

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)

---

Бухгалтерский учет, анализ и аудит  
(направленность (профиль)/специализация)

---

## **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему Отчет о финансовых результатах и его роль в анализе финансового состояния предприятия

Обучающийся

А.А. Шамаева

---

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд., экон. наук, доцент, С.Е. Чинахова

---

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2022

## Аннотация

Актуальность исследования. В настоящее время для эффективного функционирования предприятий возрастает роль информации. Информационным источником, который отражает финансовое состояние субъекта хозяйственной жизни, является отчет о финансовых результатах.

Цель исследования состоит в систематизации теоретических данных об особенностях содержания отчета о финансовых результатах в современной экономике, а также в проведении оценки использования отчета о финансовых результатах на примере ООО «ТРУ`А».

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть понятие и содержание отчета о финансовых результатах;
- рассмотреть современное назначение, принципы и правила формирования отчета о финансовых результатах;
- проанализировать организационно-экономическую характеристику, основные принципы организации бухгалтерского учета ООО «ТРУ`А»;
- отразить показатели формы отчета о финансовых результатах, порядок его формирования в ООО «ТРУ`А»;
- на основе данных отчета о финансовых результатах сделать анализ финансового состояния ООО «ТРУ`А» и разработать рекомендации, которые приведут к улучшению финансового состояния компании, а также определить экономическую эффективность разработанных мероприятий.

Объект исследования: бухгалтерский учет и финансовая отчетность ООО «ТРУ`А».

Предмет исследования: роль отчета о финансовых результатах в анализе финансового состояния предприятия.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка используемой литературы, приложений.

## Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические основы исследования целевой направленности отчета о финансовых результатах в современной экономике.....	6
1.1 Отчет о финансовых результатах: понятие и содержание.....	6
1.2 Принципы и правила формирования отчета о финансовых результатах в отечественной практике .....	11
1.3 Современное назначение отчета о финансовых результатах и его роль при анализе финансового состояния компании.....	15
2 Отчет о финансовых результатах и использование его в анализе деятельности ООО «ТРУ`А».....	20
2.1 Техничко-экономическая характеристика ООО «ТРУ`А».....	20
2.2 Характеристика и организация бухгалтерского учета в ООО «ТРУ`А»	25
2.3 Показатели формы отчета о финансовых результатах, порядок их формирования в ООО «ТРУ`А» .....	32
3 Анализ отчета о финансовых результатах ООО «ТРУ`А» .....	39
3.1 Результаты анализа финансового состояния ООО «ТРУ`А» на основе отчета о финансовых результатах .....	39
3.2 Рекомендуемые мероприятия по улучшению финансового состояния ООО «ТРУ`А» и оценка их экономической эффективности.....	47
Заключение .....	59
Список используемой литературы .....	63
Приложение А Организационная структура управления ООО «ТРУ`А».....	69
Приложение Б Бухгалтерский баланс ООО «ТРУ`А».....	70
Приложение В Отчет о финансовых результатах ООО «ТРУ`А» .....	72

## Введение

Актуальность исследования. В настоящее время для эффективного функционирования предприятий возрастает роль информации. Информационным источником, который отражает финансовое состояние субъекта хозяйственной жизни, является отчет о финансовых результатах.

Необходимость отчета о финансовых результатах выражается в отражении показателей эффективности деятельности предприятия по итогам отчетного периода и суммы полученной прибыли. На основе отчета о финансовых результатах производится анализ всей деятельности организации, который, в итоге, дает возможность сделать заключение об эффективности управления компанией, подготовить решения по дальнейшему ее функционированию. Поэтому стоит говорить о важности получения своевременной и достоверной информации о доходах и расходах организации. Таким образом, исследование целевой направленности отчета о финансовых результатах в современной экономике является актуальным вопросом.

Цель исследования состоит в систематизации теоретических данных об особенностях содержания отчета о финансовых результатах в современной экономике, а также в проведении оценки использования отчета о финансовых результатах на примере ООО «ТРУ`А».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть понятие и содержание отчета о финансовых результатах;
- рассмотреть современное назначение, принципы и правила формирования отчета о финансовых результатах;
- проанализировать организационно-экономическую характеристику, основные принципы организации бухгалтерского учета ООО «ТРУ`А»;

- отразить показатели формы отчета о финансовых результатах, порядок его формирования в ООО «ТРУ`А»;
- на основе данных отчета о финансовых результатах сделать анализ финансового состояния ООО «ТРУ`А» и разработать рекомендации, которые приведут к улучшению финансового состояния компании, а также определить экономическую эффективность разработанных мероприятий.

Объект исследования: бухгалтерский учет и финансовая отчетность ООО «ТРУ`А».

Предмет исследования: роль отчета о финансовых результатах в анализе финансового состояния предприятия.

Источники исследования. Теоретическая основа выпускного квалификационного исследования – это работы современных российских ученых, которые занимались разработкой вопросов в области финансового анализа и бухгалтерского учета. Это, например, труды таких авторов, как: Н.Г. Афанасьев, А.Х. Курманова, Т.А. Мошкова, А.А. Кострова, Н.А. Толкачева, Б.У. Котова и другие. Кроме того, были использованы актуальные нормативно-правовые акты, касающиеся вопросов составления отчета о финансовых результатах. Данные финансовой отчетности ООО «ТРУ`А» и электронные ресурсы сети Интернет стали информационной основой работы.

В проведенном исследовании были применены научные теоретические и эмпирические методы: сравнительно–сопоставительный анализ, методы типологизации, моделирования и систематизации, анализ первичных и вторичных источников, описательный метод.

Разработанные в выпускной квалификационной работе рекомендации, могут быть применены в финансово-хозяйственной деятельности ООО «ТРУ`А», а также в других аналогичных предприятиях. В этом заключается практическая значимость исследования.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка использованных источников, приложений.

# **1 Теоретические основы исследования целевой направленности отчета о финансовых результатах в современной экономике**

## **1.1 Отчет о финансовых результатах: понятие и содержание**

Об эффективности деятельности предприятий в сфере финансов, инвестиций, производства можно говорить, исходя из финансовых результатов. Но понятие «финансовые результаты» по-разному трактуется исследователями. Ряд исследователей под финансовым результатом понимает «разницу между доходами и затратами организации» [11, с.356]. В свою очередь, Н. А. Толкачева считает, что финансовый результат – это «прирост или уменьшение капитала организации в процессе финансово-хозяйственной деятельности за отчетный период, который выражается в форме общей прибыли или убытка» [35, с.55].

Бухгалтерская отчетность является «общей системой показателей отчетности, которая дает возможность составлять отчетные сводки по хозяйственной деятельности предприятия» [19, с.15]. Одной из форм бухгалтерской отчетности, по которой заинтересованное лицо может судить об эффективности деятельности компании, является отчет о финансовых результатах. Этот финансовый отчет играет важную роль в анализе финансовых результатов деятельности предприятия.

А. А. Кострова отмечает, что «в данной форме бухгалтерской (финансовой) отчетности отражается информация, которая позволяет проследить схему формирования конечного финансового результата организации от суммы выручки и результата, полученного от прочих операций, до суммы чистой прибыли, которая остается в распоряжении организации. Такая схема построения отчета о финансовых результатах показывает, какие полученные организацией доходы и понесенные ею расходы сформировали конечный финансовый результат за отчетный год» [13, с.58].

По мнению ряда авторов, отчет о финансовых результатах – это «документ, который характеризует успешность деятельности компании за определенный период» [6, с.3]. Кроме того, «отчет о финансовых результатах в современной аналитической практике рассматривается как источник информации об уровне экономической эффективности хозяйственной деятельности организации, используется для выявления и анализа тенденций формирования показателей финансовых результатов и оценки управленческих решений за отчетный период» [8, с.83].

Таким образом, отчет о финансовых результатах – это документ, важный источник экономической информации, в котором даются данные как о доходах, так и о расходах какого-либо экономического субъекта. Эти данные предъявляются за конкретный временной период. Отчет о финансовых результатах важен для пользователей. Во-первых, с помощью него можно оценить финансовое положение фирмы за определенные сроки, что даст возможность принять верные решения, касающиеся тактики и стратегии бизнеса [17, с.2].

Из отчета о финансовых результатах пользователи узнают, какими были прибыли и убытки, доходы и расходы компании по разным видам деятельности (по обычной и прочей видам деятельности экономического субъекта). То есть всего в отчете четыре основных элемента, а финансовый результат предприятия характеризуется их величиной, разницей и структурой.

В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Доходы организации «ПБУ 9/99», доходами организации признается «увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества)» [24].

К доходам, в свою очередь, не относятся такие элементы, как: сумма НДС, авансы и задатки, погашения кредитов, а также если поступления

произошли по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и так далее.

Доходы подразделяются на доходы от обычных видов деятельности и прочие доходы [16, с.51]. Так, например, выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг относятся к доходам от обычных видов деятельности. Понятие и определение выручки зависит от предмета деятельности предприятия [14, с.6]. Остальные доходы, которые не относятся к доходам от обычных видов деятельности, являются прочими. Это может быть прибыль прошлых лет, какие-либо неустойки и штрафы, поступления за участие в уставном капитале другой компании.

Не менее важно учитывать расходы предприятия. Необходимо отметить, что в ряде нормативно-правовых актов, например, в ПБУ 10/99 «Расходы организации» или в Налоговом Кодексе РФ термины «расходы» и «затраты» отождествляются.

Также в ПБУ 10/99 дана дефиниция термина «расходы» для целей бухгалтерского учета. Расходы организации – это «уменьшение экономических выгод организации в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества)» [25].

Непосредственно к расходам организации относятся расходы от обычных видов деятельности, то есть те, которые образуются в связи с изготовлением и реализацией продукции, оказанием услуг или выполнением работ, и прочие расходы. К последним относят «отрицательные курсовые разницы; расходы, которые были понесены организацией в связи с перечислением денежных средств в благотворительных целях, при организации различных мероприятий, развлечений. Это убытки прошлых лет, штрафы за невыполнение договоров, возмещение убытков, проценты за

займы и кредиты, расходы, которые возникли вследствие чрезвычайных происшествий и другие статьи расходов» [25].

Исходя из этого, можно отметить, что в связи с поступлением или выбытием активов компании может происходить как увеличение, так и сокращение экономических результатов, что, соответственно, понимается как доходы и расходы. В отчете о финансовых результатах отражается вся информация о доходах и расходах фирмы, выводится итоговая сумма прибыли или убытка за отчетный период.

Одна из целей заполнения отчета о финансовых результатах состоит в отражении таких итоговых показателей, как: валовая прибыль (убыток), прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) до налогообложения и чистая прибыль (убыток).

В горизонтальном виде в отчете о финансовых результатах прибыль, как и расходы отражаются слева, а доходы и убытки – по правой стороне. Итоговые суммы должны быть равны. В российской практике предприятия обычно используют вертикальную форму отчета о финансовых результатах. Это же закреплено и законодательно. Необходимо отметить, что отчет о финансовых результатах имеет две формы: обычную и упрощенную. Согласно п. 4 ст. 6 федерального закона «О бухгалтерском учете» к организациям, которые имеют право составлять упрощенную бухгалтерскую отчетность, относятся следующие:

- «субъекты малого предпринимательства;
- некоммерческие организации;
- организации, получившие статус участников проекта по осуществлению исследований, разработок и коммерциализации их результатов в соответствии с Федеральным законом от 28 сентября 2010 года N 244-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково» [36].

Заполнение упрощенного отчета о финансовых результатах отличается от его обычной формы. На рисунке 1 показаны составляющие упрощенной формы отчета.

Выручка	Выручка за вычетом НДС и акцизов
Расходы по обычной деятельности	Себестоимость
	Коммерческие расходы
	Управленческие расходы
Проценты к уплате	Проценты по полученным кредитам и займам
Прочие доходы	Доходы, не относящиеся к обычной деятельности
Прочие расходы	Прочие расходы за вычетом процентов к уплате
Налоги на прибыль (доходы)	Текущий налог на прибыль
	Отложенный налог на прибыль
Чистая прибыль (убыток)	Результирующая строка: Выручка - расходы по обычной деятельности - проценты к уплате + прочие доходы - прочие расходы - налоги на прибыль

Рисунок 1 – Составляющие упрощенной формы отчета о финансовых результатах

В свою очередь, при обычной форме заполнения отчета о финансовых результатах доходы и расходы предприятия записываются развернуто. Если в упрощенном отчете коммерческие и управленческие расходы входят в расходы по обычной деятельности, то в обычной форме они заполняются обособленно. И для обычной формы, и для упрощенной формы отчета о финансовых результатах характерна запись доходов и прибыли положительно (без круглых скобок). А убытки и расходы, напротив, записываются в круглых скобках [33, с.66].

Таким образом, можно сделать вывод, что содержание отчета о финансовых результатах регулируется законодательно и имеет установленную форму. Данный отчет необходим для своевременного информирования заинтересованных лиц об итогах финансово-хозяйственной

деятельности компании. Также он нужен топ-менеджменту предприятий в целях поиска решений для увеличения прибыли.

## 1.2 Принципы и правила формирования отчета о финансовых результатах в отечественной практике

Согласно Положению по бухгалтерскому учету 4-99 «Бухгалтерская отчетность организации», бухгалтерская отчетность предприятия должна иметь нейтральный характер, то есть удовлетворять интересы всех групп ее пользователей [23]. То есть информация, предоставляемая в отчете о финансовых результатах, должна быть качественной и полезной.

Исследователи также выделяют ряд принципов формирования отчета о финансовых результатах (рисунок 2):

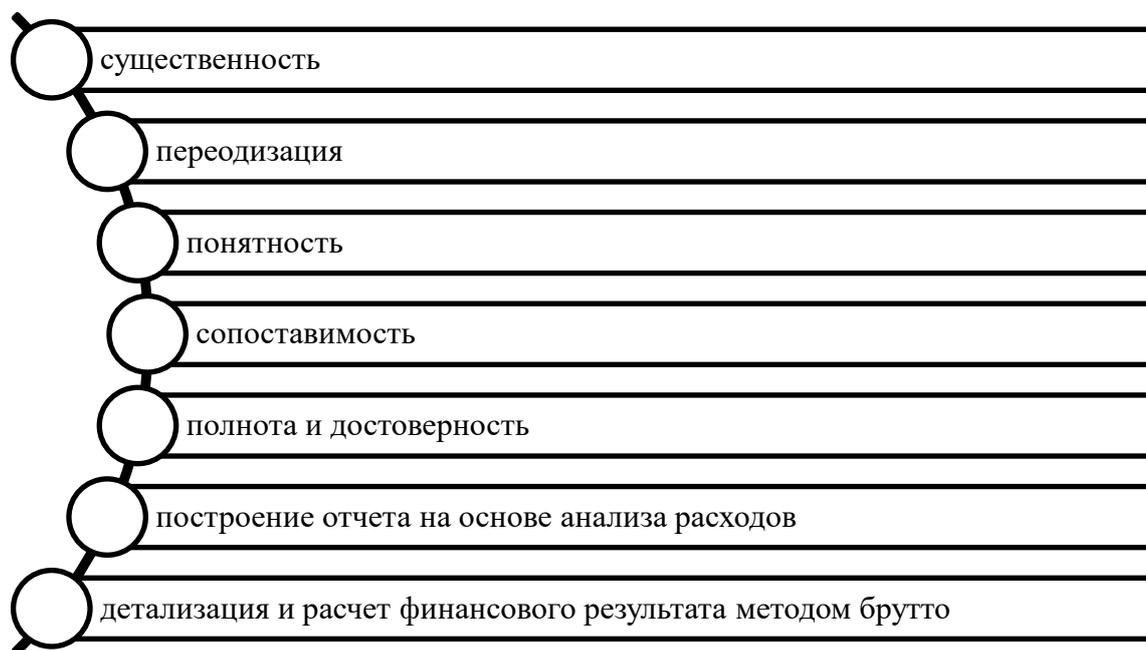


Рисунок 2 – Принципы формирования отчета о финансовых результатах [16, с.48]

Рассмотрим каждый указанный принцип подробнее.

