

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 Бухгалтерский учёт, анализ и совершенствование условий расчётов с покупателями и заказчиками

Обучающийся

Т.В. Голубев

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

к.э.н. А.П. Данилов

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

## Содержание

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты бухгалтерского учета и анализа расчетов с покупателями и заказчиками .....	5
1.1 Теоретические и практические подходы к расчетам с покупателями и заказчиками.....	5
1.2 Нормативно-правовое регулирование и бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками .....	9
1.3 Методика анализа расчетов с покупателями и заказчиками .....	16
2 Бухгалтерский учет и анализ расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН».....	24
2.1 Техничко-экономическая характеристика деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН» .....	24
2.2 Анализ влияния условий расчетов с покупателями и заказчиками на финансовое состояние и результаты деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН» ...	30
2.3 Бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН».....	42
3 Разработка мероприятий по совершенствованию условий расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН».....	48
3.1 Разработка и оценка экономического эффекта системы скидок .....	48
3.2 Пересмотр, разработка и введение новых условий договора .....	56
Заключение .....	59
Список используемой литературы .....	61
Приложение А Бухгалтерский баланс за 2022 г. ....	65
Приложение Б Приложение Б Отчет о финансовых результатах за 2022 г. ...	66
Приложение В Бухгалтерский баланс за 2021 г.....	67
Приложение Г Отчет о финансовых результатах за 2021 г. ....	68
Приложение Д Бухгалтерский баланс за 2020 г.....	69
Приложение Е Отчет о финансовых результатах за 2020 г.....	70

## **Введение**

Учет и анализ расчетов с покупателями и заказчиками является важнейшим аспектом бизнес-операций, который включает в себя регистрацию и анализ всех финансовых операций между компанией и ее клиентами. Эти транзакции могут включать продажи, возвраты, скидки и платежи. Надлежащий учет и анализ расчетов с покупателями и заказчиками дают ценную информацию о финансовых показателях компании, поведении клиентов и тенденциях рынка. Это помогает предприятиям принимать обоснованные решения о стратегиях ценообразования, кредитной политике и маркетинговых кампаниях.

Актуальность связана с тем, что правильный учет и анализ расчетов с клиентами позволяет более эффективно управлять финансами компании и принимать взвешенные решения на основе фактических данных.

Важность этой темы заключается в том, что неправильное управление расчетами с клиентами может привести к финансовым проблемам компании, таким как задержки в оплате, нехватка денежных средств и просроченные платежи. Кроме того, плохое управление расчетами может негативно сказаться на репутации компании и отношениях с клиентами.

Анализ расчетов с покупателями и заказчиками позволяет выявлять тренды в оплате, выявлять клиентов, которые медленно оплачивают свои счета, и принимать меры для улучшения платежной дисциплины.

Таким образом, учет и анализ расчетов с покупателями и заказчиками является важным аспектом успешного управления бизнесом. Он позволяет компаниям лучше понимать своих клиентов и эффективнее управлять своими финансами.

Цель бакалаврской работы – совершенствование условий расчетов с покупателями и заказчиками в организации ООО ЧОО «РЕГИОН».

В соответствии с целью бакалаврской работы ставятся и решаются следующие задачи:

- провести анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН»;
- провести анализ условий расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН»;
- разработать мероприятия по совершенствованию условий расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН».

Объектом исследования настоящей бакалаврской работы является частная охранная организация ООО ЧОО «РЕГИОН».

Предметом исследования бакалаврской работы являются текущие условия расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН».

Методы, используемые при написании выпускной квалификационной работы: метод систематизации и классификации информации, табличный метод, метод оценки финансовых показателей.

Предложения и рекомендации могут быть применены в практической деятельности в организации ООО ЧОО «РЕГИОН».

В первом разделе содержатся теоретические аспекты расчетов с покупателями и заказчиками, рассмотрены методики анализа расчетов с покупателями и заказчиками.

Во втором разделе проведен анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН» и дана оценка текущим подходам к расчетам с покупателями и заказчиками.

В третьем разделе предложены мероприятия по совершенствованию условий расчетов с покупателями и заказчиками.

# **1 Теоретические аспекты бухгалтерского учета и анализа расчетов с покупателями и заказчиками**

## **1.1 Теоретические и практические подходы к расчетам с покупателями и заказчиками**

Расчеты с покупателями и заказчиками являются важным аспектом в бизнесе, так как они определяют финансовые потоки организации. Важно учитывать, что не только количество продаж, но и скорость получения платежей имеют значение для успеха бизнеса.

Одним из главных аспектов эффективных расчетов с покупателями и заказчиками является установление четких условий контракта. Это должно включать сроки платежей, условия поставки, гарантии и другие условия, которые могут повлиять на финансовое состояние компании.

Расчеты с покупателями и заказчиками включают в себя все транзакции, которые происходят между компанией и клиентом, начиная от предоставления сметы и заканчивая получением оплаты. Важно иметь ясное понимание основных понятий, связанных с расчетами:

- счет - документ, выставленный компанией клиенту, который указывает на стоимость товара или услуги и условия оплаты;
- счет-фактура - документ, выставленный компанией клиенту, который содержит информацию о продукте или услуге, идентификационные данные продавца и покупателя, сумму оплаты и условия оплаты;
- оплата - передача денежных средств от покупателя или заказчика продавцу;
- скидка - снижение стоимости товара или услуги, предоставляемое продавцом покупателю;

Существует несколько видов расчетов, которые могут быть использованы при продаже товаров и услуг:

– наличные деньги - самый простой способ оплаты, при котором покупатель оплачивает товар или услугу наличными деньгами;

– безналичный расчет - способ оплаты, при котором денежные средства переводятся с банковского счета покупателя на счет продавца. Этот способ оплаты может быть осуществлен с помощью кредитных карт, банковского перевода или электронных платежных систем;

– кредит - соглашение между продавцом и покупателем, в котором продавец предоставляет покупателю возможность оплатить товар или услугу в рассрочку.

Условия оплаты являются частью договора между продавцом и покупателем и определяют, как и когда должна быть произведена оплата за товар или услугу. Некоторые из наиболее распространенных условий оплаты включают:

– предоплату - условие, при котором покупатель должен оплатить часть стоимости товара или услуги до их поставки или выполнения;

– полную оплату - условие, при котором покупатель должен оплатить всю стоимость товара или услуги до их поставки или выполнения.

– оплату по факту - условие, при котором покупатель оплачивает товар или услугу только после их поставки или выполнения.

– рассрочку - условие, при котором покупатель может оплатить стоимость товара или услуги в несколько платежей.

При расчетах с покупателями и заказчиками важно учитывать налоги и скидки. Налоги могут включать в себя налог на добавленную стоимость (НДС) или другие налоги, которые должны быть уплачены правительству. Скидки могут быть предоставлены покупателю в зависимости от объема заказа, времени года или других факторов.

В настоящее время для эффективного контроля расчетов с покупателями и заказчиками используются практические подходы, такие как:

- контроль задолженности - этот способ включает отслеживание задолженности покупателей и заказчиков по оплате товаров или услуг, которые были ими приобретены;

- контроль кредитных лимитов - компании могут устанавливать кредитные лимиты для каждого клиента, чтобы контролировать объем продаж и минимизировать риски неоплаты;

- системы контроля платежей - компании могут использовать различные системы контроля платежей, такие как системы электронных платежей или системы онлайн-банкинга, чтобы автоматически отслеживать оплату за товары и услуги;

- аудит - аудит позволяет провести обзор бухгалтерских записей и финансовых отчетов, чтобы убедиться, что все расчеты с покупателями и заказчиками были правильно оформлены и осуществлены.

Использование инструментов контроля задолженности также может оказаться эффективным способом не только для контроля, но и предотвращения дебиторской задолженности.

Дебиторская задолженность - это сумма денег, которую должны покупатели компании за товары или услуги, но не оплатили ее вовремя. Это может стать серьезной опасностью для финансового состояния компании, особенно если задолженность накапливается на протяжении длительного периода времени.

В долгосрочной перспективе дебиторская задолженность может стать опасностью по нескольким причинам:

- уменьшение ликвидности - дебиторская задолженность уменьшает доступные денежные средства компании и может снижать ее ликвидность, что может привести к трудностям с погашением кредитов или выплатой зарплаты и налогов;

- риск неуплаты - если задолженность накапливается на протяжении длительного периода времени, риск неуплаты увеличивается. Это может

привести к потере денег и ресурсов, а также к снижению доверия покупателей и партнеров;

– стоимость управления дебиторской задолженностью - управление дебиторской задолженностью может потребовать дополнительных ресурсов и увеличить затраты компании на управление дебиторской задолженностью. Это может включать в себя найм специалистов, дополнительное оборудование или программное обеспечение;

– влияние на репутацию - неоплаченные счета могут негативно повлиять на репутацию компании. Это может отразиться на ее способности привлекать новых клиентов и удерживать старых.

«Управление дебиторской задолженностью важно, ибо без нее дебиторская задолженность будет расти до чрезмерных уровней, что приведет к снижению денежных потоков. Плохое управление дебиторской задолженностью обязательно приведет к безнадежным долгам, что снизит прибыльность бизнеса» [22, с. 2].

Важно отметить, что для эффективного контроля расчетов с покупателями и заказчиками необходимо не только использование соответствующих методов, но и организация хорошей системы управления дебиторской задолженностью. Это включает в себя правильный анализ кредитной истории клиента, установление правил и процедур для оплаты товаров и услуг, и своевременное уведомление о задолженности. Также необходимо учитывать изменения в экономическом и политическом климате, которые могут повлиять на способность клиентов оплачивать свои задолженности. Все эти меры позволяют компаниям сохранять финансовую устойчивость и добиваться успеха в долгосрочной перспективе [15].

Есть несколько методов уменьшения и предотвращения дебиторской задолженности, наиболее эффективными из которых являются [14]:

– проведение кредитного анализа - перед тем, как предоставлять товары или услуги в кредит, проводится тщательный анализ

кредитоспособности покупателя, это может включать проверку его финансового состояния, истории платежей и т.д. [16];

- установка лимитов кредита - определение максимального кредитного лимита для каждого покупателя;

- установка сроков оплаты - установка четкого и жесткого срока оплаты для покупателей, и предотвращение просрочек [18].

- организация системы скидок - разработка системы скидок для своих покупателей, чтобы поощрять их своевременно оплачивать счета [17];

- использование инструментов контроля задолженности - использование программного обеспечения для контроля задолженности, для отслеживания платежей и просрочки [19];

- обучение сотрудников - обучите сотрудников организации управлению задолженностью и навыкам взаимодействия с покупателями, для предотвращения возникновения задолженности [21].

Внедрение приведенных методов по контролю расчетов с покупателями и заказчиками как отдельно, так и комплексно произведет положительный эффект и позволит как повлиять на имеющуюся дебиторскую задолженность организации, так и предотвратить ее появление в будущем [20].

## **1.2 Нормативно-правовое регулирование и бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками**

Правильный бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками является важным аспектом бизнеса. В бухгалтерском учете должны быть отражены все транзакции с покупателями и заказчиками, включая счета и оплату, налоги и скидки [23].

Бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками осуществляется в соответствии с планом счетов бухгалтерского учета и законодательством Российской Федерации [13].

В бухгалтерском учете для расчетов с покупателями и заказчиками используется счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». На этом счете отражаются все операции по продаже товаров, выполнению работ или оказанию услуг, а также оплате за них [12].

Кроме того, могут использоваться дополнительные счета, например:

– счет 90 «Продажи» - на этом счете отражаются все доходы организации от продажи товаров, работ или услуг [11];

– счет 68 «Расчеты по налогам и сборам» - на этом счете отражаются суммы налогов и сборов, которые организация удерживает при расчетах с покупателями и заказчиками [10].

Типовые проводки бухгалтерского учета, по расчетам с покупателями и заказчиками:

– Дебет счета 51 «Расчетные счета» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» - поступили денежные средства от покупателя на расчетный счет [9];

– Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи» - выставлен счет на продажу товаров, работ или услуг;

– Дебет счета 90 «Продажи» Кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам» - начислен НДС на продажу товаров, работ или услуг

– Дебет счета 50 «Касса» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» - поступили денежные средства от покупателя или заказчика наличными [8];

– Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи» - начислены услуги по охране территории [7].

Согласно Федеральному закону от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» установлено, что организация обязана вести бухгалтерский учет непрерывно с даты государственной регистрации до даты прекращения деятельности в результате реорганизации или ликвидации [6].

Все доходы, полученные в ходе предпринимательской деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН» в учете, учитываются, как доходы от обычных видов деятельности, ПБУ 9/99 «Доходы организации».

Доход от оказания охранных услуг признается ежемесячно и отражается в учете на последнее число истекшего месяца [5].

При учете выручки от оказания охранных услуг и оплату за них общество отражает проводками:

– Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи» (субсчет выручка) - акт сдачи/приемки выполненных работ;

– Дебет счета 51 «Расчетные счета» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» - выписка по расчетному счету или приходный кассовый ордер.

Все затраты, связанные с ведением охранных деятельности, ООО ЧОО «РЕГИОН» собирает в течение месяца на дебет счета 20, в конце месяца себестоимость оказанных услуг относится на счет 90 «Продажи».

Дебет счета 90 «Продажи» (субсчет 2 «Себестоимость продаж») Кредит счета 20 «Основное производство» - списана себестоимость услуг, с оформлением бухгалтерской справки- расчет [4].

