в экономическом анализе изучаются с разных сторон по совокупности показателей.

«Отдельные стороны хозяйственной деятельности предприятий отражают показатели по следующим группам:

- производство валовой и товарной продукции;
- отдельные расходы и себестоимость продукции;
- обеспеченность предприятия производственными ресурсами и уровень их использования (трудовые ресурсы, предметы труда, основные средства);
- финансовые результаты, в частности, прибыль и рентабельность;
- финансовое состояние предприятия;
- капитальные вложения» [23, с. 89].

Применение балансового метода на предприятиях обосновано их особенностью и назначением. В частности, равенство результатов (баланс) показывает степень взаимного влияния взаимодействующих факторов, отраженную соответствующими экономическими показателями. К основным методам финансового планирования доходов и расходов, которые уже используются на практике, все широко распространены на предприятиях, можно отнести и другие. В частности, этот метод является вычислительно-аналитическим.

По мнению зарубежных авторов Хиггинс Р., Этрилл П. процесс финансового планирования доходов и расходов на предприятии включает в себя несколько этапов.

Наглядно данные этапы представлены на рисунке 11.

«Функционирование как отечественных, так и зарубежных предприятий в рыночных условиях предопределяет необходимость в процессе планирования рассматривать совокупный эффект от инвестиционных и финансовых решений, изучая события, которые могут повредить эффективному функционированию предприятия и учесть их в финансовом управлении, разработать стратегии «Про запас», необходимые в условиях неожиданных ситуаций» [22, с. 122].



Рисунок 11 – Этапы финансового планирования доходов и расходов

«Финансовое планирование доходов и расходов на предприятиях осуществляется на следующих принципах (рисунок 12):

- методическая обеспеченность (заключается в использовании широко известных методик финансового планирования доходов и расходов на основе использования отечественного и зарубежного опыта и применения информационных технологий);
- единство (обеспечивает взаимосвязь финансового плана по уже действующими на предприятии приложениями и показаниям);
- реальность (состоит в возможности выполнения финансового плана и составляется в соответствии с показателями предыдущих периодов)» [25, с. 85].



Рисунок 12 – Принципы осуществления финансового планирования доходов и расходов

«Также другими авторами предложены такие принципы:

- стабильность (обеспечивает постоянство показателей финансовых планов);
- последовательность (существует четко определенный алгоритм выполнения финансового плана и постепенное достижение плановых заданий);
- принцип обеспечения предприятия финансовыми ресурсами (состоит в обеспечении предприятия средствами существования в коротко-, долгосрочной перспективе и учитывается при составлении плана);
- принцип оптимизации остатка средств на счетах (остатки при выполнении плановых заданий должны использоваться рационально, то есть вложение временного свободных средств и обеспечение минимальной потребности в средствах для осуществления расчетов)» [23, с. 92].

«Следует отметить также, что отечественные ученые, кроме рассмотренных классических принципов, принимают во внимание общеэкономические

принципы: системность, эффективность, научность, целенаправленность, комплексность, оптимальность, сбалансированность, приоритетность, конкретность, самостоятельность, занятость, директивность, объективность, динамичность, риск и др. В зарубежной практике планирования могут встречаться и такие принципы планирования, как: принципы документального обеспечения, организованности, стандартизации, исчерпаемости, согласованности» [37, с. 88].

Понимание взаимосвязей планирования и финансовой стратегии в наиболее явном и понятном виде объясняется через концепцию целеполагания. В этом контексте наиболее распространенными являются следующие цели финансовой стратегии предприятия (таблица 8).

Финансовое планирование доходов и расходов формирует видение будущего развития бизнес-единицы в условиях волатильности внешней финансовой среды предприятия и противоречий, присущих его внутренней среде.

«Финансовое планирование доходов и расходов оказывает в менеджменте корпораций широкий инструментарий влияния на финансовую и инвестиционную деятельность, и создает предпосылки для достижения промежуточных целей финансовой стратегии предприятия и общих целей и миссии» [36, с. 83].

Таблица 8 – Цели финансовой стратегии предприятия

Цель	Характеристика
Максимизация прибыли	Плановый рост чистой прибыли предприятия
Максимизация рыночной стоимости	Рост рыночной стоимости компании
Максимизация благосостояния акционеров	Своевременные планомерные отчисления дивидендов в пользу акционеров
Социальные цели бизнес-единицы	Социальная и корпоративная ответственность
Обеспечение финансовой устойчивости предприятия	Финансовая независимость, соотношение собственного и заемного капитала и т. д.
Обеспечение финансового равновесия предприятия	Снижение вероятности банкротства
Другие цели	Кредитоспособность, эффективность управления дебиторской задолженностью

«Что касается краткосрочного планирования, то бюджетирование не представляет собой универсальный метод избегания предпринимателями негативного влияния на результаты их деятельности кризисных ситуаций, но дает возможность сориентироваться в реально меняющейся среде и принять необходимые взвешенные управленческие решения, которые обеспечат оптимальные условия развития бизнеса при нестабильной экономике» [44, с. 99].

«Бюджетирование – это процесс согласованного планирования и управления деятельностью компании с помощью показателей, которые позволяют определить вклад каждого подразделения и каждого менеджера в достижение целей. Бюджет – это детализированный план деятельности организации, направленный на достижение целей организации» [52, с. 23].

Эффективность функционирования предприятий существенно влияет как на благосостояние собственников, потребителей, так и на экономическую ситуацию

в стране, наполняя государственный бюджет на основе их рациональной производственной, маркетинговой и финансовой деятельности.

Бюджетирование способствует достижению поставленных предприятиями целей – максимизации прибыли от всех видов деятельности на основе использования современных методов управления хозяйственной деятельностью.

Бюджетирование является непрерывным и циклическим процессом, который состоит из определенных этапов. Рассмотрим поподробнее этапы.

1. На подготовительном этапе организации проводят анализ деятельности предприятия и отражают исполнение бюджета за предыдущие периоды. Как правило, подготовительный этап отражает концепцию совершенствования и показывает план мероприятий. На данном этапе финансовые службы занимаются составлением прогнозов финансового состояния на будущий период, а также выделяются основные параметры бюджета, проводятся расчеты нормативов и показателей.

2. Следующим этапом является формирование, согласование и утверждение бюджета. Это реализуется на базе ранее подготовленных данных. На подготовительном этапе финансовые службы разрабатывают бюджеты, планы, сметы, а также подготавливаются расчеты различных показателей. Таким образом, конечные варианты являются итогом между различными уровнями управления, которые задействованы в процессе бюджетирования и принимают участие непосредственно на этапе формирования, согласования и утверждения бюджета. Согласовывают и утверждают сводный бюджет организации, опираясь на установленные регламенты.

3. На третьем этапе происходит непосредственно уже исполнение бюджета. На данном этапе в результате практического применения организации отражают показатели бюджета, которые являются уже фактическими.

4. На четвертом этапе организации сопоставляют плановый и фактический анализ исполнения бюджета. На данном этапе основной задачей является оперативно выявить отклонения фактических показателей бюджета от плановых, а также провести анализ и выявить причины, из-за которых возникли отклонения и принять соответствующие управленческие решения.

5. В случае выявления расхождений между планируемыми и фактическими показателями необходимо пересмотреть и скорректировать бюджет. Как правило, необходимо корректировать бюджет в тех случаях, когда возникают значительные отклонения фактических показателей от планируемых, а также когда происходят изменения экономической ситуации на рынке. Финансовые службы на предприятиях корректируют бюджет, опираясь на установленные регламенты и порядок.

6. На заключительном этапе происходит формирование и утверждение отчета об исполнении бюджета. В рамках данного этапа анализируются итоги исполнения бюджета, выявляется в целом эффективность бюджетной системы в организации. А также следует отметить, что руководством принимаются решения по совершенствованию процесса бюджетирования. Данный этап завершает период,

но в то же время становится и отправной точкой для планирования бюджета на следующие периоды.

«Так как бюджетирование рассматривается как управленческая технология финансовой деятельности предприятия, то процесс бюджетирования напрямую связан с управлением прибылью. Главной задачей по управлению прибылью является поиск путей ее рационального формирования, эффективного распределения и использования с целью направления ее на развитие деятельности предприятия и рост его рыночной стоимости» [53, с. 67].

Управление формированием прибыли предусматривает обеспечение ее максимизации, оптимальной пропорциональности между уровнем дохода и величиной приемлемого риска, обеспечение постоянного роста рыночной стоимости предприятия, поддержание высокого уровня конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе, обеспечение ликвидности и платежеспособности, поддержку инвестиционной привлекательности бизнеса.

Инвестиционная привлекательность бизнеса может быть достигнута только в том случае, если он эффективно управляет своими доходами и расходами, оптимизирует структуру оборотного капитала, повышает производительность труда и применяет сбалансированный подход к оценке эффективности на основе бюджетирования.

Бюджетирование требует комплексного подхода как к формированию, распределению, так и к рациональному использованию прибыли компании.

Целью финансового планирования доходов и расходов является обеспечение хозяйственной деятельности компании необходимыми источниками финансирования.

Таким образом, финансовое планирование доходов и расходов представляет собой комплекс многомерных мероприятий, включающий определение размера и структуры активов и обязательств, денежных потоков, доходов и расходов, потребностей и направлений использования финансовых ресурсов, источников их формирования, а также механизм оценки финансовой адаптируемости и эффективности планируемых мероприятий с учетом тенденций внешней среды в формате реализации выбранной финансовой стратегии на определенный период.

Финансовое планирование доходов и расходов связано с производственным планированием деятельности компании. Таким образом, планируемые финансовые показатели должны основываться на планах по объему производства, ассортименту товаров (услуг), себестоимости продукции и т.д. и отражать необходимые финансовые предпосылки для успешной реализации этих планов.

В целом следует обобщить, что управление устойчивым развитием предприятия является частью общей системы управления предприятием, обеспечивает воздействие на факторы, от состояния которых зависит результат деятельности управляемого объекта.

1.3 Информационное обеспечение анализа доходов и расходов организации

Бухгалтерский баланс является неотъемлемой частью системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности, которая способна удовлетворить информационные потребности различных категорий внутренних и внешних пользователей.

Принципы и качественные требования к формированию бухгалтерского баланса как компонента финансовой отчетности представлены в Федеральном законе «О бухгалтерском учете» [3].

«В современных научных исследованиях встречается отождествление принципов и качественных характеристик, предъявляемых к бухгалтерскому учету и финансовой отчетности в целом. Принципы бухгалтерского учета – это правила, которыми следует руководствоваться при измерении, оценке и регистрации хозяйственных операций и при отображении их результатов в финансовой отчетности» [16, с. 54].

В таблице 9 представлен состав бухгалтерской отчетности организаций.

Таблица 9 – Состав бухгалтерской отчетности организаций

Наименование	Содержание
Бухгалтерский баланс	Свод информации о стоимости имущества и обязательствах организации, представленный в табличной форме. Баланс состоит из двух разделов Актива и Пассива. Актив всегда должен быть равен Пассиву
Отчет о фин. результатах	«Бухгалтерский (финансовый) отчет, который показывает доходы, расходы, финансовые результаты экономического субъекта за отчетный период»
Отчет об изменениях капитала	«Отчёт, в котором раскрывается информация о движении уставного капитала, резервного капитала, добавочного капитала, а также информация об изменениях величины нераспределённой прибыли (непокрытого убытка) организации и доли собственных акций, выкупленных у акционеров»
Отчет о движении денежных средств	«Отчёт компании об источниках денежных средств и их использовании в отчетном периоде, прямо или косвенно отражая денежные поступления компании с классификацией по основным источникам и её денежные выплаты с классификацией по основным направлениям использования в течение периода»
Отчет о целевом использовании средств	«Документ, свидетельствующий об остаточных средствах на счетах предприятия после использования их в течение отчетного периода»

Цели следует разбить на две группы – связанные с управлением компанией и внешними пользователями. В частности, перечислить задачи оценки для внутреннего использования, необходимо указать, что они могут быть связаны с изменением финансовой политики компании, стабилизацией платежеспособности и финансовой устойчивости, предстоящей реорганизацией. Приводя задачи финансового анализа для внешних пользователей, рекомендуется указать, одобрение кредита, крупной сделки, инвестиций и т. д.

Инициаторы оценки. В этой части регламента рекомендуется отразить, что пользователи финансовой оценки отличаются в зависимости от ее цели.

