

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Финансы и кредит

(направленность (профиль)/специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Анализ финансовых результатов деятельности компании и пути их роста

Обучающийся

Е.В. Рыжук

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент А.В. Морякова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2022

Аннотация

Бакалаврскую работы выполнил: Екатерина Владимировна Рыжук.

Тема работы: «Анализ финансовых результатов деятельности компании и пути их роста».

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент А.В. Морякова.

Цель исследования – проведение анализа финансовых результатов деятельности ООО «Гранд» и предложение путей роста финансовых результатов компании.

Объект исследования – ООО «Гранд», основным видом деятельности которого является розничная торговля строительными материалами, а также реализация гаражных ворот, дверей и приводов.

Предмет исследования – методика анализа финансовых результатов ООО «Гранд».

Методы исследования – общенаучные (описание, обобщение, классификация, синтез, индукция) и специальные методы (анализ научной литературы, анализ нормативно-правовых актов, горизонтальный анализ, динамический анализ данных ООО «Гранд», факторный анализ прибыли).

Краткие выводы по бакалаврской работе: на основании анализа финансовых результатов ООО «Гранд» разработаны мероприятия, которые позволят компании увеличить выручку, тем самым повысить финансовые результаты.

Практическая значимость работы заключается в применении предлагаемого комплекса мероприятий с целью повышения финансовых результатов анализируемого ООО «Гранд».

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 49 источников и 2 приложений. Общий объем работы, без приложений, составляет 63 страницы машинописного текста, в том числе таблиц – 29, рисунков – 21.

Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты анализа финансовых результатов компании.....	7
1.1 Понятие финансовых результатов как отдельной экономической категории	7
1.2 Характеристика факторов, оказывающих влияние на финансовые результаты компании	10
1.3 Методика анализа финансовых результатов деятельности компании	14
2 Анализ финансовых результатов ООО «Гранд»	19
2.1 Организационно-экономическая характеристика компании	19
2.2 Анализ основных показателей деятельности ООО «Гранд»	24
2.3 Анализ финансовых результатов ООО «Гранд»	33
3 Рекомендации по повышению финансовых результатов деятельности ООО «Гранд».....	45
3.1 Направления повышения финансовых результатов деятельности	45
3.2 Оценка эффективности предлагаемых рекомендаций	51
Заключение	56
Список используемой литературы и источников.....	58
Приложение А Схема формирования финансового результата компании.....	63
Приложение Б Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.	64

Введение

Цель существования любой коммерческой компании состоит в получении прибыли. Именно прибыль выступает финансовым результатом деятельности и достигается в те моменты, когда продукция или услуги компании соответствуют спросу. В ином случае компания получает убыток, что также является финансовым результатом деятельности, однако отрицательным, не удовлетворяющим цели существования.

Эффективность деятельности компании выражается в ее финансовых результатах. Финансовый результат деятельности определяется как разница между доходами компании, состоящими из ее выручки и прочих доходов, и всеми расходами компании. Когда расходы превышают доходы, то компания получает убыток, что негативно сказывается на многих ее показателях. Превышение расходов реализуется под влиянием внешних факторов, таких как экономика, геополитическая ситуация в мире, санкции против страны, которые касаются многих сфер деятельности, а также внутренних факторов – ресурсы, персонал, производственные фонды.

Для нейтрализации данных недостатков, сокращения угроз от внешних и внутренних факторов компаниям необходимо постоянно проводить мониторинг своей деятельности, анализировать показатели доходов и расходов, финансовые результаты. За счет данного анализа возможно выявить недостатки и принять своевременные управленческие решения, повысить финансовые результаты, эффективность бизнеса. Поэтому тема, выбранная для исследования, является актуальной.

Цель бакалаврской работы состоит в проведении анализа финансовых результатов деятельности ООО «Гранд» и разработке предложений по их повышению. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть теоретические аспекты анализа финансовых результатов деятельности компании;

- провести анализ основных показателей деятельности и финансовых результатов ООО «Гранд»;
- определить направления повышения финансовых результатов деятельности и дать оценку эффективности предлагаемых рекомендаций.

Объект исследования – ООО «Гранд», основным видом деятельности которого является розничная торговля строительными материалами, а также реализация гаражных ворот, дверей и приводов. Предмет исследования – методика анализа финансовых результатов ООО «Гранд».

В ходе написания бакалаврской работы использованы такие общенаучные методы, как описание, обобщение, классификация, синтез, индукция.

Специальными методами стали: анализ научной литературы, анализ нормативно-правовых документов и законодательных актов РФ по исследуемой теме, горизонтальный анализ финансовой отчетности, динамический анализ данных ООО «Гранд», факторный анализ прибыли.

Практическая значимость исследования заключается в применении предлагаемого комплекса мероприятий для повышения финансовых результатов анализируемого ООО «Гранд».

Информационной базой исследования выступили труды российских и зарубежных ученых и специалистов, периодические издания, авторефераты диссертационных работ и материалы научных конференций по вопросам эффективности финансовых результатов компании и их повышения.

Структура работы представлена введением, в котором установлены цели и задачи исследования и определены объект и предмет исследования, тремя разделами, заключением, списком используемой литературы и приложениями.

Первый раздел содержит теоретический анализ понятия финансового результата компании, понятия прибыли компании. Здесь рассмотрены факторы, которые влияют на формирование финансовых результатов, а также

представлена методика, в соответствии с которой анализируются данные результаты.

Во втором разделе произведен анализ, рассчитаны финансовые показатели, динамика и структура финансового результата, произведен факторный анализ прибыли, сделаны выводы по наиболее влияющим факторам.

В третьем разделе на основании выявленных недостатков предложены конкретные мероприятия по усовершенствованию работы объекта исследования и повышению его прибыли, предложено новое направление деятельности, связанное с улучшением качества работы работников компании, рассчитан эффект от внедрения мероприятий.

В заключение представлены выводы исследования, изложен основной ход исследования.

1 Теоретические аспекты анализа финансовых результатов компании

1.1 Понятие финансовых результатов как отдельной экономической категории

Цель любой деятельности состоит в получении результата, в каком-либо итоге. В том числе и коммерческая предпринимательская деятельность заключается в получении результата, который выражается в прибыли или убытке [15, с. 71]. Если компания получила убыток, то можно сказать, что деятельность ее не была эффективной, и наоборот, получение прибыли означает наличие эффективности деятельности в течении периода.

Прибыль, как основной финансовый результат, определяется во многих источниках литературы, периодических изданиях, исследованиях и законодательных актах. Первоочередное определение прибыли установлено в Налоговом кодексе РФ, где говорится, что прибыль означает размер, получаемый путем вычитания суммы расходов из всех полученных доходов компании [24].

В свою очередь известные российские авторы учебных пособий А.Д. Шеремет и Е.В. Негашев отмечают, что «...финансовый результат деятельности ... выражается в изменении величины его собственного капитала за отчетный период» [44, с. 56].

Также российский экономист Л.И. Лопатников в своих работах писал, что финансовый результат – это и есть чистая прибыль или чистый убыток компании [21, с. 37]. Автор под финансовым результатом понимал совокупность показателей, которые определяют конечную денежную оценку, результирующую деятельность компании. Также автор пишет о финансовом результате с точки зрения отражения его в отчетности: финансовый результат – это показатель МСФО (Международные стандарты финансовой отчетности),

равный разнице между ЕВІТ (прибыли до уплаты налогов и процентов) и ЕВТ (прибыли до уплаты налогов).

В экономическом словаре имеется такое обозначение: «бухгалтерская прибыль (убыток) представляет собой окончательный финансовый результат (прибыль или убыток), выявленный за отчетный период на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций компании и оценки статей бухгалтерского баланса [7].

В большом юридическом словаре финансовый результат обозначен следующим образом: конечный финансовый результат складывается из финансового результата от реализации товаров (работ, услуг), основных средств и иного имущества компании и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям [18].

Данные показатели характеризуют финансовый результат как прибыль, тогда как он трактуется также и как убыток при условии превышения расходов над доходами. Согласно Налоговому кодексу РФ в зависимости от характера, условий получения и направлений хозяйственной деятельности компании доходы делятся на отдельные виды (таблица 1).

Таблица 1 – Виды доходов компаний согласно НК РФ [24]

Классификация	Вид дохода
Доходы от обычных видов деятельности	Доходами от обычных видов деятельности является выручка, поступления, связанные с выполнением работ и услуг
Операционные доходы	– доходы от участия в уставных капиталах других компаний
	– полученные проценты от предоставления займов
	– поступления, связанные с предоставлением на платной основе во временное пользование активов компаний
	– поступления от продажи собственных средств и иных активов, отличных от денежных средств, товаров
Внереализационные доходы	– штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров
	– безвозмездно полученные активы
	– выявленная в отчетном году прибыль прошлых лет
	– курсовые разницы
	– сумма дооценки активов
	– списанная кредиторская задолженность, по которой истек срок исковой давности

В свою очередь, расходы компании – это уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов и (или) возникновение обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой компании, за исключением уменьшения вкладов по решению участников. Классификация расходов представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Виды расходов компаний согласно НК РФ [24]

Классификация	Вид дохода
Расходы от обычных видов деятельности	Это расходы, связанные с изготовлением и продажей продукции, а также с выполнением работ и услуг
Операционные расходы	– расходы, связанные с участием в уставных капиталах других компаний
	– расходы, связанные с выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов (кроме денежных средств, товаров)
	– проценты по кредитам и займам
Внереализационные расходы	– штрафы, пени, неустойки
	– возмещение причиненных убытков
	– списанную дебиторскую задолженности с просроченным сроком исковой давности
	– убытки прошлых лет, выявленные в отчетном году
	– курсовые разницы
	– сумма уценки активов

Данные доходы и расходы определяются в целях налогового учета. В целях других видов учета, например, бухгалтерского и управленческого, финансовый результат в виде прибыли формируется за счет нескольких направлений (рисунок 1).

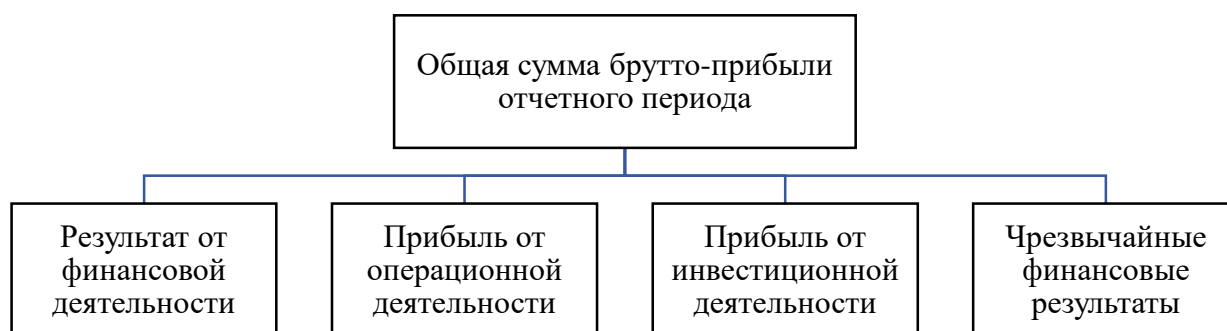


Рисунок 1 – Источники прибыли компании [36, с. 78]

Финансовый результат компании выступает основным источником для анализа деятельности компании, на его основе рассчитываются многие коэффициенты, анализируется имущественное положение, динамика и структура.

Таким образом, формирование финансового результата представляет собой расчет итоговых показателей по обычным видам деятельности. А также по дополнительным видам деятельности, путем вычитания из выручки по всем направлениям всех соответствующих затрат, а также налогов на прибыль. И тем самым определяется прибыль компании. Пример и схему такого расчета представим в приложении А [17, с. 402].

Финансовый результат на предприятии – это не только прибыль, доход компании, он может быть также и отрицательным, то есть результатом, при котором компания получила убыток. И бесспорно, для любого предприятия важен анализ финансового результата, ведь по его данным руководство сможет принять соответствующие управленческие решения и сделать вывод, правильно ли ведется бизнес.

1.2 Характеристика факторов, оказывающих влияние на финансовые результаты компании

В рамках определения финансового результата компания устанавливает некоторые факторы, условия и информацию, а именно:

- за какой период будет произведен расчет (чаще берется год);
- как именно признаются доход, кассовым методом, то есть, когда поступают денежные средства, или методом начисления, когда реализован товар или услуга;
- как отражаются и признаются расходы, ведь именно от этого будет зависеть размер прибыли. Здесь устанавливаются все нормативы;
- какие нормы расходов, которые можно признавать в учете.

И следом по определенным этапам составляется финансовый результат предприятия, приведем описание основных их них [3, с. 58]:

1 этап – валовая прибыль (убыток), определяется разницей выручки и себестоимости;

2 этап – прибыль (убыток) от продаж, которая определена путем исключения из валовой прибыли управленческих и коммерческих расходов;

3 этап – прибыль (убыток) до налогообложения, именно от данной прибыли будут рассчитаны налог на прибыль компании в бюджеты государства;

4 этап – чистая прибыль (убыток) за отчетный период, итоговый результат деятельности.

Схема составления финансовых результатов компании показана на рисунке 2 [10, с. 117].



Рисунок 2 – Этапы формирования финансовых результатов компании

Следует отметить, что в данном отчете содержатся все показатели который рассчитывается и применяется для анализа финансовых результатов. На основании данных анализов разрабатываются планы действия, принимаются различные стратегические решения, управленческие решения.

Беря во внимание все финансовые результаты, производится расчет динамики за несколько лет, и затем делаются определенные выводы, заключения. И здесь важно рассчитывать не только коэффициенты и показатели, но в первую очередь определять факторы, от которых повышается или сокращается финансовый результат. Таким образом, в первую очередь производится достоверный тщательный анализ, а уже потом формируется заключение и выводы.

По мнению многих авторов, таких как А.А. Биглова, М.К. Фисенко, А.Д. Шеремет и других, наиболее распространенным делением факторов выступает деление на внутренние и внешние [5, с. 292]. Составим следующую таблицу 3, в которой перечислим все факторы, типичные для многих компаний, которые в наибольшей степени оказывают влияние на доходы и расходы предприятия.