Учет финансового результата производится Записи по субсчетам 90.1 «Выручка» и 90.2 «Себестоимость продаж» производятся накопительно в течение отчетного года [3].

В конце каждого месяца сопоставляются дебетовый оборот счета 90.2 и кредитовый оборот по счету 90.1, тем самым определяется финансовый результат (прибыль или убыток) от продаж за отчетный месяц. Этот финансовый результат ежемесячно (заключительными оборотами) списывается на счете 90, субсчет 9 «Прибыль/убыток от продаж».

Делаются записи:

– Дебет счета 90 «Продажи» Кредит счета 99 «Прибыли и убытки» - отражена прибыль от продаж;

– Дебет счета 99 «Прибыли и убытки» Кредит счета 90 «Продажи» - отражен убыток от продаж.

Прочие расходы будут отражаться записями:

– Дебет счета 91 «Прочие расходы» Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» - отражены расходы по оплате услуг банка;

– Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» Кредит счета 51 «Расчетные счета» - удержано вознаграждение банком (мемориальный ордер, выписка по расчетному счету).

По окончании отчетного периода все субсчета, открытые к счету 90, закрываются внутренними записями:

– Дебет счета 90 «Выручка» Кредит счета 90 «Прибыль/убыток от продаж» - закрытие счета 90;

– Дебет счета 90 «Прибыль/убыток от продаж» Кредит счета 90 «Себестоимость продаж» закрытие счета 90;

– Дебет счета 91 «Прочие расходы/расходы» Кредит счета 91 «Прочие расходы/расходы» - закрытие счета 91.

Согласно Инструкции по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, утвержденной Приказом Минфина России от 31.10.2000 N 94н, конечный финансовый результат деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН» складывается из финансового результата от обычных видов деятельности, а также прочих доходов и расходов и отражается в бухгалтерском учете на счете 99 «Прибыли и убытки».

Прибыль или убыток ООО ЧОО «РЕГИОН» отражается следующим образом:

– Дебет счета 90 «Прибыль/убыток от продаж» Кредит счета 99 «Прибыли и убытки» - отражена прибыль от обычных видов деятельности;

– Дебет счета 99 «Прибыли и убытки» Кредит счета 90 «Прибыль/убыток от продаж» - отражен убыток от обычных видов деятельности;

– Дебет счета 99 «Прибыли и убытки» Кредит счета 91 «Сальдо прочих доходов и расходов» - отражен убыток от прочих расходов.

Сумму налога, исчисленного при применении упрощенной системы налогообложения, отражают в бухгалтерском учете ООО ЧОО «РЕГИОН» следующими записями:

– Дебет счета 99 «Прибыли и убытки» Кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам» (субсчет «УСН») - отражена сумма налога УСН;

– Дебет счета 68 «Расчеты по налогам и сборам» (субсчет «УСН») Кредит счета 51 «Расчетные счета» - уплачен налог по УСН.

По окончании отчетного года сумма чистой прибыли (убытка) списывается со счета 99 в кредит (дебет) счета 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)»:

– Дебет счета 99 «Прибыли и убытки» Кредит счета 84 «Нераспределенная прибыль/убыток» - списана сумма чистой прибыли ООО ЧОО «РЕГИОН»;

– Дебет счета 84 «Нераспределенная прибыль/убыток» Кредит счета 99 «Прибыли и убытки» - списана сумма чистого убытка ООО ЧОО «РЕГИОН».

Особенностью бухгалтерского учета в ООО ЧОО «РЕГИОН» является учет оружия и боеприпасов. Приобрести оружие ООО ЧОО «РЕГИОН» имеет право только после получения лицензии на каждую единицу, в отделениях МВД ст. 9 Федерального закона от 13.12.1996 N 150-ФЗ «Об оружии». Для этого подается заявление о выдаче лицензии или предоставляется действующая.

Срок действия лицензии на приобретение оружия и патронов к нему шесть месяцев со дня выдачи лицензии. Оружие в ООО ЧОО «РЕГИОН» отражается в бухгалтерском учете в составе материально-производственных запасов, когда его стоимость находится в пределах лимита, установленного в учетной политике организации для основных средств, но не более 40 000 руб. за единицу согласно приказу Минфина России от 17.09.2020 N 204н «Об утверждении Федеральных стандартов бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства» и ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения». В бухгалтерском учете ООО ЧОО «РЕГИОН» уплата лицензионного сбора и сбора за выдачу разрешения на хранение, использование служебного оружия сроком на три года и приобретение оружия отражаются следующими записями:

- Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» Кредит счета 51 «Расчетные счета» - отражена оплата единовременного сбора за выдачу лицензии на приобретение оружия;

- Дебет счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» Кредит счета 51 «Расчетные счета» - отражена оплата за оружие;

- Дебет счета 08 «Вложения во внеоборотные активы» Кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» - оприходовано приобретенное оружие;

- Дебет счета 08 «Вложения во внеоборотные активы» Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» - внесение единовременного сбора за выдачу лицензии на приобретение оружия;

- Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» Кредит счета 51 «Расчетные счета» - оплата единовременного сбора за выдачу разрешения на хранение и использование служебного оружия;

- Дебет счета 20 «Основное производство» Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» - отражен единовременный сбор (выдача разрешения на оружие).

Оружие включено в состав материально-производственных запасов согласно учетной политики.

Дебет счета 20 «Основное производство» Кредит счета 10 «Материалы» - списаны материалы на затраты по выполнению работ, оказанию услуг.

Учет начисленной амортизации по основным средствам отражается проводкой.

Дебет счета 20 «Основное производство» Кредит счета 20 «Основное производство» - начислена амортизации по основным средствам с внесением в ведомость начисленной амортизации.

Для использования в своей деятельности оружия ООО ЧОО «РЕГИОН» приобретает боеприпасы.

На основании п. 20 Постановления Правительства РФ от 21.07.1998 N 814 купленные боеприпасы принимаются к учету в составе МПЗ по фактической себестоимости, равной стоимости приобретения с учетом НДС, согласно (Приказу Минфина России от 15.11.2019 N 180н), и отражаются на счете 10 «Материалы»:

– Дебет счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» Кредит счета 50 «Касса» - отражена оплата за боеприпасы наличными;

– Дебет счета 10 «Материалы» Кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» - боеприпасы приняты в состав материальных ценностей;

– Дебет счета 20 «Основное производство» Кредит счета 10 «Материалы» - стоимость боеприпасов отнесена на расходы ООО ЧОО «РЕГИОН».

К расходам организации относят и расходы на оплату труда сотрудникам, а также обязательные отчисления за них в бюджет.

При проведении расчетов с покупателями и заказчиками необходимо следить за своевременным выставлением счетов и актов выполненных работ,

контролировать фактические поступления денежных средств, проводить своевременную инкассацию платежей и отражать все операции в учете.

Все документы по расчетам с покупателями и заказчиками должны быть надлежащим образом оформлены и храниться в соответствии с требованиями законодательства.

### **1.3 Методика анализа расчетов с покупателями и заказчиками**

Успешное управление финансами является одним из ключевых факторов успеха любого бизнеса. Это особенно важно, когда речь идет о расчетах с покупателями и заказчиками, которые являются основным источником дохода.

Для эффективного управления этими финансовыми потоками необходимо использовать методики анализа, которые позволяют определить эффективность инвестиций, выявить наиболее доходные и неэффективные продукты и услуги, а также принимать меры по улучшению обслуживания клиентов.

Существует несколько методик анализа расчетов с покупателями и заказчиками, таких как:

- анализ коэффициента возврата денежных средств (Return on Investment, ROI) далее (RIO);
- анализ коэффициента удержания клиентов (Customer Retention Rate, CRR) далее (CRR);
- анализ коэффициента конверсии (Conversion Rate, CR) далее (CR);
- анализ среднего чека (Average Check, AC) далее (AC);
- анализ затрат на продажи и маркетинг (Sales and Marketing Expenses, SME) далее (SME).

Каждая из этих методик имеет свои преимущества и недостатки, использование любой из них может значительно повысить эффективность

управления финансовыми потоками, связанными с предоставлением услуг, однако, следует ограничиться теми, которые будут наиболее эффективны для анализа расчетов в частной охранной организации ООО ЧОО «РЕГИОН».

RIO, этот метод позволяет оценить эффективность инвестиций в продажи и рекламу, а также выявить наиболее доходные и неэффективные продукты и услуги он помогает оптимизировать инвестиционные решения в бизнесе с целью максимизации доходов от инвестиций.

Основная идея методики заключается в том, что для достижения максимального коэффициента возврата денежных средств необходимо не только увеличивать доходы, но и минимизировать затраты. Таким образом, важно анализировать все затраты на производство, маркетинг, расходы на продажи и т.д., а также доходы от продаж, чтобы выявить те области, где можно сократить расходы и увеличить доходы.

Методика RIO включает в себя следующие шаги:

- определение цели инвестирования. Перед началом инвестирования необходимо определить цель, которую необходимо достичь. Цель может быть различной, например, увеличение продаж, увеличение прибыли, расширение бизнеса;

- оценка текущего состояния. Необходимо проанализировать текущее состояние бизнеса, включая финансовые показатели, производственные процессы и маркетинг;

- выявление возможностей для улучшения коэффициента возврата денежных средств. На основе анализа текущего состояния необходимо выявить области, где можно сократить расходы и увеличить доходы. Это может включать в себя улучшение производственных процессов, оптимизацию маркетинговых затрат, разработку новых продуктов;

- разработка плана действий. На основе выявленных возможностей необходимо разработать план действий, который позволит улучшить коэффициент возврата денежных средств. План может включать в себя

различные мероприятия, например, сокращение расходов, увеличение продаж, улучшение качества продукции;

– реализация плана и мониторинг. После разработки плана необходимо реализовать его и следить за результатами. Важно проводить постоянный мониторинг финансовых показателей, чтобы определить, насколько успешно были проведены инвестиции и как можно дальше оптимизировать инвестиционные решения.

Важным аспектом методики RIO является то, что она позволяет оценить рентабельность каждого проекта, учитывая стоимость капитала, а не только его общую рентабельность. Это помогает компаниям принимать более обоснованные решения о том, как распределять свои инвестиции.

Метод RIO может помочь оценить эффективность затрат на маркетинг и рекламу, а также понять, какие каналы маркетинга и рекламы приводят к наибольшим продажам и доходам для компании.

CRR, этот метод позволяет определить долю клиентов, которые продолжают пользоваться продуктами или услугами компании на протяжении определенного периода времени. Она также помогает выявлять проблемы с обслуживанием клиентов и принимать меры по их улучшению.

CRR - это показатель, который измеряет процент клиентов, которые остаются с компанией на протяжении определенного периода времени. Это важный показатель для оценки эффективности стратегий удержания клиентов.

Для расчета CRR необходимо знать количество клиентов в начале периода, количество клиентов, которые остались с компанией в конце периода, а также количество клиентов, которые прекратили свои отношения с компанией в течение периода.

Расчет CRR выглядит следующим образом:  
$$CRR = ((\text{Количество клиентов в конце периода} - \text{количество клиентов, прекративших отношения}) / \text{количество клиентов в начале периода}) \times 100\%$$

Например, если в начале месяца у компании было 100 клиентов, а к концу месяца с компанией продолжили работать 80 клиентов, а 10 клиентов прекратили отношения, то CRR будет равен 70%.

Высокий уровень CRR говорит о том, что компания успешно удерживает своих клиентов, что может привести к увеличению доходов и улучшению имиджа компании. Низкий уровень CRR может указывать на проблемы в работе компании, которые могут привести к уменьшению доходов и оттоку клиентов.

Для увеличения CRR необходимо определить, какие проблемы или неудовлетворенности у клиентов, которые могут привести к оттоку. Это может быть неудовлетворительное обслуживание клиентов, низкое качество продукции или услуг, несоответствие ожиданиям клиентов и т.д. Важно проводить анализ и определять, какие усилия могут привести к увеличению удовлетворенности клиентов и уменьшению оттока.

Методика CRR является важным инструментом для оценки эффективности стратегий удержания клиентов. Она позволяет определить, какие усилия могут привести к увеличению CRR и улучшению результатов компании.

CR, этот метод позволяет оценить эффективность маркетинговых кампаний и продаж, а также выявить проблемы с конверсией покупателей в клиентов, помогает определить наиболее эффективные каналы продаж и маркетинга. Она используется для формального управления изменениями в проекте с целью минимизировать риски и обеспечить управление изменениями в рамках проектных ограничений.

CR - это показатель эффективности маркетинговых кампаний и веб-сайтов, который измеряет процент посетителей веб-сайта, которые выполняют какие-либо целевые действия, такие как покупка товара, регистрация на сайте, подписка на рассылку или заполнение формы.

Для расчета CR необходимо знать две основные метрики: количество уникальных посетителей веб-сайта и количество посетителей, которые

выполняют целевые действия. Расчет CR выглядит следующим образом:  
 $CR = (\text{количество посетителей, выполнивших целевые действия} / \text{количество уникальных посетителей}) \times 100\%$ .

Например, если веб-сайт имеет 1000 уникальных посетителей в месяц, а 100 из них выполнили целевые действия, то CR составит 10%.

Высокий уровень CR говорит о том, что веб-сайт или маркетинговая кампания эффективны в привлечении и убеждении посетителей к выполнению целевых действий. Низкий уровень CR может указывать на то, что есть проблемы с веб-сайтом или маркетинговой стратегией, которые могут быть улучшены.