Принцип существенности состоит в том, что в отчете о финансовых результатах каждая статья доходов и расходов раскрываются обособленно.

Это необходимо для того, чтобы внутренние и внешние пользователи отчетности имели качественную информацию, анализ которой позволит выбрать правильное решение.

Принцип периодизации предполагает отражение в отчете о финансовых результатах только той экономической информации, которая относится к отчетному периоду вне зависимости от фактического времени движения денежных средств. Необходимо отметить, что по российскому законодательству предприятия формируют отчет о финансовых результатах за 2 отчетных года. Так, если отчетность сдается в 2022 г., то в отчете будут указаны 2020-2021 гг. Здесь же следует сразу сказать о принципе сопоставимости – по всем суммам разделов отчетности отражается информация за предыдущий период, чтобы пользователи могли сравнить и проанализировать показатели в динамике.

Для однозначности понимания отчетности всеми пользователями применяется общеизвестная терминология, последовательность расположения финансовых показателей. В этом выражается принцип понятности. Для реализации этого принципа разрабатываются унифицированные формы бухгалтерской отчетности.

Кроме того, данные отчета о финансовых результатах должны отвечать требованиям полноты и достоверности. То есть все факты хозяйственной жизни должны быть представлены максимально полно и быть обоснованы, чтобы обеспечить возможность проверки отчетности по данным бухгалтерского учета. Также отчет о финансовых результатах строится на основе анализа расходов по функциям (расходы по обычной деятельности, коммерческие, управленческие). В свою очередь, «раскрытие доходов и расходов по видам в полном объеме, не допуская взаимозачета статей доходов и расходов, прибылей и убытков, за исключением случаев, предусмотренных стандартами по бухгалтерскому учету» [16, с.48].

Таким образом, все представленные принципы обеспечивают предоставление надежной, достоверной, актуальной, полезной информации о

фактах хозяйственной жизни для разных категорий пользователей финансовой отчетности.

Что касается правил формирования отчета о финансовых результатах в отечественной практике, то они сформированы в требованиях федеральных стандартов и положений по бухгалтерскому учету. Предприятия, которые оформлены в Российской Федерации, имеют обязанность предоставлять отчет о финансовых результатах в контролирующие органы. Эта обязанность не зависит от вида или формы экономической деятельности, от доходов или других факторов.

Также существуют общие правила к составлению бухгалтерской отчетности (рисунок 3):

Бухгалтерская отчетность заполняется на русском языке	• п. 15 ПБУ 4-99
Бухгалтерская отчетность заполняется с указанием сумм в рублях, единица измерения - тысячи рублей	• п. 16 ПБУ 4-99
По предприятиям с филиалами формируется общая отчетность	• п. 8 ПБУ 4-99
Отчетным периодом является календарный год	• п. 13 ПБУ 4-99
Возможно составление промежуточной отчетности ежемесячно или поквартально нарастающим итогом не позднее 30 дней после окончания периода	• пп. 48–52 ПБУ 4-99
Бухгалтерская отчетность является открытой для доступа заинтересованного круга лиц	• п. 42 ПБУ 4-99
Учетные данные следует подтвердить проведенной инвентаризацией имущества и обязательств	• п. 38 ПБУ 4-99
Показатели необходимо отразить по нетто (чистой) стоимости	• п. 35 ПБУ 4-99

Рисунок 3 – Общие правила составления бухгалтерской отчетности согласно ПБУ 4-99 [23]

Итак, отчет о финансовых результатах формируется предприятиями Российской Федерации с учетом требований федеральных стандартов по

бухгалтерскому учету. Исследователи указывают, что «методика формирования отчетных показателей о финансовых результатах основана на использовании книжных данных, то есть данных синтетического и аналитического учета по счетам учета доходов и расходов, прибылей и убытков, представленных в соответствующих учетных регистрах экономического субъекта» [3, с.6].

Министерство финансов РФ регулярно вносит законодательные изменения по вопросам содержания или оформления бухгалтерской отчетности. Так, например, с 1 января 2020 г. были внесены изменения в Приказ Минфина № 66 н «О формах бухгалтерской отчетности» в связи с изменениями в ПБУ 18/02. В отчете о финансовых результатах были изменены некоторые данные и состав показателей. Данная информация содержится в приказе Министерства финансов Российской Федерации от 19.04.2019 № 61н [27].

В настоящее время в отчете о финансовых результатах нельзя указывать суммы в миллионах рублей, единицей измерения являются тысячи рублей (без десятичных знаков). Вместо кодов ОКВЭД используются виды деятельности по ОКВЭД2. В строках, где отсутствуют данные, проставляются прочерки. Отрицательные показатели описываются в круглых скобках.

Изменения коснулись некоторых показателей отчета о финансовых результатах. Во-первых, строка «Текущий налог на прибыль» и последующие 3 строки заменены на строки «Налог на прибыль» (строка 2410), «в т.ч. текущий налог на прибыль» (строка 2411), «отложенный налог на прибыль» (строка 2412).

После строки «Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода» добавляется строка «Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода» (строка 2530). Если ранее бухгалтерскую отчетность можно было представить налоговой службе лично при посещении этого органа, либо

отправить по почте заказным письмом, либо использовать электронные средства связи для этой цели, то с 2020 г. форма предоставления отчетности изменилась только на электронную. Также, исходя из Федерального закона «О бухгалтерском учете» (в редакции Федерального закона от 28 ноября 2018 г. № 444-ФЗ), начиная с отчетности за 2019 год, обязательный экземпляр годовой бухгалтерской отчетности представляется в налоговый орган, так как именно он формирует государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности (ГИР БО) [37].

Законодательно установлены сроки передачи бухгалтерской отчетности, в том числе отчета о финансовых результатах, в налоговые органы. Период должен быть не больше трех месяцев с окончания предшествующего года. То есть документация предоставляет не позднее 31 марта следующего года. Если сроки прошли, а отчетность так и не представлена предприятием, то оно получает штраф. В соответствии со статьей 126 Налогового Кодекса РФ с организации взыскивается штраф в размере 200 руб. за каждый непредставленный документ [20].

В соответствии со статьей 15.6 Кодекса РФ об административных правонарушениях с должностного лица взыскивается от трехсот до пятисот рублей [12].

Таким образом, были рассмотрены принципы и правила формирования отчета о финансовых результатах в отечественной практике. Отчет о финансовых результатах должен основываться на принципах достоверности, сопоставимости, полноты и понятности, существенности, детализации и периодизации.

### **1.3 Современное назначение отчета о финансовых результатах и его роль при анализе финансового состояния компании**

С одной стороны, отчет о финансовых результатах выступает в виде основы для принятия необходимых управленческих решений, которые будут направлены на увеличение прибыли и сокращение расходов, а с другой –

используется как источник информации для проведения анализа эффективности предприятия. Во-первых, важность финансовой отчетности заключается в ее полезности для удовлетворения различных интересов различных категорий сторон, таких как менеджмент, кредиторы, общественность и т.д. [9, с.45]. На рисунке 4 представлены пользователи финансовой отчетности и цели, которые они преследуют при ее изучении.



Рисунок 4 – Пользователи финансовой отчетности и их цели [19, с.68]

Доходы и расходы являются объектами бухгалтерского, финансового и управленческого учета экономического субъекта. Основной целью предприятий является извлечение максимальной прибыли, которая зависит от величины получаемых доходов и производимых расходов. В связи с этим, учет доходов и расходов является не только обязанностью организаций перед государством, но и выступает необходимым условием определения эффективности деятельности предприятия [40, с.547].

Развитие компании в ближайшей и долгосрочной перспективах невозможно без учета доходов и расходов предприятия. Детальный анализ бюджета позволяет выстроить план дальнейшей деятельности предприятия. Например, стойкое увеличение прибыли может заставить владельца бизнеса

задуматься о расширении предприятия, об открытии новых филиалов, о закупке оборудования и так далее [33, с.58].

Отчет о финансовых результатах является источником информации для проведения анализа эффективности предприятия. «Его структура состоит из доходной и расходной частей и предоставляет возможность бухгалтеру и руководителю после формирования оценить взаимосвязь полученных показателей с прогнозными, проследить их динамику, а также произвести анализ» [3].

Экономист Ю. И. Сигидов выражает мнение о том, что отчет о финансовых результатах – это важнейший источник информации для всестороннего анализа получения прибыли. По его мнению, «информация, представленная в отчете, позволяет всем заинтересованным пользователям сделать вывод о том, насколько эффективна деятельность данной организации и насколько оправданы и выгодны вложения в ее активы» [31, с.288].

Таким образом, отчет о финансовых результатах играет важную роль при анализе финансового состояния компании. Исследователи отмечают, что «анализ отчета о финансовых результатах предполагает последовательное изучение всех статей отчета, характеризующих доходы и расходы организации» [8, с.90].

Выделяются следующие направления анализа расходов и доходов по отчету о финансовых результатах:

- «выявляется динамика отдельных видов доходов и расходов и общей их суммы в отчетном периоде по сравнению с предыдущим. При этом темпы роста доходов необходимо сопоставить с темпами роста соответствующих расходов (горизонтальный анализ);
- рассчитывается удельный вес отдельных доходов и расходов в общей их величине и оценивается динамика структуры этих показателей в отчетном периоде по сравнению с предыдущим (вертикальный анализ);

- при наличии информации за несколько периодов проводится трендовый анализ доходов и расходов;
- определяются различные соотношения доходов и расходов организации (коэффициентный анализ).

Расчет этих соотношений проводится за предыдущий и отчетный период, что позволяет выявить уровень и динамику доходности деятельности организации» [8, с.90].

Другие исследователи предлагают следующий алгоритм анализа отчета о финансовых результатах (рисунок 5):

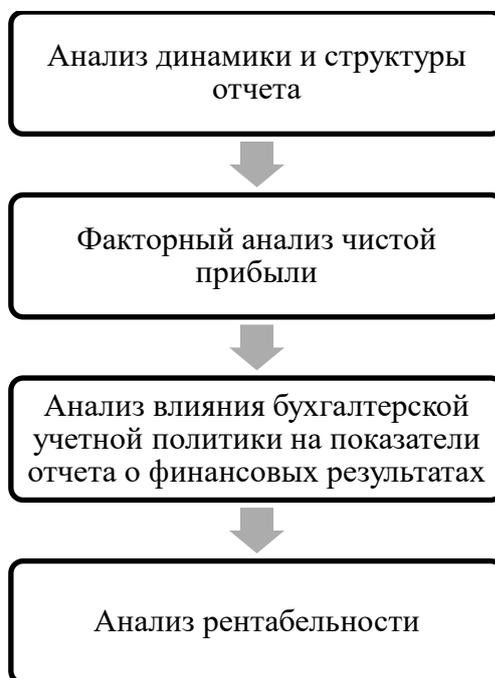


Рисунок 5 – Алгоритм анализа отчета о финансовых результатах [10, с.140]

С помощью отчета о финансовых результатах можно выявить главные тенденции, повлиявшие на экономическую эффективность предприятия. Для этого, например, применяется факторный анализ. С помощью него можно определить, какой именно фактор способствовал увеличению или уменьшению чистой прибыли компании. Понятно, что увеличение расходов часто приводит к уменьшению прибыли. Но на прибыль влияют и отпускные цены, себестоимость продаж, структура налоговых выплат, валовый доход от

продаж и многое другое. Финансовый результат фирмы зависит как от внутренних, так и внешних факторов, которые также могут учитываться при проведении факторного анализа. Лучше всего с финансово-хозяйственной ситуацией в компании знакомы сами предприниматели, иногда они принимают решения интуитивно, хотя анализ отчета о финансовых результатах все же должен проводиться регулярно, потому что современными экономистами накоплен широкий опыт методик анализа, показавших значимость и дальнейшую эффективность.

«Основной целью анализа финансовых результатов деятельности организации, является поиск резервов повышения эффективности деятельности организации, а также реализация управленческих решений» [15, с.65]. Таким образом, благодаря данному отчету можно проанализировать потенциальные изменения ресурсов, оценить эффективность распределение денежных средств и деловую активность экономического субъекта. С помощью анализа отчета о финансовых результатах «можно дать оценку о возможном изменении ресурсов организации, осуществить прогноз движения денежных потоков, и доказать эффективность использования дополнительных ресурсов» [39, с.35].

В заключение первого раздела выпускной квалификационной работы необходимо сказать о важности получения достоверной информации о финансовых результатах для разных лиц. Это не только налоговые органы, но и сами собственники компании, ее сотрудники, клиенты, инвесторы. Отчет о финансовых результатах играет в этом важную роль, потому что организация любого масштаба (микро- и макропредприятия, индивидуальные предприниматели, организации малого, среднего и крупного бизнеса) заинтересована в организации корректного и грамотного учета доходов и расходов.

## 2 Отчет о финансовых результатах и использование его в анализе деятельности ООО «ТРУ`А»

### 2.1 Техничко-экономическая характеристика ООО «ТРУ`А»

Общество с ограниченной ответственностью «ТРУ`А» зарегистрировано 03.02.2005 г. Юридический адрес: 445144, Самарская область, село Ягодное, р-н Ставропольский, ул. Советская, д. 72. Руководителем и учредителем юридического лица является Трутнев Александр Владимирович. Уставный капитал составляет 787 500 руб. В организации используется упрощенная система налогообложения (УСН).

В таблице 1 представлены реквизиты организации.

Таблица 1 – Реквизиты организации ООО «ТРУ`А» [составлено автором]

Наименование реквизитов организации	Сведения для идентификации организации
1 Краткое наименование	ООО «ТРУ`А»
2 Данные о руководителе: должность (например, директор), Ф. И. О.	Директор Трутнев Александр Владимирович
3 Главный бухгалтер: должность, фамилия, имя и отчество	Главный бухгалтер Авилова Елена Георгиевна
4 Юридический адрес - место постоянного местонахождения организации	445144, Самарская область, село Ягодное, р-н Ставропольский
5 Подробные сведения (до номера офиса) и индекс	445144, Самарская область, село Ягодное, р-н Ставропольский, ул. Советская, д. 72.
6 ИНН	6382048700
7 КПП	638201001
8 ОГРН	1056382011696
9 Дата регистрации	03.02.2005
10 Регистрационный номер работодателя в российском Пенсионном фонде	077059107373
11 ОКВЭД	47.99
12 ОКПО	75179809

Основной вид деятельности компании: Торговля розничная прочая вне магазинов, палаток, рынков. Дополнительные виды деятельности представлены в количестве 16 наименований, представим некоторые из них:

- торговля оптовая кофе, чаем, какао и пряностями (ОКВЭД: 46.37);
- деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания (ОКВЭД: 56.10);
- торговля розничная незамороженными продуктами, включая напитки и табачные изделия, в неспециализированных магазинах (ОКВЭД: 47.11.2);
- торговля оптовая неспециализированная (ОКВЭД: 46.90);
- аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом (ОКВЭД: 68.20).