Таблица 3 – Факторы, влияющие на финансовый результат [11, с. 46]

Категория факторов	Виды факторов
Внутренние факторы	Качество и конкурентоспособность продукции
	Уровень организации производства и труда
	Компетентность руководства и менеджеров
	Качество финансового менеджмента
	Структура продукции и затрат
	Цена продукции
	Себестоимость продукции
	Производительность труда
	Объем продаж
Внешние факторы	Качество действующего законодательства
	Уровень развития внешнеэкономических связей государства
	Уровень развития сектора государственных услуг
	Цены на производственные ресурсы
	Социально-экономические условия
	Природные условия
	Инфляция
	Степень развития инфраструктуры

Поскольку в аналитическом разделе исследования проанализирована торговая компания, следует рассмотреть, какие именно факторы оказывают

влияние на формирование финансового результата торговой компании. Они представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Факторы, влияющие на финансовый результат торговой компании [28, с. 167]

Категория факторов	Виды факторов
Внутренние факторы	Уровень хозяйствования и управления компанией
	Объем и структура товарооборота
	Объем реализованных торговых надбавок
	Размер прочих поступлений доходов
	Объем издержек обращения
	Размер прочих расходов
	Скорость оборачиваемости товаров
	Обеспеченность собственными оборотными средствами
	Эффективность использования ресурсов
Внешние факторы	Состояние конъюнктуры рынка, в том числе рынка потребительских товаров
	Уровни ставок налогов в малом бизнесе
	Степень государственного регулирования потребительского рынка
	Покупательская способность

Также авторами факторы формирования финансового результата торговой компании подразделяются на экстенсивные и интенсивные (таблица 5).

Таблица 5 – Экстенсивные и интенсивные факторы формирования финансового результата торговой компании [37, с. 218]

Категория факторов	Виды факторов
Экстенсивные факторы	Рост уровня торговых надбавок
	Изменение суммы издержек обращения
	Увеличение времени работы компании
	Увеличение количества используемых основных фондов и оборотных средств
	Размер стоимости финансовых ресурсов
Интенсивные факторы	Рост суммы валовой прибыли за счет роста товарооборота
	Изменение уровня издержек обращения
	Повышение эффективности использования ресурсов
	Совершенствование технологии реализации товаров и условий труда

Таким образом, за счет определения всех факторов, которые оказывают влияние на финансовый результат предприятия, на его прибыль, возможно и

понять, за счет каких показателей или факторов возможно повысить данную прибыль.

1.3 Методика анализа финансовых результатов деятельности компании

Анализ финансовых результатов позволяет, прежде всего, выявить возможные пути повышения прибыли. Основными задачами анализа финансовых результатов выступают [39, с. 64]:

- в первую очередь определяются источники прибыли предприятия, чтобы в ходе анализа было понятно, откуда они берутся;
- также определяются факторы, которые оказывают наибольшее влияние на финансовый результат;
- и позволяет определить направления роста прибыли, за счет каких каналов, возможностей или мероприятий компания сможет увеличить свою прибыль.

Основным источником для анализа финансовых результатов выступает: отчет о финансовых результатах, а также бухгалтерский баланс.

Сегодня для анализа финансовых результатов применяются разнообразные методики, способы, а также разнообразные наборы показателей. Так, можно структурировать и выделить основные методики анализа [12, с. 59]:

- горизонтальный (временной) анализ – при данном виде анализа показатель каждого последующего периода сравнивается с показателем предыдущего периода;
- вертикальный (структурный) анализ – по-другому его называют структурным, когда определяется структура того или иного показателя, например, какова структура прибыли в выручке;
- анализ относительных показателей (финансовых коэффициентов) – наиболее частый вид анализа, и наиболее масштабный, так как для

анализа могут быть подобраны максимальное число коэффициентов, и они анализируются за несколько лет, сравниваются;

- сравнительный анализ – также часто применяется в дополнение к вышеперечисленным, здесь показатели анализируемой компании могут сравниваться или со среднеотраслевыми (например, рентабельность продаж компании и какая в отрасли), или же с показателями конкурентов, для формирования соответствующих выводов;
- факторный анализ – производится расчет уровня влияния различных факторов, чаще всего на прибыль, и определяется, какой фактор оказал наибольшее влияние.

К финансовым результатам деятельности компании относится прибыль. Основные виды прибыли и формулы их расчета приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Виды прибыли как основного финансового результата компании

Наименование	Формула	Значение
Маржинальная прибыль (МП)	$МП = В - Р_{пер}$, где В – выручка, $R_{пер}$ – переменные расходы	Если динамика положительная, можно сделать вывод о правильной работе компании со статьями расходов и ценообразованием
Операционная прибыль (ОП)	$ОП = В - Р_{пер} - Р_{пост}$, где $R_{пост}$ – постоянные расходы	Операционная прибыль составляет разницу между выручкой и расходами и демонстрирует результаты работы бизнеса
Валовая прибыль (ВП)	$ВП = В_{прод} - С$, где $V_{прод}$ – выручка от продаж С – себестоимость продаж	Показывает, сколько средств останется у компании, если из выручки от продажи товара или реализации услуги вычесть средства, потраченные на сырье, зарплату, амортизацию или аренду оборудования
Чистая прибыль (ЧП)	$ЧП = В - Р$, где Р – все расходы компании	Итоговый результат работы компании

Следует отметить, что финансовый результат, а точнее на его основании, показывает также и эффективность использования основных ресурсов компании. На основании финансовых результатов возможно рассчитать, а эффективно ли используются кадры, эффективно ли в производстве сырье, на

сколько эффективен оборотный капитал в деятельности, представленные в таблице 7. Все они рассчитываются с участием финансового результата компании.

Таблица 7 – Частные показатели эффективности использования ресурсов компании, рассчитываемые на основании финансовых результатов [2, с. 136]

Вид ресурсов	Наименование показателя эффективности	Формула	Значение
Трудовые ресурсы	Выработка	$\frac{Q}{\Psi}$, где Q – объем продукции, Ψ – численность кадров	Характеризует величину результата в виде выпуска продукции, приходящегося на одного работника
	Трудоемкость	$\frac{T}{Q}$, где T – время на выпуск продукции	Характеризует величину затраченного времени на единицу продукции
	Рентабельность персонала	$\frac{\Pi}{\Psi}$, где Π – прибыль до налогообложения	Означает, сколько прибыли получено на одного работника компании или в расчете на единицу времени
Основные фонды	Фондоотдача	$\frac{Q}{OC}$, где OC – основные средства	Показывает величину результата деятельности, приходящуюся на единицу стоимости капитала
	Фондоемкость	$\frac{OC}{Q}$	Показывает величину основных средств, на единицу произведенной продукции
Оборотные средства	Материалоемкость	$\frac{MЗ}{Q}$, где MЗ – материальные затраты	Показывает величину материальных затрат, приходящихся на единицу продукции
	Коэффициент оборачиваемости и оборотных средств	$\frac{B}{OA}$, где OA – величина оборотных активов	Показывает число оборотов, которые оборотные средства совершают за период

Рассмотрев частные показатели, отметим и о наличии обещающих показателей. Частные показатели более точно направлены на определение того или иного аспекта, тогда как обобщающие позволяют увидеть результат всей деятельности предприятия. Их существует не мало, и разнообразные, но наиболее типичные, которые подходят для каждого предприятия, представим.

Например, показатели рентабельности, рассчитанные на основании показателей финансовых результатов (прибыли, убытка). В таблице 8 представлены данные показатели.

Таблица 8 – Показатели рентабельности предпринимательской деятельности [4, с. 112]

Наименование показателя	Формула расчета	Экономическое значение
Рентабельность производства	$\frac{\Pi}{A} * 100,$ где А – активы	Показывает, какую прибыль получит компания на единицу использованных ресурсов
Рентабельность собственного капитала	$\frac{\Pi}{СК} * 100,$ где СК – собственный капитал	Показывает, какую выгоду в виде прибыли компания получит от использования собственного капитала
Рентабельность инвестиций	$\frac{\Pi}{И} * 100,$ где И – инвестиции	Позволяет оценить прибыль от вложенных инвестиционных средств
Рентабельность продукции	$\frac{\Pi}{З} * 100,$ где З – издержки	Характеризует, какую выгоду (прибыль) компания получит от произведенных на производство продукции текущих затрат
Рентабельность выручки (продаж)	$\frac{\Pi}{В} * 100$	Отражает долю прибыли в выручке

Показатели, представленные в таблице, одни из важнейших в рамках анализа финансовых результатов. Ведь рентабельность означает результативность, эффективность бизнеса. Это означает, что при помощи данных показателей возможно получить объективную оценку результатам бизнеса, эффективно ли он работает, в тех ли направлениях, по тем ли параметрам, и нужно ли что-то изменить.

Подводя итоги первого раздела бакалаврской работы, следует отметить, что в современной экономике существует несколько трактовок понятия финансового результата. В ходе исследования были изучены и проанализированы данные понятия, и стоит отметить, что финансовый результат на предприятии – это не только прибыль, доход компании, он может быть также и отрицательным, то есть результатом, при котором компания

получила убыток. И бесспорно, для любого предприятия важен анализ финансового результата, ведь по его данным руководство сможет принять соответствующие управленческие решения и сделать вывод, правильно ли ведется бизнес.

Следующим этапом исследования планируется произвести расчет финансовых результатов конкретного предприятия, и на основании результатов данного исследования сформировать вывод и направления повышения данных финансовых результатов. Основой для анализа будет выступать методика, представленная в данной главе исследования, что является основой для разработки мероприятий по повышению эффективности деятельности исследуемой компании.

2 Анализ финансовых результатов ООО «Гранд»

2.1 Организационно-экономическая характеристика компании

Общество с ограниченной ответственностью «Гранд» реализует деятельность в области розничной торговли строительными материалами с 2014 г. Также компания реализует гаражные ворота, двери и приводы.

Полное наименование: общество с ограниченной ответственностью «Гранд».

Сокращенное наименование: ООО «Гранд».

ОГРН: 1146325000711 [18].

ИНН/КПП: 6325059544/632501001.

Организационно-правовая форма: общества с ограниченной ответственностью.

Форма собственности/организации: частная/юридическое лицо.

Юридический адрес: 446011, Самарская область, г. Сызрань, ул. Щербакова, д. 1.

Дата регистрации: 23.04.2014 г.

Уставный капитал: 10 000,00 руб. с одним учредителем [31].

Компания входит в реестр малого и среднего предпринимательства с 01 августа 2016 г. и имеет статус микропредприятия [34]. Специальный налоговый режим не применяется, в реестре недобросовестных поставщиков не числится [19].

Основной вид деятельности: торговля розничная прочая в специализированных магазинах (ОКВЭД 47.78). Также в едином государственном реестре юридических лиц зарегистрировано еще 24 вида деятельности [14].

Работа персонала позволяет обеспечивать бесперебойный бизнес-процесс компании, схема которого представлена на рисунке 3.

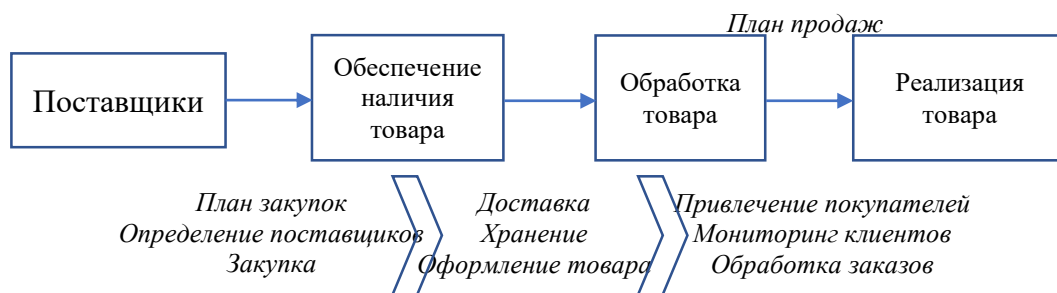
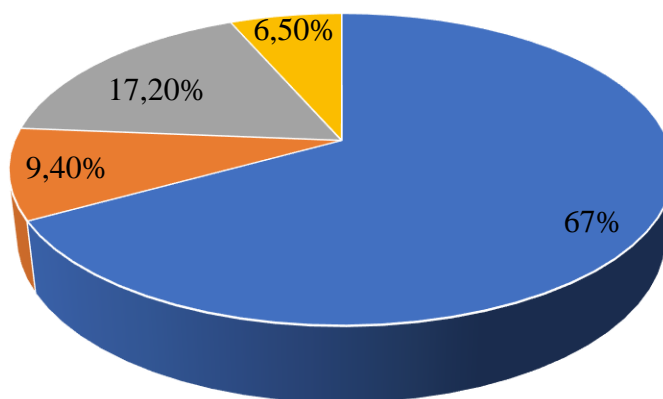


Рисунок 3 – Бизнес-процесс ООО «Гранд»

График работы магазина (без перерыва на обед):

- понедельник-пятница с 10:00 до 20:00;
- суббота с 9:00 до 18:00;
- воскресенье с 10:00 до 16:00.

Компания реализует торговлю строительными материалами в розницу, а также реализует гаражные ворота, двери и приводы. На рисунке 4 представлена структура направлений деятельности:



- Строительные материалы
- Гаражные ворота
- Двери
- Приводы

Рисунок 4 – Структура направлений деятельности ООО «Гранд»

Как видно, большую часть деятельности занимает розничная торговля строительными материалами: цементом, гипсом, грунтовкой, герметиком, шнурами и многими другими. Более 17% приходится на торговлю дверьми различных видов. Также практически 10% деятельности ООО «Гранд» связано с торговлей гаражными воротами и 6,5% – приводами.

Практически 100% покупателей – физические лица (юридические лица составляют не более 1% покупателей).

Целевая аудитория: лица, осуществляющие строительство, ремонт и реконструкцию сооружений.

Основные технико-экономические показатели компании представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Динамика основных технико-экономических показателей ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	Период			Отклонения 2021 г./2020 г.		Отклонения 2021 г./2019 г.	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Розничный товарооборот, тыс. руб.	5 061	11 647	9 399	-2 248	80,70	4 338	185,71
Выручка, тыс. руб.	5 219	12 342	9 410	-2 932	76,24	4 191	180,30
Себестоимость продаж, тыс. руб.	4 916	11 626	8 705	-2 921	74,88	3 789	177,07
Чистая прибыль, тыс. руб.	257	535	192	-343	35,89	-65	74,71
Основные фонды в аренде (площадь магазина), м ²	120	120	120	0	100,00	0	100,00
Торговая площадь, м ²	55	55	55	0	100,00	0	100,00
Численность персонала, чел.	4	3	3	0	100,00	-1	75,00
Рентабельность продаж, %	4,92	4,33	2,04	-2	47,11	-3	41,46
Товарооборот на 1 м ² торговой площади, тыс. руб.	92,02	211,76	170,89	-41	80,70	79	185,71
Производительность труда, тыс. руб.	1 304,75	4 114,00	3 136,67	-977	76,24	1 832	240,40
Товарооборот на 1 чел., тыс. руб.	1 265,25	3 882,33	3 133,00	-749	80,70	1 868	247,62

Исходя из анализа данных таблицы, в которой представлены основные технико-экономические показатели, можно отметить, что розничный товарооборот за анализируемый период увеличился на 85%, что положительно и говорит о росте продаж розничным покупателям – физическим лицам.

Расширение торговли связано с периодом пандемии и кризисными условиями в стране. Так как практически 100% деятельности компании – торговля, то соответственно увеличилась и выручка. Рост затрат (себестоимости) был в пределах 77%, что повышает прибыльность ООО «Гранд».