По усмотрению финансистов компании в регламенте могут быть раскрыты различные методики оценки. Например, в этой части регламента может быть вписан: вертикальный анализ – оценка изменений структуры показателей;

горизонтальный анализ – оценка изменений показателей в разных периодах; факторный анализ – оценка влияния отдельных факторов на основные показатели деятельности компании.

Ответственные лица. В положении нужно указать подробно, кто должен собирать отчетность и документы с исходной информацией (не дольше определенного регламентом срока), кто будет обрабатывать эту информацию (при отсутствии автоматизированного учета вносить исходные данные в расчетные формы) и, кто должен формировать заключение по результатам проведенных расчетов. Это позволит оптимизировать оценку финансовой деятельности и снизить риск искажений данных, который возможен, когда оценку проводит один специалист (особенно в короткие сроки).

Периодичность проведения анализа. В этом разделе требуется указать, что комплексный анализ имущественного положения компании должен проводиться не реже одного раза в год. Оценка ликвидности и финансовой устойчивости – один раз в полгода или квартал (в зависимости от результатов предыдущей оценки).

Рекомендуется применяться такой зарубежный метод, как маржинальный анализ многономенклатурного производства продукции, работ и услуг подразумевает определение удельного веса отдельных видов продукции в получение прибыли, маржинального дохода, а также расчёт средств на возмещение постоянных затрат. Для этого вычисляют показатель удельного веса отдельных видов продукции в возмещение постоянных затрат и показателя вклада в получение прибыли. В последние годы компании в РФ динамично развиваются и, несмотря на кризисные явления в экономике многие смогли сохранить положительную динамику деятельности. Рассматривая состояние рынка, следует отметить, что в течение длительного времени сохранялась тенденция роста доходов различных сфер. Быстрые темпы развития информационных технологий привели к появлению конкуренции. Новые технологии меняют требования потребителей к качеству услуг, расширяется их спектр и область применения. Для усиления конкурентных позиций на рынке необходимо постоянно искать пути и способы внедрения новых услуг. Поэтому в современных условиях, особую актуальность приобретает проблема повышения эффективности продвижения услуг, так как необоснованные расходы могут привести к усложнению финансового состояния. Ориентация любой фирмы на удовлетворение существующих, а также будущих потребностей и желаний потребителей, желание своевременно выявлять тенденции развития рынка и продвигать на нем новые или усовершенствованные услуги побуждает его к становлению на инновационный путь развития.

Чтобы минимизировать риски, необходимо следить за меняющимся рынком, учитывать потребности потребителей, и обязательно, анализировать финансовые результаты предприятия и вести грамотную политику в части управления ресурсами и в принятии управленческих решений. Стабильные финансовые результаты формируются в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Установление его на определенную дату дает ответ на

вопрос, насколько правильно компания управляла финансовыми ресурсами, в течение отчетного периода. Но партнеров и акционеров интересует не процесс, а результат, то есть сами показатели финансовых результатов, которые можно определить на базе данных официальной публичной отчетности.

Конкурентная борьба на рынке диктует необходимость поиска новых способов продвижения. Похоже, операторы уже нашли выход, проводя постоянные акции и скидки для своих абонентов, тем самым приближая услугу к потребителю. Но этот метод начинает выживать сам по себе. Операторы сталкиваются с вопросом о том, как продолжать развивать свой бизнес, на что обращать внимание при разработке маркетинговой стратегии продвижения новых услуг. В свою очередь, это создает проблему выбора метода анализа финансовых результатов.

Среди всех этих направлений особое внимание следует уделить роли государства в улучшении структуры прибыли, поскольку это напрямую влияет на финансовый потенциал предприятий.

Услуги не имеют материально-вещественной формы, поэтому особое значение имеет четкое описание как самих услуг, так и выгод, которые может получить потребитель от их «приобретения». Современные потребители иногда скептически относятся ко многим инициативам специалистов по маркетингу, поэтому привлечь и удержать покупательский интерес к новой услуге достаточно сложно. Любая новая услуга находит свой путь к потребителю в первую очередь потому, что он чувствует в ней определенную потребность, осознавая это или нет. На рынке услуг система маркетинговых коммуникаций должна быть направлена на то, чтобы целевой потребитель получил специфическое послание, направленное именно для него с помощью всех имеющихся средств.

Выводы по разделу 1

Итак, расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).

Финансовый результат-это экономическая категория, которая формируется постепенно в течение финансово-экономического года из различных видов деятельности и выражается чистым доходом (прибылью), который остается у предприятия для собственных нужд. Что бы ни делала компания, цель получения прибыли всегда будет оставаться на главном месте, но цели и способы ее использования будут зависеть от потребностей руководства компании.

В рыночной экономике все хозяйствующие субъекты заинтересованы в получении больших доходов с наименьшими затратами. Разница между доходами и расходами является финансовым результатом хозяйственной и финансовой

деятельности предприятия. Финансовый результат может быть либо положительным, когда доход превышает расходы-прибыль, либо отрицательным, когда расходы превышают доход – убыток.

На сегодняшний день разработано множество разнообразных методик для проведения анализа итоговых результатов деятельности предприятия. Нами рассмотрены некоторые из них.

На основании представленных методик проведем анализ доходов и расходов во втором разделе данной работы.

2 АНАЛИЗ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ООО «ТРИ КИТА»

2.1 Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности организации

Организация ООО «Три Кита», г. Снежинск, зарегистрирована 23 марта 2012 года, ей были присвоены: ИНН 7459000174, КПП 745901001.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 13.

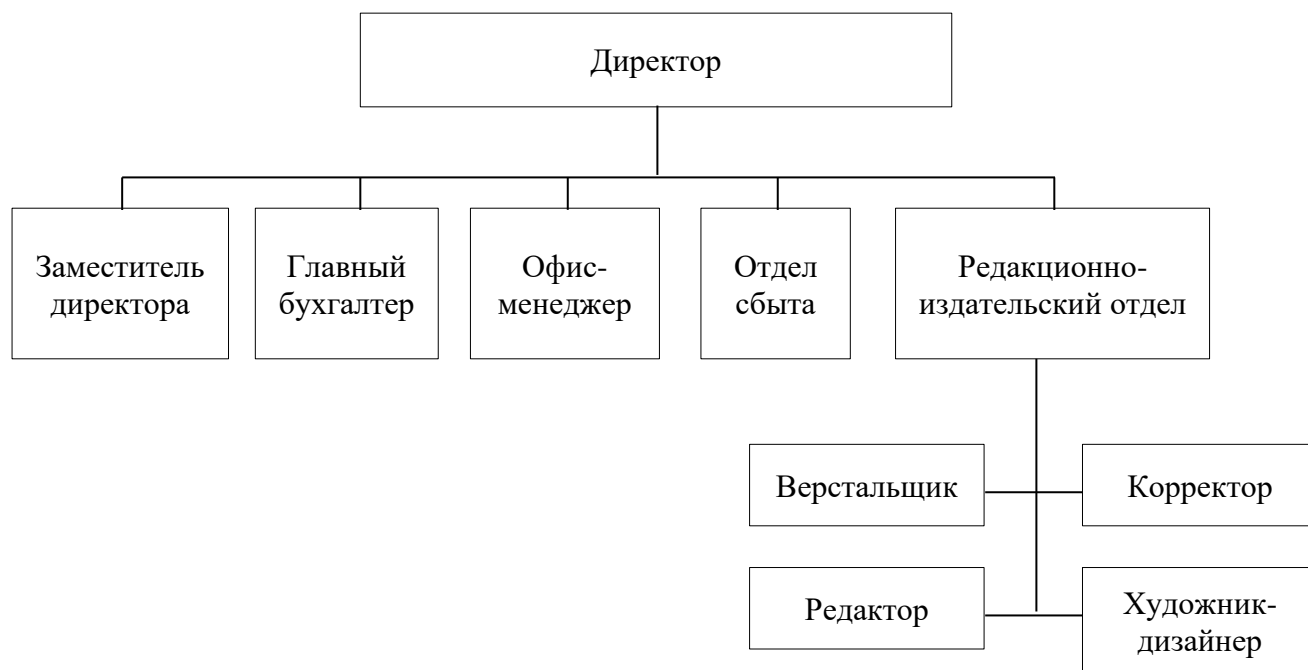


Рисунок 13 – Организационная структура ООО «Три Кита»

Генеральным директором предприятия является Торшина Наталья Владимировна. Организационно-правовая форма (ОПФ) – общества с ограниченной ответственностью. На сегодняшний день организация является действующей.

Кадровый состав компании – профессиональная команда, которая сложилась время работы предприятия с 2012 года. Непрерывное обучение, организованное на предприятии, позволяет идти в ногу со временем и новыми технологиями. Команда ООО «Три Кита» – это редакционно-издательский отдел, отдел сбыта и отдел опытных офис-менеджеров. Управлением предприятия занимаются директор и его заместитель.

Картина специализации компании по видам печати выглядит так (рисунок 14).

Таким образом, большая доля издаваемой продукции приходится на листовки, буклеты, плакаты (54 %), а также книги и журналы (31 %).

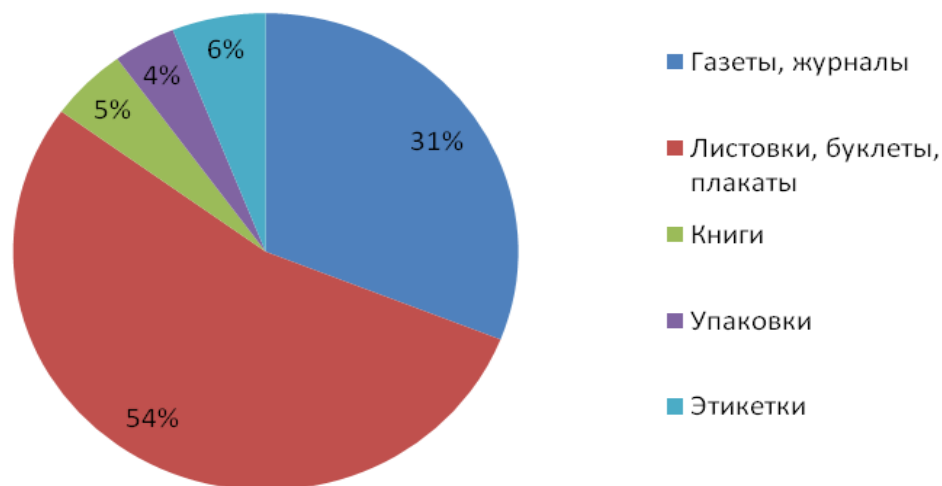


Рисунок 14 – Специализация компании ООО «Три Кита» по видам печати
Стратегические цели компании представлены на рисунке 14.

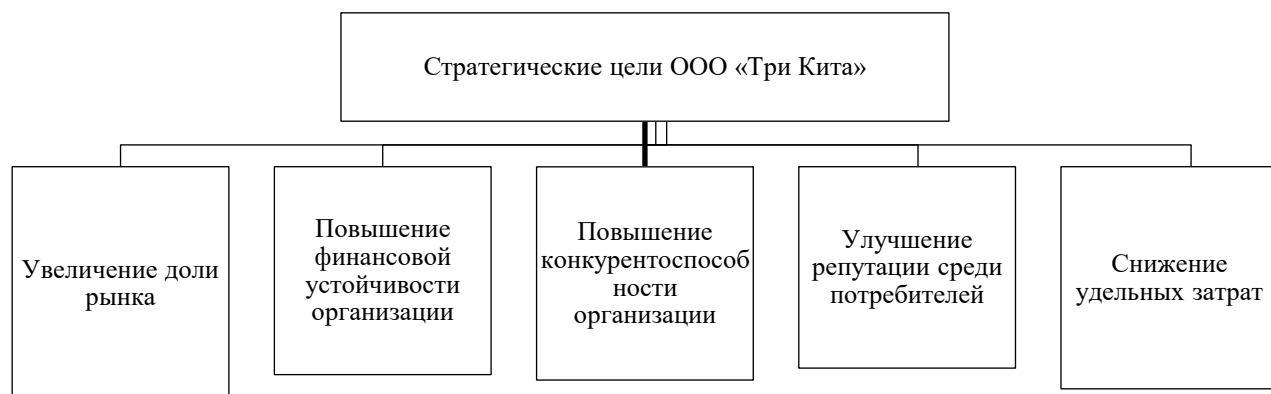


Рисунок 14 – Стратегические цели ООО «Три Кита»

Таким образом, главная стратегическая цель ООО «Три Кита» в будущие периоды – это развивать деятельность и расширять территорию обслуживания клиентов.