ООО «ТРУ`А» более 10 лет активно развивается в разных направлениях общественного питания. Среди заведений организации представлены следующие:

- бар хот-догов «HOTDOGGGER»;
- сеть кафе-блинных «Грин блин»;
- сеть буфетов в г. Тольятти.

Также компания устанавливает и обслуживает автоматы по продаже горячих напитков и снеков.

ООО «ТРУ`А» характеризуется линейно-функциональной организационной структурой управления, так как, в основном, все работники компании подчиняются одному руководителю. Организационная структура управления исследуемой компании показана в Приложении А. На 1 января 2021 г. в ООО «ТРУ`А» числится 4 сотрудника.

Основой для проведения финансового анализа ООО «ТРУ`А» стали следующие данные: Бухгалтерский баланс за 2021 г. (Приложение Б); Отчет о финансовых результатах за 2021 г. (Приложение В). Анализ финансового состояния проводился за 2019-2021 годы. Результаты представлены в таблице 2. Необходимо отметить, что для анализа использовались не все данные, так как результаты анализа финансового состояния ООО «ТРУ`А» на основе отчета о финансовых результатах будут наиболее полно

представлены в следующем разделе выпускной квалификационной работы.

Таблица 2 – Основные финансовые результаты деятельности ООО «ТРУ`А» за 2019-2021 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение (+/-)		Темп прироста, %	
				2020/ 2019	2021/ 2020	2020/ 2019	2021/ 2020
1 Выручка от продажи, тыс. руб.	10000	687	1456	-9313	769	-93,1	111,9
2 Себестоимость продаж, тыс. руб.	678	0	423	-678	423	-100,0	100,0
3 Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	9322	687	1033	-8635	346	-92,6	50,4
4 Прибыль от продаж, тыс. руб.	6306	- 392	444	-6698	836	-106,2	100,0
5 Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	5970	- 475	429	-6445	904	-107,9	100,0
6 Чистая прибыль, тыс. руб.	5945	- 482	343	-6427	825	-108,1	100,0
7 Рентабельность продаж, %	63,1	-57,1	30,5	-120,2	87,6	-190,5	100,0
8 Затратоемкость, %	6,8	0,0	29,1	-6,8	29,1	-100,0	100,0
9 Численность рабочих, чел.	18	14	4	-4	-10	-22,2	-71,4
10 Выработка на одного работающего, тыс. руб.	555,6	49,1	364,0	-506,8	315,9	-91,2	641,3

В соответствии с таблицей 2, выручка от продаж в 2019 г. составляла 10000 тыс. руб., но в 2020 г. снизилась на 93,1% и составила 687 тыс. руб. Это было связано со снижением продаж из-за пандемии коронавируса, когда многие точки общественного питания были закрыты, либо осуществляли только деятельность по доставке.

В 2021 г. ситуация улучшилась – выручка выросла на 111,9% и составила 1456 тыс. руб.

Себестоимость продаж в 2020 г. по сравнению с 2019 г. снизилась на 100% (на 678 тыс. рублей). В 2021 году себестоимость повысилась на 100% и составила 423 тыс. рублей.

На рисунке 6 представлена динамика выручки и себестоимости продукции ООО «ТРУ`А».

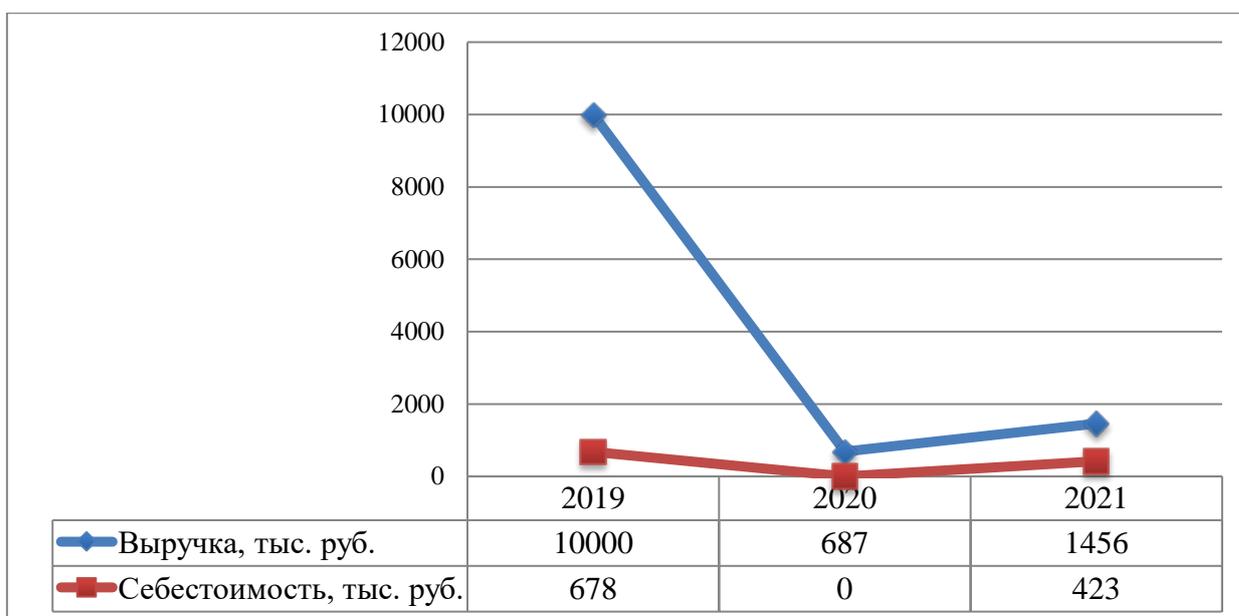


Рисунок 6 – Динамика объема продаж и себестоимости продукции ООО в 2019-2021 гг.

Похожая динамика, как в ситуации с выручкой от продаж, наблюдается и в других показателях. Так, валовая прибыль в 2020 г. уменьшилась на 92,6% и составила 687 тыс. руб., когда в 2019 г. показатель был равен 9322 тыс. руб. В 2021 г. валовая прибыль выросла по сравнению с 2020 г. на 50,4% и составила 1033 тыс. руб.

Показатели прибыли от продаж и прибыли (убытка) до налогообложения уменьшаются в 2020 г. и являются отрицательными. Так, прибыль от продаж сократилась на 106,2%, а прибыль до налогообложения – на 107,9%. В 2021 г. показатели снова растут. Так, прибыль от продаж составила 444 тыс. руб., а прибыль до налогообложения – 429 тыс. руб.

Совокупный финансовый результат, или чистая прибыль, в 2021 г. составил 343 тыс. руб., что на 825 тыс. руб. больше показателя 2020 г. Но если сравнивать показатели 2021 г. и 2019 г., то в 2019 г. чистая прибыль была намного больше и составляла 5945 тыс. руб. Таким образом, за исследуемый период финансовый результат компании существенно ухудшился, но благоприятной тенденцией является его рост по сравнению с 2020 годом.

На рисунке 7 представлена динамика показателей прибыли ООО

«ТРУ`А».

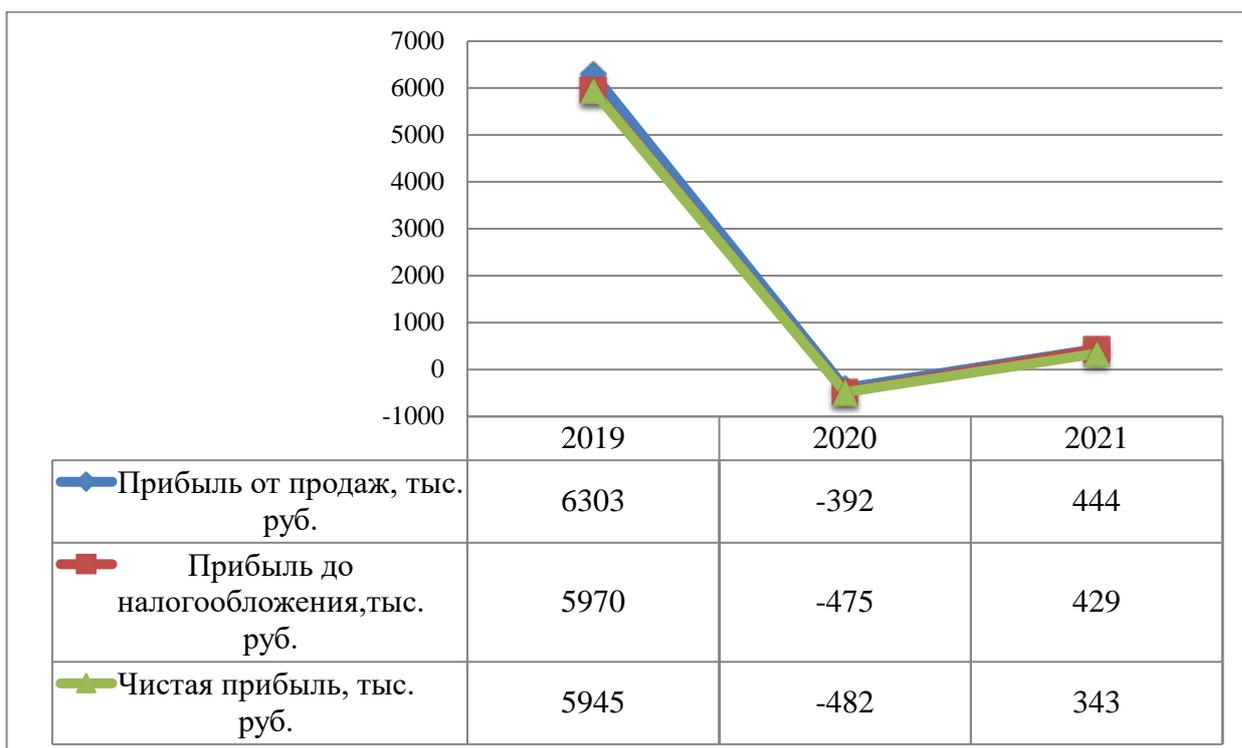


Рисунок 7 – Динамика прибыли ООО «ТРУ`А» в 2019-2021 гг.

Рентабельность продаж в 2020 г. снижается, что является негативным показателем. Темп снижения составил 190,5%. В 2021 г. темп прироста, в свою очередь, составил 100%. В 2019 г. рентабельность продаж составляла 63,1%, в 2020 г. – минус 57,1%, а в 2021 г. – 30,5%.

Кроме того, повысился показатель затратноемкости продукции ООО «ТРУ`А» на 327,9% за 3 исследуемых года. В 2020 году затратноемкость продукции составила 0%, так как в отчете о финансовых результатах отсутствует информация о себестоимости. В 2021 году затратноемкость была самой высокой и составила 29,1%.

В 2019-2021 гг. количество официально числившихся работников предприятия уменьшалось. Если в 2019 г. их количество составляло 18 чел., то в 2021 г. – всего 4 чел. Отмечается снижение выработки на одного работающего – в 2020 году снижение составило 91,2%, а в 2021 году – 34,4% по сравнению с 2019 г.

Итак, в данном разделе была рассмотрена организационно-экономическая характеристика ООО «ТРУ`А». Исследуемая компания занимается оказанием услуг общественного питания, установкой вендинговых аппаратов. В ходе анализа было выяснено, что за исследуемый период финансовые результаты компании снизились, особенно показательное снижение в 2020 г. Но в 2021 г. ООО «ТРУ`А» улучшило свои показатели, но они не смогли вернуться на допандемийные. Поэтому необходимо подробнее провести анализ финансового состояния ООО «ТРУ`А», что будет сделано в третьем разделе выпускного квалификационного исследования.

## 2.2 Характеристика и организация бухгалтерского учета в ООО «ТРУ`А»

На рисунке 8 представлена структура бухгалтерии ООО «ТРУ`А».



Рисунок 8 – Организационная структура бухгалтерии ООО «ТРУ`А»

Бухгалтерию в ООО «ТРУ`А» возглавляет главный бухгалтер, который непосредственно подчиняется директору и несет ответственность за формирование учетной политики, ведение бухгалтерского учета, своевременное предоставление полной и достоверной бухгалтерской и налоговой отчетности. Главному бухгалтеру в ООО «ТРУ`А» подчиняется бухгалтер-кассир, который осуществляет учет денежных средств предприятия, бухгалтер, занимающийся учетом расчетов предприятия с различными дебиторами и кредиторами, а также бухгалтер,

функциональными обязанностями которого является учет производственных запасов и готовой продукции.

Главный бухгалтер ООО «ТРУ`А» назначается и освобождается от должности приказом директора организации. Он выполняет в компании следующие функции:

- руководит ведением бухгалтерского учета и составлением внешней и внутренней отчетности ООО «ТРУ`А»;
- контролирует деятельность подчиненных;
- занимается формированием учетной политики компании и контролем за ее реализацией;
- следит за соблюдением трудового, гражданского, финансового законодательства;
- обеспечивает законность, своевременность и качество оформления бухгалтерских документов;
- контролирует своевременность и правильность проведения инвентаризации денежных средств, товарно-материальных ценностей и расчетов с поставщиками и заказчиками;
- осуществляет контроль за составлением расчетов по зарплате, начислений и перечислений налогов и сборов в бюджеты разных уровней, платежей в банковские учреждения;
- выявляет резервы ООО «ТРУ`А», осуществляет меры по устранению потерь и непроизводительных затрат;
- проводит анализ необходимости внедрения современных технических средств и информационных технологий в области бухгалтерского учета, осуществляет контроль за этой деятельностью и др.

Рассмотрим специфику учетной политики ООО «ТРУ`А».

Цель учетной политики ООО «ТРУ`А» состоит в том, чтобы обеспечить управленческую систему качественной и количественной учетно-экономической информацией. Также цель состоит в определении ряда

процедур, используемых для составления достоверной бухгалтерской отчетности.

В учетной политике компании определяются аспекты ведения бухгалтерского учета на будущий год. В рамках осуществления требований законодательства Российской Федерации ООО «ТРУ`А» опирается при организации бухгалтерского учета на требования ФЗ «О бухгалтерском учете», ПБУ 1/08 «Учетная политика». Учетная политика в ООО «ТРУ`А» формируется главным бухгалтером и утверждается директором.

В учетной политике исследуемой компании утверждается рабочий план счетов, формы первичных учетных документов, регистров бухгалтерского учета. В ней описывается порядок инвентаризации пассивов и активов компании, способы их оценки. Также утверждается порядок документооборота и контроля за операциями хозяйственной деятельности. Сотрудники ООО «ТРУ`А», ответственные за подготовку первичных документов, которые связаны с бухгалтерским учетом, должны исполнять положения учетной политики.

Основные положения учетной политики ООО «ТРУ`А» включают сведения об организации бухгалтерского учета, ведение кассовых операций, критерий существенности, порядок исправления ошибок. Методология учетной политики включает информацию об учете основных средств, нематериальных активов, МПЗ, финансовых вложений и так далее.

Так, в деятельности ООО «ТРУ`А» применяются составленные по унифицированным формам первичные учетные документы. Промежуточная бухгалтерская отчетность в ООО «ТРУ`А» не составляется, а сам бухгалтерский учет ведется с помощью журнала учета хозяйственных операций. Перспективно отражаются последствия изменения учетной политики. Критерий существенности — 5% от статьи бухгалтерской отчетности или величины объекта учета. Инвентаризация имущества проводится по состоянию на последний день отчетного периода.

Бухгалтерский учет в ООО «ТРУ`А» ведется автоматизировано с использованием программ «1С: Бухгалтерия 8.3» и «1С: Зарплата и Управление персоналом 8». Бухгалтерский учет производится посредством двойной записи с использованием рабочего плана счетов и с применением книги учета фактов хозяйственной деятельности.