Компания осуществляет деятельность в помещении 120 м², в котором торговая площадь занимает около 50%. Остальную часть занимают подсобные помещения.

Численность персонала магазина небольшая – 3 чел. в 2021 г., и один сотрудник в рабочий день реализует деятельность в среднем на 19 м² торговой площади магазина. Также товарооборот на 1 м² торговой площади показывает рост к 2021 г. То есть товарооборот магазина вырос за три года, а размер магазина и численность персонала осталась прежней, что также свидетельствуют о росте производительности и говорит о росте покупательской способности населения.

Успешная торговля выражается в получении выручки, динамика которой за последние несколько лет представлена на рисунке 5.

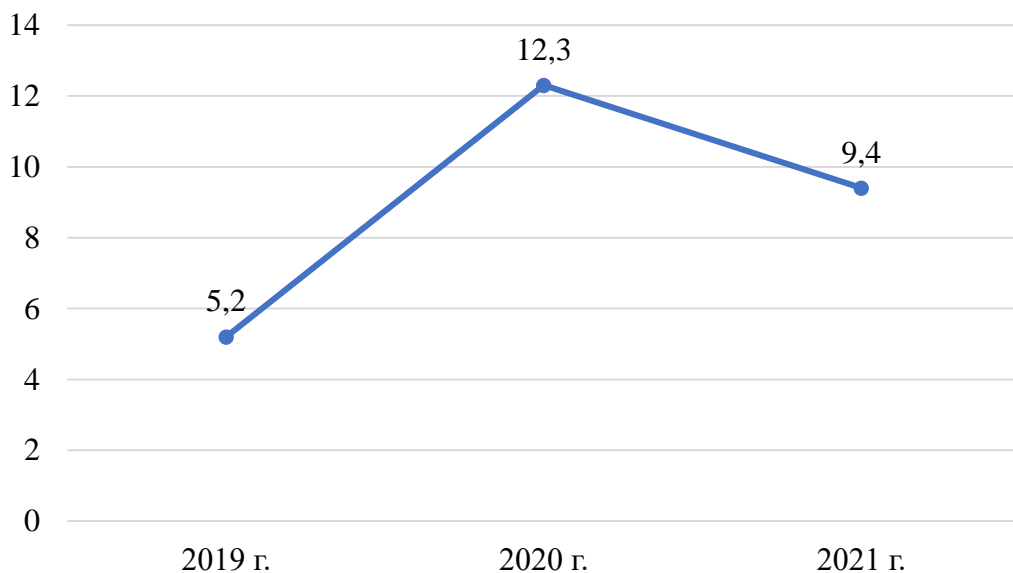


Рисунок 5 – Динамика выручки ООО «Гранд» за 2019-2021 гг., млн. руб.

На графике видны колебания в деятельности компании, хотя в целом наблюдается рост выручки. Наибольший объем выручки виден в 2020 г., что

связано с периодом пандемии в стране, ограничительными мерами на работу многих компаний и переводом населения на удаленные форматы работы, у граждан появилось достаточно свободного времени, которое они могли потратить на ремонт и строительные работы.

Динамика прибыли компании имеет следующий вид (рисунок 6).

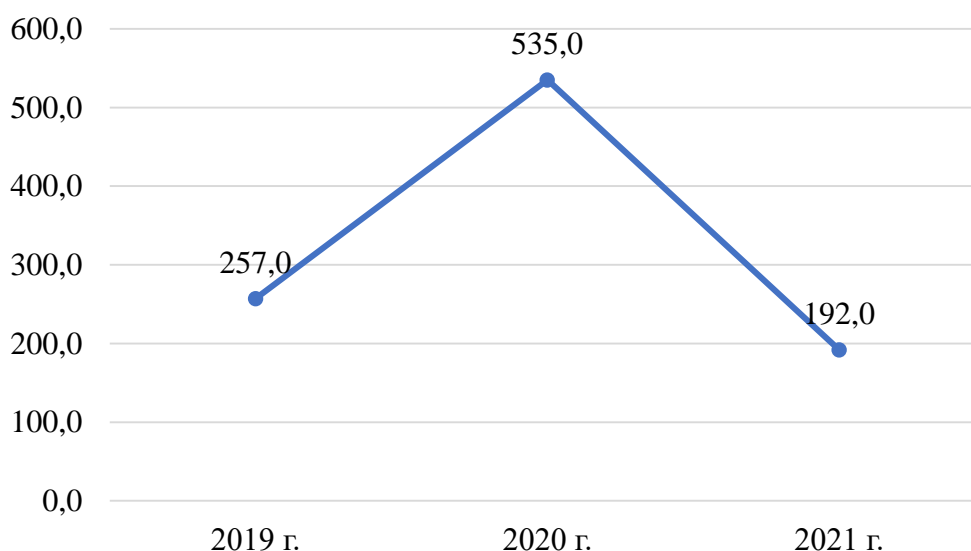


Рисунок 6 – Динамика прибыли ООО «Гранд» за 2019-2021 гг., тыс. руб.

Как видно, прибыль компании распределилась равномерно выручке, но в целом, имела меньшую динамику.

Среднесписочная численность: 3 чел. (на 2021 г.). Структура управления компанией – линейная, представлена на рисунке 7.

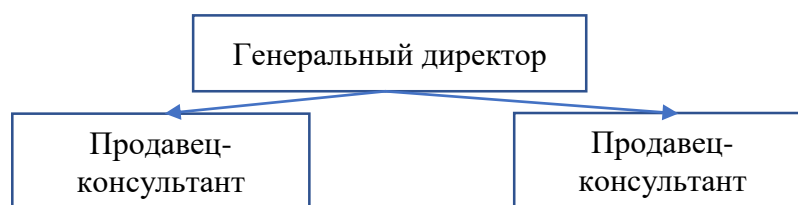


Рисунок 7 – Организационная структура ООО «Гранд»

Данная структура распределяет обязанности управления на генерального директора, а реализацию торговли на продавцов. Генеральный

директор руководит компанией, реализует закупку материалов для продажи, взаимодействует с контрагентами, с государственными органами. Ему подчиняются два продавца, которые реализуют работу магазина, непосредственно торговлю, взаимодействуют с покупателями, принимают оплату, пробивают чеки. Продавцы работают по сменам: 2 дня рабочих / два дня выходных.

Также продавцы являются материально-ответственными лицами, выполняют кассовую дисциплину, работают с денежными средствами. Помимо наличных денежных средств, оплата в магазине принимается банковскими картами. В случае высокой загруженности продавцов в работе им помогает генеральный директор, являющийся собственником бизнеса.

Следовательно, для анализа выбрана небольшая компания, представляющая собой магазин, с относительно небольшой выручкой за год, увеличивающейся в динамике, и тремя сотрудниками. В следующем пункте бакалаврской работы более детально рассмотрены основные показатели деятельности компании.

2.2 Анализ основных показателей деятельности ООО «Гранд»

Определившись с объемами и размерами компании, описав ее вид деятельности, следует рассмотреть динамику основных финансовых показателей. В таблице 10 приведены данные, необходимые для анализа имущественного положения ООО «Гранд» (на основе бухгалтерской (финансовой) отчетности, представленной в Приложении Б).

ООО «Гранд» располагается в арендованном помещении и платежи по аренде – одна из основных статей затрат компании.

Таблица 10 – Динамика актива баланса ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	Период, тыс. руб.			Темпы роста			
				2021/2020		2021/2019	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ							
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ							
Запасы	6 230	4 308	3 447	-861	80,01	-2 783	55,33
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	102	35	116	81	331,43	14	113,73
Дебиторская задолженность	183	983	333	-650	33,88	150	181,97
Денежные средства и денежные эквиваленты	183	80	3	-77	3,75	-180	1,64
Итого по разделу II	6 698	5 406	3 899	-1 507	72,12	-2 799	58,21
БАЛАНС	6 698	5 406	3 899	-1 507	72,12	-2 799	58,21

В целом размеры актива сократились за три последних года на 42%, преимущественно за счет сокращения запасов и денежных средств. Так, запасы сократились в 2020 г. и продолжали сокращаться к 2021 г., в общей сложности на 45% за три года. Негативным фактором является то, что увеличилась дебиторская задолженность с 2019 г. по 2021 г. на 81,97%, что свидетельствует о неправильной работе с поставщиками (поскольку покупатели приобретают товар в розницу и от них дебиторской задолженности возникнуть не может). Сокращение денежных средств приводит к сокращению ликвидности баланса компании. Динамика активов ООО «Гранд» представлена на рисунке 8.

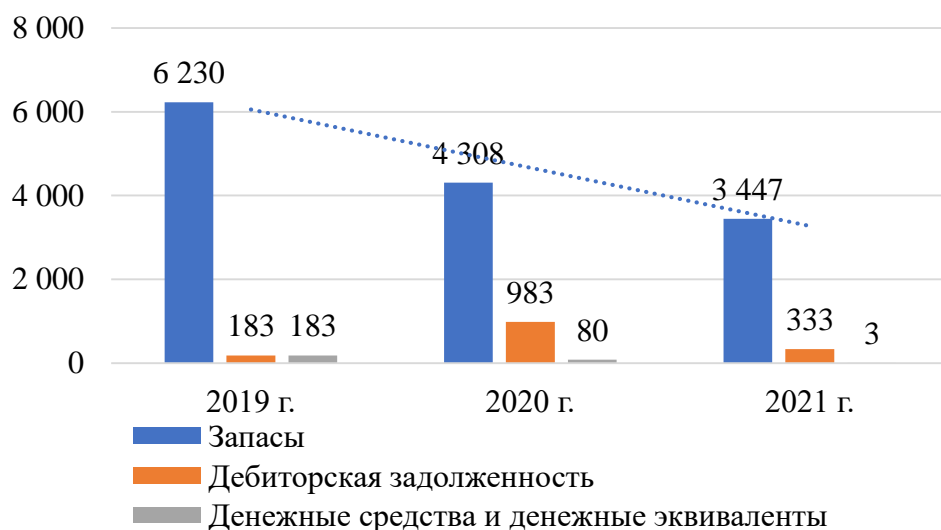


Рисунок 8 – Динамика активов ООО «Гранд», тыс. руб.

Основную часть активов занимают запасы. В целом можно отметить нормальную структуру имущества компании. В таблице 11 приведена динамика источников образования имущества компании.

Таблица 11 – Динамика пассива баланса ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	Период, тыс. руб.			Темпы роста			
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021/2020		2021/2019	
				тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ							
Уставный капитал	10	10	10	0	100,00	0	100,00
Нераспределенная прибыль	736	1 271	1 463	192	115,11	727	198,78
Итого по разделу III	746	1 281	1 473	192	114,99	727	197,45
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА							
Заемные средства	1 508	1 569	1 419	-150	90,44	-89	94,10
Итого по разделу IV	1 508	1 569	1 419	-150	90,44	-89	94,10
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА							
Кредиторская задолженность	4 444	2 556	1 007	-1 549	39,40	-3 437	22,66
Итого по разделу V	4 444	2 556	1 007	-1 549	39,40	-3 437	22,66
БАЛАНС	6 698	5 406	3 899	-1 507	72,12	-2 799	58,21

Анализ данных таблицы показывает сокращение пассива баланса. Преимущественно сокращение произошло за счет отрицательной динамики

краткосрочных обязательств практически на 80% и долгосрочных обязательств на 6%. Большая отрицательная динамика наблюдается в 2021 г. по отношению к 2020 г., тогда как в 2020 г. уже сократились обязательства на 61%, что положительно и ведет к повышению платежеспособности компании.

Структурно в 2019 г. краткосрочные обязательства имели наибольшую долю, среди пассивов они занимали практически 67%, тогда как в 2021 г. структура распределилась равномерно (рисунок 9).

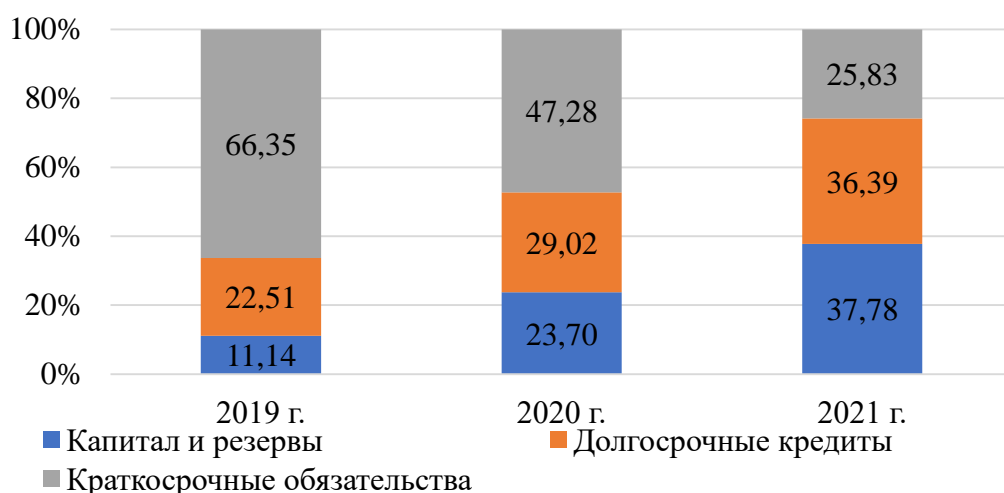


Рисунок 9 – Структура пассива баланса ООО «Гранд» за 2019-2021 гг., %

Это произошло за счет того, что компания сократила свою кредиторскую задолженность и у нее увеличилась нераспределённая прибыль, то есть увеличился собственный капитал. Можно отметить структуру 2021 г. идеальным соотношением.

В свою очередь собственный капитал вырос за счет нераспределенной прибыли в 2021 г. на 98,78%, что положительно и способствует финансовой стабилизации исследуемой компании (рисунок 10).

Также за три года сократились долгосрочные заемные средства на 6%. Это означает, что компания не брала новых кредитов, а покрывает только текущие займы.

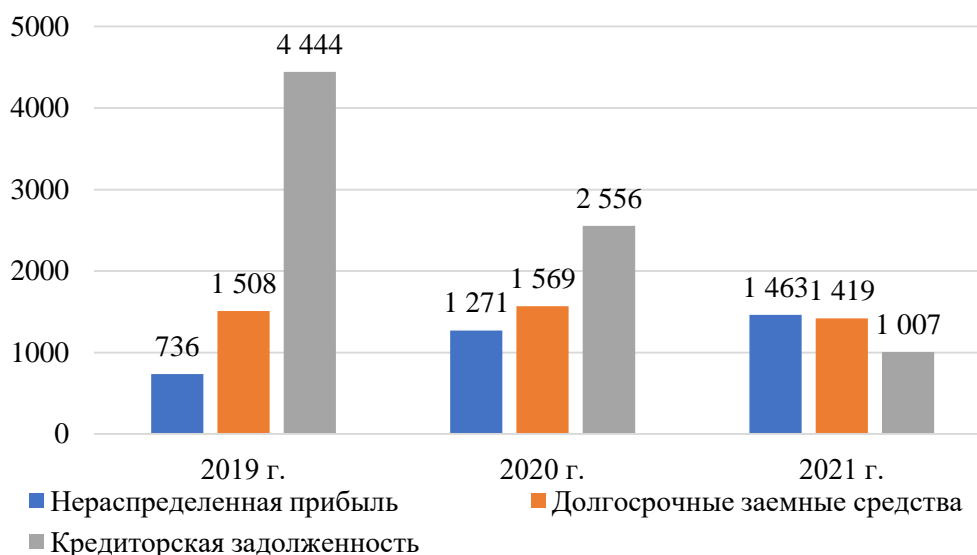


Рисунок 10 – Динамика основных показателей пассива баланса ООО «Гранд» за 2019-2021 гг., тыс. руб.