Проведем оценку финансовых результатов и основных финансово-экономических показателей деятельности ООО «Три Кита».

Исследуем финансовые результаты деятельности ООО «Три Кита» в 2018-2020 гг. (таблица 10).

Таблица 10 – Основные финансовые показатели деятельности ООО «Три Кита»

Наименование показателя	в тыс. руб.			
	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изм. 2020/2018 (+/-)
Выручка	4983	5083	4218	-765
Себестоимость	3429	2915	2033	-1396
Валовая прибыль	1554	2168	2185	631
Чистая прибыль	523	563	111	-412

Наглядно данные таблицы 10 представлены на рисунке 15.

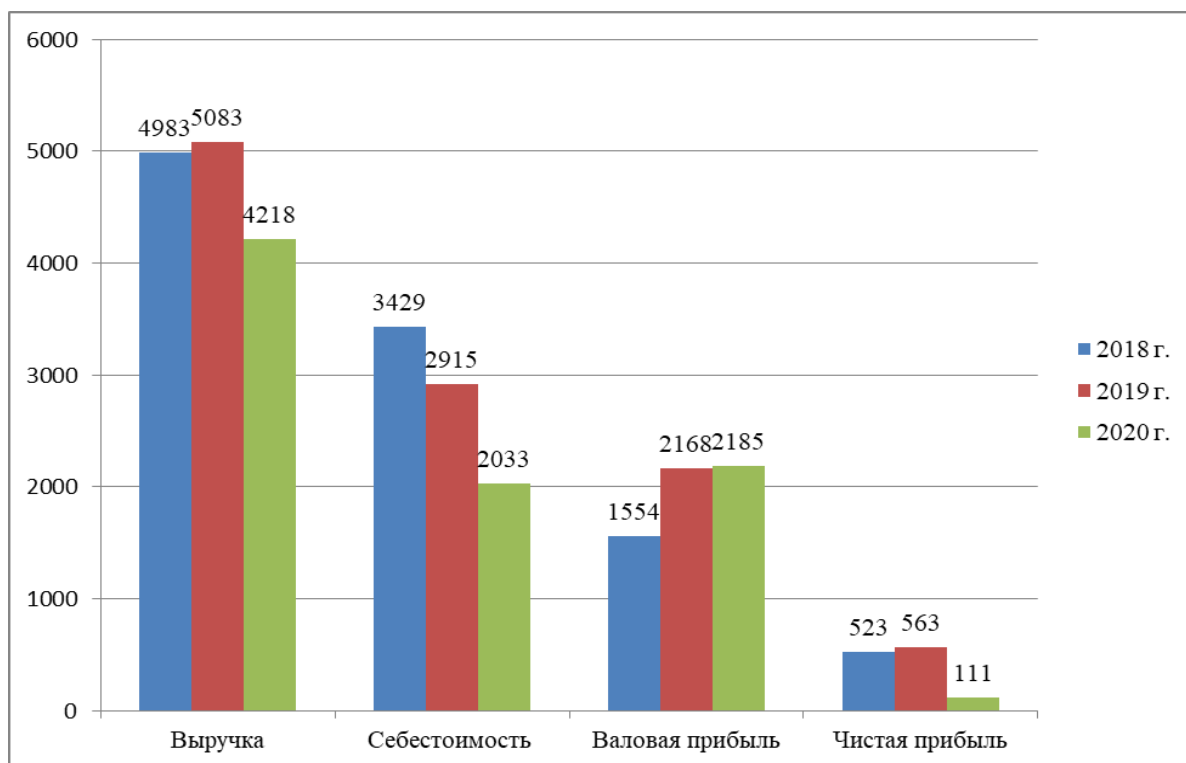


Рисунок 15 – Финансовые показатели деятельности ООО «Три Кита», тыс. руб.

Исходя из рисунка 15, мы наблюдаем снижение выручки от продаж на 765 тыс. рублей в 2020 году по сравнению с 2018 годом из-за снижения спроса на услуги, кроме того, наблюдается снижение себестоимости продукции на 1396 тыс. рублей в исследуемом периоде пропорционально снижению выручки. При этом валовая прибыль в 2020 году незначительно выросла по сравнению с 2018 годом на 631 тыс. рублей. Чистая прибыль снизилась за анализируемый период на 412 тыс. руб. в связи со снижением выручки.

Проведем оценку финансовой устойчивости ООО «Три Кита» (таблица 11).

Таблица 11 – Оценка финансовой устойчивости ООО «Три Кита»

Наименование показателя	в ед.		
	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Кэф-т обеспеченности собственными средствами	0,352	0,462	0,389
Кэф-т обеспеченности материальных запасов собственными средствами	0,665	1,394	1,039
Кэф-т маневренности собственного капитала	0,990	0,996	1,000
Кэф-т постоянного актива	0,010	0,004	0,000
Кэф-т автономии (финансовой независимости)	0,354	0,463	0,389
Кэф-т соотношения заемных и собственных средств	1,825	1,162	1,568
Кэф-т финансовой напряженности	0,646	0,537	0,611
Кэф-т соотношения мобильных и иммобилизованных активов	295,636	571,833	-

Итак, исходя из таблицы 11 коэффициент обеспеченности собственными средствами вырос в 2020 г. по сравнению с 2019 г. и составил в 2020 г. (0,389) –

преобладают собственные источники финансирования. Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами также вырос в 2020 г. по сравнению с предыдущими периодами, в данном случае приобретение материалов осуществляется за счет собственных средств. Рассмотрим наглядно изменение показателей на рисунке 16.

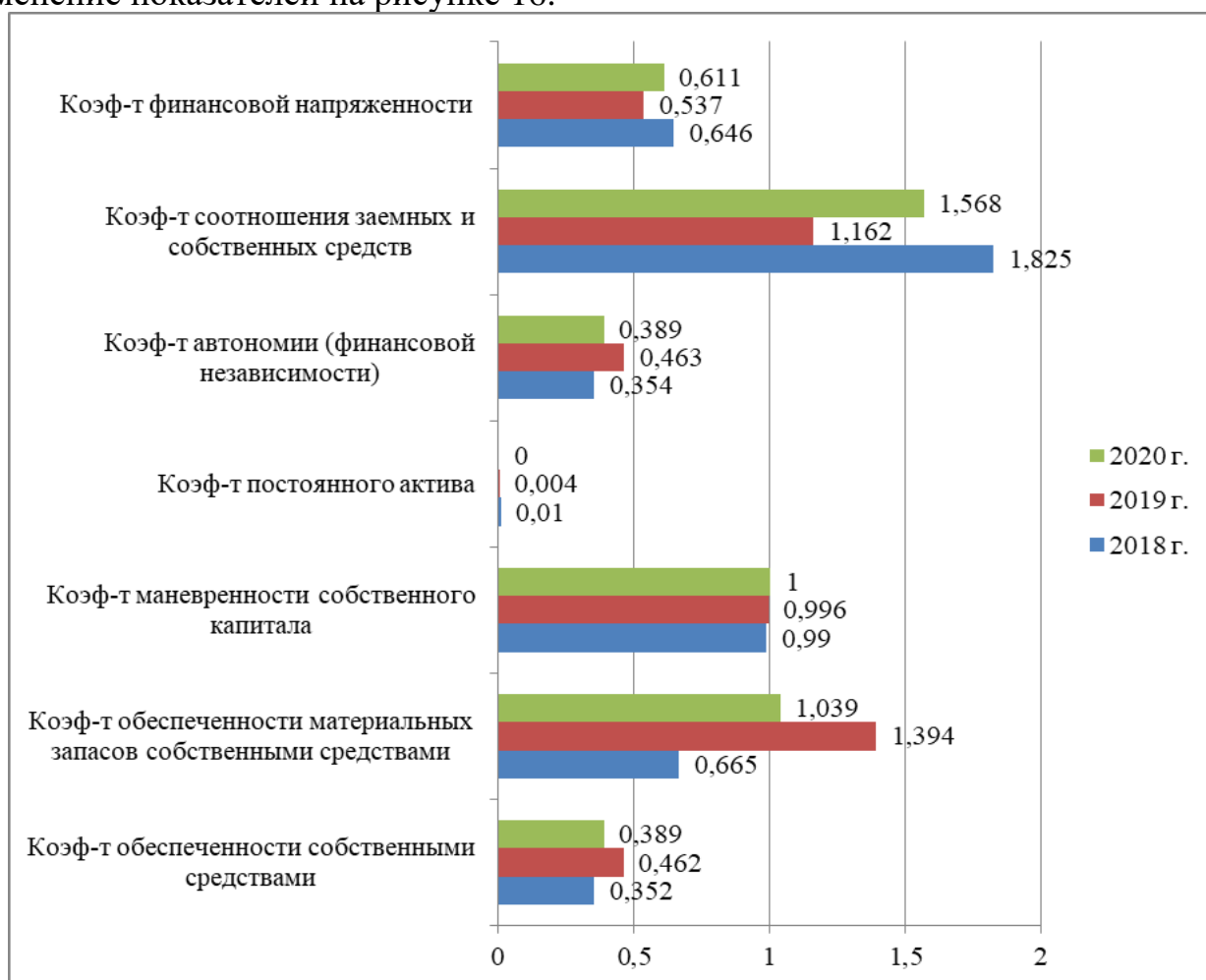


Рисунок 16 – Оценка финансовой устойчивости ООО «Три Кита», ед.

Исходя из рисунка 15 коэффициент маневренности собственного капитала ежегодно рос и составил 1,00 в 2020 г. и свидетельствует о росте гибкости управления собственным капиталом. Коэффициент постоянного актива снизился в 2020 г. по сравнению с 2018 г. и составил 0, что свидетельствует о снижении внеоборотных активов финансируемых собственным капиталом. Кроме того, отметим тенденцию роста коэффициента автономии (что свидетельствует о финансовой независимости). Данный коэффициент вырос в 2020 г. по сравнению 2018 г. и составил 0,389. Коэффициентом соотношения заемных и собственных средств снизился в 2020 г. по сравнению с 2018 г. и составил 1,568 – преобладают собственные средства. Аналогично, коэффициент финансовой напряженности снизился в 2020 г. и составил 0,611, по причине роста финансовой независимости.

Проанализируем показатели рентабельности деятельности ООО «Три Кита» (таблица 12).

Таблица 12 – Анализ рентабельности ООО «Три Кита»

в процентах

Наименование показателя	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изменение 2020/2018 г. (+/-)	Изменение 2020/2018 г. %
Общая рентабельность	11,760	12,729	3,770	-7,990	-67,94
Рентабельность продаж	8,027	19,673	17,449	9,422	117,38
Рентабельность собственного капитала	471,950	409,03	327,960	-143,990	-30,51
Рентабельность оборотных активов	16,082	16,409	3,317	-12,765	-79,37
Общая рентабельность производственных фондов	12,259	29,851	21,701	9,442	77,02
Рентабельность всех активов	17,959	19,313	4,688	-13,271	-73,90
Рентабельность основной деятельности	10,447	25,543	26,580	16,133	154,43

Наглядно данные показатели представлены на рисунке 17.