Помимо перечисленных данных в учетной политике ООО «ТРУ`А» отдельно раскрыты применяемые именно этой организацией порядок и методы учета товаров, торговой наценки, транспортно-заготовительных расходов и связанные с ними нюансы налогообложения.

Товары в ООО «ТРУ`А» учитываются по фактической себестоимости, по стоимости закупки. Учет ведется на счете 41 «Товары». При передаче товаров посредникам на реализацию применяется счет 45 «Товары отгруженные». Бухгалтерская запись при фактическом отпуске со склада организации выглядит следующим образом: Дебет счета 45 «Товары отгруженные» - Кредит счета 41 «Товары». Когда товары поступают к покупателю, применяется следующая запись: Дебет счета 90 «Продажи» - Кредит счета 45 «Товары отгруженные».

Себестоимость проданных товаров списывается по средней себестоимости. Транспортно-заготовительные расходы, связанные с приобретением товаров, в ООО «ТРУ`А» учитываются на счете 44.01 «Издержки обращения в организациях, осуществляющих торговую деятельность». Ежемесячно такие расходы распределяются между проданным товаром и остатком товара на конец каждого месяца по формуле среднего процента, и частично списываются в дебет счета 90.07 «Расходы на продажу» на сумму, относящуюся к реализованному товару. Расходы, которые связаны с продажей товаров, работ и услуг, учитываются на счете 44.01 «Издержки обращения в организациях, осуществляющих торговую деятельность» и в конце месяца списываются в полном объеме в себестоимость проданных товаров — в дебет счета 90.07 «Расходы на продажу».

Оправдательные, первичные документы по хозяйственным операциям составляют основы ведения бухгалтерского учета в ООО «ТРУ`А».

Компания применяет как первичные учетные документы по унифицированным формам, так и самостоятельно разработанные формы первичных учетных документов. Например, по отгрузке товаров используется унифицированная форма N ТОРГ-12, при перевозке грузов – форма транспортной накладной. К кассовым документам в ООО «ТРУ`А» относятся приходные кассовые ордера (ПКО) и расходные кассовые ордера (РКО). Для их документационного оформления используются унифицированные формы КО-1 и КО-2 соответственно. По каждому ПКО и РКО бухгалтером ООО «ТРУ`А» вносятся записи в кассовую книгу. Заполняется кассовая книга только в те дни, когда ООО «ТРУ`А» осуществляла прием или выдачу денежных средств. Кассовая книга оформляется согласно унифицированной форме № КО-4 с помощью бухгалтерской программы.

Самостоятельно компания разработала следующие формы:

- по учету списания материалов – Акт о списании материалов;
- по учету выполненных работ или услуг – Акт выполненных работ (оказанных услуг);
- по отражению прочих фактов хозяйственной жизни – Бухгалтерская справка.

Особенностью расчетов с покупателями и заказчиками в ООО «ТРУ`А» является то, что расчеты ведутся в результате договорных отношений, заключенных с каждым физическим или юридическим лицом индивидуально. Договор является основанием для осуществления расчетов с покупателями. Договор в ООО «ТРУ`А» оформляется в соответствии с требованиями Гражданского кодекса РФ. Реестр договоров в ООО «ТРУ`А» ведется автоматизировано в программе «1С: Бухгалтерия».

В компании ООО «ТРУ`А» ведется документооборот, который соответствует графику документооборота. Ответственность за организацию

делопроизводства, своевременное и качественное исполнение и сохранность документов возлагается на главного бухгалтера. Бухгалтер имеет право передавать документы на исполнение другим работникам в соответствии с установленным распределением обязанностей.

Итоговым результатом работы бухгалтеров ООО «ТРУ`А» является бухгалтерская отчетность, в которой представляется обобщенная информация о финансовом положении предприятия. Цель составления бухгалтерской отчетности – это информирование всех заинтересованных лиц о состоянии дел в ООО «ТРУ`А», в том числе и государственных налоговых органов.

Обязательными формами бухгалтерской отчетности ООО «ТРУ`А» являются следующие:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- пояснения.

При их формировании компания соблюдает требования, установленные Федеральным законом «О бухгалтерском учете». Регистрами для заполнения бухгалтерской отчетности являются оборотно-сальдовые ведомости и анализы бухгалтерских счетов. Обязательный аудит бухгалтерской отчетности в ООО «ТРУ`А» не проводится.

По окончании отчетного периода перед составлением бухгалтерской отчетности ООО «ТРУ`А» проводит инвентаризацию имущества и реформацию баланса. По окончании года в течение 90 дней до 31 марта текущего года организация составляет и предоставляет годовую бухгалтерскую отчетность. Передача отчетности в ФНС, ФСС, ПФР производится с применением программы электронной отчетности «СБИС». Результаты указаны в тысячах рублей.

Для составления бухгалтерского баланса используется оборотно-сальдовая ведомость. Этот документ составляется на основании данных бухгалтерского учета и содержит информацию о наличии денежных средств,

материальных ценностей, нематериальных активов. В оборотно-сальдовой ведомости отражается состояние средств ООО «ТРУ`А» в денежном выражении на начало и конец отчетного периода.

Порядок составления бухгалтерской финансовой отчетности предусматривает отображение всех проведенных операций и итогов инвентаризационной проверки за конкретный период. Далее формируется бухгалтерский баланс (Приложение Б), отчет о финансовых результатах (Приложение В) и приложения к отчетности.

В бухгалтерском балансе представлены следующие разделы: актив (сведения об имуществе) и пассив (сведения об источниках приобретения имущества). В отчете о финансовых результатах ООО «ТРУ`А» содержится информация о выручке, себестоимости и расходах, финансовых результатах. Показатели приводятся за отчетный и прошлый годы.

Налоговая отчетность ООО «ТРУ`А» включает декларации, справки и различные расчеты налогов. Основным налогом является НДС, декларация по которому составляется один раз в квартал. Декларацию по налогу на прибыль компания сдает по итогам I квартала, полугодия, девяти месяцев и года. Денежные средства налоговым, таможенным и другим государственным органам перечисляются на казначейские счета Федерального казначейства (Федеральный закон от 27.12.2019 № 479-ФЗ).

ООО «ТРУ`А» сдает отчеты во внебюджетные фонды. Так как компания выплачивает доходы физическим лицам (сотрудникам), отчетность дополняется формой 6-НДФЛ, которая подается раз в квартал. В конце года заполняется справка 2-НДФЛ.

Также компания сдает в ФНС расчет по страховым взносам. Страховые взносы в ПФР и ФСС начисляются ежемесячно по установленным процентным ставкам. Базой начисления страховых взносов является фонд оплаты труда. Раз в год в ФСС до 15 апреля сдается заявление и справка-подтверждение основного вида деятельности. В Пенсионный фонд до 15-го числа каждого месяца направляется форма СЗВ-М и СЗВ-ТД.

Таким образом, была рассмотрена организация бухгалтерского учета в ООО «ТРУ`А». Бухгалтерская отчетность в ООО «ТРУ`А» формируется с учетом ряд особых требований, определяющих качественную характеристику информации в финансовой отчетности, в частности это: «полнота, достоверность, нейтральность, существенность, сопоставимость, последовательность, целостность». При оформлении бухгалтерской отчетности контролируется строгое соблюдение норм оформления и ведения отчетности, обеспечение правильности использования и сохранности документов.

### **2.3 Показатели формы отчета о финансовых результатах, порядок их формирования в ООО «ТРУ`А»**

Отчет о финансовых результатах (Приложение В) характеризует финансовые результаты деятельности ООО «ТРУ`А», данную характеристику можно формировать за любой отчетный период. В данной форме содержатся данные о доходах и расходах организации. Эти данные в ООО «ТРУ`А» формируются нарастающим итогом с начала года. Все данные попадают в отчет о финансовых результатах из оборотно-сальдовой ведомости.

В ООО «ТРУ`А» отчет о финансовых результатах заполняется по регламентированной форме, утвержденной Минфином Российской Федерации (приказ № 66н). Так как компания не относится к предприятиям, которые могут применять упрощенную форму отчета о финансовых результатах, то применяется форма 0710002.

В отчете о финансовых результатах ООО «ТРУ`А» отражаются данные «о доходах и расходах, признанных в бухгалтерском учете компании за отчетный и предыдущий годы. Данные за прошлый год переносятся из отчета о финансовых результатах за прошлый год» [10, с.137].

Последовательно рассмотрим структуру отчета о финансовых результатах ООО «ТРУ`А».

В «шапке» отчета находятся информационные сведения о компании. Во-первых, указывается дата заполнения и период, за который были представлены сведения. Так, согласно Приложению В, бухгалтер ООО «ТРУ`А» указал, что датой заполнения является 10.03.2022 г., а отчетность составляется за январь-декабрь 2021 г.

Затем заполняется наименование организации (ООО «ТРУ`А»), идентификационный номер налогоплательщика (6382048700), вид экономической деятельности (отдельно в графах справа указан код вида деятельности по ОКВЭД2). Данные о компании также включают коды ОКПО, ОКОПФ/ОКФС и ОКЕИ. Указывается организационно-правовая форма компании (для «ТРУ`А» – это общество с ограниченной ответственностью) и форма собственности (частная). Последняя строка – это единица измерения (по законодательству единицей измерения являются тысячи рублей).

Далее следует таблица, где каждая строка обозначена четырехзначным кодом. В таблице следующие столбцы: показатель, код, данные за отчетный период и за прошлый год (их компания берет из аналогичного прошлогоднего документа).

Для заполнения строки с показателями за отчетный год формируется:

- «оборотно-сальдовая ведомость за отчетный год;
- оборотно-сальдовая ведомость по субсчету «Прочие доходы» к счету 91 «Прочие доходы и расходы» (с расшифровкой по субсчетам) за отчетный год;
- оборотно-сальдовая ведомость по субсчету «Прочие расходы» к счету 91 «Прочие доходы и расходы» (с расшифровкой по субсчетам) за отчетный год» [10, с.138].

Если в указанных регистрах учета отсутствуют данные для заполнения отдельных строк отчета о финансовых результатах, в этих строках проставляется прочерк (п. 11ПБУ 4-99).

В строке 2110 «Выручка» отражаются доходы от обычных видов деятельности (выручка за проданные товары, выполненные работы, оказанные услуги). Доходы в ООО «ТРУ`А» указывают без учета НДС. В 2021 г. выручка компании составила 1456 тыс. руб.

По строке 2120 «Себестоимость продаж» формируется показатель себестоимость проданных товаров (выполненных работ, оказанных услуг). Это сумма расходов ООО «ТРУ`А» по обычным видам деятельности. Так как при вычислении финансового результата этот показатель вычитается, его показывают в скобках. По строке 2120 «Себестоимость продаж» суммируются следующие бухгалтерские операции за отчетный год:

- дебет счета 90 субсчета «Себестоимость продаж»;
- кредит счета 21 «Полуфабрикаты собственного производства», счета 23 «Вспомогательные производства», счета 29 «Обслуживающие производства и хозяйства», счета 41 «Товары», счета 43 «Готовая продукция» и счета 45 «Товары отгруженные».

В 2021 г. себестоимость продаж ООО «ТРУ`А» составила 423 тыс. руб.

Далее следует строка 2100 «Валовая прибыль (убыток)», которая вычисляется путем поиска разности строк 2110 «Выручка» и 2120 «Себестоимость продаж». В 2021 г. валовая прибыль ООО «ТРУ`А» составила 1033 тыс. руб.

В строке 2210 «Коммерческие расходы» соответственно указываются различные расходы, связанные с продажей товаров, работ, услуг, то есть дебетовый оборот по субсчету 90-2 «Себестоимость продаж» в корреспонденции со счетом 44 «Расходы на продажу». В 2021 г. коммерческие расходы компании составляли 569 тыс. руб.

Управленческие расходы (строка 2220) представляют собой расходы на управление организацией, так как учетной политикой ООО «ТРУ`А» не

предусматривается их включение в себестоимость. «В строке 2220 указывается дебетовый оборот по субсчету 90-2 «Себестоимость продаж» в корреспонденции со счетом 26 «Общехозяйственные расходы» [17, с.4]. В 2021 г. управленческие расходы ООО «ТРУ`А» составили 20 тыс. руб.

Финансовый результат от продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) – формируется как сумма строк 2100 «Валовая прибыль (убыток)», 2210 «Коммерческие расходы» и 2220 «Управленческие расходы») и записывается в строке 2200 «Прибыль (убыток) от продаж». В 2021 г. прибыль от продаж организации составила 444 тыс. руб.

Так как ООО «ТРУ`А» не имеет доходов от участия в уставных капиталах других организаций (дивиденды по акциям) и от совместной деятельности, то в строках 2310 «Доходы от участия в других организациях», 2320 «Проценты к получению» поставлены прочерки. Также прочерк выставлен по строке 2330 «Проценты к уплате».

В строках 2340 «Прочие доходы» и 2350 «Прочие расходы» указывают прочие доходы и расходы, которые не вошли в показатели предыдущих строк. У ООО «ТРУ`А» прочие доходы отсутствовали в отчетном периоде, а прочие расходы составили 15 тыс. руб.

В строке 2300 «Прибыль (убыток) до налогообложения» рассчитывается прибыль до налогообложения (сумма строк 2200–2350 с учетом того, что расходы указываются со знаком минус). Бухгалтер ООО «ТРУ`А» для вычисления уменьшил сумму прибыли от продаж на сумму прочих расходов. В 2021 г. прибыль до налогообложения составила 429 тыс. руб.

Так как ООО «ТРУ`А» использует упрощенную систему налогообложения, то бухгалтер заполняет строку 2410 «Налог на прибыль». Организации на специальных режимах отражают по этой строке налог, соответствующий применяемому режиму. В 2021 г. налог на прибыль составил 86 тыс. руб.

В строке 2400 «Чистая прибыль (убыток)» рассчитывается чистая прибыль (или убыток) за отчетный год. ООО «ТРУ`А» в 2021 г. получило чистую прибыль в размере 343 тыс. руб.

Строка 2500 «Совокупный финансовый результат периода» представляет собой корректировку чистой прибыли организации на строки 2510 «Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода», 2520 «Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода», 2530 «Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода». Так как в ООО «ТРУ`А» показатели по данным строкам отсутствуют, то по строке 2500 «Совокупный финансовый результат периода» отражается сумма чистой прибыли организации, а именно 343 тыс. руб.

Справочная информация по строкам 2900 «Базовая прибыль (убыток) а акцию» и 2910 «Разводненная прибыль (убыток) на акцию» также в ООО «ТРУ`А» не заполняется, так как общество не является акционерным.

Рассмотрим заполнение отчета о финансовых результатов ООО «ТРУ`А» на примере. В 2021 году показатели ООО «ТРУ`А» были следующими:

- выручка 1747200 руб. (в т.ч. НДС 20% – 291200 руб.);
- закупочная стоимость продукции 507600 руб. (в т.ч. НДС 20% – 4600 руб.);
- коммерческие расходы (на складирование товара и зарплату персонала) – 569000 руб.;
- управленческие расходы – 20000 руб.
- прочие расходы (расходы на рекламу) – 15000 руб.;
- налог на прибыль – 86000 руб.

Бухгалтер нашел итоговые показатели.

Валовая прибыль – 1033000 руб.  $((1747200 - 291200) - (507600 - 84600))$ .

Прибыль от продаж – 444000 руб. (1033000 – 569000 – 20000).

Прибыль до налогообложения – 429000 руб. (444000 – 15000).

Чистая прибыль – 343000 руб. (429000 – 86000).