Положительным является также сокращение с 2019 г. к 2021 г. кредиторской задолженности. Краткосрочных займов, то есть кредитов сроком менее 1 года, у компании нет, что повышает ее платежеспособность.

Далее необходимо рассчитать ликвидность компании, составив таблицу 12.

Таблица 12 – Динамика коэффициентов ликвидности ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение, %	
				2021/2020	2021/2019
Коэффициент текущей ликвидности	1,51	2,12	3,87	1,76	2,36
Коэффициент быстрой ликвидности	0,08	0,42	0,33	-0,08	0,25
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,04	0,03	0,003	-0,03	-0,04

Анализ данных таблицы свидетельствует о низком уровне платежеспособности в 2019 г., но за счет изменения структуры пассива, она выросла к 2021 г. За счет активов в 2021 г. компания сможет покрыть свои

краткосрочные обязательства на 387%, что положительно, ведь компания сократила кредиторскую задолженность (рисунок 11).

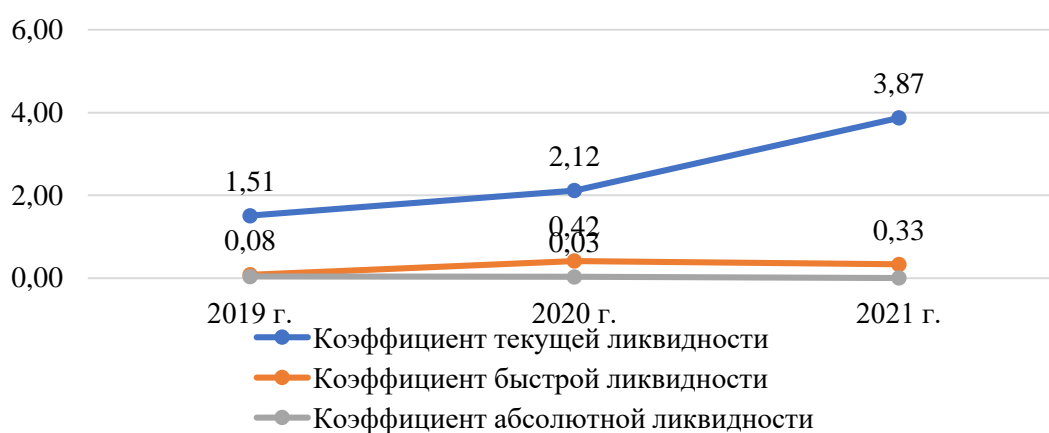


Рисунок 11 – Динамика коэффициентов ликвидности ООО «Гранд», %

За счет дебиторской задолженности и денежных средств компания могла покрыть свою кредиторскую задолженность (так как иных краткосрочных обязательств нет) на 8% в 2019 г. и на 42% в 2021 г., что говорит о низкой платежеспособности. Только лишь за счет денежных средств ООО «Гранд» не покрывает и 1% своих обязательств 2021 г. из-за сокращения денежных средств в 2021 г. В таблице 13 приведено сопоставление данных показателей со среднеотраслевыми и средними общероссийскими.

Таблица 13 – Сравнение коэффициентов ликвидности ООО «Гранд» за 2021 г. со средними по России и среднеотраслевыми [38]

Показатель	2021 г.	Среднеотраслевое значение	Отклонения, %	Общероссийское значение	Отклонения, %
Коэффициент текущей ликвидности	3,87	1,9	-1,97	1,6	-2,27
Коэффициент быстрой ликвидности	0,33	0,9	0,57	1,2	0,87
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,003	0,1	0,10	0,2	0,197

Как показывает анализ данных таблицы, коэффициент текущей ликвидности превышает нормативные показатели и по отрасли, и по России, на 2,27 единицы. Тогда как показатели быстрой ликвидности и абсолютной ликвидности меньше и среднеотраслевого и общероссийского показателя. Это может свидетельствовать о низком уровне платежеспособности.

В подтверждение данных выводов рассчитаны коэффициенты платёжеспособности и финансовой устойчивости ООО «Гранд» в таблице 14.

Таблица 14 – Динамика коэффициентов платежеспособности и финансовой устойчивости ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение, %	
				2021/2020	2021/2019
Коэффициент автономии	0,11	0,24	0,38	0,14	0,27
Коэффициент финансовой зависимости	0,66	0,47	0,26	-0,21	-0,41
Коэффициент заемных средств	0,17	0,50	1,46	0,96	1,29
Коэффициент обеспеченности краткосрочных активов собственными оборотными средствами	0,11	0,24	0,38	0,14	0,27
Коэффициент маневренности собственного капитала	8,98	4,22	2,65	-1,57	-6,33
Коэффициент капитализации	7,98	3,22	1,65	-1,57	-6,33
Коэффициент финансирования	0,13	0,31	0,61	0,30	0,48
Коэффициент финансовой устойчивости	0,34	0,53	0,74	0,21	0,41

Коэффициент автономии означает независимость компании от внешних источников. Здесь нельзя не отметить, что в 2019 г. из-за высокого уровня заемного капитала ООО «Гранд» всего лишь на 11% было независимым от внешних источников. Тогда как к 2021 г. показатель вырос до 38% за счет сокращения кредитных средств.

Коэффициент финансовой зависимости иллюстрирует, что в 2019 г. на 1 руб. собственных средств компания привлекла 0,66 руб. заемных средств, что

доказывает структуру финансирования деятельности компании и зависимость от внешних источников на 66% в 2019 г., а также ее сокращение в 2021 г. до 26%.

Коэффициент заемных средств показывает, сколько собственных средств приходится на краткосрочные обязательства компании. В 2019 г. это всего лишь 17%, тогда как в 2021 г. нераспределённая прибыль превышает кредиторскую задолженность на 46%, что положительно влияет на финансовую устойчивость компании.

Отрицательная динамика коэффициента маневренности собственного капитала говорит, что ООО «Гранд» имеет все меньше возможностей пополнять оборотные средства за счет собственного капитала, так как активы компании к 2021 г. вырастают, а их абсолютный рост превышает увеличение размера собственного капитала (рисунок 12).

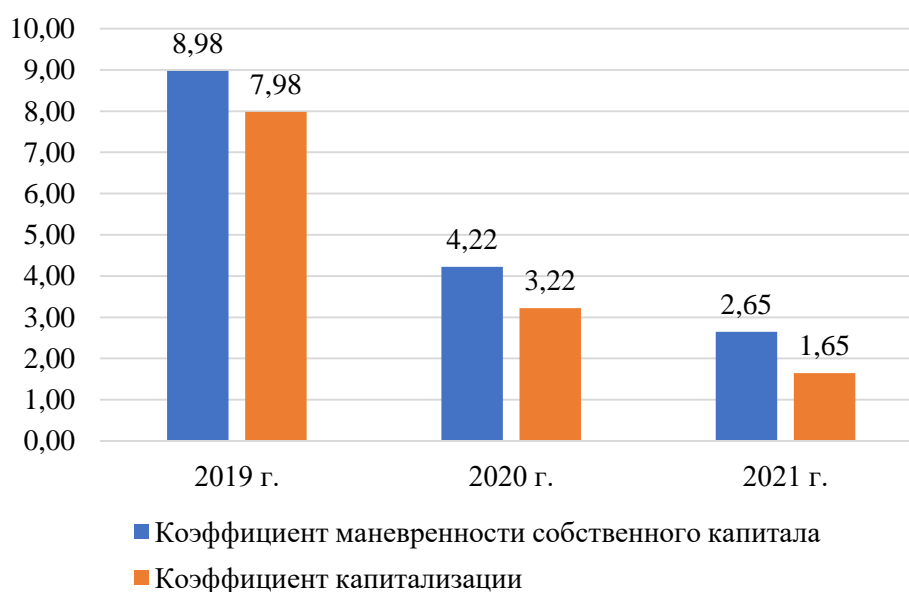


Рисунок 12 – Динамика коэффициентов маневренности и капитализации ООО «Гранд» за 2019-2021 гг., %

Коэффициент капитализации показывает долю собственного капитала компании в активах и свидетельствует о том, что в 2019 г. у ООО «Гранд» был высокий предпринимательский риск. Прибыли компания в данном периоде

получила меньше, так как доход был направлен на оплату процентов по кредитам (долгосрочным). К 2021 г. показатель сократился на 6,33%, что положительно для компании.

Коэффициент финансирования показывает, что 13% активов в 2019 г. сформированы за счет собственных средств и соответственно 87% – за счет долгосрочного кредита. К 2021 г. данный показатель увеличился (так как кредит компанией выплачивается и уменьшается), а прибыль выросла. При этом активы, необходимые для деятельности компании формируются на 61% из собственных источников.

Завершающим расчетным коэффициентом выступает коэффициент финансовой устойчивости (рисунок 13). Компания устойчива к колебаниям рынка, а в 2021 г. на 74%, преимущественно за счет нераспределенной прибыли.

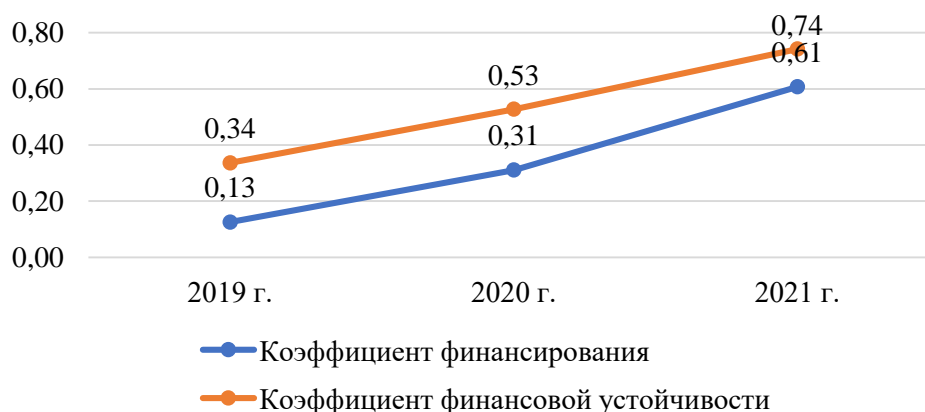


Рисунок 13 – Динамика коэффициентов финансовой устойчивости ООО «Гранд» за 2019-2021 гг., %

Следующим этапом является определение финансового состояния ООО «Гранд» (таблица 15). Если показатели F_c , F_t , F_o , приведенные в таблице, имеют положительное значение, то трехкомпонентный показатель равен 1, если отрицательное – 0.

Таблица 15 – Определение типа финансового состояния ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Показатель (строки баланса)	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Запасы (Зп)	6 230	4 308	3 447
СОС=1300-1100	746	1 281	1 473
КФ=1300+1410-1100	2 254	2 850	2 892
ВИ=1300+1410+1510-1100	2 254	2 850	2 892
Фс=СОС-Зп	-5 484	-3 027	-1 974
Фт=КФ-Зп	-3 976	-1 458	-555
Фо=ВИ-Зп	-3 976	-1 458	-555
Трехкомпонентный показатель	(0,0,0)	(0,0,0)	(0,0,0)

Следовательно, для ООО «Гранд» возможно кризисное финансовое положение, связанное с затруднением платежеспособности, высоким уровнем зависимости от внешних источников финансирования. Однако положительный момент в том, что к 2021 г. компания восстанавливает свое финансовое состояние. Несмотря на то, что показатели находятся на кризисном уровне, их значения увеличиваются, а значит потенциал для развития имеется. Далее необходимо рассмотреть финансовые показатели компании и рассчитать рентабельность ее деятельности.

2.3 Анализ финансовых результатов ООО «Гранд»

Основные финансовые результаты ООО «Гранд» отражены в отчете о финансовых результатах анализируемой компании. Данную отчетность представим в приложении Б к работе. Тогда составим таблицу 16 и в ней рассчитаем динамику финансовых результатов, а также произведем анализ данной динамики, за расчетный период возьмем три года – 2019-2021 гг.

Таблица 16 – Динамика финансовых результатов ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	Период, тыс. руб.			Темпы роста, %			
				2021/2020		2021/2019	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Выручка	5 219	12 342	9 410	-2 932	76,24	4 191	180,30
Себестоимость продаж	4 916	11 626	8 705	-2 921	74,88	3 789	177,07
Валовая прибыль (убыток)	303	716	705	-11	98,46	402	232,67
Коммерческие расходы	183	328	537	209	163,72	354	293,44
Управленческие расходы	93	170	117	-53	68,82	24	125,81
Прибыль (убыток) от продаж	579	218	51	-167	23,39	-528	8,81
Прочие доходы	303	442	119	-323	26,92	-184	39,27
Прочие расходы	9	9	10	1	111,1	1	111,11
Прибыль (убыток) до налогообложения	891	651	160	-491	24,58	-731	17,96
Налог на прибыль	64	130	32	-98	24,62	-32	50,00
Прочее	0	14	64	50	457,14	64	457,14
Чистая прибыль (убыток)	257	535	192	-343	35,89	-65	74,71

Анализ данных таблицы показывает рост выручки компании с 2019 г. по 2021 г. более чем на 80%, что бесспорно является положительным результатом. За весь анализируемый период в 2020 г. выручка компании была максимальной. Соответственно выручке наблюдается и динамика себестоимости компании (рисунок 14).

Также на формирование финансового результата оказал влияние рост коммерческих расходов, преимущественно на рекламу, за счет чего в том числе и реализовался рост сбыта продукции. Управленческие расходы за анализируемый период увеличились незначительно, на 25,81% в 2021 г.

У компании сократились прочие доходы, что является разовыми поступлениями за реализацию какой-либо деятельности компании, а в 2021 г. преимущественно осуществлялась торговля.