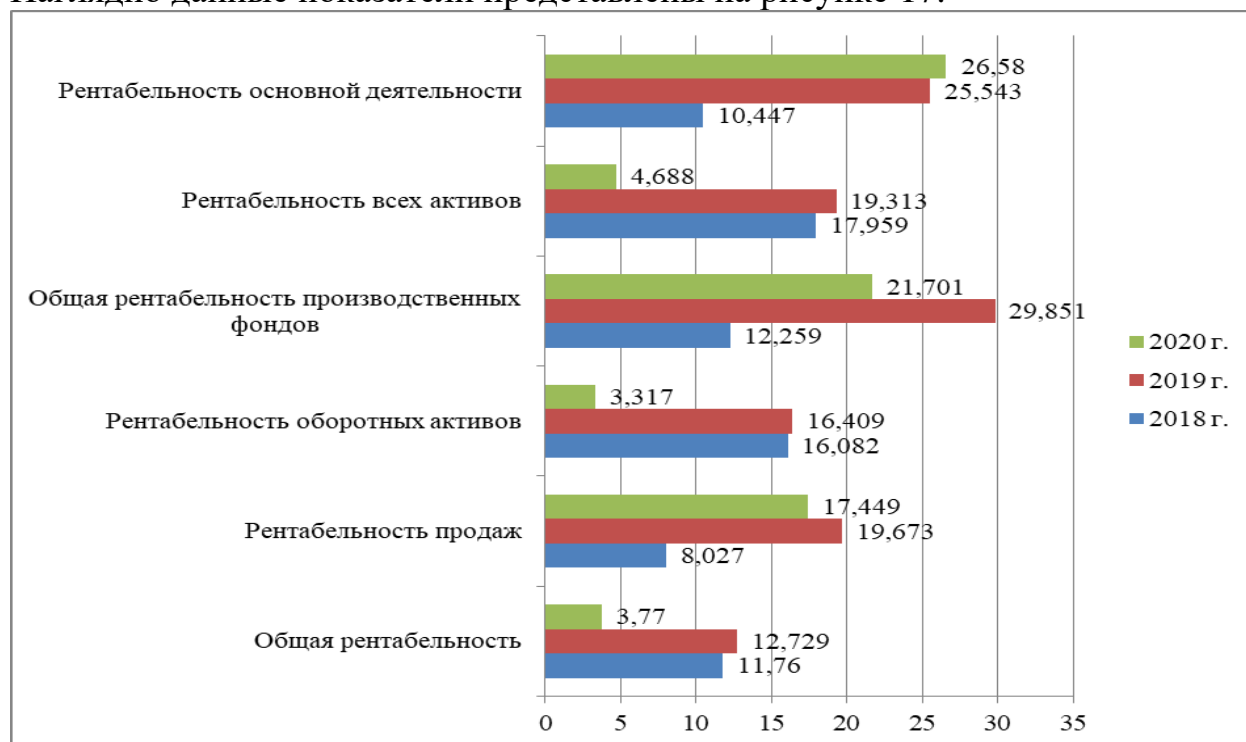


Рисунок 17 – Анализ рентабельности ООО «Три Кита», %

Расчитав основные показатели рентабельности ООО «Три Кита», а также исходя из рисунка 17, было выявлено, что общая рентабельность в 2020 г. по сравнению с 2018 г. снизилась на 67,94 % по причине снижения объемов деятельности. Рентабельность продаж выросла в 2020 г. на 117,38 % по причине незначительного роста валовой прибыли.

Также тенденцией снижения отмечается рентабельность собственного капитала на 30,51 % ниже в 2020 г. по сравнению с 2018 г. по причине снижения чистой прибыли. Рентабельность оборотных активов снизилась в 2020 г. по

сравнению с 2018 г. на 79,37 %, что означает снижение возможности предприятия в обеспечении достаточного объема прибыли по отношению к используемым оборотным средствам компании.

Степень влияния каждого из этих факторов на рентабельность продаж рассмотрим в таблице 13.

Таблица 13 – Факторный анализ рентабельности продаж

Наименование фактора	2019 г.	2020 г.
Влияние изменения рентабельности продаж из-за изменения выручки, %	-0,2	-10,3
Влияние изменения рентабельности продаж из-за изменения себестоимости, %	-1,3	9,4
Влияние изменения рентабельности продаж из-за изменения коммерческих расходов, %	0,4	-0,2
Влияние изменения рентабельности продаж из-за изменения управленческих расходов, %	-0,9	-0,1
Баланс отклонений рентабельности продаж, %	-2,0	-1,2

Рентабельность продаж в 2020 году составила 1,86 %, что на 1,19 % меньше чем в 2018 году, в котором наблюдалась большая прибыльность. К сокращению рентабельности продаж привело влияние сразу нескольких факторов.

1. Сокращение выручки на 77 593 тыс. руб. привело к уменьшению рентабельности продаж на 10,3 %.

2. Уменьшение себестоимости продаж на 68 821 тыс. руб. в 2020 году привело к увеличению рентабельности продаж на 9,4 %. Это оказывает положительное влияние на рентабельность продаж.

3. Увеличение коммерческих расходов на 1679 тыс. руб. и управленческих расходов на 708 тыс. руб. оказало отрицательное влияние на рентабельность продаж, она снизилась на 0,19 % и 0,1 % соответственно.

В результате можно сделать выводы, что все показатели рентабельности имеют динамику к снижению, следовательно, деятельность предприятия в анализируемом периоде можно признать не эффективной.

Таким образом, доходность предприятия снижается, следовательно, необходимо повышать прибыльность.

На рисунке 18 наглядно показано как изменение факторов влияют на рентабельность продаж.

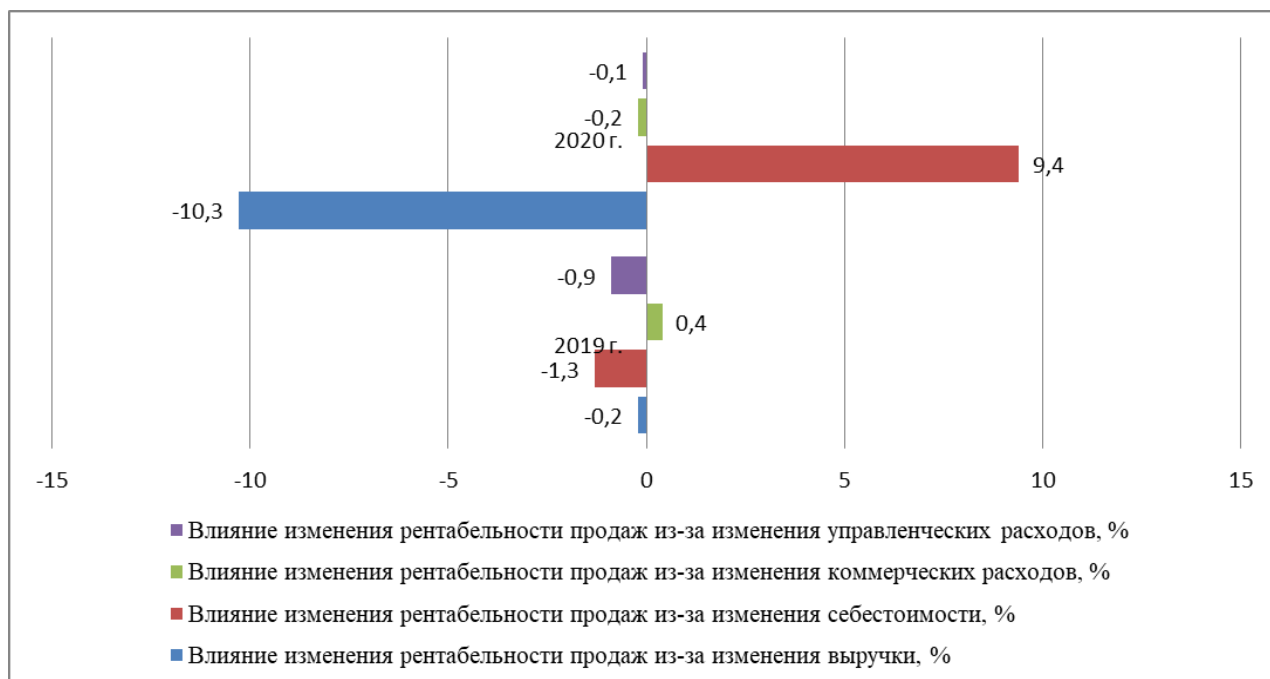


Рисунок 18 – Изменение рентабельности продаж под влиянием факторов
Степень влияния каждого из этих факторов на рентабельность активов рассмотрим в таблице 14.

Таблица 14 – Факторный анализ рентабельности активов

Наименование фактора	в процентах	
	2019 г.	2020 г.
Влияние изменения рентабельности продаж	-7,980	-4,684
Влияние изменения оборачиваемости активов	-0,179	-0,613
Баланс отклонений рентабельности активов	-8,159	-5,297

Рентабельность активов в 2020 снизилась на 5,297 % и составила 6,682 %, в то время как в 2019 году, она составляла 11,979 %. К этому привело влияние двух факторов.

Уменьшение рентабельности продаж на 1,193 % привело к снижению рентабельности активов на 4,684 % в 2019 году.

Падение оборачиваемости активов на 0,33 оборотов, также привело к снижению уровня рентабельности активов на 0,613 %. Общее уменьшение рентабельности активов составило -5,297 %

Проведем анализ показателей ликвидности ООО «Три Кита» в 2018–2020 гг. (таблица 15).

Таблица 15 – Анализ показателей ликвидности ООО «Три Кита»

Наименование показателя	в ед.			
	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изменение 2020 г. /2018 г. (+/-)
Коэф-т текущей ликвидности	1,543	1,858	1,638	0,095
Коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования	0,352	0,462	0,389	0,037
Коэф-т маневренности функционирующего капитала	0,990	0,996	1,000	0,010

Наглядно данные таблицы 15 представлены на рисунке 19.

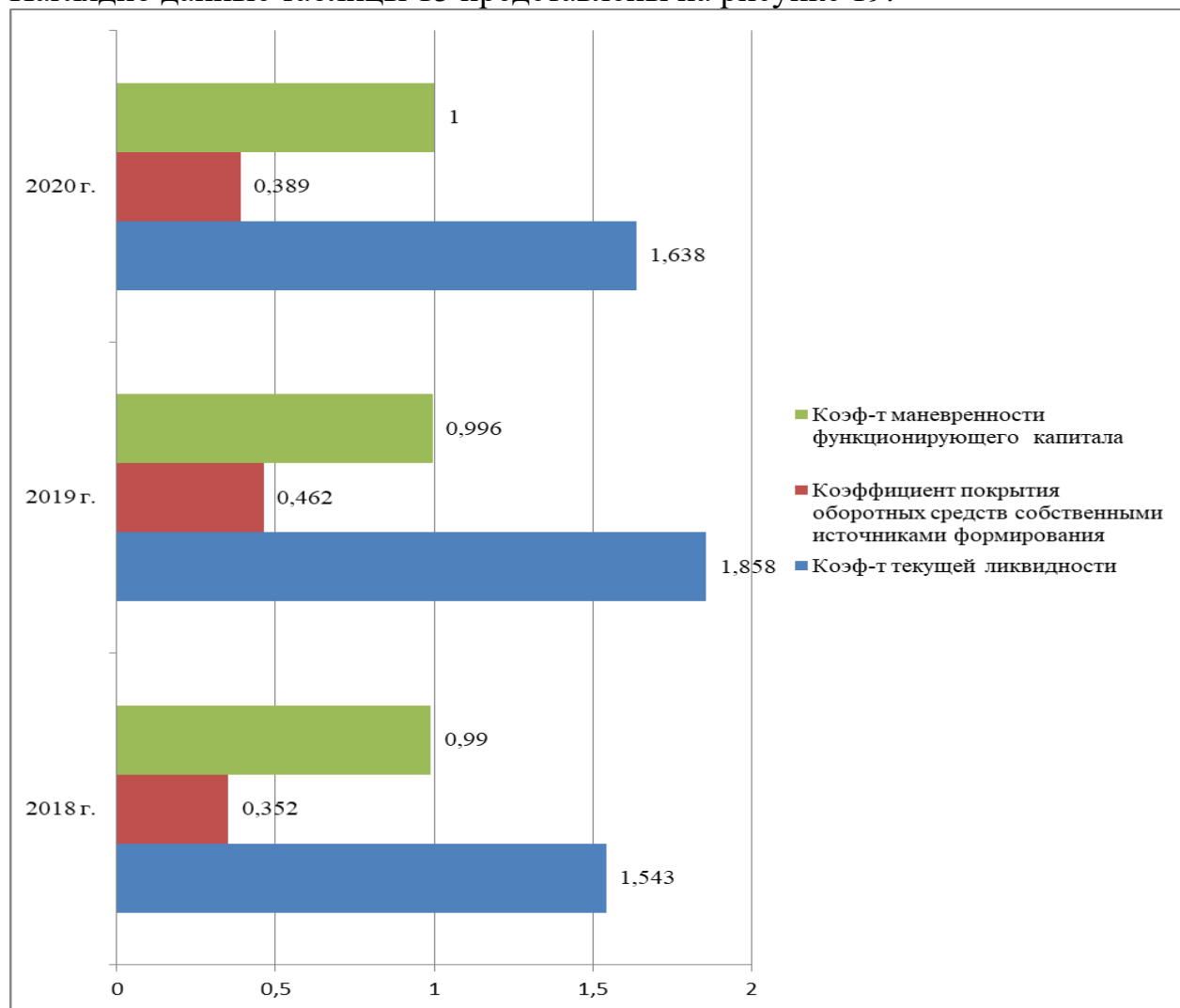


Рисунок 19 – Показатели ликвидности ООО «Три Кита». ед.