Для увеличения CR необходимо определить, какие элементы веб-сайта или маркетинговой кампании могут привести к улучшению конверсии. Это может быть улучшение дизайна и удобства использования веб-сайта, более привлекательные предложения и рекламные объявления, улучшение качества контента и т.д. Важно проводить тестирование и анализ результатов, чтобы определить, какие изменения дают наибольший положительный эффект на CR.

Методика CR является важным инструментом для оценки эффективности маркетинговых кампаний и веб-сайтов. Она позволяет определить, какие усилия могут привести к увеличению конверсии и улучшению результатов веб-сайта или маркетинговой кампании.

Метод может помочь оценить эффективность работы компании по привлечению новых клиентов и понять, какие маркетинговые и рекламные кампании приводят к большему числу новых клиентов.

АС, эта методика позволяет оценить средний размер покупки, сделанной клиентом, и выявить наиболее доходные категории продуктов или услуг. Это также позволяет определить оптимальные цены на продукты и услуги, которые будут стимулировать рост продаж.

АС - это показатель, который используется для измерения среднего чека покупок в магазине или компании. Это важный показатель для оценки

эффективности стратегий продаж, а также для выявления тенденций потребительского поведения.

Для расчета АС необходимо знать общую сумму продаж и количество продаж за определенный период времени. Расчет АС выглядит следующим образом:  $АС = \text{Общая сумма продаж} / \text{Количество продаж}$ .

Например, если в течение месяца в магазине было совершено 500 продаж на сумму 100 000 рублей, то АС будет равен 200 рублей.

Высокий уровень АС говорит о том, что клиенты склонны совершать покупки на большие суммы, что может привести к увеличению доходов компании. Низкий уровень АС может указывать на проблемы в работе компании, такие как низкая ценовая политика или низкое качество продукции или услуг.

Для увеличения АС необходимо определить, какие факторы могут повлиять на сумму среднего чека. Это может быть улучшение качества продукции, привлечение новых клиентов, использование различных маркетинговых стратегий и т.д. Важно проводить анализ и определять, какие усилия могут привести к увеличению АС и улучшению результатов компании.

Методика АС является важным инструментом для оценки эффективности стратегий продаж. Она позволяет определить, какие усилия могут привести к увеличению АС и улучшению результатов компании.

Методика поможет понять, какие продукты и услуги наиболее популярны у клиентов и какие можно предложить для увеличения среднего чека.

SME, этот метод позволяет определить общие затраты на продажи и маркетинг, а также выявить наиболее эффективные каналы продаж и маркетинга. Она также помогает определить оптимальный бюджет на маркетинг и продажи, который будет обеспечивать наилучший результат для компании.

SME - это показатель, который используется для измерения расходов компании на маркетинг и продажи. Это важный показатель для оценки эффективности инвестиций в продвижение продукции и услуг компании.

Для расчета SME необходимо учитывать все расходы, связанные с маркетингом и продажами, включая затраты на рекламу, продвижение в социальных сетях, участие в выставках и конференциях, оплату комиссий и бонусов продавцам, зарплаты маркетинговых специалистов и т.д.

Расчет SME выглядит следующим образом:  $SME = \text{Расходы на маркетинг и продажи} / \text{Выручка}$ .

Например, если компания потратила 100000 рублей на маркетинг и продажи за месяц, а ее выручка составила 1000000 рублей, то SME будет равно 0,1 или 10%.

Чем ниже уровень SME, тем лучше для компании, так как это говорит о том, что она более эффективно расходует свои ресурсы на маркетинг и продажи. Однако низкий уровень SME может также указывать на низкий уровень инвестиций в маркетинг и продажи, что может негативно сказаться на результативности компании в будущем.

Для улучшения SME компании могут использовать различные стратегии, такие как улучшение качества продукции, привлечение новых клиентов, увеличение эффективности рекламных кампаний и т.д. Важно проводить анализ и определять, какие усилия могут привести к уменьшению SME и улучшению результатов компании.

Методика SME является важным инструментом для оценки эффективности инвестиций в маркетинг и продажи. Она позволяет определить, какие усилия могут привести к уменьшению SME и улучшению результатов компании.

Методика поможет оценить эффективность затрат на маркетинг и рекламу и определить, какие каналы маркетинга и рекламы являются наиболее эффективными для компании.

Все приведенные выше методики являются важными для оценки эффективности работы организации в различных областях. Conversion Rate (CR) позволяет оценить эффективность продаж, Customer Retention Rate (CRR) - удержание клиентов, Average Check (AC) - размер среднего чека, а Sales and Marketing Expenses (SME) - эффективность инвестиций в маркетинг и продажи.

Для частной охранной организации ООО ЧОО «РЕГИОН», наиболее важным будет применение методик:

- AC - размер среднего чека, так как эта методика позволит оценить эффективность работы с клиентами, ценовую политику и маркетинговые стратегии потенциально влияющих на величину AC.

- CRR - удержание клиентов. Ведь удержание существующих клиентов и разработка стратегий по их удержанию может быть гораздо более выгодным, чем поиск новых. Кроме того, это поможет улучшить репутацию организации и увеличить ее долю на рынке.

## **2 Бухгалтерский учет и анализ расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН»**

### **2.1 Техничко-экономическая характеристика деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН»**

Общество с ограниченной ответственностью частная охранная организация «РЕГИОН» (далее ООО ЧОО «РЕГИОН») оказывает услуги по охранной деятельности с 8 июля 2014 года. Форма собственности частная.

Организационно-правовая форма в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ определяет правовой статус ООО ЧОО «РЕГИОН» в виде общества с ограниченной ответственностью. Согласно первой части главы 4 определяются основные положения компании как юридического лица, в статье 87 вид коммерческой организации, где описаны основные положения общества. Согласно Федеральному закону РФ от 8 февраля 1998г. №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью». Регулирует основные положения, в частности: создание, реорганизацию, ликвидацию общества, положения по уставному капиталу, управление в обществе, реорганизация, ликвидация общества и.т.д.

Юридический (фактический) адрес размещения организации: 107564, г. Москва, Краснобогатырская ул., дом 2, строение 2, помещение (офис) № 66.

Основной целью ООО «РЕГИОН» является получение прибыли за счет ведения коммерческой и хозяйственной деятельности в порядке и на условиях, определяемых действующим законодательством Российской Федерации.

Основным видом деятельности общества является деятельность частных охранных служб (80.10). Основной вид деятельности регламентирован законом «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» от 11.03.1992 N 2487-1.

Дополнительными видами деятельности являются: деятельность систем обеспечения безопасности, деятельность по расследованию.

Клиенты ООО ЧОО «РЕГИОН» - это юридические и физические лица.

К основным конкурентам можно отнести:

- ООО Агентство безопасности;
- ООО ЧОО «Альфа-норд»;
- ООО ЧОО «Альфа-легион+»;
- ООО ЧОО «Омега»;
- ООО ЧОО «Родина».

ООО ЧОО «РЕГИОН» является предприятием малого бизнеса. Число сотрудников 58 человек на 1 января 2022 года.

ООО ЧОО «РЕГИОН» имеет линейно-функциональную структуру организации, со ступенчато-иерархической формой.

Схема организационной структуры представлена на рисунке 1.

В подчинении у заместителя по охране отделы: охраны, охраны труда и физических лиц.

В подчинении у заместителя по общим вопросам: отдел кадров и отдел по работе с ЛРР (лицензионно-разрешительной работы).

Финансовую деятельность в организации выполняет бухгалтерская служба ООО ЧОО «РЕГИОН», организационная структура бухгалтерской службы представлена на рисунке 1 и рисунке 2.



Рисунок 1 - Организационная структура бухгалтерской службы

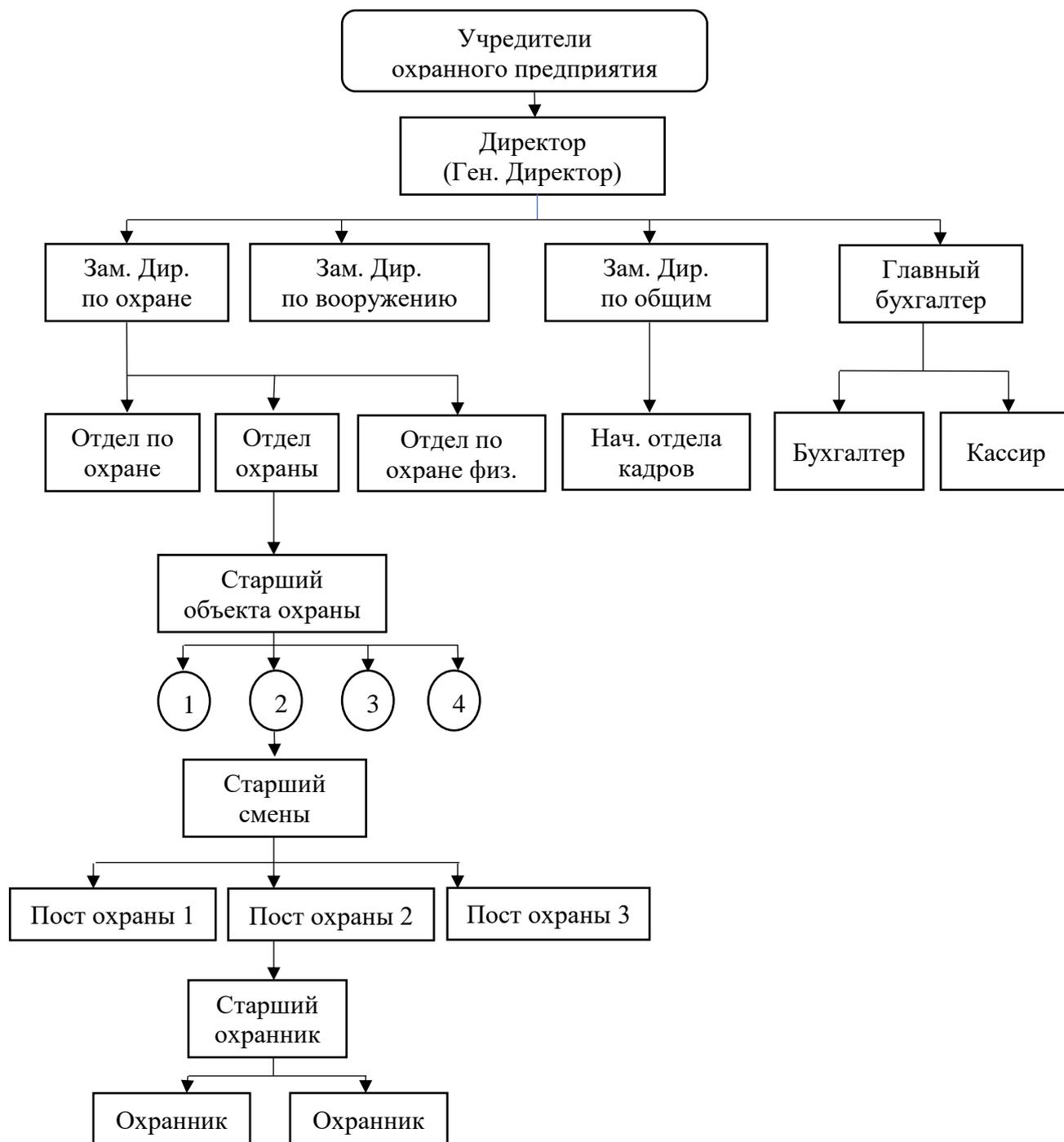


Рисунок 2 - Организационная структура управления ООО ЧОО «РЕГИОН»

Во главе ООО ЧОО «РЕГИОН» стоит Генеральный директор (учредитель организации). Он осуществляет непосредственное руководство текущей деятельностью общества.

В ближайшем подчинении у него заместители: по охране, вооружению, общим вопросам и главный бухгалтер.

У главного бухгалтера в подчинении бухгалтер и кассир.

К основным функциям бухгалтерской службы относятся:

- учетные функции, (осуществление непрерывного ведения бухгалтерского и налогового учета с отражением всех фактов хозяйственной деятельности организации);
- контрольные функции (осуществление контроля за сохранностью имущества путем проведения своевременных инвентаризаций, согласно требованиям действующего законодательства);
- организационные функции (организация документооборота учетной информации между всеми структурными подразделениями организации);
- аналитические функции (осуществление анализа учетных данных для обеспечения устойчивого финансового положения организации).

Внутренний контроль над бухгалтерской службой осуществляет главный бухгалтер.

Деятельность главного бухгалтера контролируется непосредственно генеральным директором организации.

Денежные расчеты осуществляются в основном путем безналичного расчета, через кассу не более 150000 рублей.

В настоящий момент критериями качества в работе бухгалтерской службы в организации ООО ЧОО «РЕГИОН» являются:

- достоверность по ведению регистров бухгалтерского учета и их правильность;
- своевременное формирование налоговой и управленческой отчетности;
- полнота данных в бухгалтерской и налоговой отчетности.

Сотрудники бухгалтерской службы в составе трех человек работают с момента основания организации, с опытом работы более 6 лет, и выполняют условия по качественному ведению бухгалтерского и налогового учета организации, а именно: сотрудники бухгалтерии обладают знаниями

принципов и правил по ведению бухгалтерского учета, профессиональными навыками, необходимые на закрепленных за ними участке работ.

Организация активно развивается, имея статус предприятия малого бизнеса.