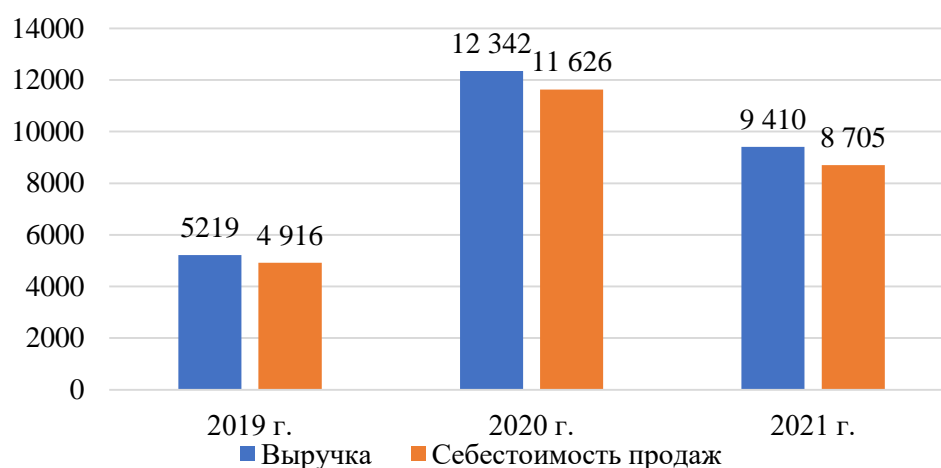


Рисунок 14 – Динамика выручки и себестоимости ООО «Гранд» за 2019-2021 гг., тыс. руб.

Прочие расходы находятся за весь анализируемый период практически на одном уровне и незначительно оказывают влияние на финансовый результат.

Соответственно налог на прибыль в 2020 г. был максимальным, а в 2021 г., наоборот, сократился за счет расчета и отражения в налоговом учете данных. В итоге за счет роста себестоимости продаж, а также роста коммерческих и управленческих расходов, чистая прибыль ООО «Гранд» с 2019 г. к 2021 г. сократилась более чем на 25% (рисунок 15).

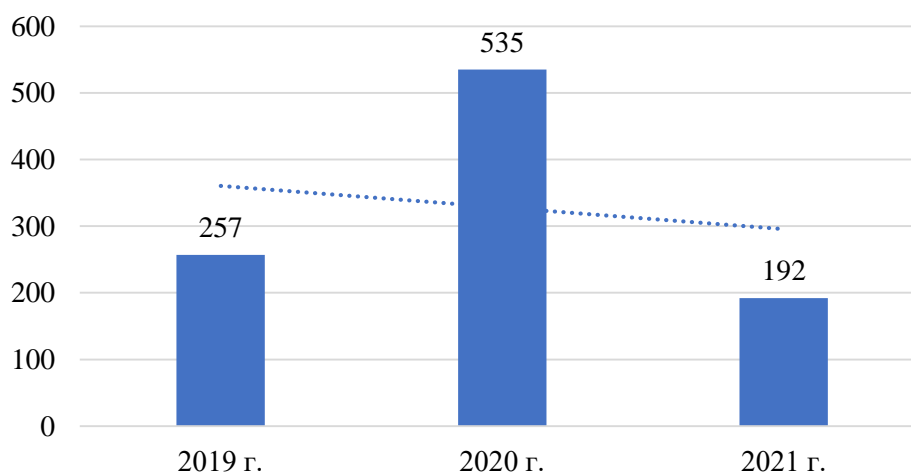


Рисунок 15 – Динамика чистой прибыли за 2019-2021 гг., тыс. руб.

Далее необходимо рассмотреть структуру финансовых результатов компании на основании отчета о финансовых результатах компании. В таблице 17 представлена данная структура.

Таблица 17 – Структура финансовых результатов ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	Удельный вес, %			Отклонение, %	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021/2020	2021/2019
Выручка	100	100	100	0	0
Себестоимость продаж	94,19	94,20	92,51	-1,69	-1,69
Валовая прибыль (убыток)	5,81	5,80	7,49	1,69	1,69
Коммерческие расходы	3,51	2,66	5,71	3,05	2,20
Управленческие расходы	1,78	1,38	1,24	-0,13	-0,54
Прибыль (убыток) от продаж	11,09	1,77	0,54	-1,22	-10,55
Прочие доходы	5,81	3,58	1,26	-2,32	-4,54
Прочие расходы	0,17	0,07	0,11	0,03	-0,07
Прибыль (убыток) до налогообложения	17,07	5,27	1,70	-3,57	-15,37
Налог на прибыль	1,23	1,05	0,34	-0,71	-0,89
Прочее	0,00	0,11	0,68	0,57	0,68
Чистая прибыль	4,92	4,33	2,04	-2,29	-2,88

За 100% в структуре принята выручка компании. Анализ данных таблицы показывает, что себестоимость в 2019 и 2020 гг. составляла 94% от выручки, тогда как в 2021 г. этот показатель был равен 92%. Это означает, что затраты на реализацию основной торговли сократились на несколько процентов, что свидетельствует о росте прибыли компании. Однако в 2021 г. относительно выручки увеличились коммерческие расходы до 5,71%, тогда как в 2019-2020 гг. они не превышали 3,5%. Управленческие расходы за три года не изменялись.

Также нельзя не отметить сокращение доли прочих доходов компании в 2021 г. по отношению к 2020 г. и к 2019 г. до 1,26%. Это означает, что ООО

«Гранд» в данном году получило меньше доходов от неосновной деятельности.

Следовательно, чистая прибыль в 2019 г. составила от выручки 4,92% и к 2020 г. сократилась до 4,33%. Это произошло за счет увеличенного показателя управленческих расходов и налога на прибыль. К 2021 г. сократилась прибыль компании и ее удельный вес составил 2,04% от выручки за данный период.

В таблице 18 представим расчет основных видов прибыли анализируемой компании.

Таблица 18 – Динамика основных видов прибыли ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	Период, тыс. руб.			Отклонение, %	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021/2020	2021/2019
Постоянные расходы	2 101	7 940	7 604	95,77	361,92
Переменные расходы	2 815	3 686	4 022	109,12	142,88
Маржинальная прибыль (МП)	2 404	8 656	5 388	62,25	224,13
Операционная прибыль (ОП)	3 118	4 402	1 806	41,03	57,92
Валовая прибыль (ВП)	303	716	705	98,46	232,67
Чистая прибыль (ЧП)	257	535	192	35,89	74,71

Анализируя данные таблицы, отметим о росте маржинальной прибыли в 2020 г. и 2021 г., что в целом говорит о правильной работе компании за анализируемый период. Также наблюдается рост и операционной прибыли ООО «Гранд» в 2020 г., что свидетельствует о положительных результатах работы бизнеса, тогда как в 2021 г. наблюдается сокращение операционной прибыли, а значит и сокращении эффективности деятельности компании.

В подтверждении вышесказанного на основе показателей прибыли необходимо рассмотреть показатели эффективности использования ресурсов компании: активов, основных фондов, персонала, расчет показателей рентабельности, за счет которых возможно будет определить направления роста прибыли компании. В таблице 19 представлены данные для анализа эффективности использования основных ресурсов компании.

Таблица 19 – Динамика коэффициентов оборачиваемости ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение, %	
				2021/2020	2021/2019
Коэффициент оборачиваемости активов	0,78	2,28	2,41	0,13	1,63
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	7,00	9,63	6,39	-3,25	-0,61
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	0,78	2,28	2,41	0,13	1,63

Анализ данных таблицы позволяет отметить, что так как у компании отсутствуют внеоборотные активы, то первый и последний показатель совпадают, однако оборачиваемость основных производственных ресурсов компании достаточно низкая. Также нельзя не отметить, что к 2021 г. наблюдается положительная динамика: активы совершают около 2,5 оборотов в год. Оборачиваемость собственного капитала за все три года имеет достаточно высокий показатель (рисунок 16).

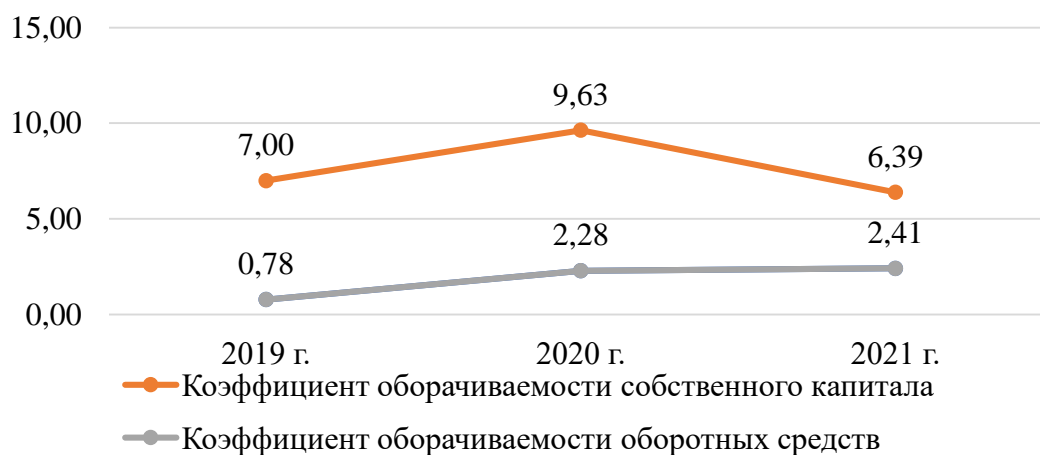


Рисунок 16 – Динамика показателей оборачиваемости за 2019-2021 гг.

Сумма выручки сильно превышает сумму собственного капитала, что подтверждает финансирование бизнеса из внешних источников. Но

положительно то, что все средства задействованы в деятельности компании и имеют отдачу.

Произвести расчет эффективности использования основных фондов не имеется возможным, так как компания не имеет основных фондов, а помещение, в котором находится магазин ООО «Гранд», арендовано. В этом случае следует проанализировать эффективность использования арендованного помещения (таблица 20).

Следовательно, арендные платежи с каждым годом росли соразмерно рыночным ценам. К тому же помещение магазина находится в выгодном с точки зрения торговли месте. Тогда как прибыль имеет отрицательную динамику, рентабельность арендных платежей сильно сократилась, практически на 90% за три года.

Таблица 20 – Эффективность использования арендованного помещения магазина ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя эффективности	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп роста, %	
				2021/2020	2021/2019
Арендная плата в год, тыс. руб.	498,00	534,00	606,00	113,48	121,69
Затраты на коммунальные платежи в год, тыс. руб.	25,80	20,79	36,12	173,74	140,00
Итоговые затраты на помещение, тыс. руб.	523,80	554,79	642,12	115,74	122,59
Прибыль, тыс. руб.	891,00	651,00	160,00	24,58	17,96
Рентабельность затрат на аренду помещения магазина, %	170,10	117,34	24,92	21,23	14,65

Далее необходимо рассмотреть эффективность использования персонала компании, составив таблицу 21.

Таблица 21 – Эффективность использования персонала ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп роста, %	
				2021/2020	2021/2019
Численность персонала, чел.	4	3	3	100,00	75,00
Зарплата, тыс. руб.	114,80	127,5	105,3	82,59	91,72
Выработка	1 304,75	4 114,00	3 136,67	76,24	240,40
Зарплатоотдача	45,46	96,80	89,36	92,32	196,57
Рентабельность персонала	222,75	217,00	53,33	24,58	23,94

В 2020 г работало столько же сотрудников, что и в 2021 г., хотя выручка в 2020 г. была выше. В целом за три года растет выработка персонала на 140%, что бесспорно является положительным результатом – персонал работает эффективно (рисунок 17).

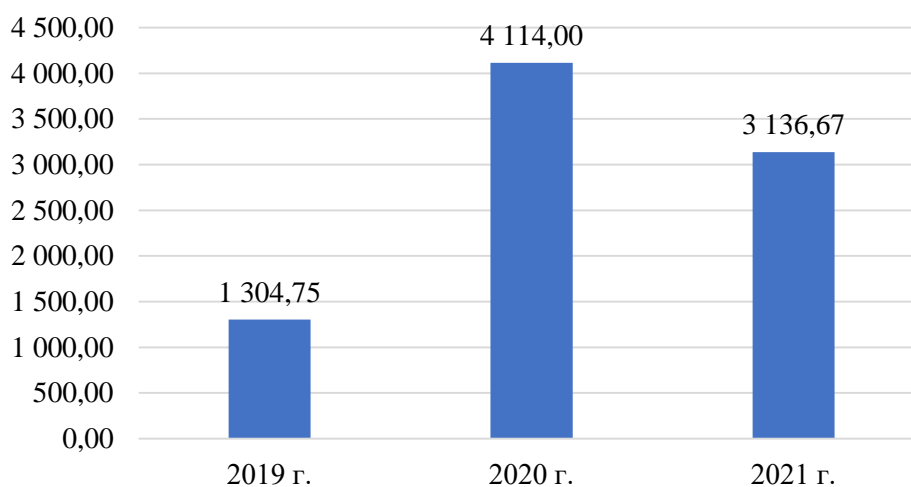


Рисунок 17 – Динамика выработки компании за 2019-2021 гг., тыс. руб.

Вероятно, рост выработки связан с ростом заработной платы сотрудников. Однако, обратив внимание на сокращение рентабельности персонала из-за отрицательной динамики прибыли, можно отметить обратный эффект.

В таблице 22 произведен расчет рентабельности деятельности компании.

Таблица 22 – Динамика показателей рентабельности ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение, %	
				2021/2020	2021/2019
Рентабельность производства	13,30	12,04	4,10	-7,94	-9,20
Рентабельность собственного капитала	119,44	50,82	10,86	-39,96	-108,57
Рентабельность затрат	18,12	5,60	1,84	-3,76	-16,29
Рентабельность продаж	4,92	4,33	2,04	-2,29	-2,88

Следовательно, наиболее рентабельным для компании был 2019 г., потому что в этом году компанией был взят кредит с целью финансирования собственной деятельности. Тогда как со следующего года последовали затраты на выплату процентов по кредиту и возврат самого кредита, расходы выросли, соответственно прибыль снизилась. На рисунке 18 представлена динамика коэффициентов в сравнении со среднеотраслевыми показателями.