Исходя из рисунка 19, было выявлено, что коэффициент текущей ликвидности вырос в 2020 г. по сравнению с 2018 г. на 0,095, что свидетельствует о росте платежеспособности организации.

Коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования также вырос на 0,037 в 2020 г., что свидетельствует о преобладании собственных источников финансирования.

Коэффициент маневренности функционирующего капитала вырос в 2020 г. по сравнению с 2018 г. на 0,01, отмечается рост эффективности его использования. В целом наблюдается тенденция роста всех показателей ликвидности в 2020 г. по сравнению с 2018 г.

Проанализировав основные финансовые показатели деятельности ООО «Три Кита» было выявлена тенденция снижения некоторых показателей рентабельности и финансовой устойчивости ООО «Три Кита».

2.2. Анализ доходов и расходов предприятия

Для экономической оценки расходов предприятия необходимо произвести анализ расходов на оказание услуг ООО «Три Кита».

Состав и структура расходов в ООО «Три Кита» приведены в таблице 16.

Таблица 16 – Состав и структура расходов ООО «Три Кита» за 2018–2020 гг.

в тыс. руб.

Наименование	Год		
	2018	2019	2020
Себестоимость	3429	2915	2033
Управленческие расходы	1154	1162	1408
Всего	4583	4077	3441

Таким образом, исходя из таблицы 16 в течение рассматриваемого периода расходы ООО «Три Кита» снизились пропорционально объемам оказания услуг. Это в свою очередь влияет на финансово-хозяйственные результаты деятельности предприятия.

Себестоимость снижается по причине снижения объемов оказываемых услуг, при этом недостаточно эффективно проводится стимулирование сбыта и продвижение. Поэтому ООО «Три Кита» увеличивает объем управленческих расходов.

Более наглядно динамика расходов ООО «Три Кита» в 2018–2020 гг. отражена на рисунке 20.

Так в течение исследуемого периода наблюдается снижение себестоимости с 3429 тыс. руб. в 2018 г. до 2033 тыс. руб. в 2020 г.

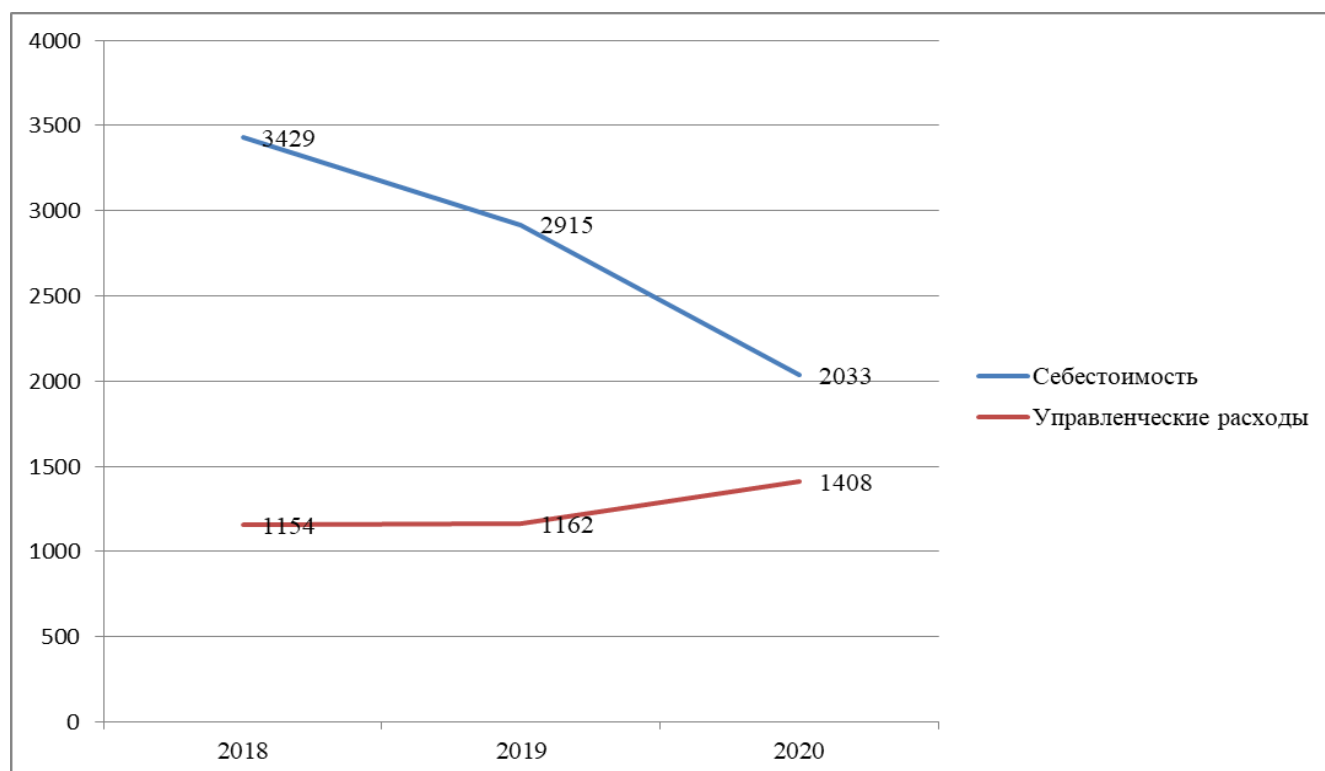


Рисунок 20 – Динамика расходов ООО «Три Кита» в 2018–2020 гг., руб. Себестоимость услуг в 2018–2020 гг. представлена в таблице 17.

Таблица 17 – Себестоимость услуг ООО «Три Кита»

в тыс. руб.

Наименование / Период	Год		
	2018	2019	2020
Сырье	179,338	154,127	102,716
Зарботная плата персонала	2372,700	2037,080	1345,280
Коммунальные платежи	359,294	270,423	175,594
Производственные расходы	517,677	453,374	409,407
Себестоимость	3429,000	2915,000	2033,000

Исходя из таблицы 17 заработная плата персонала в течении исследуемого периода снижается и составляет 1345,28 тыс. руб. в 2020 г. по причине снижения количества работников. Коммунальные платежи снижаются в связи с сокращением объемов производства, сырье и производственные расходы снижаются по той же причине и составляют 175,594 тыс. руб., 102,716 тыс. руб. и 409,407 тыс. руб. соответственно.

В ООО «Три Кита» рекомендуется использовать такую концепцию оперативного контроллинга, которая включает в себя:

Рекомендуемая концепция оперативного контроллинга представлена на рисунке 21.



Рисунок 21 – Рекомендуемая модель оперативного контроллинга на предприятии ООО «Три Кита»

Более наглядно динамика бюджета себестоимости услуг ООО «Три Кита» в 2018–2020 гг. отражена на рисунке 22.

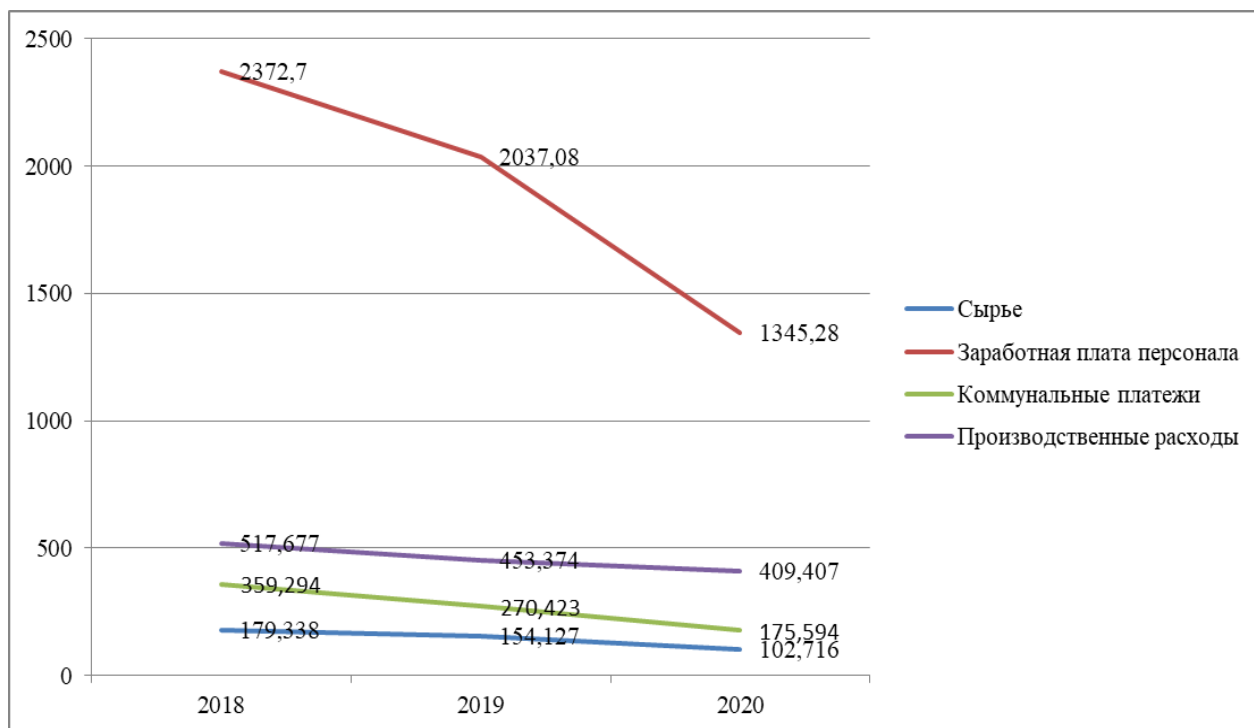


Рисунок 22 – Динамика себестоимости ООО «Три Кита» в 2018-2020 гг., тыс. руб.

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что основной составляющей себестоимости услуг ООО «Три Кита» являются производственные расходы. Размер себестоимости является пропорциональным объемам оказания услуг. Однако, в течении трех лет наблюдается тенденция снижения заработной платы сотрудников по причине снижения количества работников. Коммунальные платежи снижаются в связи с сокращением объемов производства.

Наблюдается снижение выручки предприятия за анализируемый период, так как предприятие перестало получать определенное количество заказов и имеет недостаточный объем работы.

С точки зрения менеджмента анализ управления расходами и доходами заключается в составлении бюджета себестоимости, бюджета доходов и затрат. Проведем анализ финансового планирования и бюджетирования ООО «Три Кита».

Выводы по разделу 2

В ходе проведения исследования деятельности ООО «Три Кита» было выявлено, что к основным видам деятельности предприятия относится производство и розничная продажа корпусной мебели. Корпусную мебель (кухни, кровати, офисная мебель, столы, и т. д) изготавливает ООО «Три Кита» сам. Мягкую мебель же поставляют поставщики.

В целях усовершенствования производственного процесса ООО «Три Кита» использует новейшие технологии производства. Применение широкого спектра инновационных материалов с уникальными свойствами делают мебель более долговечной, безопасной и экономичной.

Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности ООО «Три Кита» было выявлено, что в целом деятельности предприятия отмечается тенденцией снижения ликвидности и финансовой устойчивости. Кроме того, наблюдается тенденция снижения некоторых показателей рентабельности деятельности организации, а также снижение финансовых результатов деятельности. Таким образом, в ходе исследования было установлено, что основной составляющей себестоимости услуг ООО «Три Кита» являются производственные расходы. Размер себестоимости является пропорциональным объемам оказания услуг. Однако, в течении трех лет наблюдается тенденция снижения заработной платы сотрудников по причине снижения количества работников. Коммунальные платежи снижаются в связи с сокращением объемов производства.

Наблюдается снижение выручки предприятия за анализируемый период, так как предприятие перестало получать определенное количество заказов и имеет недостаточный объем работы.

С точки зрения менеджмента анализ управления расходами и доходами заключается в составлении бюджета себестоимости, бюджета доходов и затрат. Проведем анализ финансового планирования и бюджетирования ООО «Три Кита».

Основными проблемами в деятельности ООО «Три Кита» являются:

- 1) снижение выручки организации;
- 2) сокращение объемов производств;
- 3) непропорционально высокие производственные расходы.

На основании выявленных проблем разработаем рекомендации по увеличению доходов и снижению расходов предприятия и проведем оценку эффективности разработанных рекомендаций в разделе 3.