Характеристика основных технико-экономических показателей ООО ЧОО «РЕГИОН» представлена в таблице 1. По данным бухгалтерской финансовой отчетности (Приложение А, Б, В, Г, Д, Е).

Таблица 1 - Техничко-экономические показатели за 2020-2022гг, тыс. руб.

Показатели	2020	2021	2022	Абсолютное изменение 2022 к 2020г.	Темп роста, % 2022 к 2020г.
Выручка	41395	62219	69241	27846	167,27
Расходы по обычной деятельности	28707	27303	29877	1170	104,07
Чистая прибыль (убыток) до налогообложения	12652	34853	42724	30072	337,7
Чистая прибыль (убыток)	11683	33263	41950	30267	359,0
Среднесписочная численность персонала, чел.	62	62	58	-4	93,55
Производительность труда, тыс. руб./ чел.	667,66	1003,53	1193,81	526,15	178,80
Затраты на 1 р. реализованной продукции	0,69	0,44	0,43	-0,34	62,32

Динамика экономических показателей деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН» представлена на рисунке 3.

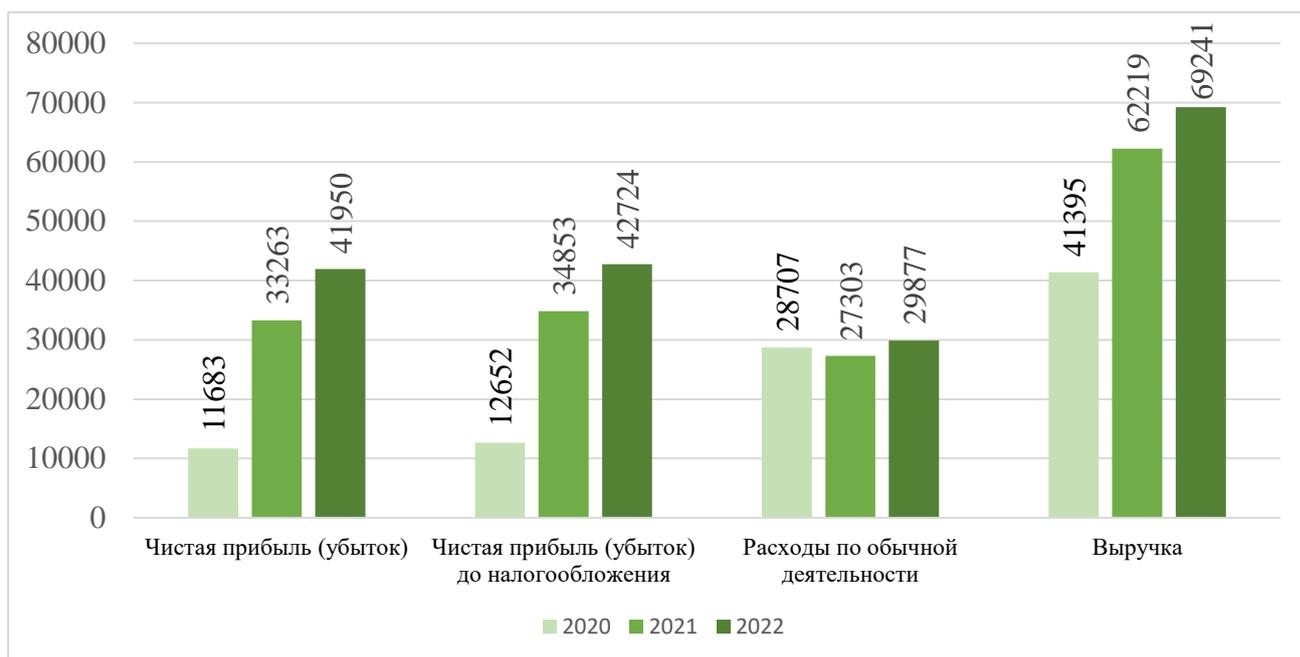


Рисунок 3 - Динамика технико-экономических показателей

Рост выручки в 2022г. составил (167,27%) к уровню 2020г. Рост выручки является положительным фактором.

Темп роста себестоимости увеличился на (104,07%) к уровню 2020г., это свидетельствует об незначительном ухудшении эффективности деятельности предприятия.

Валовая прибыль выросла на (337,7%) к уровню 2020г., чистая прибыль выросла за анализируемый период на 30267 тыс. руб. к уровню 2020г.

Приведенные данные позволяют сделать заключение о стабильном развитии и росте объемов реализации услуг.

## **2.2 Анализ влияния условий расчетов с покупателями и заказчиками на финансовое состояние и результаты деятельности ООО ЧОО «РЕГИОН»**

Анализ влияния условий расчетов с покупателями и заказчиками является важным аспектом, так-как дает понимание о том, насколько это влияние критично в настоящий момент, как отражается на результатах деятельности организации ООО ЧОО «РЕГИОН» и ее финансовую устойчивость, раскрывает возможные пути решения проблемы и минимизации ущерба. Чтобы выявить, как текущие условия расчетов влияют на результаты деятельности организации необходимо произвести анализ по следующим этапам:

- анализ состава активов, позволит определить состав и удельный вес активов организации;
- анализ состава и структуры финансовых результатов позволит оценить влияние на динамику роста прибыли и выручки;
- анализ финансовой устойчивости, позволит оценить влияние, оказываемое текущими подходами к расчетам с покупателями и заказчиками на финансовую устойчивость организации.

Анализ состава активов приведен в таблице 2, по данным приложения (Приложение А, рисунок А.1, Приложение Б, рисунок Б.1, Приложение В, рисунок В.1, Приложение Г, рисунок Г.1, Приложение Д, рисунок Д.1, Приложение Е, рисунок Е.1).

Таблица 2 - Состав активов за 2020-2022 гг., тыс. руб.

Актив	2020г.	2021г.	2022г.	Абсолютное изменение 2022 к 2020г.	Темп роста, % 2022 к 2020г.
Внеоборотные активы: ОС	31	8	5651	5620	18229,03
Оборотные активы, всего	22363	55363	81950	59587	366,45
Запасы	83	317	274	191	330,12
Дебиторская задолженность	11327	20390	67390	56063	594,95
Денежные средства	10954	34656	14286	3332	130,42
Баланс	22394	55371	87601	65207	391,18

Исходя из данных таблицы 2, общая стоимость имущества в отчетном периоде составляла 65207 тыс. руб. к концу 2022 года. В активах организации есть текущие активы в размере 81950 тыс. руб., состоящие из запасов, дебиторской задолженности, денежных средств, а внеоборотные средства состоят из основных средств составив к концу 2022 года 5651 тыс. руб. (рисунок 4)

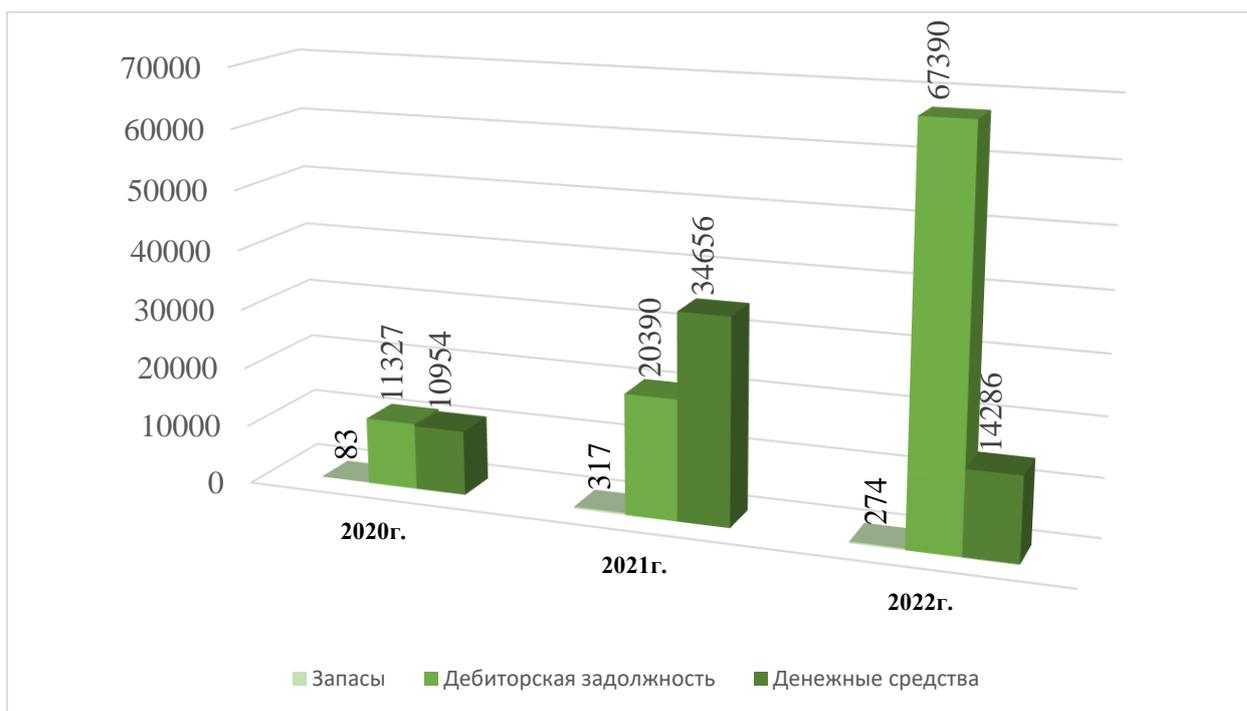


Рисунок 4 - Динамика оборотных активов

Таким образом, наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы, при чем оборотные средства предприятия за период анализа выросли на 59587 тыс. рублей, связано это с ростом дебиторской задолженности на 56063 тыс. рублей, что является отрицательным фактором в деятельности организации.

Анализ состава и структуры финансовых результатов ООО ЧОО «РЕГИОН» за 2020-2022 г. по данным приложения (Приложение А-Е) приведен в таблице 3.

Таблица 3 - Состав и структура финансовых результатов за 2020-2021гг., тыс. руб.

Показатель	Стоимостная оценка				Темп роста, %	Удельный вес, %			
	2020г.	2021г.	2022г.	Изменение (+,-)		2020г.	2021г.	2022г.	Изменение (+,-)
Выручка	41395	62219	69241	27846	167,27	100	100	100	0

Продолжение таблицы 3

Показатели	Стоимостная оценка				Темп роста, %	Удельный вес, %			
	2020г.	2021г.	2022г.	Изменение (+,-)		2020г.	2021г.	2022г.	Изменение (+,-)
Себестоимость услуг	28707	27303	29877	1170	104,07	69,35	43,88	43,14	-26,2
Прибыль от продаж	12688	34916	39364	26676	310,24	30,65	56,12	56,85	26,2
Прочие доходы	0	0	3420	3420	-	0,00	0,00	4,94	-
Прочие расходы	36	63	60	24	166,67	0,09	0,10	0,09	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	12652	34853	42724	30072	359,0	30,56	56,02	61,7	31,14
Текущий налог на прибыль	969	1590	774	-195	79,88	2,34	2,56	1,12	-1,22
Чистая прибыль (убыток)	11683	33263	41950	30267	359,0	28,22	53,46	60,59	32,37

Основной доход организация получает за счет выручки от продаж. В отчетном году она составила 69241 тыс. руб. Прибыль от реализации услуг составила в 2022 году 39364 тыс. руб.

Выручка от реализации продукции предприятия в отчетном периоде выросла на 27846 тыс. руб. или на 167,27%, а себестоимость выросла на 1170 тыс. руб. или на 104,07%.

Темп роста выручки больше темпа роста себестоимости, что свидетельствует о рациональном и эффективном использовании финансовых источников организации, наглядная динамика представлена на рисунке 5.

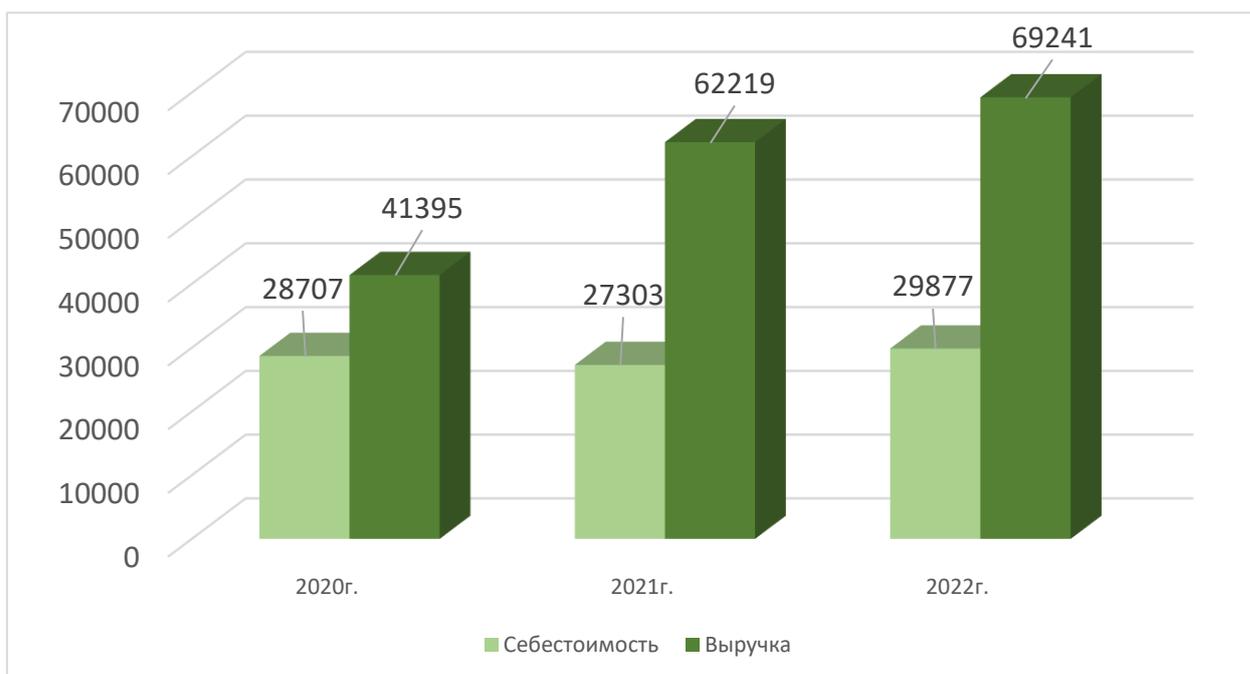


Рисунок 5 - Динамика выручки и себестоимости

Поскольку в абсолютном выражении выручка больше, чем себестоимость, выросла прибыль от продаж предприятия на 26676 тыс. руб. или на 310,24%, динамика роста прибыли представлена на рисунке 6.