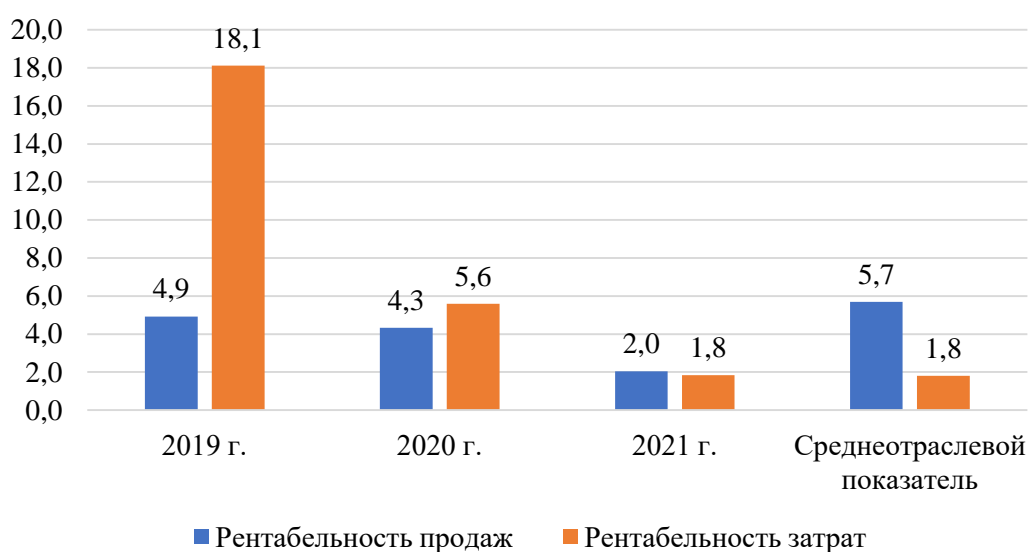


Рисунок 18 – Сравнение показателей рентабельности ООО «Гранд» со среднеотраслевыми, %

Следовательно, можно отметить, что деятельность компании была прибыльной в наибольшей степени в 2019 г., тогда как в 2021 г. сократилась чистая прибыль компании и сократились показатели рентабельности, они

были ниже, чем среднеотраслевые. В целом, финансовые результаты ООО «Гранд» сформировались посредством финансовых показателей компании.

Также следует произвести факторный анализ прибыли компании, составив таблицу 23. Основными факторами, влияющими на величину прибыли анализируемого ООО «Гранд» выступают:

- изменение объема продаж,
- изменение себестоимость продаж (основные затраты),
- изменение заработной платы персонала,
- изменение реализации прочих видов деятельности (прочий доход),
- изменение сопутствующих деятельности расходы (рост коммерческих расходов).

Таблица 23 – Факторный анализ показателей прибыли ООО «Гранд»

Показатель	Период, тыс. руб.		Абсолютное изменение, тыс. руб.	Относительное отклонение, %
	2020 г.	2021 г.		
Выручка от продаж	12 342	9 410	-2 932	76,24
Прибыль от продаж	535	192	-343	35,89
Объем продаж в сопоставимых ценах	12 342	9 008	-3 333	72,99
Себестоимость продаж	11 626	8 705	-2 921	74,88
Индекс изменения цен	1	1,37	0,37	137,00
Фонд оплаты труда	127,5	105,3	-22	82,59
Прочий доход	442	119	-323	26,92
Коммерческие расходы	328	537	209	163,72

Следовательно, сокращение объема продаж строительных материалов в 2021 г. произошло на 27,01%. За счет данного сокращения прибыль от продаж также сократилась: $535 * (-0,270) = -144,45$ т.р. Себестоимость продаж сократилась соразмерно сокращению объемов продаж, поэтому ее влияние на прибыль компании было небольшим. В 2020 г. оплата труда сотрудников была максимальной (так же, как и прибыль) за счет продажи большего объема строительных материалов.

В 2021 г. прослеживается сокращение фонда оплаты труда (при условии сохранения численности персонала) на 17,41%. Также прослеживается и сокращение прибыли в 2021 г. на 64,11%. То есть, прибыль сократилась из-за фонда оплаты труда на 93,09 т. р. В 2021 г. прочие доходы сократились (на 73,08%), соответственно сократилась и прибыль (на 64,11%). Сокращение прочих доходов в отчетном 2021 г. составили 323 т. р., то есть это упущенная выгода и упущенный резерв повышения прибыли ООО «Гранд». За счет роста коммерческих расходов прибыль сократилась на 209 т. р. Данные расходы компания может, если не избежать, то сократить, реализовав поиск альтернативных вариантов.

Следовательно, в заключение факторного анализа следует систематизировать данные об общем влиянии факторов на финансовый результат ООО «Гранд»:

- влияние объема продаж -144,45 т. р.;
- влияние себестоимости продаж -218,02 т. р.;
- влияние размера заработной платы -93,09 т. р.;
- влияние прочих доходов -323 т. р.;
- влияние коммерческих расходов -209 т. р.

Общее влияние факторов составило 987,56 т. р.

Подводя итоги второго раздела бакалаврской работы, можно сделать вывод об эффективности финансовых результатов компании. По результатам исследования получена информация о том, что для ООО «Гранд» характерно кризисное финансовое положение, которое характеризуется затруднением платежеспособности, высоким уровнем зависимости от внешних источников финансирования. Однако положительный момент в том, что к 2021 г. компания восстанавливает свое финансовое состояние. Показатели, находясь на кризисном уровне, имеют наиболее высокие значения, а значит потенциал для развития имеется.

Деятельность компании была прибыльной в наибольшей степени в 2019 г., тогда как в 2021 г. сократилась чистая прибыль, снизились показатели

рентабельности. Они были ниже, чем среднеотраслевые. Наиболее рентабельным для компании был 2019 г. Факторный анализ прибыли позволил выявить факторы, отрицательно влияющие на формирование прибыли компании и ведущие к сокращению прибыли и рентабельности ООО «Гранд», что явилось основой разработки актуальных мероприятий по повышению эффективности деятельности исследуемой компании.

3 Рекомендации по повышению финансовых результатов деятельности ООО «Гранд»

3.1 Направления повышения финансовых результатов деятельности

В ходе исследования выявлены недостатки в результатах финансовой деятельности ООО «Гранд», которые последовали вслед за негативным кризисным состоянием компании. К основным из них можно отнести следующее:

- высокий уровень долгосрочных обязательств, из-за которых у компании высокие затраты и которые сокращают прибыль компании;
- отрицательная динамика чистой прибыли;
- сокращение заработной платы персонала;
- рост коммерческих расходов.

Также произведенный факторный анализ прибыли позволил выявить, что в наибольшей степени на прибыль ООО «Гранд» в 2021 г. оказало негативное влияние изменения объема продаж, себестоимости продаж, размера заработной платы, прочих доходов, коммерческих расходов.

Для минимизации выявленных факторов, негативно влияющих на прибыль компании, предлагается комплекс мероприятий:

- Для увеличения объема продаж, увеличения доходов и повышения прибыли ООО «Гранд» предлагается внедрить дополнительную услугу к продаже – установку дверей.

- Оплата труда влияет на работоспособность персонала. Но прямое повышение оплаты труда будет означать увеличение себестоимости продаж, что еще больше сократит прибыль. Поэтому предлагается внедрить нематериальный метод стимулирования – метод поощрения бонусами за достижение планов продаж, бонусы будут начисляться в игровой форме.

– Изменить рекламу магазина на менее затратную, чтобы сократить коммерческие расходы компании.

Далее следует рассмотреть предлагаемые мероприятия более подробно.

Для увеличения выручки компании и повышения прибыли ООО «Гранд» предлагается внедрить дополнительную услугу к продаже – установку дверей.

Магазин достаточно эффективно реализует торговлю межкомнатными дверьми, в 2021 г. доля их реализации составляла 17,2% от общего объема продаж. Однако увеличение объема торговли не будет влечь повышения прибыли, поскольку себестоимость от этого не сократится. Актуальна дополнительная услуга – установка дверей, причем как отдельная услуга с вызовом мастера на дом, так и дополнительная услуга к приобретению двери.

Услугу будут предлагать продавцы магазина при продаже дверей, а также будет размещена реклама на сайтах Авито.ру и социальной сети компании.

В ходе проведения исследования покупателям ООО «Гранд» был задан вопрос, актуальна ли для них данная услуга. Из опрошенных 63 человек 32% сказали, что данная услуга для них не актуальна, так как они сами смогут установить дверь, еще 14% отметили, что в другом месте заказали бы такую услугу (многие на сайте Авито.ру, так как там дешевле), и 26% отметили, что для них данная услуга была бы актуальной и они бы воспользовались услугой установки двери.

Цена на установку дверей определена исходя из среднерыночной по Самарской области и непосредственно в г. Сызрань – 2000 руб.

Для реализации услуги потребуется нанять на работу мастера с месячным окладом, а также приобрести инструменты: торцовочную пилу, фрезер (с несколькими фрезами), перфоратор, шуруповерт, пневматический нейлер, компрессор, строительный пылесос, угольник, уровень, а также различные расходники (саморезы, гвозди).

Гарантия на работу (на качество установки) – 2 календарных месяца, это будет преимуществом, так как зачастую мастер не несет ответственности за свою работу, а у компании ответственность перед потребителем.

Предлагается к персоналу применить методы стимулирования. Но так как заработная плата – это затраты, а цель состоит в росте финансовых результатов и рост заработной платы наоборот бы их сократил, то предлагается применить нематериальный метод стимулирования к работе – метод поощрения бонусами за достижение планов продаж, бонусы будут начисляться в игровой форме [32].

Стимулировать к эффективным продажам продавцов планируется посредством геймификации – игрового действия в рабочем процессе.

Цель – стимулирование продаж с целью увеличения выручки и прибыли.

Игровая методика – футбольная игра. В магазине вывешивается футбольное поле, на котором расположены стикеры, скрытые, по которым будут ходить сотрудники, открывать их и получать бонусы (рисунок 19). Один ход – один стикер – один бонус.

Сотрудник, выполнив пункт плана, ставит 1 балл по итогам недели. В пятницу руководитель проверяет каждого продавца, подсчитывает баллы. У кого баллов больше, тот сотрудник делает один ход на поле – он может на своей половине поля перевернуть любой стикер из семи.

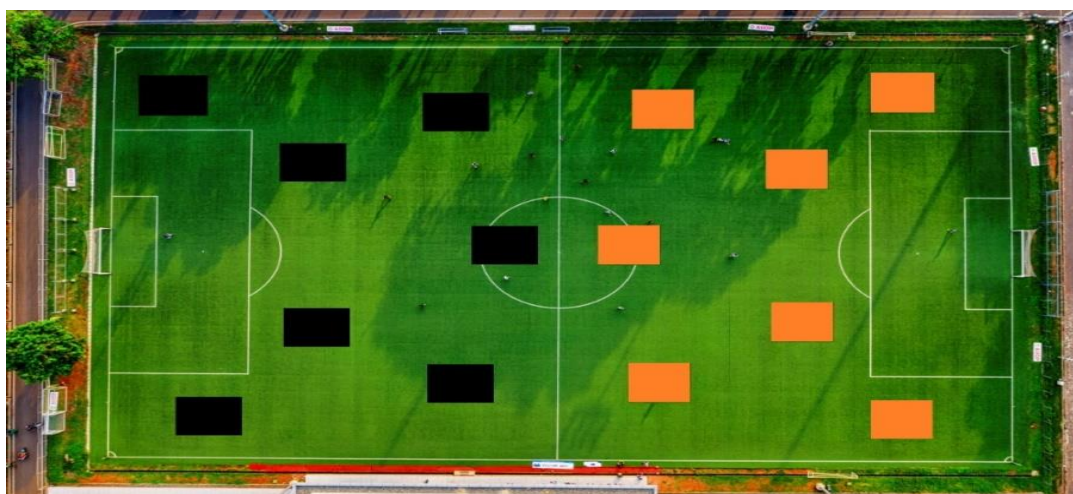


Рисунок 19 – Футбольное поле с бонусами для продавцов ООО «Гранд» в рамках геймификации для стимулирования продаж

Одна сторона поля – один сотрудник. А сотрудникам раздаются одинаковые планы продаж на неделю (таблица).

Таблица - Пример плана продаж для продавца в рамках геймификации

товар/услуга	средний плановый объем продаж, ед./мес.	цена за ед., руб.	выручка, руб.	переменные затраты, руб.
Пиломатериал обрезной	850	8 550	7 267 500	3 825 000
Песок речной	250	1 885	471 250	362 500
Щебень гравийный	250	2 600	650 000	500 000
Цемент ПЦ-500	100	4 420	442 000	340 000

Директором еженедельно отслеживаются остатки товара на складах, поступления от производителей и формируется краткий план продаж.

Бонусами в данном методе стимулирования выступают:

- поход в кино;
- день без униформы на работе;
- покупка директором продавцам торта к чаю;
- сокращение рабочего дня на 1 час;
- однократное увеличение обеденного перерыва на 20 минут;
- утренний горячий кофе.

Изменить рекламу магазина на наименее затратную, чтобы сократить коммерческие расходы компании. Сейчас используется реклама на телевидении и радио, что затратно для компании. Предлагается отказаться от рекламы на телевидении и воспользоваться рекламой на щитах в городе Сызрань (рисунок 20).



Рисунок 20 – Пример рекламы на щитах в г. Сызрань

Преимущества данного вида рекламы состоят в следующем:

- охват широкой аудитории;
- лаконичность дизайна, ненавязчивость;
- престиж, повышение лояльности к магазину;
- работа рекламы в любое время суток (билборды дополняются подсветкой).

Предлагается арендовать два билборда в г. Сызрань (рисунок 22), так как данные места являются наиболее популярными и проходимыми.

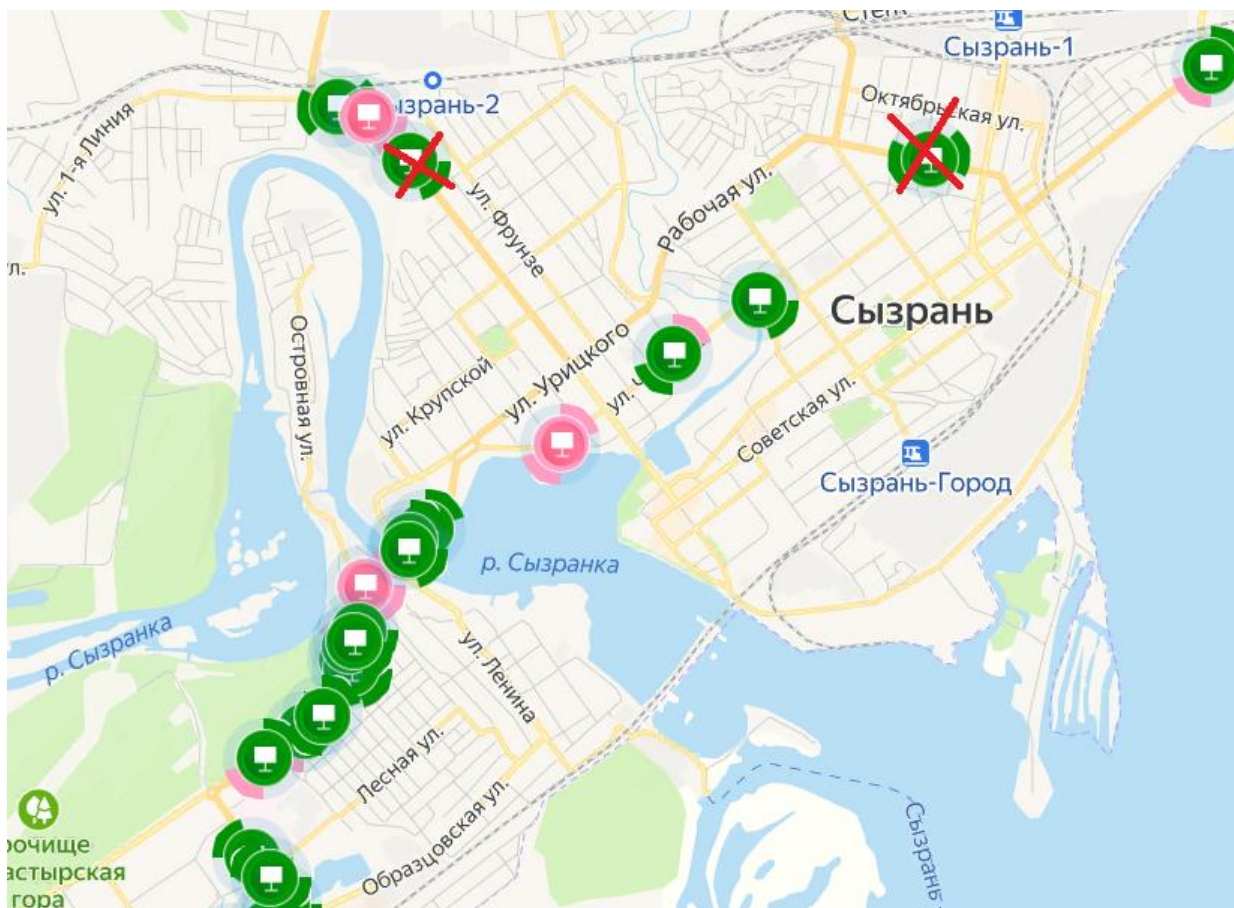


Рисунок 21 – Выбор места для размещения наружной рекламы в г. Сызрань

Следовательно, компания сможет сэкономить и при этом не потерять свою аудиторию.