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ДОХОДОВ И СНИЖЕНИЮ РАСХОДОВ ООО «ТРИ КИТА»

3.1 Разработка рекомендаций по увеличению доходов и снижению расходов предприятия

Для того чтобы увеличить доходы ООО «Три Кита», необходимо разработать ряд мер. Разработка рекомендаций по совершенствованию коммерческой деятельности будет основываться на увеличении объемов продаж и, соответственно, выручки. Рекомендуются рассмотреть такое важное направление, которое окажет существенное влияние на рост спроса на продукцию организации, и, соответственно, высокий спрос на товары сделает коммерческую деятельность организации еще более эффективной.

Ранее было выявлено снижение основных показателей деятельности ООО «Три Кита», а также высокая вероятность снижения рентабельности и возможного банкротства организации, поэтому было принято решение разработать и реализовать проект по повышению эффективности ООО «Три Кита». Рассмотреть меры по повышению эффективности коммерческой деятельности.

Рекомендуется разработать рекламную политику с целью повышения узнаваемости организации и создания ее благоприятного имиджа. Как было выявлено ранее у ООО «Три Кита» фактором снижения эффективности коммерческой деятельности и снижения многих показателей является недостаточный спрос на продукцию организации. Однако следует отметить, что ООО «Три Кита» эффективно реализует продукцию. В целом следует отметить, что ООО «Три Кита» ранее не рекламировало себя и свою продукцию, и хотя в организации есть отдел маркетинга, этот отдел не выполняет такую важную функцию, как продвижение организации и ее продукции. Поэтому миссия проекта заключается в разработке рекламной политики, которая будет стимулировать продвижение ООО «Три Кита».

Основным преимуществом проекта является рост продаж, прибыли, рентабельности деятельности, а также вовлечение сотрудников в командную работу.

С целью повышения доходов ООО «Три Кита» необходимо разработать ряд мероприятий. Разработка рекомендаций по совершенствованию коммерческой деятельности будет опираться на повышения объемов сбыта, а соответственно и выручки. Рекомендуются рассмотреть такое важное направление, которое окажет существенное влияние на рост спроса на продукцию организации, а соответственно высокий спрос на товары позволит сделать коммерческую деятельность организации еще более эффективной.

Ранее было выявлено снижение основных показателей деятельности ООО «Три Кита», а также высокую вероятность снижения рентабельности и возможного банкротства организации, поэтому принято решение о разработке и внедрении проекта по повышению эффективности деятельности ООО «Три

Кита». Рассмотрим мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности.

Рекомендуется разработка рекламной политики с целью повышения узнаваемости организации и создания ее благоприятного имиджа. Как было выявлено ранее у ООО «Три Кита» фактором снижения эффективности коммерческой деятельности и снижения многих показателей является недостаточной спрос на продукцию организации. Однако, следует отметить, что ООО «Три Кита» эффективно осуществляет сбыт продукции. В целом следует отметить, что ООО «Три Кита» ранее не рекламировало себя и свои товары, и хотя у организации есть отдел маркетинга, то такую важную функцию, как продвижение организации и ее товаров данный отдел не выполняет. Поэтому миссией проекта является разработка рекламной политики, которая позволит стимулировать продвижение ООО «Три Кита».

Основной пользой проекта выступает рост объемов сбыта, прибыли, рентабельности деятельности, а также привлечение сотрудников к командной работе.

Ознакомившись с мероприятиями по осуществлению коммерческой деятельности ООО «Три Кита», пришли к выводу, что ООО «Три Кита» ранее не осуществлял эффективную рекламную деятельность и не имеет совершенной политики продвижения организации и ее продукции.

С целью повышения эффективности деятельности, узнаваемости организации и стимулирования сбыта услуг, разработаем мероприятия рекламной деятельности ООО «Три Кита».

Рекламная кампания ООО «Три Кита» будет выглядеть следующим образом (таблица 18).

Таблица 18 – Рекламная кампания ООО «Три Кита» за 6 месяцев

Рекламные мероприятия	Расходы за 6 мес.	в руб.
Реклама в торговом центре		17 000
Наружная реклама на биг-бордах		90 000
Реклама на автомобилях		30 000
Реклама на радио		60 000
Улучшение сайта в Интернет		35 000
Итого		232 000

Итого, стоимость рекламной кампании на 6 месяцев: 232 000 руб.

Выбор рекламной политики в настоящее время очень важен во времена кризиса. Разработанный вариант рекламной политики является неординарным решением с использованием достаточно известных и популярных видов рекламы. Такая рекламная политика позволит ООО «Три Кита» показать себя с другой стороны, то есть ООО «Три Кита» сможет активно двигаться в будущее, тратя при этом небольшую сумму денег на рекламу и более эффективно, чем это делалось раньше.

Следующим направлением повышения осведомленности ООО «Три Кита» и стимулирования продаж услуг является *PR*-продвижение организации. В рамках *PR*-акции мероприятием по повышению прибыльности деятельности ООО «Три Кита» станет «День открытых дверей». Прежде всего, необходимо провести совещание руководителей на институциональном уровне и составить список необходимых действий для развития дня открытых дверей. В целях совершенствования управления маркетинговой деятельностью планируется привлекать сотрудников не только службы маркетинга, но и применять методы командной работы с целью повышения эффективности планируемых мероприятий.

Следуя разработанной концепции, руководство продумает наиболее оптимальный формат мероприятия:

- выступление руководства;
- организация дискуссий.

Команда разработает и подготовит «День открытых дверей», который, несомненно, будет способствовать формированию лояльности клиентов, привлечению потенциальных клиентов, партнеров или другой целевой аудитории. Прежде всего, совместно с руководством организации будет разработана общая концептуальная идея «Дня открытых дверей» и формат его проведения.

Вам нужно будет выяснить, сколько людей ожидается в качестве гостей, планируете ли вы следовать четкому сценарию, нужна ли вам тематическая ссылка и сюжетная линия и многое другое. На основе полученной информации команда, используя творческий подход, разработает общий сценарий мероприятия, который даст максимальные ответы на вопросы, которые могут возникнуть у гостей организации.

Для гостей организации будут подготовлены буклеты и газеты, информирующие о деятельности ООО «Три Кита». Рекламные стенды, выставки, презентации, фотовыставки, подборка литературы и т. д. будет подготовлено, что позволит вам ознакомить потенциальных клиентов с объектами, которые продаются в ООО «Три Кита».

Конференц-зал будет оформлен в соответствии со спецификой ООО «Три Кита». После этого руководитель проекта должен будет координировать реализацию проекта. Это событие будет рекламироваться в средствах массовой информации. Учитывая, что ООО «Три Кита» ежемесячно публикует рекламные объявления в местных печатных СМИ, потенциальные клиенты будут проинформированы о «Дне открытых дверей» таким образом. Учитывая, что компания разработала ежемесячную рекламную кампанию, дополнительных затрат на рекламу мероприятия не ожидается.

Расходы на проведение «Дня открытых дверей» представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Расходы на проведение «Дня открытых дверей»

в руб.	
Наименование затрат	Сумма
Оплата услуг ведущего	2500
Печать буклетов (1000 шт.)	3500

Окончание таблицы 19

Наименование затрат	Сумма
Печать подарочных сертификатов на скидку в размере 3 % (1000 шт.)	2500
Расходы на чай, кофе, угощения для посетителей	5000
Аренда проектора	2000
Итого	15 500

Итак, расходы на проведение мероприятия «День открытых дверей» составят 15 500 руб.

Следующим мероприятием в рамках совершенствования коммерческой деятельности является участие организации в ежегодной выставке-презентации коммерческих организаций в Новосибирске. На этом мероприятии ООО «Три Кита» сможет проинформировать общественность о своем существовании и заключить партнерские отношения с малыми розничными магазинами города, чтобы продолжать осуществлять мелкооптовые поставки. Предлагаемое мероприятие не только повысит осведомленность организации в бизнес-среде, но и повысит финансовые результаты ее деятельности.

Рассмотрим взносы для участия ООО «Три Кита» в выставках (таблица 20).

Таблица 20 – Затраты ООО «Три Кита» на участие в выставках

в руб.

Наименование	Сумма.
Выставка «Коммерция 2021»	20 000
Выставка «Предприниматель»	5000
Итого	25 000

Итак, взносы для участия ООО «Три Кита» в выставках города составят 25 000 руб. Данное мероприятие позволит повысить узнаваемость организации среди потенциальных партнеров, показать преимущества на фоне конкурентов.

Кроме того, с целью повышения объемов сбыта, рекомендуется вести переговоры и сотрудничать с организациями общественного питания города. ООО «Три Кита», в рамках партнерских отношений, может осуществлять поставки продовольственных товаров мелким оптом, например, в столовые школ и детских садов. Выгодным как для организаций, так и для ООО «Три Кита» станет наценка в размере 10 % от суммы сделки (при рыночному уровне комиссии 15–30 %).

Кроме того, ООО «Три Кита» будет обеспечивать первичную проверку и подготовку всех санитарных документов на продукцию на предмет соответствия законодательству и требованиям санэпидемстанции. Такое сотрудничество с организациями общественного питания является взаимовыгодным и позволит ООО «Три Кита» осуществить большее количество сделок, а соответственно увеличить выручку.

Влияние предложенных выше мероприятий возможно только в комплексе, так как, пересекаясь, мероприятия приобретают синергетический эффект. Кроме того, следует отметить, что эффективная рекламная политика входит в комплексное продвижение продукта маркетинг-микса.

Таким образом, также следует отметить мероприятия по рекламе, PR, прямым и личным продажам, которые будут поддерживать или усиливать эффект от рекламной политики и позволят ООО «Три Кита» улучшить показатели деятельности, повысить рентабельность, а также узнаваемость организации.

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

Представим прогноз эффективности мероприятий в таблице 21.

Таблица 21 – Прогнозирование эффективности мероприятий

в руб.

Мероприятие	Доход (приток), руб.	Затраты (отток), руб.	Экономический эффект от мероприятия, руб.
Рекламная кампания	3 146 440	232 000	2 914 440
День открытых дверей	831 960	15 500	816 460
Участие в выставках	1 044 100	25 000	1 019 100
Итого	5 022 500	272 500	4 750 000

Рассчитаем прогнозные показатели деятельности ООО «Три Кита» и занесем в таблицу 22.

$$\text{Эффект от внедрения мероприятия} = \text{Доходы} - \text{Расходы}, \quad (2)$$

$$\begin{aligned} \text{Эффект от внедрения мероприятия} &= 5022,5 \text{ тыс. руб.} - 272,5 \\ &= 4750 \text{ тыс. руб.} \end{aligned}$$

$$\text{Выручка}_{2021} = \text{Выручка}_{2020} + \text{Эффект от внедрения мероприятия}, \quad (3)$$

$$\text{Выручка}_{2021} = 4218 + 4750 = 8968 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Прибыль}_{2021} = \text{Прибыль}_{2020} + \text{Прибыль от внедрения мероприятия}, \quad (4)$$

$$\text{Прибыль}_{2021} = 111 + 5022,5 = 5133,5 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Рентабельность}_{2021} = \text{Прибыль} / \text{Выручка} \cdot 100 \%, \quad (5)$$

$$\text{Рентабельность}_{2020} = 111 / 4218 \cdot 100 \% = 2,63 \%,$$

$$\text{Рентабельность}_{2021} = 5133,5 / 8968 \cdot 100 \% = 57,24 \%.$$

$$\text{Рентабельность оборотных активов} = \text{Чистая прибыль} / \text{Оборотные активы}, \quad (6)$$

$$\text{Рентабельность оборотных активов}_{2021} = 377 / 3346 \cdot 100 \% = 11,27 \%.$$

$$\text{Рентабельность всех активов} = \text{Прибыль до налогообложения} / \text{Ср. величину активов}, \quad (7)$$

$$\text{Рентабельность всех активов}_{2021} = 471,25 / 2960 \cdot 100 \% = 15,92 \%.$$

$$\text{Срок окупаемости проекта} = \text{Затраты на проект} / \text{прибыль}, \quad (8)$$

$$\text{Срок окупаемости проекта} = 272,5 / 5022,5 = 0,054 \text{ года.}$$

Таблица 22 – Прогнозные показатели деятельности ООО «Три Кита» на 2020 г.