Бухгалтер заполнил отчет о финансовых результатах так, как показано в Приложении В.

В соответствии с подп. 5 п. 1 ст. 23 Налогового Кодекса Российской Федерации ООО «ТРУ`А» представило отчет о финансовых результатах в составе годовой бухгалтерской отчетности в налоговый орган в течение трех месяцев по окончании отчетного периода.

Исходя из данных, представленных ранее, мы можем сделать вывод, что в ООО «ТРУ`А» каждый показатель отчета о финансовых результатах формируется бухгалтером по выполненным за отчетный период хозяйственным операциям. Правильное отражение необходимо, чтобы компания смогла избежать штрафов от контролирующих организаций, а также чтобы использовать отчет для дальнейшего анализа финансовых показателей организации с целью принятия грамотных управленческих решения.

Кроме того, было выяснено, что одной из основных форм бухгалтерской отчетности является отчет о финансовых результатах. В нем показываются финансовые результаты деятельности какого-либо предприятия за определенный период (в основном за 2 года). В отчете о финансовых результатах отражаются укрупненные данные, необходимые для анализа финансово-хозяйственной деятельности фирмы. Изменения, которые были внедрены законодательством 2020 г., сблизили российские стандарты бухгалтерского учета с международными стандартами финансовой отчетности и повысили качество и достоверность отчета о финансовых результатах, которое необходимо как внутренним, так и внешним пользователям.

Во втором разделе была приведена организационно-экономическая характеристика ООО «ТРУ`А» и представлены показатели формы отчета о финансовых результатах, порядок их формирования в ООО «ТРУ`А».

В параграфе 2.1 было определено, что в 2021 г. такие показатели хозяйственной деятельности ООО «ТРУ`А», как выручка, прибыль от продаж, чистая прибыль, рентабельность производства и продаж улучшились по сравнению с предыдущим периодом (2020 г.). Но, если сравнивать показатели между начальным периодом (2019 г.) и конечным периодом расчетов (2021 г.), то отмечается их существенное снижение, на что повлияли, в основном, внешние факторы.

Документальное оформление и бухгалтерский учет в ООО «ТРУ`А» осуществляется в рамках действующего законодательства. Бухгалтерская отчетность компании формируется с учетом необходимости достоверности, полноты, нейтральности, существенности, сопоставимости, последовательности, целостности. При оформлении бухгалтерской отчетности контролируется постоянное соблюдение норм оформления и ведения отчетности, обеспечение правильности использования и сохранности документов. Отчет о финансовых результатах в ООО «ТРУ`А» является важным источником информации для разных категорий пользователей.

### 3 Анализ отчета о финансовых результатах ООО «ТРУ`А»

#### 3.1 Результаты анализа финансового состояния ООО «ТРУ`А» на основе отчета о финансовых результатах

Для достижения цели и решения задач выпускного квалификационного исследования будет необходимо провести анализ финансового состояния ООО «ТРУ`А» на основе отчета о финансовых результатах (Приложение В).

Одним из распространенных видов анализа отчета о финансовых результатах является горизонтальный анализ. «С помощью него можно оценить абсолютное и относительное изменение статей отчета за период» [10, с.139]. В таблице 3 представлен горизонтальный анализ отчета, где за 100% взята выручка базисного периода (2020 г.). Отчетный период – 2021 г.

Таблица 3 – Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «ТРУ`А» за 2020-2021 гг.

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Изменение (+/-)	Удельный вес, %		Изменение (%)
				Базисный	Отчетный	
1 Выручка от продажи, тыс. руб.	687	1456	769	100,0	211,9	211,9
2 Себестоимость продаж, тыс. руб.	0	423	423	0,0	61,6	100,0
3 Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	687	1033	346	100,0	150,4	150,4
4 Коммерческие расходы, тыс. руб.	1079	569	- 510	157,1	82,8	52,7
5 Управленческие расходы, тыс. руб.	0	20	20	0,0	2,9	100,0
6 Прибыль от продаж, тыс. руб.	- 392	444	836	-57,1	64,6	313,3
7 Прочие расходы, тыс. руб.	83	15	- 68	12,1	2,2	18,1
8 Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	- 475	429	904	-69,1	62,4	290,3
9 Налог на прибыль, тыс. руб.	7	86	79	1,0	12,5	1228,6
10 Чистая прибыль, тыс. руб.	- 482	343	825	-70,2	49,9	271,2

По результатам горизонтального анализа отчета о финансовых результатах ООО «ТРУ`А» за 2020-2021 гг. можно сделать следующие выводы:

- объем продаж ООО «ТРУ`А» в отчетном периоде (2021 г.) по сравнению с базисным (2020 г.) выросла на 769 тыс. руб., прирост составил 211,9%;
- себестоимость продаж стала выше на 423 тыс. руб., а изменение в процентном выражении составило 100%, так как в базисном периоде показатель себестоимости продаж отсутствовал;
- валовая прибыль «ТРУ`А» возросла на 346 тыс. руб. или на 150,4% в относительном выражении;
- коммерческие расходы снизились на 510 тыс. руб. или на 52,7%;
- управленческие расходы отсутствовали в базисном периоде, а в отчетном периоде абсолютный рост показателя этого вида расходов составил 20 тыс. руб. (прирост равен 100%);
- прибыль от продаж увеличилась в 2021 г. на 836 тыс. руб. (313,3%);
- прочие доходы отсутствовали в исследуемых периодах, а прочие расходы снизились в 2021 г. на 68 тыс. руб. Относительное изменение составило 18,1%;
- прибыль до налогообложения стала выше на 904 тыс. руб. в отчетном периоде (прирост равен 290,3%);
- налог на прибыль увеличился в 2021 г. на 79 тыс. руб. (1228,6 %);
- чистая прибыль выросла на 825 тыс. руб., что в относительном выражении по сравнению с базовым периодом составляет 271,2%.

Таким образом, в отчетном периоде отмечается рост доходов «ТРУ`А» и некоторых показателей расходов (себестоимость продаж, налог на прибыль, управленческие расходы). Другие расходы (прочие расходы, коммерческие расходы) снизились по сравнению с базовым периодом.

Чтобы рассмотреть структуру отчета о финансовых результатах ООО «ТРУ`А», необходимо провести его вертикальный анализ. Он представлен в таблице 4. «При проведении вертикального анализа показатели отчета были разделены на 2 группы: доходы и расходы, итоговые показатели по каждой из групп были приняты за 100% и удельный вес каждого показателя доходов или расходов оценивался в разрезе своей группы» [10, с.139].

Таблица 4 – Вертикальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «ТРУ`А» за 2020-2021 гг.

Показатели	Базисный период		Отчетный период	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу
1 Выручка от продажи, тыс. руб.	687	100,0	1456	100,0
2 Себестоимость продаж, тыс. руб.	0	0,0	423	38,0
3 Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	687	100,0	1033	70,9
4 Коммерческие расходы, тыс. руб.	1079	92,3	569	51,1
5 Управленческие расходы, тыс. руб.	0	0,0	20	1,8
6 Прибыль от продаж, тыс. руб.	- 392	-57,1	444	30,5
7 Прочие расходы, тыс. руб.	83	7,1	15	1,3
8 Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	- 475	-69,1	429	29,5
9 Налог на прибыль, тыс. руб.	7	0,6	86	7,7
10 Чистая прибыль, тыс. руб.	- 482	-70,2	343	23,5
Итого доходов, тыс. руб.	687	-	1456	-
Итого расходов, тыс. руб.	1169	-	1113	-

Исходя из таблицы 4, можно сделать ряд выводов. Как в базисном, так и в отчетном периоде доходы предприятия складывались из выручки, то есть доходов по обычным видам деятельности. Удельный вес этой статьи доходов составил 100%.

Расходы ООО «ТРУ`А» в базисном периоде представлены коммерческими расходами (92,3%) и прочими расходами (7,1%), а также налогом на прибыль (0,6%). Расходы компании в отчетном периоде формировались из себестоимости продаж (38%), коммерческих расходов (51,1%), управленческих расходов (1,8%), прочих расходов (1,3%) и налога на прибыль (7,7%).

Положительным фактором является снижение общей суммы расходов компании в отчетном периоде и повышение общей суммы доходов. На рисунке 9 представлена динамика доходов и расходов ООО «ТРУ`А».

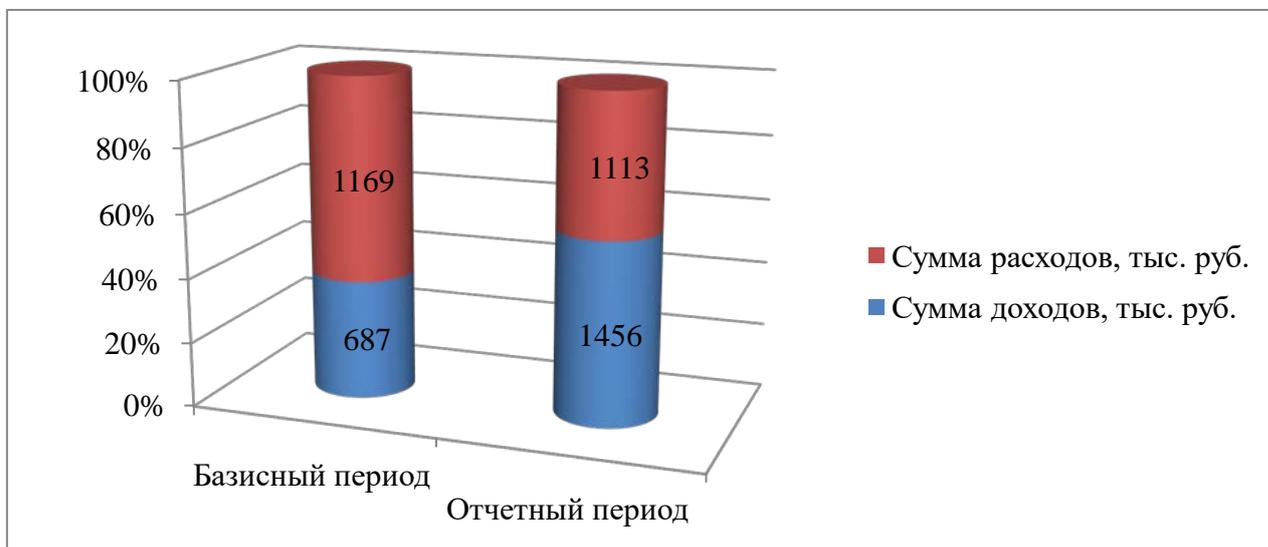


Рисунок 9 – Динамика доходов и расходов ООО «ТРУ`А»

В целях оценки резервов повышения эффективности деятельности ООО «ТРУ`А» необходимо провести факторный анализ прибыли от продаж предприятия. Так как, основным источником доходов исследуемого предприятия является основной вид деятельности – торговля, то на формирование финансового результата наибольшее влияние оказывает прибыль от продаж. «Соответственно целесообразно рассмотреть влияние таких факторов, как выручка, себестоимость, коммерческие и управленческие расходы как на прибыль от продаж и соответственно отражение их влияние на чистой прибыли» [20, с.139].

Прибыль от продаж формируется за счет следующих показателей: выручка (N), себестоимость проданных товаров (С), коммерческие расходы (КР), управленческие расходы (УР). Таким образом, прибыль от продаж определяется по формуле 1:

$$ПП = N - C - КР - УР \quad (1)$$

«Увеличение продаж, снижение себестоимости, коммерческих и управленческих расходов положительно влияют на прибыль от продаж. В свою очередь, уменьшение продаж, увеличение себестоимости продаж, коммерческих и управленческих расходов отрицательно влияют на прибыль от продаж. Так же на прибыль от продаж оказывает влияние цена и соответственно инфляция» [10, с.139].

В первую очередь, будет произведен расчет влияния ценового фактора на прибыль от продаж. Для этого необходимо учесть инфляцию, которая в 2021 г. составила 8,4%. Тогда индекс цены составляет 1,08. Следовательно, выручка от продажи в отчетном периоде в сопоставимых ценах будет равна  $1456 / 1,08 = 1348,1$  тыс. руб. Соответственно, выручка от продажи продукции в отчетном году по сравнению с предыдущим периодом увеличилась за счет роста цены на 107,9 тыс. руб.

Исходя из этого, в сопоставимых ценах выручка 2021 г. составила 1348,1 тыс. руб., а ее рост по сравнению с базовым периодом составил 661,1 тыс. руб.

Чтобы рассчитать влияние ценового фактора на показатель прибыли от продаж, необходимо использовать показатель роста выручки на 661,1 тыс. руб. и показатель рентабельности от продаж отчетного периода (она составляет 30,5%). Тогда влияние цены на прибыль от продаж можно рассчитать следующим образом:  $(661,1 \times 30,5) / 100 = 201,6$  тыс. руб. Таким образом, прирост цен на продукцию в отчетном периоде по сравнению с прошедшим периодом в среднем на 8,4% привел к увеличению суммы прибыли от продажи на 201,6 тыс. руб.

«Выручка, соответственно и прибыль от продаж зависит не только от цены на товар, но и от количества проданных товаров и услуг» [10, с.139]. В отчетном году количество реализованной продукции ООО «ТРУ`А» увеличилось, что повысило выручку компании на 769 тыс. руб., а прибыль от продаж на 217,5 тыс. руб. Таким образом, количественный фактор оказал больше влияния, чем качественный.

Также необходимо рассчитать влияние фактора себестоимости на показатель прибыли от продаж.

Для расчета влияния себестоимости используется следующая формула (2):

$$ППс = (N1 \times (Ус_0 - Ус_1)) / 100, \quad (2)$$

где N1 – выручка отчетного периода;

Ус<sub>0</sub> – удельный вес себестоимости продаж в базовом периоде;

Ус<sub>1</sub> – удельный вес себестоимости продаж в отчетном периоде.

Тогда ППс = (1456 × (61,6 – 0)) / 100 = 896,9 тыс. руб. Таким образом, прибыль от продаж компании уменьшилась на 896,9 тыс. руб. за счет увеличения себестоимости.

Влияние коммерческих и управленческих расходов определяется подобным образом. Согласно расчетам, снижение коммерческих расходов в отчетном периоде привело к увеличению суммы прибыли от продажи ООО «ТРУ`А» на 1081,8 тыс. руб. В свою очередь, повышение уровня управленческих расходов снизило сумму прибыли от продаж ООО «ТРУ`А» на 42,2 тыс. руб.

Таким образом, в таблице 5 представлены сводные данные по влиянию различных факторов на показатели прибыли от продаж ООО «ТРУ`А».

Таблица 5 – Сводные данные по влиянию факторов на показатели прибыли от продаж ООО «ТРУ`А»

Наименование фактора	Сумма, тыс. руб.
1 Изменение цен на продукцию	+ 201,6
2 Количество проданной продукции	+ 217,5
3 Себестоимость продаж	- 896,9
4 Коммерческие расходы	1081,8
5 Управленческие расходы	42,2

Можно сделать вывод, что на показатель прибыли от продаж в наибольшей степени оказал влияние рост себестоимости продаж, а также снижение суммы коммерческих расходов. Немалое влияние оказывает и изменение выручки в результате повышения цен на продукцию и увеличении ее продаж.

Подробнее рассмотрим показатели рентабельности предприятия ООО «ТРУ`А». Результаты расчетов представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Показатели рентабельности ООО «ТРУ`А» в 2020-2021 гг.