Далее следует рассчитать затраты на каждое мероприятие и определить их эффективность.

3.2 Оценка эффективности предлагаемых рекомендаций по повышению эффективности деятельности

План реализации комплекса мероприятий по повышению финансовых результатов ООО «Гранд» представлен в таблице 24.

Таблица 24 – План реализации комплекса мероприятий по повышению финансовых результатов ООО «Гранд»

Мероприятие	Действие	Ответственный	Срок
Внедрить дополнительную услугу к продаже – установка дверей	Найм мастера на 0,5 ставки, с окладом 32 600 руб.	Генеральный директор	4 недели – поиск, 3 месяца – осуществление услуги
	Приобретение инструментов для реализации услуги		2 недели
	Реклама услуги на Авито.ру		3 месяца
Внедрить метод стимулирования продавцов посредством геймификации для увеличения продаж	Канцелярские затраты – подготовка (распечатка)		2 дня
	Создание бонусов		2 дня
Изменить рекламу магазина – реклама на щитах в г. Сызрань	Заключение договора на рекламу		3 дня заключение договора, 3 месяца – осуществление рекламы

Для реализации первого мероприятия необходимо нанять сотрудника на работу, а также закупить необходимый инструмент. Затраты на первое мероприятие представлены в таблице 25.

Таблица 25 – Затраты на реализацию внедрения дополнительной услуги к продажам дверей – установка дверей

Статья затрат	Комментарий	Сумма, тыс. руб.
Найм мастера на 0,5 ставки, с окладом 32 600 руб.	Оклад в месяц 32 600 * 0,5 ставки = 16 300 руб., работа 4 часа в день	48,90
Налоги по заработной плате	Страховые взносы 30,2%	14,77
Приобретение инструментов для реализации услуги	Торцовочная пила, фрезер (с несколькими фрезами), перфоратор, шуруповерт, пневматический нейлер, компрессор, строительный пылесос, угольник, уровень, а также различные расходники (саморезы, гвозди)	78,40
Реклама услуги на Авито.ру	На 3 месяца, коммерческая реклама, 263 руб./мес.	0,79
Итого	-	142,86

Следовательно, на данное мероприятие затраты на 3 месяца составят 142,86 т.р.

Далее необходимо рассчитать предполагаемый доход по данному мероприятию.

Цена на установку 1 двери – 2 000 руб.

За 1 рабочий день мастер успеет установить 4 двери, максимальная выручка за день – 8 000 руб.

Всего реализация дверей составила в 2021 г. 17,2% от выручки, то есть 1 618,52 т.р. Среди них – 26% отметили, что для них данная услуга была бы актуальной, и они бы воспользовались услугой установки двери. Это обеспечит получение выручки в размере 420,82 т.р. При условии, что средняя цена двери в магазине 43,7 т.р., то это более 9000 покупателей в год:

$$420,82 \text{ т.р.} / 43,7 \text{ т.р.} = 9\,630 \text{ чел.}$$

9 630 чел. / 12 мес. * 3 мес. = 184 чел. – количество покупателей за 3 месяца.

При наиболее оптимальном прогнозе все они воспользуются услугой установки дверей:

$$184 \text{ чел.} * 2\,000 \text{ руб.} = 369,00 \text{ т.р.}$$

Экономический эффект от данной услуги:

369,00 т.р.– 142,86 т.р. = 226,14 т.р.

Данный расчет подтверждает актуальность услуги.

Затраты на второе мероприятие представлены в таблице 26.

Таблица 26 – Затраты на реализацию метода стимулирования продавцов посредством геймификации для увеличения продаж

Статья затрат	Комментарий	Сумма, тыс. руб.
1	2	3
Канцелярские затраты – подготовка (распечатка)	Заправка цветного картриджа, покупка бумаги, ручек, стикеров, на 3 месяца	3,00
Создание бонусов	Программа рассчитана на 3 месяца: Билет в кино – 4 шт. по 300 руб. Торт – 3 шт. по 350 руб. Горячий кофе 8 шт. по 190 руб.	3,77
Итого:	-	6,77

Данное мероприятие менее затратное. Метод геймификации продаж был внедрен в банке «Русский стандарт» и привел к повышению продаж на 7%. На основе этого можно прогнозировать рост продаж хотя бы на 1% за счет внедрения мероприятия. Тогда дополнительная выручка компании составит:

$$9\,410 \text{ т.р.} * 1\% = 94,1 \text{ т.р.}$$

$$\text{Экономический эффект: } 94,1 - 6,77 = 87,33 \text{ т.р.}$$

Так как мероприятие принесло прибыль, то услуга актуальна.

Затраты на третье мероприятие приведены в таблице 27.

Таблица 27 – Затраты на реализацию рекламы магазина на щитах в г. Сызрань

Статья затрат	Комментарий	Сумма, тыс. руб.
Изменить рекламу магазина – реклама на щитах в г. Сызрань	Средняя цена рекламы 1 щит, 1 месяц 14781 руб.	88,69

Следовательно, за три месяца за два щита компания заплатит 88 686 руб., тогда за год:

$$88\,686 * 4 = 354\,744 \text{ руб.} = 354,74 \text{ т.р.}$$

Экономический эффект: $537,00 - 354,74 = 182,26$ руб.

Предлагаемое мероприятие позволит сэкономить на рекламе за год, сократить ее затраты и увеличить тем самым прибыль.

В таблице 28 представлен общий бюджет мероприятий.

Таблица 28 – Бюджет на реализацию комплекса мероприятий по повышению финансовых результатов ООО «Гранд» на год

Статья затрат	Сумма на 3 мес., тыс. руб.	Сумма на год, тыс. руб.
Найм мастера на 0,5 ставки, налоги, приобретение инструментов и реклама на Авито.ру	142,86	336,24
Канцелярские затраты – подготовка (распечатка), создание бонусов	6,77	27,08
Изменить рекламу магазина – реклама на щитах в г. Сызрань	88,69	354,76
Итого затраты	238,32	718,08
Общий экономический эффект	359,04	1436,14

Следовательно, при затратах в год на реализацию комплекса мероприятий в 359,04 т.р. компания получит прибыль в размере 1 436,14 руб., что бесспорно делает выгодным внедрение мероприятий.

Внедряемые мероприятия повлияют на финансовые результаты ООО «Гранд» в прогнозируемом периоде (таблица 29).

Таблица 29 – Прогнозирование финансовых результатов ООО «Гранд» после внедрения комплекса мероприятий

Наименование показателя	2021 г.	2022 г.	Темп роста, %
Выручка	9 410	10 846	115,26
Себестоимость продаж	8 705	9 068	104,17
Валовая прибыль (убыток)	705	1 778	252,17
Коммерческие расходы	537	355	66,06
Управленческие расходы	117	117	100,00
Прибыль (убыток) от продаж	51	1 306	2560,90
Прочие доходы	119	119	100,00
Прочие расходы	10	10	100,00
Прибыль (убыток) до налогообложения	160	1 415	884,41
Налог на прибыль	32	283	884,41

Продолжение таблицы 29

Наименование показателя	2021 г.	2022 г.	Темп роста, %
Прочее	64	64	100,00
Чистая прибыль	192	1 068	556,28

Анализ данных таблицы показывает рост прибыли компании. Значит цель достигнута, финансовые результаты компании вырастут в прогнозируемом году и предлагаемый комплекс мероприятий актуален к внедрению. Даже не смотря на реализуемые затраты на внедрение мероприятий, экономический эффект от их реализации будет получен в ближайшем прогнозируемом периоде.

Подводя итоги третьего раздела, следует отметить, что внедряемые мероприятия актуальны и экономически эффективны. При затратах в год на реализацию комплекса мероприятий в 359,04 т.р. компания получит прибыль на сумму 1 436,14 руб., что бесспорно делает выгодным внедрение мероприятий. За счет внедряемых мероприятий улучшатся финансовые результаты ООО «Гранд» в прогнозируемом периоде, более чем в 4 раза, а значит мероприятия рекомендуемы к внедрению.

Заключение

В заключение исследования следует отметить, что цель исследования достигнута, задачи решены. Так, в ходе исследования были изучены и проанализированы данные понятия, и стоит отметить, что финансовый результат на предприятии – это не только прибыль, доход компании, он может быть также и отрицательным, то есть результатом, при котором компания получила убыток. И бесспорно, для любого предприятия важен анализ финансового результата, ведь по его данным руководство сможет принять соответствующие управленческие решения и сделать вывод, правильно ли ведется бизнес.

В качестве объекта исследования выбрано ООО «Гранд», осуществляющее розничную торговлю строительными материалами в г. Сызрань. По результатам исследования получена информация о том, что для ООО «Гранд» характерно кризисное финансовое положение, которое выражается затруднением платежеспособности, высоким уровнем зависимости от внешних источников финансирования. Однако положительный момент в том, что к 2021 г. компания восстанавливает свое финансовое состояние, показатели хотя и находятся на кризисном уровне, однако имеют наиболее высокие значения, а значит потенциал для развития имеется.

Деятельность ООО «Гранд» была прибыльной в наибольшей степени в 2019 г., тогда как в 2021 г. сократилась чистая прибыль компании и соответственно снизились показатели рентабельности, они были ниже, чем среднеотраслевые.

Наиболее рентабельным для компании был 2019 г., потому что в этом год компания только взяла кредит, профинансировала свою деятельность, получила выручку и прибыль. Начиная со следующего года последовали затраты на выплату процентов по кредиту и возврат самого кредита. Расходы выросли, соответственно прибыль снизилась.

Факторный анализ прибыли позволил выявить факторы, отрицательно влияющие на формирование прибыли компании: рост себестоимости продаж, сокращение объемов продаж и прочих доходов, а также рост коммерческих расходов и сокращение заработной платы. Выявленные факторы, а также сокращение прибыли и рентабельности ООО «Гранд» определили необходимость разработки мероприятий по их повышению, которые заключаются в следующем:

- Для увеличения объема продаж посредством увеличения прочих доходов и соответственно повышения прибыли ООО «Гранд» предлагается внедрить дополнительную услугу – установку дверей.
- Оплата труда влияет на работоспособность персонала. Но прямое повышение оплаты труда будет означать увеличение себестоимости продаж, что еще больше сократит прибыль. Поэтому для минимизации факторов влияния себестоимости и заработной платы предлагается к персоналу применить нематериальный метод стимулирования к работе – метод поощрения бонусами за достижение планов продаж, бонусы будут начисляться в игровой форме.
- Изменить рекламу магазина на наименее затратную, чтобы сократить коммерческие расходы компании.

По результатам внедрения мероприятий в прогнозируемом периоде виден рост прибыли ООО «Гранд». То есть внедряемые мероприятия актуальны и экономически эффективны. При затратах на реализацию комплекса мероприятий в 359,04 т.р. компания получит прибыль на сумму 1 436,14 руб., что делает выгодным внедрение мероприятий. За счет внедряемых мероприятий улучшатся финансовые результаты ООО «Гранд» в прогнозируемом периоде более чем в 4 раза, а значит мероприятия рекомендуются к внедрению.

Список используемой литературы и источников

1. 7 примеров успешной геймификации для вовлечения и мотивации сотрудников [Электронный ресурсы]. Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/gamification-cases/>? (дата обращения 11.04.2022 г.).
2. Абрютина, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М.С. Абрютина, А.В. Грачев. - М.: Дело и сервис; Издание 3-е, перераб. и доп., ж. - 272 с.
3. Арефьева, С.Г., Демчук, О.В. Проблемы функционирования механизма управления прибылью и рентабельностью предприятия / С.Г. Арефьева, О.В. Демчук // Символ науки. 2016. № 9-1 (21). С. 57-60.
4. Бердников, А. А. Анализ прибыли и рентабельности организации: теоретический аспект // Молодой ученый. – 2018. – №2. – С. 111-113.
5. Биглова, А.А. Факторы, влияющие на финансовый результат / А.А. Биглова // NovaInfo.Ru. – 2017. – Т. 4. – № 58. – С. 290-294.
6. Билалова, Л.А., Насретдинова, З.Т. Анализ показателей рентабельности предприятия / Л.А. Билалова, З.Т. Насретдинова //Международный студенческий научный вестник. 2018. № 5-5. С. 665-666.
7. Большой экономический словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rus-big-economic-dict.slovaronline.com/> (дата обращения 17.02.2022 г.).
8. Большой юридический словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/law> (дата обращения 17.02.2022 г.).
9. Борушевская, О. О. Эффективность предприятия: взгляд сквозь поколения / О. О. Борушевская. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 30 (216). — С. 21-23.
10. Володин, А. А. Управление финансами. Финансы предприятий: учебник. 3-е изд. М.: ИНФРА-М, 2018. - 510 с.