Показатель	Ед. изм.	Абсолютная величина		Изменения 2021 г./2020 г.	
		2020 г.	2021 г.	+/-	%
Выручка	тыс. руб.	4218,00	8968,00	4750,00	112,61
Прибыль	тыс. руб.	111,00	5133,50	266,00	239,64
Рентабельность общая	%	2,63	57,24	49,61	-
Рентабельность оборотных активов	%	3,32	11,27	7,95	-
Рентабельность всех активов		4,69	153,42	148,73	-
Затраты на реализацию проекта	тыс. руб.	-	272,50	-	-
Срок окупаемости проекта	год	-	0,05	-	-

Итак, все показатели рентабельности выросли благодаря внедрению мероприятий.

Следует отметить, что мероприятия по повышению эффективности деятельности организации окупятся за 0,054 года, принесут популярность ООО «Три Кита», повысят рентабельность деятельности и принесут дополнительную прибыль.

С помощью алгоритма графоаналитического метода потенциала предприятия «Квадрат потенциала» дадим оценку ожидаемого уровня потенциала ООО «Три Кита».

Оценка распределения и сбыта услуг представлена в таблице 23.

Таблица 23 – Производство, распределение и сбыт услуг

в ед.

Показатель	Коэффициент чувствительности	Вес показателя
Объемы оказания услуг, тыс. руб.	1,2	3
Качество услуг, %	1,25	2
Экология производства (штрафы, руб.)	1,05	3
Прибыль, тыс. руб.	1,15	1
Рентабельность, %	1,15	1

В таблице 24 представлены данные относительно организационной структуры и менеджмента.

Таблица 24 – Организационная структура и менеджмент

в ед.

Показатель	Коэффициент чувствительности	Вес показателя
Деловые качества менеджеров, балл	1,20	2
Эффективность организационной структуры управления, балл	1,15	3
Уровень просвещения, % с высшим образованием	1,05	2
Среднемесячная оплата труда, руб.	1,25	1

Оценка маркетинга представлена в таблице 25.

Таблица 25 – Маркетинг

Показатель	в ед.	
	Коэффициент чувствительности	Вес показателя
Эффективность рекламной политики, балл	1,20	2
Эффективность политики стимулирования сбыта, балл	1,15	2
Финансирование рекламной деятельности, % от общих затрат	1,15	1
Фирменный стиль (развитие направления), балл	1,15	2
Цена ед. услуг, руб.	1,10	2
Затраты на инновационную деятельность, тыс. руб.	1,25	1

Оценка финансов представлена в таблице 26.

Таблица 26 – Финансы

Показатель	в ед.	
	Коэффициент чувствительности	Вес показателя
Коэффициент поточной оценки	1,05	2
Коэффициент критической оценки	1,10	2
Коэффициент отдачи активов	1,05	2
Рентабельность продаж	1,05	3
Рентабельность активов	1,15	3
Рентабельность основного капитала	1,05	2
Коэффициент текущей ликвидности	1,10	3
Коэф. обеспеченности собственными средствами	1,05	2
Коэффициент автономии (фин. независимости)	1,05	2
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	1,10	3

Определим лучшее значение по каждому показателю, а затем величину вектора.

$$P_j = \sum_{i=1}^n a_{ij} \cdot K_{ч}, \quad (9)$$

$$P_{j1} = 3 \cdot 1,12 + 2 \cdot 1,25 + 3 \cdot 1,05 + 1 \cdot 1,15 + 1 \cdot 1,15 = 11,55,$$

$$P_{j2} = 281,2 + 3 \cdot 1,15 + 2 \cdot 1,05 + 1 \cdot 1,25 = 9,2,$$

$$P_{j3} = 2 \cdot 1,2 + 2 \cdot 1,15 + 1 \cdot 1,15 + 2 \cdot 1,15 + 2 \cdot 1,1 + 1 \cdot 1,25 = 11,6,$$

$$P_{j4} = 2 \cdot 1,05 + 2 \cdot 1,1 + 2 \cdot 1,05 + 3 \cdot 1,05 + 3 \cdot 1,15 + 2 \cdot 1,05 + 3 \cdot 1,1 + 2 \cdot 1,05 + 2 \cdot 1,05 + 3 \cdot 1,1 = 25,9,$$

$$B_K = 100 - (P_j - \sum K_{ч}) \frac{100}{\sum K_{ч}(m-1)}, \quad (10)$$

$$BK1 = 100 - 100(11,55 - 5,8)/5,8(3 - 1) = 50,43,$$

$$BK2 = 100 - 100(9,2 - 4,65)/4,65(3 - 1) = 51,08,$$

$$BK3 = 100 - 100(11,6 - 7)/7(3 - 1) = 67,14,$$

$$BK4 = 100 - 100(25,9 - 10,75)/10,75(3 - 1) = 29,54.$$

Обобщим полученные данные в таблице 29.

Таблица 27 – Параметры квадрата потенциала организации

	Вектор 1	Вектор 2	Вектор 3	Вектор 4
Величина	50,43	51,08	67,14	29,54

По данным таблицы 27 построим квадрат потенциала на рисунке 23.

Проанализировав данный рисунок можно сделать выводы, что в организации ООО «Три Кита» хорошо обстоят дела с маркетингом, хуже с производством, распределением, сбытом услуг и менеджментом, а также хуже всего с финансами.

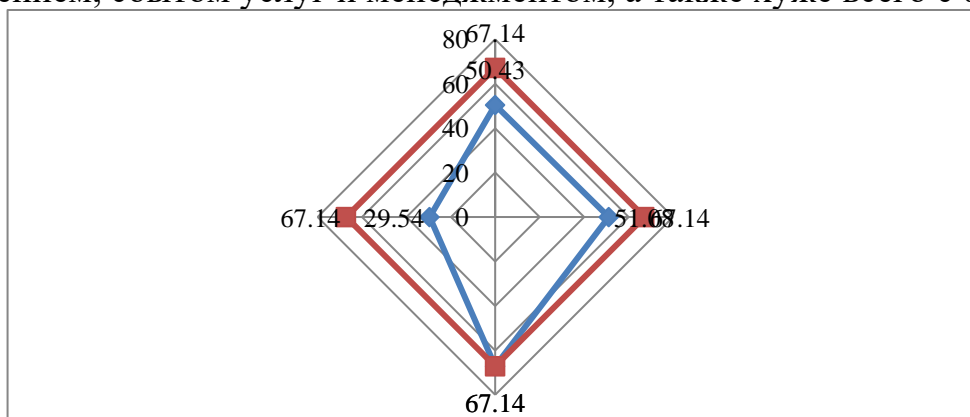


Рисунок 23 – Квадрат потенциала организации ООО «Три Кита»

Составим прогноз экономического потенциала ООО «Три Кита» (таблица 28).

Таблица 28 – Экономический потенциал ООО «Три Кита»

Критерии	Результаты
1. Производство (объемы сбыта, финансовые результаты)	Рост объема выручки от оказания услуг/
Распределение и сбыт	Мелкооптовая и розничная продажа продовольственных и промышленных товаров являются достаточно востребованными со стороны клиентов. ООО «ТРИ КИТА» является узнаваемой и конкурентоспособной.
Организационная структура и менеджмент	В ООО «ТРИ КИТА» существует линейно-функциональная структура управления. В рамках данной организационной структуры руководство ООО «ТРИ КИТА» осуществляется не только из центра, но и непосредственно на рабочих местах. Численность персонала увеличивалась в течении 2018–2020 г. В коллективе присутствует благоприятный климат, а руководство организации всячески поддерживает персонал в стремлении развиваться и работать на благо организации.
Маркетинг	ООО «ТРИ КИТА» применяет взвешенную политику маркетинга и стимулирования сбыта в частности. Кроме того, данный фактор положительно отражается на удерживании организацией рыночных позиций, а также влияет на финансовый результат деятельности ООО «ТРИ КИТА»
Финансы	Коэффициент обеспеченности собственными средствами имеет положительное значение. Большинство показателей финансовой устойчивости ООО «ТРИ КИТА» соответствуют нормативным значениям. Затрат на проект окупаемы, а деятельности организации рентабельна.

Подводя итог, следует сказать, что предлагаемые мероприятия абсолютно не несут риска для ООО «Три Кита», так как сумма затрат на проведение данных мероприятий является минимальной. В случае показателя эффективности применения данных акций необходимо сосредоточиться на долгосрочной

перспективе применения таких мероприятий, что делает их еще более эффективными, принося ООО «Три Кита» чистую прибыль.

Ранее были представлены мероприятия рекламной политики ООО «Три Кита», которые заключались в рекламе в торговом центре, наружной рекламе на биг-бордах, рекламе на автомобилях, рекламе на радио, улучшении сайта в Интернет, а также рассчитана эффективность от их внедрения. Также была предложена программа их реализации, где отражены все преимущества и недостатки этой рекламной политики. Проведенный анализ показал эффективность внедрения данных мер, а использование их принесет рост прибыли ООО «Три Кита» и роста коммерческого потенциала организации.

Выводы по разделу 3

Итак, рекомендуется рассмотреть такое важное направление, которое окажет существенное влияние на рост спроса на продукцию организации, и, соответственно, высокий спрос на товары сделает коммерческую деятельность организации еще более эффективной.

Рекомендуется разработать рекламную политику с целью повышения узнаваемости организации и создания ее благоприятного имиджа. Как было выявлено ранее у ООО «Три Кита» фактором снижения эффективности коммерческой деятельности и снижения многих показателей является недостаточный спрос на продукцию организации.

PR-продвижение организации выступает в качестве направления повышения осведомленности ООО «Три Кита» и стимулирования продаж услуг. В рамках PR-акции мероприятием по повышению прибыльности деятельности ООО «Три Кита» станет «День открытых дверей».

Прежде всего, необходимо провести совещание руководителей на институциональном уровне и составить список необходимых действий для развития дня открытых дверей.

В целях совершенствования управления маркетинговой деятельностью планируется привлекать сотрудников не только службы маркетинга, но и применять методы командной работы с целью повышения эффективности планируемых мероприятий.

Следующим мероприятием является участие организации в ежегодной выставке-презентации коммерческих организаций.

На этом мероприятии ООО «Три Кита» сможет проинформировать общественность о своем существовании и заключить партнерские отношения с малыми розничными магазинами города, чтобы продолжать осуществлять мелкооптовые поставки. Предлагаемое мероприятие не только повысит осведомленность организации в бизнес-среде, но и повысит финансовые результаты ее деятельности.

Кроме того, с целью повышения объемов сбыта, рекомендуется вести переговоры и сотрудничать с организациями общественного питания города. ООО «Три Кита», в рамках партнерских отношений, может осуществлять

поставки продовольственных товаров мелким оптом, например, в столовые школы и детских садов.

Выгодным как для организаций, так и для ООО «Три Кита» станет наценка в размере 10 % от суммы сделки (при рыночному уровне комиссии 15–30 %). Кроме того, ООО «Три Кита» будет обеспечивать первичную проверку и подготовку всех санитарных документов на продукцию на предмет соответствия законодательству и требованиям санэпидемстанции. Такое сотрудничество с организациями общественного питания является взаимовыгодным и позволит ООО «Три Кита» осуществить большее количество сделок, а соответственно увеличить выручку.

Подводя итог, следует сказать, что предлагаемые мероприятия абсолютно не несут риска для ООО «Три Кита», так как сумма затрат на проведение данных мероприятий является минимальной. В случае показателя эффективности применения данных акций необходимо сосредоточиться на долгосрочной перспективе применения таких мероприятий, что делает их еще более эффективными, принося ООО «Три Кита» чистую прибыль.

Ранее были представлены мероприятия рекламной политики ООО «Три Кита», которые заключались в рекламе в торговом центре, наружной рекламе на билбордах, рекламе на автомобилях, рекламе на радио, улучшении сайта в Интернет, а также рассчитана эффективность от их внедрения.

Также была предложена программа их реализации, где отражены все преимущества и недостатки этой рекламной политики. Проведенный анализ показал эффективность внедрения данных мер, а использование их принесет рост прибыли ООО «Три Кита» и роста коммерческого потенциала организации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На величину доходов и расходов влияют модели бухгалтерского учета, используемые на предприятии. Например, применение различных балансовых теорий (статической, динамической и органической) к учету одного и того же хозяйствующего субъекта приведет к различному отражению в финансовой отчетности, в частности, в балансе экономических результатов функционирования такого субъекта.