Наименование показателя	Значение		Изменение
	Базовый период	Отчетный период	
1 Коэффициент рентабельности продукции	0	0,81	0,81
2 Коэффициент операционной рентабельности	- 0,69	0,29	0,98
3 Коэффициент чистой рентабельности	- 0,70	0,24	0,94
4 Коэффициент валовой рентабельности	- 0,69	0,30	0,99
5 Коэффициент рентабельности затрат	0	1,01	1,01

Согласно таблице 6, все показатели рентабельности существенно выросли в отчетном периоде по сравнению с базовым.

Коэффициент рентабельности продукции рассчитывается как отношение чистой прибыли к себестоимости продукции. В базовом периоде коэффициент не удалось определить, так как себестоимость равна нулю. В отчетном периоде коэффициент равен 0,81.

Коэффициент операционной рентабельности рассчитывается как отношение прибыли до налогообложения и выручки предприятия. Соответственно, в отчетном периоде в каждом рубле выручки содержится 29% прибыли. В базовом периоде этот показатель был отрицательным.

Коэффициент чистой рентабельности также увеличился и составляет 0,24. Это означает, что в каждом рубле реализованной продукции осталось 24% чистой прибыли. В свою очередь, рентабельность продаж по валовой

прибыли составила 0,30.

Коэффициент рентабельности затрат показывает отношение прибыли до налогообложения к сумме затрат на производство и реализацию продукции. В 2021 г. коэффициент составил 1,01. То есть прибыль оказалась больше себестоимости продаж.

В целом, показатели рентабельности ООО «ТРУ`А» являются довольно высокими, так как одновременно растет выручка предприятия и его прибыль. На рентабельность продаж предприятия также оказывают влияние различные факторы, например, выручка от продаж. Для расчета влияния выручки от продаж используется следующая формула (3):

$$R = ((NI - Co - Kpo - Upo) / NI) - ((No - Co - Kpo - Upo) / No) \times 100\%, \quad (3)$$

где N – выручка,

C – себестоимость,

Kp – коммерческие расходы,

Up – управленческие расходы.

Согласно расчету, влияние выручки от продаж на рентабельность продаж составляет 83%.

Итак, в рамках анализа финансового состояния ООО «ТРУ`А» на основе отчета о финансовых результатах было определено, что финансовые результаты отчетного периода (2021 г.) по сравнению с базовым периодом (2020 г.) существенно улучшились. Об этом свидетельствуют итоговые показатели горизонтального и вертикального анализа отчета о финансовых результатах. Так, положительным фактором является снижение общей суммы расходов компании в отчетном периоде и повышение общей суммы доходов. Кроме того, показатели рентабельности, которые в 2020 г. были отрицательными, выросли до нормальных показателей в 2021 г.

Также был проведен факторный анализ влияния выручки, себестоимости, коммерческих и управленческих расходов на прибыль от продаж, факторный анализ влияния выручки на рентабельность продаж.

Согласно результатам анализа определено, что финансовый результат ООО «ТРУ`А» значительно зависит от показателей выручки, но показатели расходов также оказывают на него влияние. Несмотря на то, что компания показала высокие результаты хозяйственной деятельности в отчетном периоде, важно вспомнить, что эти показатели намного ниже результатов 2019 г., поэтому в целях дальнейшего улучшения финансового состояния компании необходимо предложить ряд мероприятий.

### **3.2 Рекомендуемые мероприятия по улучшению финансового состояния ООО «ТРУ`А» и оценка их экономической эффективности**

Ранее было выяснено, что на финансовые результаты влияют различные факторы, в том числе объем выручки от продаж. Для прогнозирования объема выручки ООО «ТРУ`А» на 2022 год был использован метод экстраполяции тренда. Для составления прогноза выручки от продаж ООО «ТРУ`А» были использованы показатели за три года (2019-2021 гг.), рассчитанные поквартально (таблица 7).

Таблица 7 – Показатели выручки от продаж ООО «ТРУ`А» в 2019-2021 гг., рассчитанные поквартально

Показатель	1 кв. 2019	2 кв. 2019	3 кв. 2019	4 кв. 2019	1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	4 кв. 2020	1 кв. 2021	2 кв. 2021	3 кв. 2021	4 кв. 2021
Объем реализации продукции (выручка), тыс. руб.	32 33	289 1	236 9	150 7	121	213	189	164	369	256	478	353

Представленный на рисунке 10 объем реализации продукции (выручка) в 2019-2021 гг. в прогнозном периоде характеризуется экспоненциальной

функцией второй степени  $y = 2161,3e^{-0,218x}$  и коэффициентом достоверности аппроксимации  $R^2 = 0,4314$ .

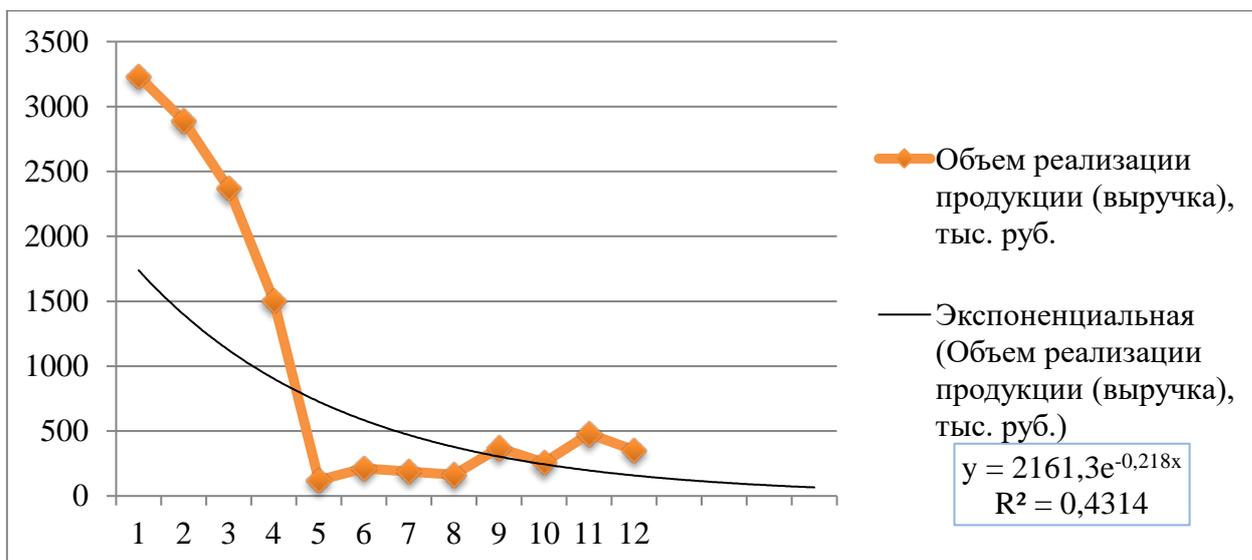


Рисунок 10 – Прогнозирование объема выручки ООО «ТРУ`А» на 2022 год методом экстраполяции тренда

Для расчета прогнозных данных необходимо в полученное уравнение подставить соответствующие значения фактора времени: в 1 квартале 2022 года – 13, во втором квартале 2022 года – 14, в третьем квартале – 15, в последнем – 16. Полученные данные представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Расчет прогнозных показателей выручки ООО «ТРУ`А» на 2022 год

Показатель	Функция	2021 год	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	Итого 2022 год
Объем выручки, тыс. руб.	$y = 2161,3e^{-0,218x}$	1456	127	102,2	82,1	66,1	377,4

Таким образом, согласно прогнозу методом экстраполяции тренда, в 2022 году выручка предприятия снизится на 74,1% и составит 374,4 тыс. руб. Если уровень расходов «ТРУ`А» останется на прежнем уровне или повысится, то финансовый результат компании снова приблизится к отрицательному значению, что, в конечном итоге, может привести к снижению финансовой устойчивости и платежеспособности компании.

Исходя из этого, необходимо разработать мероприятия по улучшению финансового состояния «ТРУ`А», основанные на увеличении объема продаж организации при сохранении прежнего уровня себестоимости и без привлечения заемных средств.

Таковыми мероприятиями могут стать современные маркетинговые инструменты продвижения. В условиях ограниченности денежных средств необходимо использовать методы продвижения, не требующие финансовых вложений или только минимальные вложения, такие как:

- «сарафанное радио»;
- формирование персонального бренда руководителя предприятия;
- продвижение в социальных сетях.

Как ранее было отмечено, основным видом деятельности «ТРУ`А» является торговая деятельность, в том числе установка вендинговых аппаратов с кофе и продуктами питания. Также в компании есть несколько точек общепита. Эксперт по маркетингу Александр Левитас считает, что «сарафанное радио» является инструментом, позволяющим позитивно и малобюджетно позиционировать компанию среди клиентов: «Довольный клиент потенциально способен привести до десятка новых, об этом важно помнить и отслеживать, что происходит с клиентом на всех этапах сделки» [21]. Метод «сарафанного радио» основывается на том, что люди, которым понравилось взаимодействие с компанией, могут привести за собой еще несколько десятков других людей (друзей, родственников, знакомых). Так, сейчас распространены форумы в сети Интернет, где люди обмениваются различного рода информацией. Например, мамы часто спрашивают, где можно отметить какое-либо событие или праздник. Если человеку понравилось в кафе компании «ТРУ`А», то он посоветует провести мероприятие именно там. Но здесь необходимо помнить о сервисе и качестве услуг, которые предоставляет предприятие. Если услуги предоставляются некачественные, то это может негативно повлиять на имидж компании.

В настоящее время любая публичная деятельность человека

сопровождается работой над впечатлением, которое он создает в средствах массовой информации и в его ближайшем окружении. В современных условиях недостаточно быть профессионалом: конкурентные условия предполагают создание привлекательного имиджа. В свою очередь, сознательное и целенаправленное создание собственного имиджа формирует персональный бренд.

Под персональным брендом понимается «образ (обещания, ожидания), которые появляются в сознании других людей от конкретной персоны. Главная задача персонального бренда – помочь целевой аудитории выбрать конкретного человека» [30]. Руководитель агентства персонального брендинга «Brandme» Юлия Лос отмечает, что человек-бренд – это «узнаваемая личность, формирующая определенные ожидания у своей целевой публики с помощью трансляции своих внутренних ценностей через внешние атрибуты» [22]. В свою очередь, персональный брендинг (англ. «self-branding») – это «создание актива, который принадлежит конкретному человеку; данный актив включает (но не ограничивается) тело, одежду, физическое состояние, области знаний, ведущих к уникальному отстроенному и идеально запоминающемуся впечатлению» [22].

Юлия Лос, как практикующий специалист, предлагает следующую механику создания персонального бренда:

- бренд-стратегия, которая включает разработку идеи, выявление ценностей, приоритетного вида деятельности, миссии, анализ рынка и целевой аудитории, постановку целей и задач;
- оформление, состоящее из следующих атрибутов: имя (псевдоним), слоган (кредо), логотип, сайт, визитка, внешний вид (имидж);
- продвижение, которое может включать следующие инструменты: нетворкинг, PR, медийная реклама, событийный маркетинг, партнерский маркетинг, максимальное использование социальных сетей.

Продвижение личного бренда в социальных сетях является наиболее распространенным и эффективным средством достижения целей продвижения. Смысл социальных медиа заключается в возможности услышать свою целевую аудиторию, клиентов, поклонников, выявить их интересы и дать им интересный и эмоциональный контент. Налаживание позитивных коммуникаций является неотъемлемой частью успеха профессиональной деятельности личности. Личный бренд в социальных сетях – это конкурентное преимущество, возможность выделиться, заполучить круг лояльных последователей. Несмотря на то, что сегодня все больше руководителей отечественных компаний используют персональный бренд как инструмент для продвижения собственной компании, ниша еще не до конца занята.

Что касается бюджета продвижения личного бренда в социальных сетях, то он может быть минимальным, либо его может не быть вовсе. Социальные сети дают возможность бесплатно заявить о себе, заинтересовать аудиторию не с помощью рекламы, а создавая интересный контент. Но, в свою очередь, в популярных социальных медиа существует огромная конкуренция, поэтому вложение финансовых средств в продвижения может помочь достигнуть целей намного быстрее. Одновременно с этим необходимо продвигаться и в офлайн-среде, например, посещать бизнес-мероприятия, участвовать в них в качестве спикера. Активно этот метод продвижения использует руководитель сети общественного питания «Додо Пицца» Федор Овчинников. В самом начале своей предпринимательской деятельности он завел блог, где рассказывал об успехах и провалах своего бизнеса. Этим он завоевал лояльность аудитории, что позволило открыть более 300 точек общественного питания по России и миру.

В различных социальных сетях есть наиболее популярные инструменты платного продвижения. Так, во «ВКонтакте» используется таргетированная реклама, покупка рекламных постов в целевых пабликах. В

данной социальной сети до сих пор актуальны розыгрыши подарков. Кроме того, существуют платные инструменты для сбора аналитических данных, которые позволяют точнее определить целевую аудиторию компании.

Бесплатные инструменты продвижения также являются результативными. Эффективными могут быть кросс-маркетинговые акции с партнерами, бартерная реклама, викторины, прямые эфиры с обсуждением актуальных для аудитории вопросов, использование хештегов, участие в обсуждениях на страницах популярных блогеров, сторителлинг и другие. Кроме бюджета на привлечение трафика, рекламный бюджет может идти на производство контента, а также на обслуживание работ по продвижению.

Основными преимуществами использования социальных сетей для продвижения предприятия общественного питания являются следующие:

- сокращение затрат на традиционные виды рекламы (печатная, радиореклама, реклама на ТВ и другие);
- бренд компании может продвигаться как платно, так и бесплатно;
- в социальных сетях в настоящее время зарегистрировано огромное количество пользователей. Кафе или ресторан может найти свою целевую аудиторию с помощью методов таргетирования, производя поиск в сообществах жилых комплексов, в тематических городских сообществах;
- в социальных сетях полезные и интересные материалы распространяются вирусно. Люди захотят поделиться важным материалом со своими друзьями и родственниками, если он действительно будет вызывать интерес. Тем самым, компания может использовать вирусный эффект социальных сетей для продвижения своих услуг;
- персональный или бизнес профиль в социальных сетях является визитной карточкой компании, наряду с сайтом;

- в социальных сетях можно выстраивать положительный имидж эксперта в области установки вендинговых аппаратов, общественного питания;
- в социальных сетях можно искать не только клиентов, но инвесторов, а также использовать современные маркетинговые инструменты для краудфандинга;
- большое количество инструментов и методов продвижения.

Таким образом, для установления контакта с целевой аудиторией, формирования позитивного имиджа компании ООО «ТРУ`А» должно использовать инструменты интернет-маркетинга, которые являются неизбежной составляющей маркетинговых коммуникаций компании, так как цифровая экономика внедряется в традиционную бизнес-среду. Этот процесс проходит все активнее, все больше пользователей в первую очередь заходят на страницы компании в социальных сетях, а затем уже могут ознакомиться с сайтом. Поэтому наличие профилей в социальных сетях, их активное ведение является важнейшим элементом продвижения предприятия, особенно в сфере общественного питания.

Важно уделить особое внимание профилю руководителя ООО «ТРУ`А». Профиль может быть только экспертным либо охватывать и личную информацию. Пользователям социальных сетей интересно наблюдать за жизнью успешного человека, видеть историю его становления как предпринимателя, а также понимать, что за известной компанией стоит не какой-то анонимный бизнесмен, а простой человек, который имеет подобные проблемы. Но, одновременно, персональный бренд должен отражать систему ценностей руководителя компании, его стиль жизни.