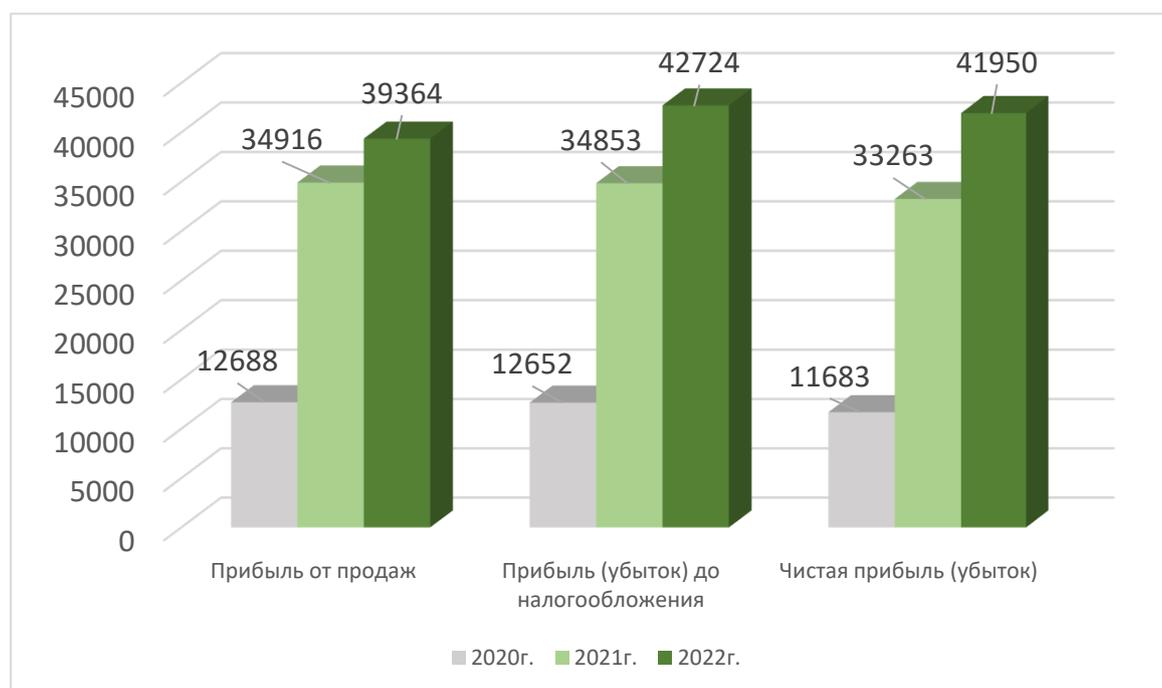


Рисунок 6 – Динамика прибыли

Наибольший удельный вес в структуре капитала составляет валовая прибыль и прибыль от продаж. Прибыль до налогообложения 61,7%. Удельный вес к 2022 году вырос на 31,14%.

Себестоимость услуг, снижается составив 43,14%, что означает снижение затратоемкости услуг и рост эффективности основной деятельности.

Выросла доля чистой прибыли к выручке на 32,37% и составила к концу 2022 года 60,59%, что положительно характеризует эффективность всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Объем продаж увеличивался наибольшими темпами (310,24%), чем полные затраты на услуги и продажу продукции (104,07%).

Анализ финансовой устойчивости организации. Основные показатели финансовой устойчивости ООО ЧОО «РЕГИОН» за 2020-2022 год представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Коэффициенты финансовой устойчивости за 2020-2022гг., тыс. руб.

Показатель	Порядок расчета	Норм. значение	2020г.	2021г.	2022г.
Коэффициент автономии (независимости)	$K_a = \frac{СК}{K_{общ}}$	>0.5	0,98	0,99	1,00
Коэффициент концентрации привлеченного капитала	$K_3 = \frac{ЗК}{K_{общ}}$	<0.5	0,01554	0,0011	0,00053
Коэффициент финансового риска	$K_{фр} = \frac{ЗК}{СК}$	<0.7	0,01578	0,0011	0,00053
Собственный оборотный капитал	$C_{обк} = СК - ВА$	-	22016	55302	81904
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$K_2 = \frac{C_{обк}}{ОА}$	$\geq 0.1$	0,98	1,00	1,07
Коэффициент маневренности собственного капитала	$K_{мск} = \frac{C_{обк}}{СК}$	$K > 0.6$	0,99	0,99	0,93
Коэффициент мобильности имущества	$K_{ма} = \frac{ОА}{A_{общ}}$	0,2-0,5	0,99	0,99	0,93
Коэффициент соотношения мобильных и мобилизованных средств	$K_{м/и} = \frac{ОА}{ВА}$	-	721,41	6920,38	14,5

Коэффициент автономии (независимости) за анализируемый период увеличивается, так с 2020 по 2022 год на (0,02), что говорит том, что доля активов, которые покрываются за счет собственного капитала увеличилась.

Снизился коэффициент финансового риска составив к 2022 году, что можно оценить положительно. Компания стала менее зависима от краткосрочных заемных средств.

Также идет процесс по повышению собственного оборотного капитала, что тоже положительно сказывается на финансовой устойчивости компании.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами повысился на (0,9) к концу 2022 года, что говорит о повышении степени обеспеченности собственными оборотными средствами, указывая на стабилизации финансовой устойчивости.

Коэффициент маневренности собственного капитала говорит о высокой финансовой устойчивости и платежеспособности.

Коэффициент соотношения мобильных и мобилизованных средств показывает, что на предприятии преобладают оборотные средства.

Расчеты свидетельствуют о достатке собственного капитала и средств в обороте ООО ЧОО «РЕГИОН», что оценивается положительно.

Обобщая все вышеизложенное, финансовое состояние ООО ЧОО «РЕГИОН» может быть охарактеризовано как устойчивое, в конце 2022 года по сравнению с началом года 2020 произошло улучшение некоторых показателей несмотря на высокий уровень дебиторской задолженности и уменьшение количества денежных средств по отношению к 2021 г.

Анализ основных технико-экономических показателей ООО ЧОО «РЕГИОН» говорит о стабильном развитии и росте объемов реализации услуг.

В структуре собственного капитала основное место занимают уставный капитал в размере 250 тысяч рублей, и нераспределенная прибыль на конец 2022 года в удельный вес собственного капитала составил (91,61%).

В общей структуре краткосрочные пассивы на конец отчетного периода составили 61 тыс. рублей, снизившись за анализируемый период на

краткосрочные пассивы на конец отчетного периода составили 46 тыс. рублей, снизившись за анализируемый период на 302 тыс. рублей, их доля на конец 2022 года составляет 0,05%, от общего числа обязательств. Что положительно характеризуем финансовую устойчивость организации.

Темп роста выручки больше темпа роста себестоимости, что свидетельствует о рациональном и эффективном использовании финансовых источников организации.

В организации ООО ЧОО «РЕГИОН» отношения и условия расчетов регулируется договором об оказании услуг по охране объекта. Этот документ, регулирует отношения между охранной организацией и заказчиком на оказание услуг по охране имущества, помещений, объектов, территорий и/или защите жизни и здоровья физических лиц. Он содержит обязательства сторон, определяет объем услуг, порядок оплаты и сроки выполнения работ.

Публикация действующих договоров частной охранной организации является нарушением конфиденциальности и может нарушить права и интересы заказчиков частной охранной организации согласно:

- Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ "О персональных данных" (с изменениями и дополнениями);
- Гражданский кодекс РФ (часть четвертая);
- Федеральный закон от 29.07.2004 г. № 98-ФЗ "О коммерческой тайне" (с изменениями и дополнениями);
- Кодекс РФ об административных правонарушениях (статьи 6.9 и 13.11).

В связи с вышеизложенным в настоящей работе будут рассмотрены типовые условия договоров (Приложение Ж), об оказании услуг по охране территории. Договор разработан по правилам ч. 11 ст. 34 44-ФЗ и постановления правительства №606 от 02.07.2014.

Из положительных моментов по условиям данного договора стоит выделить ясность срока оплаты услуг - не позднее 5 числа месяца, в котором

оказываются услуги. Это позволяет заказчику иметь представление о сроках оплаты и более эффективно планировать свои финансы.

Предусмотрена возможность сверки взаиморасчетов в конце каждого отчетного квартала. Это позволяет обеим сторонам контролировать свои платежи и выявлять возможные ошибки или расхождения в расчетах. В случае задержки оплаты заказчик обязан уплатить неустойку в размере 0,1% от стоимости договора за каждый день просрочки платежа на дату выставления претензии может служить дополнительным стимулом для заказчика выполнять свои обязательства по оплате вовремя.

Однако, договор не содержит информации о том, как будут урегулироваться возможные задолженности по оплате услуг в случае, если заказчик не сможет оплатить счет вовремя или не оплатит вообще. Также отсутствует информация о мероприятиях по принудительному взысканию задолженности и сроках, в которые эти меры будут предприниматься. Это может стать проблемой для эффективного контроля дебиторской задолженности и означает, что в случае задолженности заказчика, исполнитель не имеет достаточных правовых инструментов для взыскания долга в срок, что в свою очередь может привести к росту дебиторской задолженности.

Также, отсутствие информации о мероприятиях по урегулированию задолженности и о последствиях задержки оплаты может дать заказчику стимул не платить вовремя, что приведет к росту дебиторской задолженности.

Анализ активов и пассивов по данным бухгалтерского баланса, показал, что наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы.

Оборотные средства предприятия за период анализа выросли на 59587 тыс. рублей, но большую часть из них составила дебиторская задолженность, которая резко выросла в 2022г. (рисунок 7), что является отрицательным фактором в деятельности предприятия.

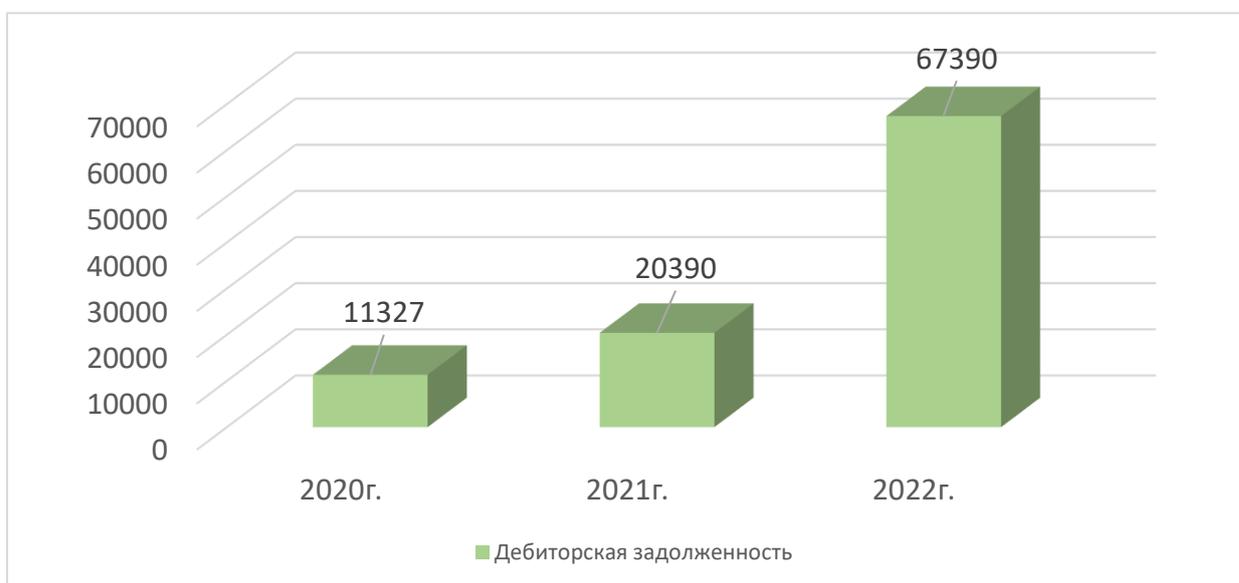


Рисунок 7 – Дебиторская задолженность 2020 - 2022г.

В совокупности, недостаток правовых инструментов для взыскания долга в анализируемый период привели к росту дебиторской задолженности на 56063 тыс. руб. (594,95%) по отношению к 2020г. заняв наибольший удельный вес в структуре совокупных активов.