Финансовый результат – это экономическая категория, которая формируется постепенно в течение финансово-экономического года из различных видов деятельности и выражается чистым доходом (прибылью), который остается у предприятия для собственных нужд. Что бы ни делала компания, цель получения прибыли всегда будет оставаться на главном месте, но цели и способы ее использования будут зависеть от потребностей руководства компании.

В рыночной экономике все хозяйствующие субъекты заинтересованы в получении больших доходов с наименьшими затратами. Разница между доходами и расходами является финансовым результатом хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Финансовый результат может быть либо положительным, когда доход превышает расходы-прибыль, либо отрицательным, когда расходы превышают доход – убыток.

В зависимости от вида деятельности прибыль делится на прибыль от обычной и неординарной деятельности. Под видом деятельности понимается совокупность сходных по экономическому содержанию хозяйственных операций. В свою очередь, прибыль от обычной деятельности делится на прибыль от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

В ходе проведения исследования деятельности ООО «Три Кита» было выявлено, что к основным видам деятельности предприятия относится производство и розничная продажа корпусной мебели. Корпусную мебель (кухни, кровати, офисная мебель, столы, и т. д.) изготавливает ООО «Три Кита» сам. Мягкую мебель же поставляют поставщики.

В целях совершенствования производственного процесса ООО «Три Кита» использует новейшие технологии производства. Применение широкого спектра инновационных материалов с уникальными свойствами делают мебель более долговечной, безопасной и экономичной.

Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности ООО «Три Кита» было выявлено, что в целом деятельности предприятия отмечается тенденцией снижения ликвидности и финансовой устойчивости.

Кроме того, наблюдается тенденция снижения некоторых показателей рентабельности деятельности организации, а также снижение финансовых результатов деятельности. Таким образом, в ходе исследования было установлено, что основной составляющей себестоимости услуг ООО «м» являются производственные расходы.

Размер себестоимости является пропорциональным объемам оказания услуг. Однако, в течении трех лет наблюдается тенденция снижения заработной платы сотрудников по причине снижения количества работников. Коммунальные

платежи снижаются в связи с сокращением объемов производства. Наблюдается снижение выручки предприятия за анализируемый период, так как предприятие перестало получать определенное количество заказов и имеет недостаточный объем работы. С точки зрения менеджмента анализ управления расходами и доходами заключается в составлении бюджета себестоимости, бюджета доходов и затрат. Проведем анализ финансового планирования и бюджетирования ООО «Три Кита».

Основными проблемами в деятельности ООО «Три Кита» являются:

- 1) снижение выручки организации;
- 2) сокращение объемов производств;
- 3) непропорционально высокие производственные расходы.

Направлением по повышению узнаваемости ООО «Три Кита» и стимулированию продаж услуг выступает *PR*-продвижение организации. В рамках *PR*-продвижения мероприятием по повышению рентабельности деятельности ООО «Три Кита» станет проведение «Дня открытых дверей». Кроме того, с целью повышения объемов сбыта, рекомендуется вести переговоры и сотрудничать с организациями общественного питания города. ООО «Три Кита», в рамках партнерских отношений, может осуществлять поставки продовольственных товаров мелким оптом, например, в столовые школ и детских садов. Выгодным как для организаций, так и для ООО «Три Кита» станет наценка в размере 10 % от суммы сделки (при рыночному уровне комиссии 15-30 %). Кроме того, ООО «Три Кита» будет обеспечивать первичную проверку и подготовку всех санитарных документов на продукцию на предмет соответствия законодательству и требованиям санэпидемстанции. Такое сотрудничество с организациями общественного питания является взаимовыгодным и позволит ООО «Три Кита» осуществить большее количество сделок, а соответственно увеличить выручку.

Подводя итог, следует сказать, что предлагаемые мероприятия абсолютно не несут риска для ООО «Три Кита», так как сумма затрат на проведение данных мероприятий является минимальной. В случае показателя эффективности применения данных акций необходимо сосредоточиться на долгосрочной перспективе применения таких мероприятий, что делает их еще более эффективными, принося ООО «Три Кита» чистую прибыль.

Ранее были представлены мероприятия рекламной политики ООО «Три Кита», которые заключались в рекламе в торговом центре, наружной рекламе на биг-бордах, рекламе на автомобилях, рекламе на радио, улучшении сайта в Интернет, а также рассчитана эффективность от их внедрения. Также была предложена программа их реализации, где отражены все преимущества и недостатки этой рекламной политики. Проведенный анализ показал эффективность внедрения данных мер, а использование их принесет рост прибыли ООО «Три Кита» и роста коммерческого потенциала организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: от 30 ноября 1994 г. № 51–ФЗ в редакции от 27.12.2018. – М.: Омега-Л, 2019. – 524 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации: от 31 июля 1998 г. № 146–ФЗ в редакции от 27.12.2018. – М.: Проспект, 2019. – 1056 с.
3. Федеральный закон от 06 декабря 2011 г. № 402–ФЗ «О бухгалтерском учете» // Российская газета. – 2019. – 31 июля.
4. Федеральный закон от 08 февраля 1998 г. № 14–ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» // Российская газета. – 2019. – 6 ноября.
5. Федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127–ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» // Российская газета. – 2019. – 31 декабря.
6. Постановление Правительства РФ от 21.04.2006 г. № 104 «О группировке объектов в соответствии с угрозой банкротства для стратегически важных объектов». – СПС «Гарант».
7. Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 32н «Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99». – СПС «Гарант».
8. Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 33н «Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99». – СПС «Гарант».
9. Приказ Минфина РФ от 29 июля 1998 г. № 34н «Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ». – СПС «Гарант».
10. Приказ Минфина РФ от 6 июля 1999 г. № 43н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99». – СПС «Гарант».
11. Приказ Минфина России от 02.07.2010 г. № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций». – СПС «Гарант».
12. Приказ Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению». – СПС «Гарант».
13. Приказ Минфина РФ от 6 октября 2008 г. № 106н «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету». – СПС «Гарант».
14. Абрамов, А.Е. Финансовый менеджмент: учебное пособие / А.Е. Абрамов. – М.: Academia, 2016. – 240 с.
15. Баликоев, В.З. Общая экономическая теория: учебник / В.З. Баликоев. – М.: Омега-Л, 2018. – 284 с.
16. Ефимова, О.В. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / О.В. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2016. – 400 с.
17. Ван Хорн, Дж.К. Основы финансового менеджмента: учебное пособие / Дж.К. Ван Хорн. – М.: Вильямс, 2016. – 1232 с.
18. Гарнов, А.П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / А.П. Гарнов. – М.: Инфра-М, 2017. – 368 с.

19. Герасимова, В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия: учебное пособие / В.Д. Герасимова. – М.: КноРус, 2016. – 358 с.
20. Губина, О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие / О.В. Губина. – М.: Инфра-М, 2018. – 340 с.
21. Ендовицкий, Д.А. Финансовый анализ: учебное пособие / Д.А. Ендовицкий. – М.: Кнорус, 2017. – 300 с.
22. Жилкина, А.Н. Финансовый анализ: учебник и практикум / А.Н. Жилкина. – М.: Юрайт, 2018. – 286 с.
23. Изюмова, Е.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Е.Н. Изюмова. – М.: Юрайт, 2017. – 278 с.
24. Казакова, Н.А. Финансовый анализ: учебное пособие / Н.А. Казакова. – М.: Юрайт, 2017. – 472 с.
25. Казакова, Н.А. Управленческий анализ. Комплексный анализ и диагностика предпринимательской деятельности: учебное пособие / Н.А. Казакова – М.: Инфра-М, 2018. – 272 с.
26. Кобелева, И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / И.В. Кобелева. – М.: Инфра-М, 2018. – 256 с.
27. Литвинов, Д.В. Анализ финансового состояния предприятия: справочное пособие / Д.В. Литвинов. – СПб.: Эксельсиор, 2016. – 104 с.
28. Львова, Н.А. Финансовая диагностика предприятия: учебное пособие / Н.А. Львова. – М.: Проспект, 2017. – 304 с.
29. Лукасевич, И.Я. Финансовый менеджмент: учебное пособие / И.Я. Лукасевич. – М.: Национальное образование, 2016. – 768 с.
30. Одинцов, В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие / В.А. Одинцов. – М.: Academia, 2016. – 240 с.
31. Погодина, Т.В. Финансовый менеджмент: учебник и практикум / Т.В. Погодина. – М.: Юрайт, 2017. – 352 с.
32. Просветов, Г.И. Финансовый анализ: учебно-практическое пособие / Г.И. Просветов. – М.: Альфа-Пресс, 2016. – 304 с.
33. Рогова, Е.М. Финансовый менеджмент: учебник и практикум / Е.М. Рогова. – М.: Юрайт, 2017. – 542 с.
34. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник для студентов высших учебных заведений / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 380 с.
35. Сигидов, Ю.И. Методика анализа финансового состояния и оценка потенциальности банкротства сельскохозяйственных организаций: учебное пособие / Ю.И. Сигидов. – М.: Инфра-М, 2018. – 120 с.
36. Турманидзе, Т.У. Финансовый анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.У. Турманидзе. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 224 с.
37. Филатова, Т.В. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Т.В. Филатова. – М.: Инфра-М, 2017. – 240 с.

38. Хиггинс, Р. Финансовый менеджмент. Управление капиталом и инвестициями: учебное пособие / Р. Хиггинс. – М.: Вильямс, 2016. – 464 с.
39. Цугуй, А.Ф. Виды прибыли предприятия: учебное пособие / А.Ф. Цугуй. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 243 с.
40. Алексеева, О.А. Финансовый анализ деятельности предприятия: сущность, проблемы и перспективы / О.А. Алексеева // КАНТ. – 2016. – № 2(5). – С. 55–59.
41. Афанасьева, Т.В. Совершенствование оценки финансового состояния организаций потребительской кооперации / Т.В. Афанасьева // Вестник НГИЭИ. – 2016. – № 7. – С. 16–25.
42. Габдуллина, Г.К. Разработка методики анализа финансового состояния с учетом жизненного цикла и особенностей функционирования предприятия / Г.К. Габдуллина // Вестник экономики, права и социологии. – 2016. – № 2. – С. 44–49.
43. Данилова, Н.Л. Методика анализа доходов и расходов производственного предприятия по данным бухгалтерской отчетности / Н.Л. Данилова // Концепт. – 2017. – № 12. – С. 1–12.
44. Журавлева, Т.А. Раскрытие информации для анализа финансового состояния коммерческих организаций в бухгалтерской (финансовой) отчетности / Т.А. Журавлева // Международный бухгалтерский учет. – 2016. – № 23. – С. 12–16.
45. Кабанова, Н.И. Методические подходы к оценке финансового потенциала предприятий / Н.И. Кабанова // Новые технологии. – 2016. – № 2. – С. 13–19.
46. Колмаков, В.В. Совершенствование подходов и методик анализа финансового состояния предприятия / В.В. Колмаков // Вестник НГИЭИ. – 2016. – № 5. – С. 18–24.
47. Орлова, Е.П. Проблемы объективной оценки уровня финансового состояния организации / Е.П. Орлова // Концепт. – 2017. – № 9. – С. 11–14.
48. Рахматуллин, Э.Р. Концептуальная модель управления прибылью в коммерческих организациях / Э.Р. Рахматуллин // Вестник ПГУС. Серия: Экономика. – 2019. – № 4. – С. 143–149.
49. Фомин, В.П. Формирование и анализ показателей финансового состояния организации / В.П. Фомин // Международный бухгалтерский учет. – 2016. – № 6. – С. 7–11.
50. Халяпин, А.А. Оптимизация структуры бухгалтерского баланса как фактор повышения финансовой устойчивости организации / А.А. Халяпин // Научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – №120. – С. 52–81.
51. Хромцова, Л.С. Влияние изменений форм бухгалтерской отчетности на методику анализа финансового состояния предприятия / Л.С. Хромцова // Вестник Югорского государственного университета. – 2016. – № 4. – С. 66–71.

52. Ярыгина, Н.А. Роль бухгалтерской отчетности в анализе финансовых показателей / Н.А. Ярыгина // Вектор науки ТГУ. – 2017. – № 4 (30). – С. 25–29.
53. Brigham Eugene F. Financial Management: Theory & Practice / Eugene F. Brigham, Michael C. Ehrhardt – Boston: Cengage Learning, 2016. – 1200 p.
54. Tennent, John The Economist Guide to Financial Management: Principles and practice (Economist Books) / John Tennent. – TH: The Economist, 2016. – 368 p.