11. Гуркина, С.М. Использование ключевых показателей эффективности деятельности предприятий / С.М. Гуркина // Вестник науки и образования. 2017. № 1 (25). С. 45-47.
12. Давыденко, И.Г. Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия (для бакалавров) / И.Г. Давыденко, В.А. Алешин, А.И. Зотова. - М.: КноРус, 2018. - 384 с.
13. Единый государственный реестр юридических лиц [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://egrul.nalog.ru/index.html> (дата обращения 05.05.2022 г.).
14. За честный бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1146325000711_6325059544_OOO-GRAND (дата обращения 05.05.2022 г.).
15. Захарова, Е.А. Оценка результативности деятельности предприятия / Е.А. Захарова // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 5. С. 71.
16. Зиганшина, И.И., Подгорная, А.И. Финансовый результат как объект оценки и анализа / И.И. Зиганшина, А.И. Подгорная // Устойчивое развитие науки и образования. – 2019. – № 3. – С. 65-70.
17. Калайда С.А. Экосистема «СБЕР» как институционально-организационная форма межсекторной финансовой конвергенции / С.А. Калайда // Экономическая безопасность. – 2021. – № 3. – Т. 4. – С. 823-838.
18. Канке, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошечкина. - М.: Форум, 2017. - 816 с.
19. Каталог организаций Лист.-Орг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.list-org.com/company/1339479> (дата обращения 05.05.2022 г.).
20. Кондраков, Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. - М.: Инфра-М, 2017. - 192 с.

21. Лопатников Л.И. От плана к рынку. Карманная энциклопедия / Л.И. Лопатников // Издательский дом «Дело» РАНХиГС. – 2013. – 220 с.
22. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов / Д.В. Лысенко. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 320с.
23. Малышенко, В.А. Стратегический финансовый анализ как метод изучения комплексной финансовой устойчивости предприятия / В.А. Малышенко. - М.: Русайнс, 2019. - 480 с.
24. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 02.10.2021 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2021 г.).
25. Негашев Е.В. Аналитическое моделирование финансового состояния компании: Монография / Е.В. Негашев // Инфра-М. – 2018. – 189 с.
26. Определяем экономическую эффективность предприятия за год / Планово-экономический отдел. – 2020. – №12. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.profiz.ru/peo/12_2020/effektivnost_kompanii/ (дата обращения 17.02.2022 г.).
27. Панько, Ю.В. Методика оценки эффективности деятельности коммерческой организации / Ю.В. Панько // MODERN ECONOMY SUCCESS. – 2020. – № 2. – С. 222-227.
28. Полюшко, Ю.Н. Рентабельность предприятия: понятие, сущность, виды, показатели / Ю.Н. Полюшко // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. № 7. С. 163-169.
29. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» (ред. от 06.04.2015).
30. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (ред. от 06.04.2015).

31. Проверка контрагентов Чекко [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://checko.ru/company/grand-1146325000711> (дата обращения 05.05.2022 г.).

32. Савицкая, Г.В. Анализ эффективности предприятия. Методические аспекты. – М.: Новое знание, 2019. – 317 с.

33. Сазонов, А.А., Колосова, В.В., Внучков, Ю.А. Методы оценки и анализа экономической эффективности деятельности предприятия / А.А. Сазонов, В.В. Колосова, Ю.А. Внучков // Вестник МГОУ. – 2018. – № 2. – С. 180-185.

34. Сайт проверки контрагентов Руспрофиль [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/id/7415612> (дата обращения 05.05.2022 г.).

35. Сайт проверки по ИНН Айдит.ИТ [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.audit-it.ru/contragent/1146325000711_ooo-grand (дата обращения 05.05.2022 г.).

36. Салова, А.А. Понятие, сущность и значение финансового результата предприятия / А.А. Салова // Альманах современной науки и образования. – 2017. – № 7 (120). – С. 77-79.

37. Сверлова, А.А. Основы управления прибылью предприятия / А.А. Сверлова // Инновационная наука. – 2019. – № 6-1. – С. 217-219.

38. Тестфирм [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.testfirm.ru/result/6325059544_ooo-grand (дата обращения 20.05.2022 г.).

39. Титов, В. И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.И. Титов. - М.: РГИИС, НИИ школьных технологий, 2018. - 478 с.

40. Фадеева, В.В., Ваняшкина, Н.В. Прибыль как конечный финансовый результат / В.В. Фадеева, Н.В. Ваняшкина // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2018. – № 4-1. – С. 271-273.

41. Чеглакова, С. Г., Косткина, Л. В. Методика факторного анализа финансовых результатов деятельности организации: Учебное пособие / С.Г. Чеглакова, Л.В. Косткина // Рязань: РГРТУ, 2019. — 24 с.
42. Череданова, Л.Н. Основы экономики и предпринимательства / Л.Н. Череданова. - М.: Academia, 2019. – 64 с.
43. Чукалова, М.И. Методология управления финансовыми результатами предприятия / М.И. Чукалова // Academy. – 2018. – № 5 (20). – С. 77-79.
44. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. –М.: ИНФРА-М, 2018. – 291 с.
45. Alejo Vazquez Pimental, D., I. Macias Aymar and M. Lawson Reward work, not wealth: to end the inequality crisis, we must build an economy for ordinary working people, not the rich and powerful // Oxford, UK: Oxfam GB. – 2018. – P. 487.
46. Barney Jay B. Why resource-based theory's model of profit appropriation must incorporate a stakeholder perspective / Jay B. Barney // Strategic management journal. – 2018. – №39. – P. 3305-3325.
47. Boyte-White C. What is the difference between revenue and profit? / C. Boyte-White // Investopedia website. – 2018. – P. 1-5.
48. Hinton Jennifer B. Fit for purpose? Clarifying the critical role of profit for sustainability / Jennifer B. Hinton // Journal of Political Ecology. – 2020. – Vol 27. – №1 (2020). – P. 3-13.
49. Kevin Levillain, Blanche Segrestin, Armand Hatchuel Profit-with-Purpose Corporations: An Innovation in Corporate Law to Meet Contemporary CSR Challenges / Edited by Abigail McWilliams, Deborah E. Rupp, Donald S. Siegel, Günter K. Stahl, and David A. Waldman // Business and Management, Social Issues, Organizational Theory and Behaviour. – 2019. – № 3 (12). – P. 7.

Приложение А

Схема формирования финансового результата компании

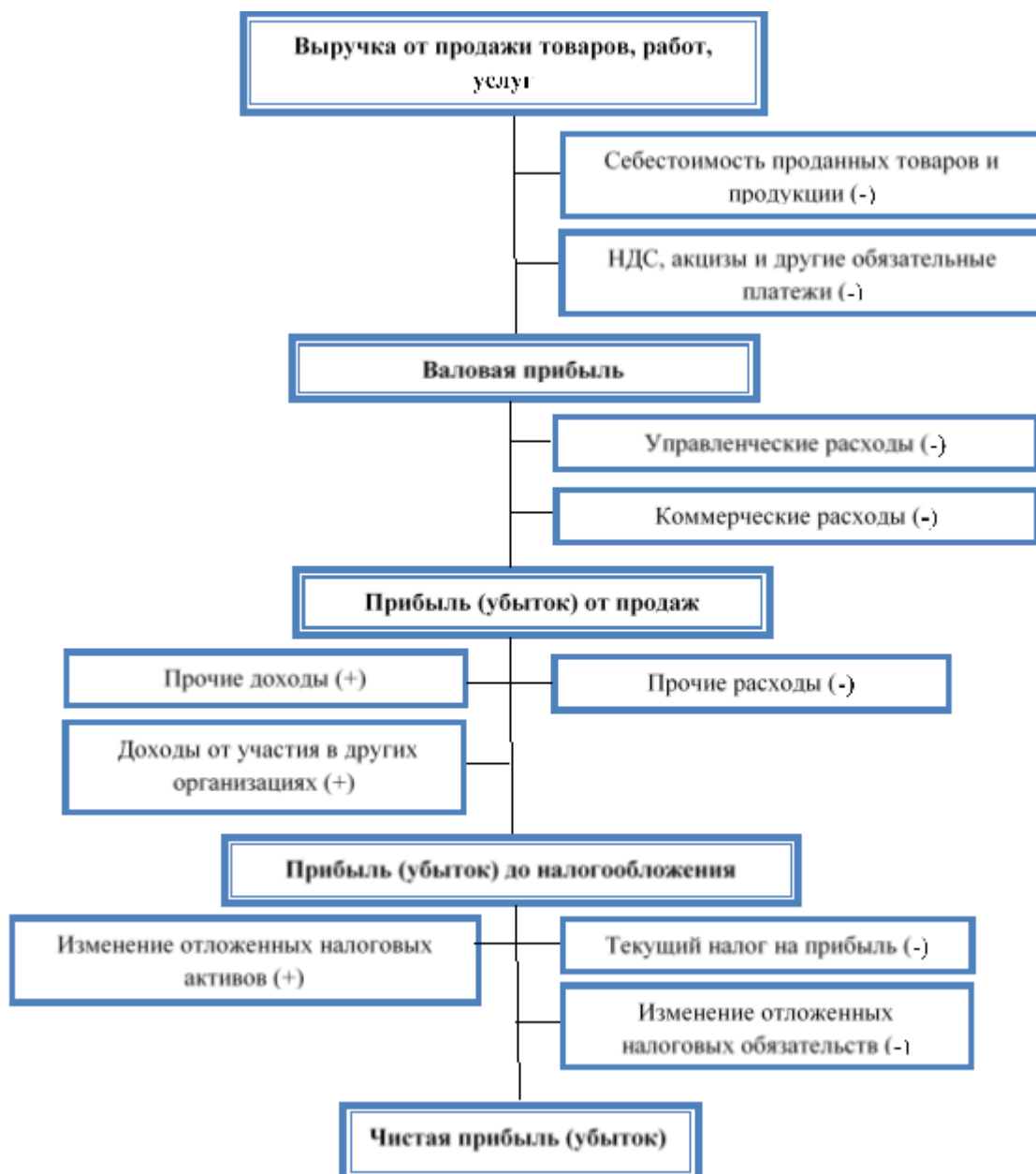


Рисунок А.1 - Схема формирования финансового результата компании

Приложение Б

Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н

(в ред. Приказов Минфина России
от 05.10.2011 № 124н, от 06.04.2015 № 57н,
от 06.03.2018 № 41н, от 19.04.2019 № 61н)

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 20 21 г.

	Форма по ОКУД	Коды	
	Дата (число, месяц, год)	0710001	
Организация <u>ООО "Гранд"</u>	по ОКПО	31	03 2022
Идентификационный номер налогоплательщика _____	ИНН	21310058	
Вид экономической деятельности <u>Торговля розничная прочая в специализированных</u>	по ОКВЭД 2	6325059544	
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>общество с ограниченной ответственностью/Частная собственность</u>	по ОКФС/ОКФС	47.78	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	12300	16
Местонахождение (адрес) <u>446011, Самарская обл, г. Сызрань, ул. Щербакова, д. 1</u>		384	
Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту <input type="checkbox"/> ДА <input checked="" type="checkbox"/> НЕТ			
Наименование аудиторской организации/фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального аудитора _____			

Идентификационный номер налогоплательщика аудиторской организации/индивидуального аудитора _____	ИНН	
Основной государственный регистрационный номер аудиторской организации/индивидуального аудитора _____	ОГРН/ОГРНИП	

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	На 31 декабря 20 21 г. ³	На 31 декабря 20 20 г. ⁴	На 31 декабря 20 19 г. ⁵
	А К Т И В			
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Нематериальные активы	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	-	-	-
	Материальные поисковые активы	-	-	-
	Основные средства	-	-	-
	Доходные вложения в материальные ценности	-	-	-
	Финансовые вложения	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	-	-	-
	Итого по разделу I	0	0	0
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Запасы	3 447	4 308	6 230
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	118	35	102
	Дебиторская задолженность	333	983	183
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	3	80	183
	Прочие оборотные активы	-	-	-
	Итого по разделу II	3 899	5 406	6 698
	БАЛАНС	3 899	5 406	6 698

Рисунок Б.1 - Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Продолжение приложения Б

Форма 0710001 с. 2

Пояснения 1	Наименование показателя 2	На 31 декабря 20 21 г. 3	На 31 декабря 20 20 г. 4	На 31 декабря 20 19 г. 5
	ПАССИВ			
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ 6			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10	10
	Переоценка внеоборотных активов	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	-	-	-
	Резервный капитал	-	-	-
	Неразмешленная прибыль (непокрытый убыток)	1 463	1 271	738
	Итого по разделу III	1 473	1 281	748
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	1 419	1 569	1 508
	Отложенные налоговые обязательства	-	-	-
	Оценочные обязательства	-	-	-
	Прочие обязательства	-	-	-
	Итого по разделу IV	1 419	1 569	1 508
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	-	-	-
	Кредиторская задолженность	1 007	2 558	4 444
	Доходы будущих периодов	-	-	-
	Оценочные обязательства	-	-	-
	Прочие обязательства	-	-	-
	Итого по разделу V	1 007	2 558	4 444
	БАЛАНС	3 899	5 406	6 698

Руководитель _____
(подпись) (расшифровка подписи)

" 31 " марта 20 22 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения.

2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказом в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с разрывом в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.

3. Указывается отчетная дата отчетного периода.

4. Указывается предыдущий год.

5. Указывается год, предшествующий предыдущему.

6. Некоммерческая организация имеет указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Неразмешленная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Целевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).

7. Здесь и в других формах отчетов отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

Рисунок Б.2 - Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Продолжение приложения Б

(в ред. Приказов Минфина России
от 06.04.2015 № 57п, от 06.05.2018 № 41п,
от 19.04.2019 № 61п)

Отчет о финансовых результатах

за _____ 20__ 21 г.

Организация ООО "Гранд" Форма по ОКУД _____
 Дата (число, месяц, год) _____
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ по ОКПО _____
 Вид экономической деятельности Торговля розничная прочая в специализированных магазинах по ОКВЭД 2 _____
 Организационно-правовая форма/форма собственности общество с ограниченной ответственностью/частная собственность по ОКОПФ/ОКФС _____
 Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ _____

Коды		
0710002		
31	03	2022
21310058		
8325059544		
47.78		
12300	16	
384		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За _____ 20__ 21 г. ³	За _____ 20__ 20 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	9 410	12 342
	Себестоимость продаж	2120	(8 705)	(11 826)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	705	716
	Коммерческие расходы	2210	(537)	(328)
	Управленческие расходы	2220	(117)	(170)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	51	218
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	-	-
	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	119	442
	Прочие расходы	2350	(10)	(9)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	160	651
	Налог на прибыль ⁷	2410	32	130
	в т.ч. текущий налог на прибыль	2411	(32)	(130)
	отложенный налог на прибыль	2412	-	-
	Прочее	2460	64	14
	Чистая прибыль (убыток)	2400	192	535

Рисунок Б.3 - Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.

Продолжение приложения Б

Форма 0710002 с. 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За _____	
			20 21 г. ³	20 20 г. ⁴
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода ⁷		-	-
	Совокупный финансовый результат периода ⁵	2500	192	535
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)
 " 31 " марта 20 22 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г., указанный Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных доходах и расходах могут приводиться в отчете о финансовых результатах общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о финансовых результатах, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предшествующего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода. Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода".
7. Отражается расход (доход) по налогу на прибыль.

Рисунок Б.4 - Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «Гранд» за 2019-2021 гг.