В период с 2015 по настоящее время. в организации ООО ЧОО «РЕГИОН» были заключены договора:

- договор № 02-18/12 2015 - 2016г. на сумму 2 106 064,44 руб. ООО «Густореченское»;
- договор № ЮО-065/15 2015 - 2016г. на сумму 1 211 776,56 руб. ООО «Юкатекс Ойл»;
- договор № 4Р/МВ-0-16 2016 - 2017г. на сумму 5 265 160,80 руб. ООО «Матюшкинская вертикаль»;

– договор № 4509-КПС-17 2017 - 2018 на сумму 2 423 553,12 руб.  
ООО «Компания Полярное Сияние».

– договор № ЧР/МУ-0/05/12-2017 2017 - 2018 на сумму 5 256 160,80 руб. ООО «Матюшкинский участок»;

– договор № СС18-072-00 2018 - 2019 на сумму 1 211 776,56 руб.  
ООО «Северное сияние».

Определим долю клиентов, которые продолжают пользоваться услугами компании с 2015 по настоящее время. методикой CRR.

Для расчета CRR необходимо знать количество клиентов в начале периода, количество клиентов, которые остались с компанией в конце периода и количество клиентов, которые прекратили свои отношения с компанией.

В начале периода с ООО ЧОО «РЕГИОН» начали отношения:

- ООО «Густореченское»;
- ООО «Юкатекс Ойл».

В течении периода были привлечены:

- ООО «Матюшкинская вертикаль»;
- ООО «Компания Полярное Сияние»;
- ООО «Матюшкинский участок»;
- ООО «Северное сияние».

В конце периода и по настоящее время с ООО ЧОО «РЕГИОН» поддерживают отношения:

- ООО «Юкатекс Ойл»;
- ООО «Компания Полярное Сияние».

Показатель CRR рассчитывается по формуле:

$$CRR = \frac{E - N}{S} \cdot 100\% \quad (1)$$

где, CRR – коэффициент удержания клиентов;

E - количество клиентов в конце периода;

N - количество новых клиентов, привлеченных компанией за период;

S - количество клиентов, которые были у компании в начале периода.

Если в начале периода было 2 клиента ( $S = 2$ ), компания привлекла 4 новых клиента за период ( $N = 4$ ) и в конце периода также осталось 2 клиента ( $E = 2$ ), то формула расчета CRR будет выглядеть следующим образом:

$$CRR = \frac{2-4+2}{2} \cdot 100\% \quad (2)$$

Таким образом, коэффициент удержания клиентов компании составляет 0%, что говорит о том, что компания не смогла удержать своих клиентов и количество клиентов не изменилось за период.

На основании показателя CRR и анализа результатов хозяйственной деятельности организации можно сделать вывод что в ООО ЧОО «РЕГИОН» имеются серьезные проблемы в работе с клиентами.

Растущая высокими темпами дебиторская задолженность 56063 тыс. руб. (594,95%) по отношению к 2020г. говорит о том, что компания не получает своевременных платежей от своих клиентов из за недостатка правовых инструментов для взыскания долга и инструментов контроля дебиторской задолженности.

Показатель CRR в свою очередь свидетельствует, что условия на которых организация ООО ЧОО «РЕГИОН» предоставляет свои услуги не привлекательны для потенциального потребителя и не могут удержать уже имеющих.

Согласно исследованию компании Bain & Company, средний показатель CRR для компаний в США составляет около 80%. Это означает, что компании удается удерживать около 80% своих клиентов в течение определенного периода времени [24 с. 39-51].

Например, в отрасли телекоммуникаций считается, что CRR менее 20% является критическим и сигнализирует проблемах в работе с клиентами [25 с. 77-99]. В организации ООО ЧОО «РЕГИОН» данный показатель составил 0%.

Вышеизложенное прямо говорит о том, что имеется острая необходимость пересмотреть текущие условия договоров и ввести

инструменты по контролю дебиторской задолженности в части расчетов с покупателями заказчиками [2].

### **2.3 Бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН»**

Бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН» ведется в соответствии с рабочим планом счетов, на счете 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» (согласно Приказа Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н).

Этот счет используется для отражения сведений о расчетах с покупателями и заказчиками, отражения дебиторской задолженности при реализации и авансов, полученных при поступлении предоплаты от покупателей и заказчиков [1].

Счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» активно-пассивный. Поэтому, на конец периода по счету может быть как кредитовый, так и дебетовый остаток. Остаток по кредиту - это долги перед покупателями по полученным авансам, по дебету - долг покупателей перед компанией. Поэтому для достоверного отражения операций в бухгалтерской отчетности необходимо вести аналитический учет по счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» по каждому контрагенту, где будет отражена вся информация о расчетных документах, сроках оплаты, поступивших авансах.

В ООО ЧОО «РЕГИОН» по Дебету счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» отражают - стоимость товаров, работ и услуг, а по Кредиту счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» - отражают суммы поступившей оплаты в корреспонденции с соответствующими счетами методом двойной записи.

При этом субсчета к счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» организация разрабатывает самостоятельно. В ООО ЧОО «РЕГИОН» для обеспечения необходимого уровня детализации выделены субсчета:

62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками», этот субсчет отражает сумму дохода.

Все операции с покупателями и заказчиками оформляются на основании первичных документов. В частности, ООО ЧОО «РЕГИОН» согласно заключенных договоров, выставляет счета на оплату аванса за предоставляемые услуги. В счете указаны реквизиты сторон сумма оказываемой услуги и период, за который будет предоставлена услуга. На основании выставленного счета покупатели оплачивают услугу в полном объеме. Что подтверждают банковские выписки. Расчеты с покупателями и заказчиками документально оформляются Актом выполненных работ (услуг).

Стандартной формы Акта нет, но в бухгалтерской программе он составляется автоматически с учетом требований законодательства к первичным документам. Акт оформляется в двух экземплярах, по одному экземпляру участникам договора. В Акте отражена информация, такая как, наименование предоставленных услуг, стоимость услуг, а также период, за который предоставлена услуга.

Счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» корреспондирует с кредитом счетов 90 «Продажи» и 91 «Прочие доходы и расходы». Полученные суммы от контрагентов отражаются в корреспонденции с дебетом счета 51 «Расчетный счет».

Примеры хозяйственных операций ООО ЧОО «РЕГИОН»:

– начислены услуги по охране территории согласно договору № ЮО-065/15 за 04.2015 г. Акт №22 на сумму 108981 руб. 38 коп., что сопровождалось проводкой, Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи»;

– на основании договора № ЮО-065/15 от 25.04.2015 были получены денежные средства в размере 108981 руб. 38 коп., что сопровождалось проводкой, Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;

– начислены услуги по охране территории согласно договору № 02-18/12 за 05.2015 г. Акт №36 на сумму 175505 руб. 37 коп., что сопровождалось проводкой, Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи»;

– на основании договора № 02-18/12 от 07.05.2015 были получены денежные средства в размере 175505 руб. 37 коп., что сопровождалось проводкой, Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;

– начислены услуги по охране территории согласно договору № 4Р/МВ-0-16 за 11.2016 г. Акт №53 на сумму 438763 руб. 40 коп., что сопровождалось проводкой, Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи»;

– на основании договора № 4Р/МВ-0-16 от 24.11.2016 были получены денежные средства в размере 438763 руб. 40 коп., что сопровождалось проводкой Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;

– начислены услуги по охране территории согласно договору № 4509-КПС-17 за 03.2017 г. Акт №18 на сумму 201962 руб. 76 коп., что сопровождалось проводкой, Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи»;

– на основании договора № 4509-КПС-17 от 24.03.2017 были получены денежные средства в размере 201962 руб. 76 коп., что сопровождалось проводкой Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;

– начислены услуги по охране территории согласно договору № ЧР/МУ-О/05/12-2017 за 12.2017 г. Акт №66 на сумму 438763 руб. 40 коп., что сопровождалось проводкой, Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи»;

– на основании договора № ЧР/МУ-О/05/12-2017 от 01.12.2017 были получены денежные средства в размере 438763 руб. 40 коп., что сопровождалось проводкой Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;

– начислены услуги по охране территории согласно договору № СС18-072-00 за 10.2018 г. Акт №54 на сумму 100981 руб. 38 коп., что сопровождалось проводкой, Дебет счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90 «Продажи»;

– на основании договора № СС18-072-00 от 07.10.2018 были получены денежные средства в размере 100981 руб. 38 коп., что сопровождалось проводкой Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками».

В связи с ростом дебиторской задолженности ООО ЧОО «РЕГИОН» по возможности заключает договора цессии - это передача дебиторской задолженности другому юридическому лицу, которое после заключения договора цессии приобретает те же права, что и кредитор по основному договору и может требовать исполнения обязательств в полном объеме. Согласие покупателя на это не требуется.

Договор цессии заключают между собой cedent (продавец) и цессионарий (покупатель долга). Должнику (покупателю) после подписания договора цессии направляется уведомление о передаче долга.

После подписания договора цессии, cedent передает цессионарию документы, подтверждающие происхождение суммы задолженности, указанной в договоре (договор с должником и акты выполненных работ (услуг), подтверждающие продаваемую задолженность).

После передачи документов в бухгалтерском учете делают проводки по договору цессии.

Дебет счета 62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90.01 «Выручка» - начислена выручка;

Дебет счета 76.09 «Прочие расчеты с разными дебиторами и кредиторами» Кредит счета 91.01 «Прочие доходы» - переуступка прав по договору цессии;

Дебет счета 91.02 «Прочие расходы» Кредит счета 62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками» - списание дебиторской задолженности;

Дебет счета 90.09 «Прибыль/убыток от продаж» Кредит счета 99 «Прибыли и убытки» - отражена прибыль от реализации задолженности;

Дебет счета 99 «Прибыли и убытки» Кредит счета 91.09 «Сальдо прочих доходов и расходов» - отражен убыток от реализации задолженности;

Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 76.09 «Прочие расчеты с разными дебиторами и кредиторами» - поступила оплата по договору цессии.

Для оплаты векселем, покупатель выдает поставщику собственный вексель, задолженность не погашается, но оформляется отсрочка платежа и вексель является гарантией оплаты.

Для учета векселей можно выделить отдельный субсчет, например, 62.03 «Векселя полученные». Тогда в бухгалтерском учете делаются записи:

Дебет счета 62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90.01 «Выручка» - начислена выручка;

Дебет счета 62.03 «Векселя полученные» Кредит счета 62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками» - получен вексель;

Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 62.03 «Векселя полученные» - поступили денежные средства, предъявлен вексель;

Дебет счета 51 «Расчетный счет» Кредит счета 91.01 «Прочие доходы» - поступили проценты по векселю.

При оплате долга векселем третьих лиц, считается финансовым вложением, поэтому учитывается на счете 58 «Финансовые вложения». В бухгалтерском учете делаются следующие записи:

Дебет счета 62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит счета 90.01 «Выручка» - начислена выручка;

Дебет счета 58.02 «Долговые ценные бумаги» Кредит счета 62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками» - получен вексель третьего лица.

В плане счетов предусмотрены специальные счета для отражения дебиторской задолженности. Основным считается счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками», он является активно-пассивным, поэтому используется для учета дебиторской задолженности покупателей и заказчиков, и кредиторской задолженности по полученным авансам.

Для формирования достоверной информации о долгах покупателей и заказчиков отражение в учете дебиторской задолженности связано с отражением выручки, поэтому необходимо соблюдать условия для признания основного дохода.

### **3 Разработка мероприятий по совершенствованию условий расчетов с покупателями и заказчиками в ООО ЧОО «РЕГИОН»**

#### **3.1 Разработка и оценка экономического эффекта системы скидок**

ООО ЧОО «РЕГИОН» является стабильно развивающейся организацией, занимающейся предоставлением услуг по охране объектов. Одним из ключевых элементов взаимодействия с клиентами являются расчеты за оказанные услуги в которых по результатам анализа выявлены проблемы в виде растущей дебиторской задолженности и нулевой показатель CRR.

Для их решения необходимо разработать мероприятия, направленные на совершенствование условий расчетов с покупателями и заказчиками, а именно, пересмотреть текущие условия договоров и ввести инструменты по контролю дебиторской задолженности.

Самыми распространенными инструментами по контролю и предотвращению дебиторской задолженности являются:

- система кредитного скоринга. Это метод оценки кредитоспособности потенциальных или текущих клиентов. Кредитный скоринг использует данные об истории кредитных платежей и других факторах, чтобы определить вероятность возврата кредита или оплаты счета вовремя. Это помогает компаниям принимать решения о выдаче кредита или установлении кредитных лимитов, а также оценивать риски дебиторской задолженности;

- управление сроками оплаты. Установление жестких сроков оплаты может помочь предотвратить задержки в оплате. Компании могут предоставлять скидки за оплату в определенные сроки или использовать системы напоминания и штрафных санкций за просрочки;

– мониторинг платежей. Процесс отслеживания всех платежей и просрочек по счетам. Мониторинг позволяет компаниям своевременно реагировать на проблемы с платежами и принимать меры по предотвращению дебиторской задолженности;

– система скидок. Предоставление скидки для покупателей за своевременную оплату, что побуждает клиентов оплачивать счета вовремя. Также компания может предоставлять скидки за большие объемы заказов или за долгосрочное сотрудничество, что может удержать имеющихся клиентов и привлечь новых увеличив объем продаж;

– управление кредитными лимитами. Установление кредитных лимитов для клиентов может помочь предотвратить превышение лимитов и проблемы с дебиторской задолженностью. Компании могут использовать автоматизированные системы управления кредитными лимитами, чтобы быстро реагировать на изменения в кредитоспособности клиентов;

– юридические меры. При длительных задержках в оплате компании могут привлекать юридические меры, такие как предъявление иска или отправка уведомления об отказе от кредита. Эти меры могут помочь компаниям взыскать долг и предотвратить дальнейшие задолженности.