Кроме того, руководителю компании необходимо больше участвовать в региональных мероприятиях разного рода (фестивали, концерты, благотворительные проекты и так далее), чтобы обрести известность не только в онлайн-пространстве, но и за пределами социальных сетей. Личный бренд становится таким не только за счет большого количества подписчиков

в социальных медиа, но и благодаря общей узнаваемости. Желательно, чтобы человек был узнаваем не только в узких кругах, но и более широкой общественности.

Таким образом, на базе имеющихся данных о деятельности ООО «ТРУ`А», а также о состоянии финансовых результатов компании в 2019-2021 годах, можно сделать вывод, что наиболее реальным способом достижения финансовой устойчивости и платежеспособности компании в условиях высоко конкурентного рынка будет увеличение объема продаж организации при сохранении прежнего уровня себестоимости и без привлечения заемных средств. Для этого были предложены следующие рекомендации: распространение информации о компании с помощью «сарафанного радио», формирование персонального бренда руководителя, продвижение бренда руководителя и компании в социальных сетях с использованием бесплатных инструментов на первое время.

Оценка эффективности маркетинговых мероприятий является одной из наиболее сложных задач, стоящих перед российскими предприятиями. Это связано с тем, что в современной российской практике организации маркетинговой деятельности в силу ряда причин не отработаны методики оценки ее эффективности, в том числе и применительно к конкретным маркетинговым мероприятиям. Кроме того, трудной представляется задача оценки экономического влияния «сарафанного радио» и формирования персонального бренда на повышение продаж компании.

Д. Халилов выделяет следующие источники информации для оценки эффективности продвижения:

- «данные веб-аналитики (посещаемость, активность пользователей, выполнение целевых действий);
- анализ действий пользователей в социальных сетях (отметки «Мне нравится», комментарии, добавленные материалы);

- внутренняя статистика сообществ и блогов в социальных сетях (посещаемость, количество просматриваемых страниц, портрет аудитории и т. д.);
- данные мониторинга социальных сетей и блогов;
- открытые показатели статистики на сторонних площадках (количество просмотров на видеоагрегаторах, количество посещений темы на форумах и т. д.);
- классические социологические инструменты, адаптированные под социальные сети (опросы, работа с фокус-группами и т. д.);
- специальные маркетинговые мероприятия (система промокодов, выделенные телефонные номера и т. д.)» [38, с.199].

На этапе оценки эффективности реализации мероприятий используются как общепринятые методы, так и те, которые характерны только для сети Интернет. Это, например, следующие показатели: коэффициент конверсии, стоимость привлечения посетителя, стоимость целевого действия, показатель CTR (показатель кликабельности), СТВ (соотношение посетителей сайта, которые выполнили те или иные действия на сайте), СТИ (относительный показатель неявных действий) и конверсия (процентное соотношение свершения каких либо действий на сайте в течение определенного отрезка времени).

Но эти показатели могут быть применимы только после начала продвижения персонального бренда руководителя ООО «ТРУ`А» в социальных сетях. Для того, чтобы оценить возможный прирост выручки от реализации предложенных мероприятий, необходимо обратиться к экспертным оценкам.

В таблице 9 представлен прогноз экспертов в области SMM-продвижения, которым было предложено оценить, каким будет увеличение выручки от продаж ООО «ТРУ`А» в 2022 году при реализации мероприятий по формированию персонального бренда руководителя и использовании бесплатных инструментов продвижения в социальных сетях.

Таким образом, для расчета эффективности от мероприятий будут использованы средние результаты – по прогнозам экспертов рост объема продаж в «ТРУ`А» составит 7,6%.

Таблица 9 – Прогноз экспертов в области SMM-продвижения

Наименование эксперта	smm_tula_agency	Umniycontent	Digital Agency - Cresca	BREVIS Тольятти	Контент-РА	Лайк_Ворк	Alacris	Юпитер	Тольятти SMM	Персона-Лаб	Среднее значение
Прогнозное увеличение выручки, %	5,9	6,3	15,1	13,5	12,3	2,4	1,6	5,7	4,5	8,9	7,6

Цель состоит в том, чтобы улучшить финансовое состояние ООО «ТРУ`А» путем увеличения объема продаж при сохранении прежнего уровня себестоимости и без привлечения заемных средств. Руководителю организации предлагается пройти бесплатные курсы по SMM-продвижению и построению личного бренда, чтобы получить первые навыки и понимание применяемых инструментов. Так, например, у компании «Нетология» есть вводный курс «Старт в SMM», в программу которого входит изучение специфики социальных сетей, понятия таргетированной рекламы, influencer-маркетинга, задачи выстраивания стратегии работы с аудиторией и другие вопросы.

Похожую программу предлагает компания «SMM School». В рамках курса слушатели получают основы продвижения бизнеса в SMM с нуля. Прохождение двух предложенных курсов составит по времени 12 часов. Если учитывать время, затраченное руководителем ООО «ТРУ`А» на прохождение программ обучения в рамках прочих расходов, тогда стоимость предложенных мероприятий составит  $12 \times 500 = 6000$  рублей.

Далее представлено обоснование целесообразности предложенных рекомендаций для ООО «ТРУ`А». В таблице 10 составлена прогнозная финансовая отчетность для компании.

Тем самым, внедрение предложенных мероприятий позволит увеличить выручку предприятия на 7,6% при таком же уровне себестоимости, валовая прибыль увеличится на 10,7%, а чистая прибыль поднимется на 24,5% и составит 427 тыс. рублей. Кроме того, рентабельность продаж увеличится до 35,4%.

Таблица 10 – Прогноз финансовых результатов деятельности ООО «ТРУ`А»

Показатели	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Отклонение 2022 г. к 2021 г.	
			Абс. изм.	Темп прироста, %
Выручка от продажи, тыс. руб.	1456	1566,7	110,7	7,6
Себестоимость продаж, тыс. руб.	423	423	0	0,0
Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	1033	1143,7	110,7	10,7
Коммерческие расходы, тыс. руб.	569	569	0	0,0
Управленческие расходы, тыс. руб.	20	20	0	0,0
Прибыль от продаж, тыс. руб.	444	554,7	110,7	24,9
Прочие расходы, тыс. руб.	15	21	6	40,0
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	429	533,7	104,7	24,4
Налог на прибыль, тыс. руб.	86	106,7	20,7	24,1
Чистая прибыль, тыс. руб.	343	427	84	24,5
Рентабельность продаж, %	30,5	35,4	4,9	16,1

Предложенные мероприятия позволят ООО «ТРУ`А» улучшить финансовые результаты, что позитивно влияет на уровень финансовой устойчивости и платежеспособности. Кроме того, мероприятия не требуют привлечения дополнительных заемных средств.

Использование рекомендаций в долгосрочной перспективе обеспечит рост объема продаж и в будущем. Продвижение должно продолжаться, а новые посты должны выходить каждый день. Понимание и использование трендов интернет-продвижения позволит сформировать позитивный имидж компании и руководителя, привлечь новых клиентов, улучшить экономическое состояние компании.

Итак, в третьем разделе выпускной квалификационной работы был проведен анализ отчета о финансовых результатах ООО «ТРУ`А», выявлены проблемы и предложены рекомендации по улучшению финансового состояния компании. Определено, что финансовые результаты отчетного периода (2021 г.) существенно улучшились по сравнению с базовым периодом (2020 г.). Несмотря на это, финансовые результаты 2021 г. оказались ниже показателей 2019 г.

Также выявлено, что финансовый результат ООО «ТРУ`А» значительно зависит от показателей выручки. Прогнозирование объема выручки компании с помощью метода экстраполяции тренда позволило узнать, что в 2022 г. выручка предприятия может снизиться на 74,1%. Этим обоснована необходимость разработки мероприятий по улучшению финансового состояния ООО «ТРУ`А». В целях увеличения объема продаж были предложены мероприятия по продвижению в социальных сетях, которые при небольших затратах могут увеличить выручку компании в 2022 г. на 7,6%. Эти мероприятия охватывают распространение информации о компании с помощью «сарафанного радио», формирование персонального бренда руководителя, продвижение бренда руководителя и компании в социальных сетях с применением бесплатных инструментов и технологий.

## Заключение

Цель выпускной квалификационной работы состояла в изучении и систематизации особенностей содержания отчета о финансовых результатах в современной экономике, проведения анализа использования отчета о финансовых результатах на примере ООО «ТРУ`А». Для достижения поставленной цели необходимо были решены задачи по раскрытию понятия и содержания отчета о финансовых результатах, определению современного назначения, принципов и правил формирования отчета о финансовых результатах, анализу организационно-экономической характеристики и основных принципов организации бухгалтерского учета ООО «ТРУ`А». Кроме того, в рамках исследования были отражены показатели формы отчета о финансовых результатах, порядок его формирования в ООО «ТРУ`А», а также проведен анализ финансового состояния ООО «ТРУ`А» на основе отчета о финансовых результатах и предложены рекомендации по улучшению финансового состояния компании, оценена их экономическая эффективность.

Определено, что отчет о финансовых результатах является одной из обязательных форм бухгалтерской отчетности по российскому законодательству. Он необходим для точного и своевременного представления информации об итогах хозяйственной деятельности организаций, а также для выявления путей увеличения прибыли. Отчет о финансовых результатах представляет собой отчет экономического субъекта о доходах и расходах в конкретном временном периоде.

Важность достоверной информации о результатах деятельности организации способствует принятию эффективных бизнес решений как тактического, так и стратегического характера. Анализ данных отчета о финансовых результатах должен проводиться регулярно, так как он дает возможность объективно оценить доходность и эффективность деятельности, выявить перспективы развития организации, а также разработать необходимые управленческие решения. Пользователями отчета являются как

внутренние, так и внешние пользователи, в том числе государственные органы, поэтому при разработке отчета о финансовых результатах необходимо следовать принципам достоверности, полезности, своевременности, периодизации, сопоставимости, существенности, полноты.

Объектом исследования было общество с ограниченной ответственностью ООО «ТРУ`А», которые действует на рынке Самарской области. Компания более 10 лет развивается в разных направлениях общественного питания. Основным видом деятельности ООО «ТРУ`А» является розничная торговля в местах общепита, а также установка и обслуживание автоматов по продаже горячих напитков и снеков. Краткий анализ финансовых результатов компании за 2019-2021 гг. показал, что за исследуемый период финансовые результаты компании снизились, особенно показательное снижение в 2020 г., когда показатели прибыли имели отрицательное значение. В 2021 г. ситуация улучшилась, но выручка от продаж и другие показатели оказались значительно ниже 2019 г.

В рамках выпускного квалификационного исследования была изучена характеристика и организация бухгалтерского учета в ООО «ТРУ`А». Определено, что документальное оформление и бухгалтерский учет в ООО «ТРУ`А» осуществляется в рамках действующего законодательства. Подробно рассмотрен порядок составления отчета о финансовых результатах, который оформляется в ООО «ТРУ`А» по обычной форме. В отчете о финансовых результатах ООО «ТРУ`А» отражаются данные о доходах и расходах, признанных в бухгалтерском учете компании за отчетный и предыдущий годы. При оформлении бухгалтерской отчетности контролируется строгое соблюдение норм оформления и ведения отчетности, обеспечение правильности использования и сохранности документов.

Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах позволил сделать вывод, что в отчетном периоде (2021 г.) отмечался рост доходов «ТРУ`А» (выручка увеличилась на 211,9%) и некоторых показателей расходов (себестоимость продаж увеличилась на 100%, налог на прибыль –

на 1228,6%, управленческие расходы – на 100%). Другие расходы снизились по сравнению с базовым периодом. Так, прочие расходы уменьшились на 18,1%, а коммерческие расходы – на 52,7%.

Согласно вертикальному анализу отчета о финансовых результатах, в базисном и в отчетном периоде доходы компании складывались только из выручки. Расходы ООО «ТРУ`А» в базисном периоде были представлены коммерческими расходами (92,3%) и прочими расходами (7,1%), а также налогом на прибыль (0,6%). Расходы компании в отчетном периоде формировались из себестоимости продаж (38%), коммерческих расходов (51,1%), управленческих расходов (1,8%), прочих расходов (1,3%) и налога на прибыль (7,7%). Был выявлен положительный фактор, который заключается в снижении общей суммы расходов компании в отчетном периоде и повышении общей суммы доходов.

Факторный анализ позволил выявить показатели, которые в наибольшей мере влияют на показатель прибыли от продаж. Определено, что рост себестоимости продаж ООО «ТРУ`А» значительно снизил сумму прибыли от продаж, а уменьшение коммерческих расходов, изменение выручки в результате повышения цен на продукцию и увеличение продаж продукции компании оказали положительное влияние на прибыль, которая по итогам отчетного года увеличилась.

Также были рассчитаны коэффициенты рентабельности на основе отчета о финансовых результатах. Определено, что все показатели рентабельности существенно выросли в отчетном периоде по сравнению с базовым. Так, коэффициент рентабельности продукции составил 0,81, а коэффициент операционной рентабельности позволил выявить, что в отчетном периоде в каждом рубле выручки содержалось 29% прибыли. Коэффициент рентабельности затрат (1,01) показал, что прибыль в 2021 г. оказалась больше себестоимости продаж. Было рассчитано влияние выручки от продаж на рентабельность продаж – оно составляет 83%.

Прогнозирование объема выручки ООО «ТРУ`А» с помощью метода

экстраполяции тренда позволило узнать, что в 2022 году выручка предприятия может снизиться на 74,1%. Исходя из того, что отрицательный финансовый результат может привести к снижению платежеспособности компании, была обоснована необходимость разработки мероприятий по улучшению финансового состояния ООО «ТРУ`А», которые будут основаны на увеличении объема продаж организации при сохранении прежнего уровня себестоимости и без привлечения заемных средств.

В условиях ограниченности бюджета было предложено использовать методы продвижения, не требующие финансовых вложений или только минимальные вложения, такие как:

- «сарафанное радио»;
- формирование персонального бренда руководителя предприятия;
- продвижение в социальных сетях.

Оценить возможный прирост выручки от реализации предложенных мероприятий позволили экспертные оценки, согласно которым объем продаж ООО «ТРУ`А» при использовании рекомендаций вырастет на 7,6%. Стоимость внедрения мероприятий составит 6 тыс. руб. из расчета времени, затраченного руководителем компании на прохождение курсов по SMM-продвижению.

Таким образом, внедрение мероприятий позволит увеличить выручку предприятия на 7,6%, валовая прибыль увеличится на 10,7%, а чистая прибыль возрастет на 24,5%. Кроме того, увеличится рентабельность продаж. Внедрение рекомендаций не требует привлечения дополнительных заемных средств. Применение рекомендаций в долгосрочной перспективе обеспечит рост объема продаж и в будущем.

## Список используемой литературы

1. Адаменко А. А., Хорольская Т. Е., Тетер И. А. Элементы отчета о финансовых результатах, их характеристика // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. №27. С. 252-256.
2. Адамова В. В. Принципы формирования отчета о финансовых результатах в отечественной и зарубежной практике // Развитие методологии и организации бухгалтерского учета, экономического анализа и аудита в соответствии с МСФО и МСА. 2018. С. 5-10.
3. Анализ финансовых результатов деятельности организации по данным отчета о финансовых результатах / Киреева Е.В. [2016]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-finansovyh-rezultatov-deyatelnosti-organizatsii-po-dannym-otcheta-o-finansovyh-rezultatah> (дата обращения: 24.08.2022).
4. Антонова М. В., Антонова К. А. Оценка деловой активности организации // Современная аграрная экономика: проблемы и перспективы в условиях развития цифровых технологий: материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 233-238.
5. Антонова М. В., Никандрова Р. С. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности организации // Государство и рынок: новые векторы развития : Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 11 февраля 2022 года. Чебоксары: Издательско-полиграфическая компания "Новое время" (Чебоксары), 2022. С. 58-63.
6. Афанасьев Н. Г., Шишкин О. Ш., Окарин Л. Д. Бухгалтерский (финансовый) учет: учебное пособие. М.: КоРус, 2017. 46 с.
7. Бабалыкова И. А., Науменко Т. С., Соляник С. В. Современное назначение отчета о финансовых результатах и особенности его внешнего и внутреннего анализа // Научный журнал КубГАУ. 2014. №101(07). 13 с.