Все эти мероприятия помогут повысить удовлетворенность клиентов, улучшить репутацию компании и повысить ее конкурентоспособность на рынке, однако для их внедрения необходимы финансовые затраты которые в свою очередь не гарантируют окупаемость в будущих периодах. Поэтому стоит рассмотреть те инструменты которые требуют минимальных затрат на внедрение.

Из инструментов которые требуют введения специального программного обеспечения, обучения персонала, создания новых рабочих мест/ должностей и финансовых вложений следует выделить:

- систему кредитного скоринга;
- систему управление кредитными лимитами;

- мониторинг платежей;
- юридические меры.

Из оставшихся инструментов, управление сроками оплаты уже введено в условия договора пунктом 7.2. (Приложение Ж), поэтому стоит рассмотреть эффективность введения системы скидок в положения договора.

Помимо увеличения объема продаж система скидок так же имеет ряд положительных влияний:

- привлечение новых клиентов, система скидок может быть эффективным инструментом для привлечения новых клиентов. Предложение скидок может привлечь потенциальных клиентов и стимулировать их сделать покупку;

- удержание клиентов, система скидок может помочь организации удерживать своих клиентов. Клиенты будут более склонны к возвращению к компании, если у них есть возможность получить скидки или бонусы за свои покупки;

- улучшение имиджа компании, предложение скидок может показать, что компания ценит своих клиентов и стремится предложить им дополнительные преимущества;

- стимулирование повторных покупок, клиенты получившие скидки на свою покупку, могут быть более склонны к возвращению и совершению новых покупок.

Для разработки оптимальной системы скидок которые в свою очередь не нанесут ущерб организации необходимо пройти следующие этапы:

- расчет ACL «Average Customer Lifespan» (Средняя продолжительность сотрудничества);

- расчет LTV «Lifetime Value» - показатель, который позволяет определить среднюю выручку, которую один клиент принесет за все время сотрудничества;

- расчет процента скидки;

- расчет эффекта скидки.

Расчет средней продолжительности сотрудничества показывает, сколько времени в среднем клиенты остаются с компанией. Этот показатель поможет скорректировать сроки на которых будет предоставляться скидка для более эффективного удержания клиентов.

Формула расчета ACL выглядит следующим образом:

Средняя продолжительность сотрудничества = (сумма сроков всех договоров) / (количество договоров).

По данным приведенным в анализе условий расчетов с покупателями и заказчиками, известны сроки договоров, однако они утратили силу а актуализация информации не представляется возможной, поэтому расчет будет проводиться за период с 2015 по 2019 г., актуальный перерасчет средней продолжительности сотрудничества может быть выполнен отделом главного бухгалтера ООО ЧОО «РЕГИОН» при применении настоящей работы для пересмотра условий договоров с покупателями и заказчиками.

Сроки договоров заключенных с ООО ЧОО «РЕГИОН» за период с 2015 по 2019 г. составляют:

- ООО «Густореченское» - 1 год;
- ООО «Юкатекс Ойл» - 4 года;
- ООО «Матюшкинская вертикаль» - 1 год;
- ООО «Компания Полярное Сияние» - 2 года.
- ООО «Матюшкинский участок» - 1 год;
- ООО «Северное сияние» - 1 год.

$$ACL = \frac{12 + 48 + 12 + 24 + 12 + 12}{6} = 12,6$$

Таким образом средняя продолжительность договоров в организации ООО ЧОО «РЕГИОН» составила 12,6 месяца.

Для расчета средней суммы выручки с каждого клиента необходимо знать сумму всех доходов за период а также количество продаж за этот период.

Средняя прибыль с каждого клиента представлена в таблице 5.

Таблица 5 - Средняя прибыль с каждого клиента за месяц в руб.

Организация	Сумма ежемесячного платежа	Количество платежей	Средняя сумма выручки
ООО «Густореченское»	175 505	1	242 807
ООО «Юкатекс Ойл»	100 981		
ООО «Матюшкинская вертикаль»	438 763		
ООО «Компания Полярное Сияние»	201 962		
ООО «Матюшкинский участок»	438 763		
ООО «Северное сияние»	100 871		

Необходимо рассчитать среднюю выручку, которую один клиент принесет бизнесу за все время сотрудничества и средний процент прибыли.

Расчет средней выручки за весь период обслуживания клиента выглядит следующим образом:

$LTV = \text{Средняя сумма выручки} * \text{Средняя продолжительность сотрудничества.}$

$$LTV = 242\,807 \cdot 12 = 2\,913\,684$$

Средний процент прибыли за 2020 – 2022 г. представлен в таблице 6.

Таблица 6 - Средний процент прибыли за 2020 – 2022 г.

Период гг.	Выручка, тыс.руб	Чистая прибыль тыс.руб	Чистая прибыль, %	Средний процент прибыли, %
2022	69 241	38 530	55,65	45,78
2021	62 219	33 263	53,46	
2020	41 395	11 683	28,22	

Так как на протяжении анализируемого периода 2020 – 2022 г. у организации ООО ЧОО «РЕГИОН» были заключены договора с 6 заказчиками то средний процент прибыли для одного клиента составит 7,63%.

Расчет средней суммы чистой прибыли с одного клиента выглядит следующим образом:

$$LTV = 2\,913\,684 \cdot 7,63\% = 222\,314$$

Таким образом максимальная сумма скидки для одного клиента составляет 222 314 или (7,63%) на срок 12 месяцев. Варианты распределения максимальной скидки представлен в таблице 7.

Таблица 7 - Варианты распределения максимальной скидки

Количество клиентов на предоставление скидки	Срок предоставления скидки, мес.	Максимальный процент скидки, %	Максимальная сумма скидки, руб.
6	12	7,63	222 314
5	12	9,15	266 602
4	12	11,44	333 325
3	12	15,26	444 628
2	12	22,89	666 942
1	12	45,78	1 333 885

Метод распределения максимальной скидки может уверенно удерживать избранных клиентов, однако это может пагубно повлиять на репутацию организации, поэтому для увеличения количества продаж и удержания большего количества клиентов стоит скорректировать размеры скидок. Для того чтобы система скидок работала эффективно, необходимо учитывать несколько факторов. Во-первых, необходимо определить, какое время накопления будет наиболее эффективным. Если услуга оказывается ежедневно, то наиболее эффективной может быть система скидок с накоплением по неделям. Если услуга оказывается на протяжении

длительного периода времени 12 и более месяцев, то система скидок с накоплением по годам будет более подходящей.

Например, для клиентов, заключающих договор сроком на 24 мес. предоставлять скидку в размере 3%, при пролонгировании договора за каждый последующий год увеличивать скидку на 1%, до 5% включительно, размеры скидок при применении данного метода представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Метод накопительных скидок (для одного клиента)

Год начала предоставления скидки, г.	Процент скидки, %	Сумма скидки за 1 г., руб.
2	3,00	87 410
3	4,00	116 547
4	5,00	145 684

Если скидка пересчитывается при накоплении определенного времени оказания услуг, это может иметь положительный эффект на взаимоотношения с покупателями и заказчиками. Такой подход будет стимулировать покупателей к регулярным покупкам или использованию услуг, что поможет увеличить объем продаж и укрепить лояльность к бренду.

Данный метод поможет удерживать клиентов, стимулировать их платить вовремя и привлечь новых, что положительно скажется на прибыли организации. Также стоит определить, насколько данный метод будет эффективным для организации при помощи расчета эффекта скидки, порядок расчета эффекта скидки в будущем периоде выглядит следующим образом:

Эффект скидки = (Ожидаемый объем продаж с учетом скидки - Ожидаемый объем продаж без скидки) \* Средняя прибыль с одной продажи

$$\text{Эффект скидки} = (24 - 12) \cdot 242\,807 = 2\,913\,684$$

Таким образом, ожидается, что при введении скидки средняя продолжительность договоров составит 2 года (минимальный порог начисления скидки), что увеличит прибыль от одного клиента на

2 913 684 руб. С вычетом предоставляемой скидки прибыль от одного клиента будет составлять:

$$5\,827\,368 - 3\% = 5\,652\,547$$

Предполагаемая динамика роста средней выручки представлена на рисунке 8, 9.

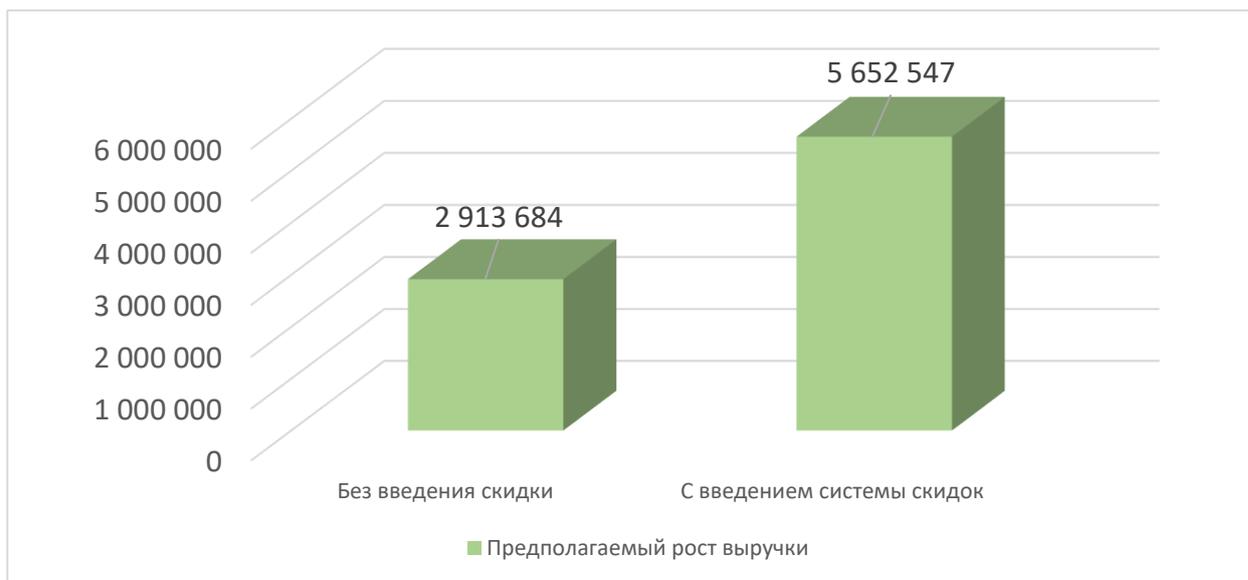


Рисунок 8 – Предполагаемая динамика роста выручки от одного клиента

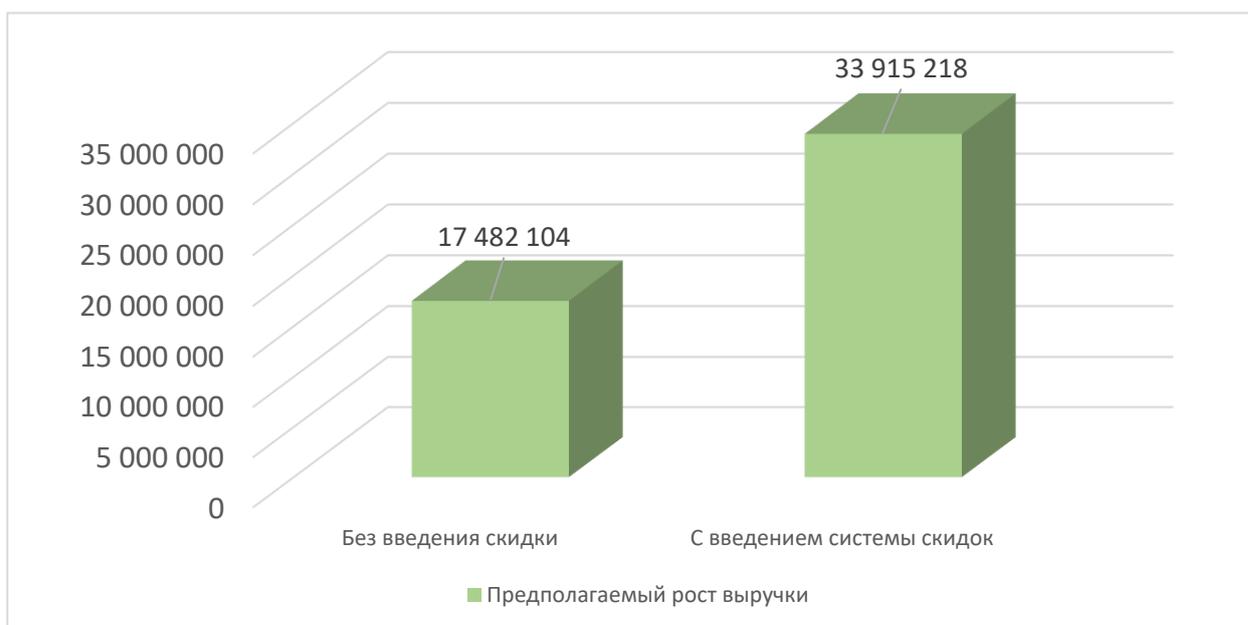


Рисунок 9 – Предполагаемая динамика роста выручки от всех клиентов

Таким образом введение системы скидок поможет удержать уже имеющихся клиентов в среднем на 2 года (порог начисления скидки) что увеличит среднюю выручку от одного клиента на 2 913 684 руб. или 5 652 547 (194%) в общей сумме за весь период сотрудничества. Введение системы скидок может быть эффективным инструментом для стимулирования продаж и увеличения лояльности клиентов. Однако, важно учитывать, что система скидок должна быть четко структурирована и грамотно отражена в договоре на оказание услуг.