8. Быков В. А., Колесов Р. В., Якшилов И. Н. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие. Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2021. 220 с.

9. Горлеева Н. А. Диагностирование и оптимизация финансово-экономического состояния компании: экономическое исследование. М.: МИСиС, 2018. 122 с.

10. Ефименко И. С., Маслова О. Л. Современные методики анализа отчета о финансовых результатах // Вестник ОрелГИЭТ. 2014. № 4(30). С. 136-141.

11. Ковалев В. В., Ковалев В. В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели. М.: Проспект, 2014. 880 с.

12. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ. URL: <https://base.garant.ru/77663530/> (дата обращения: 23.08.2022).

13. Кострова А. А. Анализ финансовой отчетности по российским и между-народным стандартам : учебное пособие. Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. Ярославль : ЯрГУ, 2018. 128 с.

14. Котова Б. У. Учет и анализ финансовых результатов предприятия // Сборник статей международной научно-практической конференции: в 4 частях. 2018. С. 6-12.

15. Куанова А. А. Методика проведения анализа и оценки финансового результата деятельности организации по данным отчета о финансовых результатах // Современные тенденции развития гуманитарных, правовых и экономических исследований Республики Калмыкия: теория и практика : Сборник материалов III Республиканской студенческой научно-практической конференции, Элиста, 18 марта 2021 года. Элиста: Калмыцкий филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения инклюзивного высшего образования" Московский государственный гуманитарно-экономический университет", 2021. С. 65-67.

16. Курманова А. Х. Принципы формирования отчета о финансовых результатах в отечественной и зарубежной практике // Международный бухгалтерский учет. 2014. №11. С. 43-54.

17. Максакова О. В., Садыкова Л. Г. Отчет о финансовых результатах: РСБУ и МСФО // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». 2021. №1(52). 6 с.

18. Морозова С. Н., Кращенко С. А. Факторный анализ прибыли предприятия // Актуальные вопросы образования и науки. 2016. № 3-4(55-56). С. 64-70.

19. Мошкова Т. А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность в системе финансового менеджмента: учеб. пособие. Самара: Изд-во Самарского университета, 2018. 185 с.

20. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 146-ФЗ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/) (дата обращения: 23.08.2022).

21. Партизанский маркетинг: 22 идеи для агентства недвижимости [Электронный ресурс] // РБК. URL: <https://realty.rbc.ru> (дата обращения: 22.08.2022).

22. Персональный брендинг [Электронный ресурс] // Сайт Юлии Лос. URL: <https://yulialos.com/self-branding/> (дата обращения: 22.08.2022).

23. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) (с изм. и доп.) Утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации от 06.07.1999 No 43н URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_18609/d914c3b6e6aa1058fbfa77f7a66a2f8d92ea09cf/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/d914c3b6e6aa1058fbfa77f7a66a2f8d92ea09cf/) (дата обращения 23.08.2022).

24. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99. Утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации от 06.05.1999 No 32н. URL: <http://base.garant.ru/12115839/> (дата обращения 23.08.2022).

25. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99. Утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации от 06.05.1999 № 33н URL: <http://base.garant.ru/12115838/> (дата обращения 23.08.2022).

26. Понкратова А. П., Сырбу А. Н. Недостатки отчета о финансовых результатах и рекомендации по его усовершенствованию. Текст: электронный // Современные научные исследования и инновации. 2019. № 6. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2019/06/89505> (дата обращения: 14.08.2022).

27. Приказ Минфина России «О внесении изменений в приказ Министерства финансов Российской Федерации от 2 июля 2010 г. N 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» от 19.04.2019 N 61н. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72145958/> (дата обращения: 23.08.2022).

28. Приказ Минфина России «О формах бухгалтерской отчетности организаций» от 02.07.2010 N 66н. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_103394/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/) (дата обращения: 23.08.2022).

29. Приказ Минфина России «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» ПБУ 18/02» от 19.11.2002 N 114н. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_40313/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40313/) (дата обращения: 13.08.2022).

30. Рябых А., Зебра Н. Персональный бренд: создание и продвижение. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. 296 с.

31. Сигидов Ю. И., Трубилина А. И. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2014. 366 с.

32. Силина К. А., Балаева К. Т., Демадова В. К., Ушалина Л. З. Экономический анализ: учебник. М.: КноРус, 2017. 381 с.

33. Соколова Е. С. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебник. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2015. 100 с.

34. Старт в SMM [Электронный ресурс] // Нетология. URL: <https://netology.ru/programs/> (дата обращения: 22.08.2022).
35. Толкачева Н. А. Финансовый менеджмент: курс лекций. М.: Директ-Медиа, 2014. 144 с.
36. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_122855/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/) (дата обращения: 24.08.2022).
37. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 28.11.2018 N 444-ФЗ. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72014338/> (дата обращения: 13.08.2022).
38. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 228 с.
39. Шадрина Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2020. 431 с.
40. Шахмарданова В. И. Отчет о финансовых результатах // Форум молодых ученых. 2020. № 12. С. 545-547.
41. Avakmovici J. Method of Financial Analysis and Impact on Quality of Decision Making / J. Avakmovici, J. Avakumovic // Euro Economica. 2016. No 2. Volume 35. P. 23-30.
42. Jonathan B. Corporate Finance forth edition / B. Jonathan, P. DeMarzo // Tutorial publishing: Pearson. 2017. P. 1168.
43. Linares-Mustarós S. Financial performance and distress profiles. From classification according to financial ratios to compositional classification / S. Linares-Mustarós, G. Coenders, M. Vives-Mestres // Advances in accounting. 2018. Volume 40. P. 1-10.
44. Power D. J. Defining business analytics: an empirical approach / D.J. Power, C. Heavin, J. McDermott, M. Daly // Journal of Business Analytics. 2018. No 1:1. P. 40-53.

45. Ramlall I. Tools and techniques for financial stability analysis / I. Ramlall // Emerald Publishing Limited Bingley, U.K. 2018. P. 125.

46. SMM с нуля [Электронный ресурс] // SMM. URL: <https://smm.school/kurs-beslatnyi-osnovy-smm> (дата обращения: 22.08.2022).

47. Sutopo B. Sustainability Reporting and Value Relevance of Financial Statements / B. Sutopo, S. Kot, A. Adiati, L. Ardila // Sustainability. 2018. No 3. Volume 10. P. 678.

## Приложение А

### Организационная структура управления ООО «ТРУ`А»

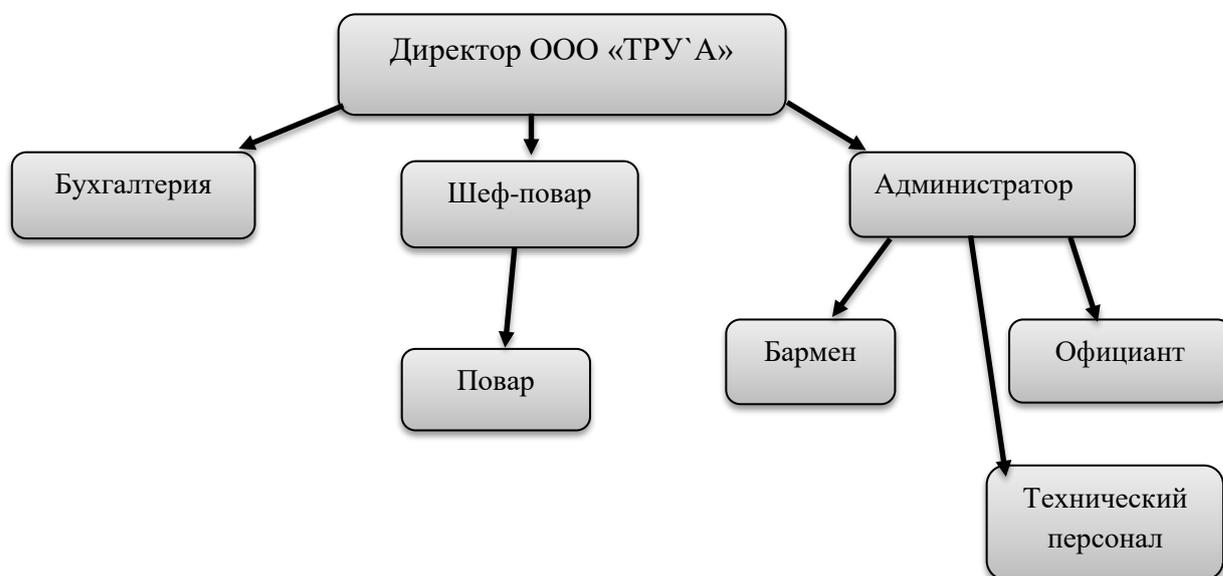


Рисунок А.1 – Организационная структура (составлен автором)

## Приложение Б

### Бухгалтерский баланс ООО «ТРУ'А»

Таблица Б.1 – Бухгалтерский баланс

на 31 декабря 2021 г.

Организация ООО «ТРУ'А»

Идентификационный номер налогоплательщика

Вид экономической деятельности Торговля розничная прочая  
вне магазинов, палаток, рынков

Организационно-правовая форма/форма собственности

Единица измерения: тыс. руб.

Местонахождение (адрес) 445144, Самарская обл, с Ягодное, р-н Ставропольский,  
ул. Советская, д. 72

Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту

Наименование аудиторской организации/фамилия, имя, отчество (при наличии)  
индивидуального аудитора

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД2

по ОКОПФ/ОКФС

по ОКЕИ

ДА

+  НЕТ

Коды		
0710001		
10	03	22
75179809		
6382048700		
47.99		
12300	16	
384		

Идентификационный номер налогоплательщика  
аудиторской организации/индивидуального аудитора

Основной государственный регистрационный номер  
аудиторской организации/индивидуального аудитора

ИНН  
ОГРН/  
ОГРНИП

Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2021 г.	На 31 декабря 2020 г.	На 31 декабря 2019 г.
<b>АКТИВ</b>				
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
Нематериальные активы	1110	-	-	-
Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
Основные средства	1150	0	0	4
Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
Финансовые вложения	1170	-	-	-
Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
Итого по разделу I	1100	0	0	4
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
Запасы	1210	639	1405	2057
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	-	-	-
Дебиторская задолженность	1230	18536	16373	14523
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	727	615	83
Прочие оборотные активы	1260	-	-	-
Итого по разделу II	1200	19902	18392	16663
<b>БАЛАНС</b>	1600	19902	18392	16667

## Продолжение Приложения Б

Продолжение таблицы Б.1

Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2021 г.	На 31 декабря 2020 г.	На 31 декабря 2019 г.
<b>ПАССИВ</b>				
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)(паевой фонд)	1310	788	788	750
Собственные акции, выкупленные у акционеров (целевой капитал)	1320	(-)	(-)	(-)
Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
Добавочный капитал (без переоценки) (целевые средства)	1350	-	-	-
Резервный капитал (фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества)	1360	-	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) (резервный и иные целевые фонды)	1370	5896	6046	6529
Итого по разделу III	1300	6684	6833	7279
<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
Заемные средства	1410	259	259	259
Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
Оценочные обязательства	1430	-	-	-
Прочие обязательства	1450	-	-	-
Итого по разделу IV	1400	259	259	259
<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
Заемные средства	1510	6239	5972	3746
Кредиторская задолженность	1520	6720	5328	5383
Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
Оценочные обязательства	1540	-	-	-
Прочие обязательства	1550	-	-	-
Итого по разделу V	1500	12959	11300	9129
<b>БАЛАНС</b>	1700	19902	18392	1667

## Приложение В

### Отчет о финансовых результатах ООО «ТРУ'А»

Таблица В.1 – Отчет о финансовых результатах за январь-декабрь 2021 г.

за январь-декабрь 2021 г.

Организация ООО «ТРУ'А»  
Идентификационный номер налогоплательщика  
Вид экономической деятельности Торговля розничная прочая вне магазинов, палаток, рынков  
Организационно-правовая форма/форма собственности общество с ограниченной ответственностью / частная  
Единица измерения: тыс. руб.

Дата (число, месяц, год) \_\_\_\_\_  
Форма по ОКУД \_\_\_\_\_  
по ОКПО \_\_\_\_\_  
ИНН \_\_\_\_\_  
по ОКВЭД2 \_\_\_\_\_  
по ОКОПФ/ОКФС \_\_\_\_\_  
по ОКЕИ \_\_\_\_\_

Коды		
0710002		
10	03	22
75179809		
6382048700		
47.99		
12300	16	
384		

Наименование показателя	Код	За год 2021 г.	За год 2020 г.
Выручка	2110	1456	687
Себестоимость продаж	2120	(423)	(0)
Валовая прибыль (убыток)	2100	1033	687
Коммерческие расходы	2210	(569)	(1079)
Управленческие расходы	2220	(20)	(0)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	444	(392)
Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
Проценты к получению	2320	-	-
Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
Прочие доходы	2340	-	-
Прочие расходы	2350	(15)	(83)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	429	(475)
Налог на прибыль	2410	(86)	(7)
в т.ч. текущий налог на прибыль		(-)	(-)
отложенный налог на прибыль		(-)	-
прочее		(-)	-
Чистая прибыль (убыток)	2400	343	(482)
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	2530	-	-
Совокупный финансовый результат периода	2500	343	(482)
<b>СПРАВОЧНО</b>			
Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

## Продолжение Приложения В

Таблица В.2 – Отчет о финансовых результатах за январь-декабрь 2020 г.

за январь-декабрь 2020 г.

		Коды	
Форма по <u>ОКУД</u>		0710002	
Дата (число, месяц, год)		10	03
по <u>ОКПО</u>		75179809	
ИНН		6382048700	
по <u>ОКВЭД2</u>		47.99	
по <u>ОКОПФ/ОКФС</u>		12300	16
по <u>ОКЕИ</u>		384	
Единица измерения: тыс. руб.			
Организация ООО «ТРУ'А»			
Идентификационный номер налогоплательщика			
Вид экономической деятельности Торговля розничная прочая вне магазинов, палаток, рынков			
Организационно-правовая форма/форма собственности общества с ограниченной ответственностью / частная			
Единица измерения: тыс. руб.			
Наименование показателя	Код	За год 2020 г.	За год 2019 г.
Выручка	2110	687	10000
Себестоимость продаж	2120	(0)	(678)
Валовая прибыль (убыток)	2100	687	9322
Коммерческие расходы	2210	(1079)	(1319)
Управленческие расходы	2220	(0)	(1697)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	(392)	6306
Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
Проценты к получению	2320	-	-
Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
Прочие доходы	2340	-	-
Прочие расходы	2350	(83)	(336)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(475)	5970
Налог на прибыль	2410	(7)	(25)
в т.ч. текущий налог на прибыль		(-)	(-)
отложенный налог на прибыль		-	-
прочее		-	(-)
Чистая прибыль (убыток)	2400	(482)	5945
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	2530	-	-
Совокупный финансовый результат периода	2500	(482)	5945
<b>СПРАВОЧНО</b>			
Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-