Эффективность введения системы скидок может быть увеличена при использовании персонализированных предложений для клиентов, которые могут быть более привлекательными и стимулирующими, но они не должны составлять более (7.63%) иначе организация потерпит убытки. Кроме того, система скидок может быть связана с программами лояльности, что может увеличить эффективность системы и повысить лояльность клиентов.

Для повышения эффективности, важно следить за результатами и проводить своевременный анализ, чтобы определить, какие скидки и предложения наиболее эффективны и как они влияют на продажи и доходы организации.

### **3.2 Пересмотр, разработка и введение новых условий договора**

Условия договоров являются важнейшим аспектом взаимоотношений между исполнителем и заказчиком, они определяют права и обязанности сторон, регулируют порядок, условия, сроки и цену исполнения договора. Качество составления и правильный выбор условий договора являются главными факторами, определяющими успешность сделки и защиту интересов сторон. Важно учитывать все возможные риски и иметь механизмы их минимизации в договоре, чтобы избежать безнадежных долгов и конфликтов в будущем.

В этом контексте, важно понимать, что договор должен быть составлен грамотно и профессионально, чтобы обеспечить защиту прав и интересов каждой стороны сделки. Из инструментов в условиях договора (Приложение Е, рисунок Е.1), которые позволяют ООО ЧОО «РЕГИОН» отстаивать свои интересы можно выделить:

- пункт 7.6. (взыскание неустойки за просрочку платежа) распространенный инструмент для обеспечения своевременной оплаты услуг и защиты интересов исполнителя от неоправданных задержек платежей;

- пункт 9.1. (разрешение споров путем переговоров) предоставляет сторонам возможность договориться между собой, снижает риски привлечения третьих лиц для решения споров, однако переговоры могут не привести к консенсусу в случае серьезных разногласий между сторонами;

- пункт 9.2. (обращение в арбитражный суд в случае невозможности разрешения спора путем переговоров) предоставляет сторонам возможность привлечь третью нейтральную сторону для решения споров, недостатки - может быть затратным и занимать дополнительное время, а также приводить к неудовлетворительным решениям для сторон.

Для стимулирования покупателей и заказчиков платить вовремя по своим обязательствам и как следствие эффективного управления дебиторской задолженностью необходимо внедрить эффективные инструменты контроля применяя и варьируя систему скидок, представленную в подразделе 3.1.

Для привлечения новых клиентов в раздел 7 необходимо ввести пункт 7.1 в следующей редакции:

«7.1. При заключении договора на срок от 24 месяцев и более, заказчик вправе запросить скидку в размере 3% от стоимости оказываемых услуг.»

Не стоит так же забывать об уже имеющихся клиентах, введение скидок станет эффективным инструментом удержания, с этой целью необходимо ввести пункт 7.1.1 в следующей редакции:

«7.1.1. Если пролонгация договора достигла срока 24 месяца и более, заказчик вправе запросить скидку в размере 3% от стоимости услуги, если в течении всего периода оказания услуг соблюдались пункты 7.2 – 7.5 настоящего договора.».

«7.1.2 При пролонгации договора, за каждый последующий год от начала предоставления скидки, ее размер будет увеличиваться на 1% до 5% включительно.».

Так же стоит ввести инструменты по контролю платежей (штрафные санкции), которые помогут снизить долю дебиторской задолженности, с этой целью ввести пункты 7.2.1, 7.2.2 в следующей редакции:

«7.2.1 При неисполнении заказчиком своих обязательств, установленных пунктом 7.2 – 7.5 исполнитель вправе отменить действующую скидку и произвести перерасчет стоимости услуг.»;

«7.2.2 Заказчик вправе подать повторный запрос на предоставление скидки не менее чем через 6 месяцев от даты последней задержки платежа, при условии соблюдения положения пунктов 7.2 - 7.5.».

Если приведенных инструментов по контролю дебиторской задолженности оказывается недостаточно для стимулирования заказчика к погашению задолженности, рекомендуется заключать договора цессии для предотвращения становления долга безнадежным.

При составлении и заключении договора важно учитывать требования законодательства и принципы договорного права. Это позволит защитить права и интересы всех сторон, снизить риски возникновения споров и улучшить вероятность соблюдения условий договора. Важно также убедиться, что все условия договора понятны и ясны для всех сторон, и что договор составлен четко и точно.

Для оценки эффективности договора также необходимо проводить мониторинг его исполнения и анализировать его результаты, чтобы вносить необходимые изменения и доработки.

## Заключение

ООО ЧОО «РЕГИОН» работает в отрасли охранной деятельности с 8 июля 2014 года. Основной целью ООО ЧОО «РЕГИОН» является получение прибыли за счет ведения коммерческой и хозяйственной деятельности в порядке и на условиях, определяемых действующим законодательством Российской Федерации. Основными видами деятельности Общества являются: деятельность частных охранных служб. ООО ЧОО «РЕГИОН» имеет статус микропредприятия. Число сотрудников 58 человек на 1 января 2022 года. Организационная структура ООО ЧОО «РЕГИОН» имеет линейно-функциональную структуру.

Основными внутренними организационными документам являются устав и учетная политика для целей бухгалтерского учета. К особенностям бухгалтерского учета ООО ЧОО «РЕГИОН» можно отнести: учет оружия и боеприпасов.

В общей структуре краткосрочные пассивы на конец отчетного периода составили 61 тыс. рублей, снизившись за анализируемый период на 142 тыс. рублей, их доля на конец 2021 года составляет 0,11%, от общего числа обязательств. Что положительно характеризуем финансовую устойчивость организации.

Анализ финансовых результатов ООО ЧОО «РЕГИОН» показал, что темп роста выручки больше темпа роста себестоимости, что свидетельствует о рациональном и эффективном использовании финансовых источников организации. Выросла доля чистой прибыли к выручке на 9,20% и составила к концу 2021 года 8,32%, что положительно характеризует эффективность всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия увеличилась. Темпы прироста расходов ниже темпов прироста доходов.

Анализ основных технико-экономических показателей ООО ЧОО «РЕГИОН» говорит о стабильном развитии и росте объемов реализации услуг не смотря на растущую дебиторскую задолженность.

Анализ активов и пассивов по данным бухгалтерского баланса, показал, что наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы, при чем оборотные средства предприятия за период анализа выросли на 59587 тыс. рублей, связано это с ростом дебиторской задолженности на 56063 тыс. рублей, что является отрицательным фактором в деятельности предприятия.

Растущая высокими темпами дебиторская задолженность 56063 тыс. руб. (594,95%) по отношению к 2020 г. в настоящий момент не наносит критического ущерба организации и позволяет ей стабильно развиваться, однако ситуация может ухудшиться.

Из-за того, что компания не получает своевременных платежей от своих клиентов снизился объем денежных средств, которые организация могла использовать для увеличения объема продаж.

Предложенные мероприятия по совершенствованию условий расчетов с покупателями и заказчиками помогут организации снизить дебиторскую задолженность, улучшить экономические показатели, увеличить доходность от своих клиентов и дольше удерживать их при грамотном использовании системы накопительных скидок, анализ эффективности которых показал предполагаемый рост средней выручки на (194%). Однако для повышения эффективности данных мер, необходимо проводить периодический анализ, для выявления наиболее выгодных для обеих сторон условий и предложений.

## Список используемой литературы

1. Анализ затрат на продажи и маркетинг (SME) [Электронный ресурс]: Статья (ред. от 04.02.2022). <https://www.salesforce.com/products/marketing-cloud/best-practices/calculate-marketing-roi/> (дата обращения 12.02.2023).
2. Анализ коэффициента возврата денежных средств (ROI) Научная статья (ред. от 05.01.2023). URL: <https://www.investopedia.com/terms/r/returnoninvestment.asp> (дата обращения 12.02.2023).
3. Анализ коэффициента конверсии (CR): [Электронный ресурс]: Статья (ред. от 04.02.2022). URL: <https://neiros.ru/blog/analytics/cr-koehfficient-konversii-hto-hto-takoe-primenenie-formula-rascheta/> (дата обращения 13.02.2023).
4. Анализ коэффициента удержания клиентов (CRR) [Электронный ресурс]: Статья (ред. от 05.01.2023). URL: <https://www.calltouch.ru /blog/hto-takoe-customer-retention-rate-kak-gorasschitat-i-ispolzovat/> (дата обращения 12.02.2023).
5. Анализ среднего чека (AC) [Электронный ресурс]: Статья. URL: <https://excel-analytics.ru/analiz-srednego-cheka/> (дата обращения 13.02.2023).
6. Влияние кредитного управления на прибыльность производственной фирмы [Электронный ресурс]: Исследование (ред от 09.2017). URL: [https://www.researchgate.net/publication/336677003\\_EFFECTS\\_OF\\_CREDIT\\_MANAGEMENT\\_ON\\_PROFITABILITY\\_OF\\_MANUFACTURING\\_FIRM](https://www.researchgate.net/publication/336677003_EFFECTS_OF_CREDIT_MANAGEMENT_ON_PROFITABILITY_OF_MANUFACTURING_FIRM) (дата обращения 14.03.2023).
7. Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2020). URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата обращения 11.02.2023)
8. О мерах по регулированию оборота гражданского и служебного оружия и патронов к нему на территории Российской Федерации».

[Электронный ресурс] Постановление Правительства РФ от 21.07.1998 N 814 (ред. от 31.12.2020). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19504/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19504/) (дата обращения 19.02.2023).

9. О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Закон РФ от 11.03.1992 N 2487-1 (ред. от 11.06.2021). URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_385/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_385/) (дата обращения 20.02.2023).

10. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 16.04.2022). URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_17819/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/) (дата обращения 15.02.2023)

11. Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению [Электронный ресурс]: Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 07.02.2023). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_29165](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165) (дата обращения 17.02.2023).

12. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 27.11.2020). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6208](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6208) (дата обращения 02.03.2023).

13. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12508](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508) (дата обращения 05.03.2023).

14. Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 15.11.2019 N 180н. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_348523/83c7d643a9e7398cd257c6fdbd2986423f8638de](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348523/83c7d643a9e7398cd257c6fdbd2986423f8638de) (дата обращения 08.03.2023).

15. Об утверждении Федеральных стандартов бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства» и ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 17.09.2020 N 204н. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_365338](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_365338)

(дата обращения 22.02.2023).

16. Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации». [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 29.07.1998 N 34н (ред. от 11.04.2018). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_20081/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20081/) (дата обращения 16.02.2023).

17. Слепов В. А., Ценообразование Учебник для бакалавров: Издательство - «Магистр», 2022. 304с.

18. Сорокотягин, И. Н. Профессиональная этика юриста: учебник для академического бакалавриата / И. Н. Сорокотягин, А. Г. Маслеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 327 с.

19. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019). Доступ из справ. - правовой системы «Консультант плюс». URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_122855/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/) (дата обращения 16.02.2023)

20. Федеральный закон «Об оружии» [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 13.12.1996 N 150-ФЗ. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12679/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12679/) (дата обращения 18.02.2023).

21. Эффективность различных методов управления должником [Электронный ресурс]: Исследование Binagwaho, A. and Van Campenhout, G. (2019) «The Effectiveness of Different Debtor Management Techniques». URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567118301779> (дата обращения 07.04.2023).

22. Keiningham, T. L., Cooil, B., Andreassen, T. W., Aksoy, L., & Hsu, M. (2007). Продольное исследование чистого промоутера и роста доходов фирмы [Электронный ресурс]: Журнал американской ассоциации маркетинга (ред. от. 08.2007) URL: [https://www.researchgate.net/publication/228660597\\_A\\_Longitudinal\\_Examination\\_of\\_Net\\_Promoter\\_and\\_Firm\\_Revenue\\_Growth](https://www.researchgate.net/publication/228660597_A_Longitudinal_Examination_of_Net_Promoter_and_Firm_Revenue_Growth) (дата обращения 03.04.2023).

23. Reinartz, W. J., & Kumar, V. (2003) Влияние характеристик взаимоотношений с клиентами на прибыльную продолжительность жизни [Электронный ресурс]: Журнал американской ассоциации маркетинга (ред. от. 01.2003) URL: [https://www.researchgate.net/publication/229815849\\_The\\_Impact\\_of\\_Customer\\_Relationship\\_Characteristics\\_on\\_Profitable\\_Lifetime\\_Duration](https://www.researchgate.net/publication/229815849_The_Impact_of_Customer_Relationship_Characteristics_on_Profitable_Lifetime_Duration) (дата обращения 04.04.2023).

24. Влияние корпоративной репутации на потребительское поведение и покупочные намерения [Электронный ресурс]: Исследование Allayannis, G. and Weston, J.P. (2018) «The Effect of Buyer Reputation on Trade Credit Access and Availability». URL: [https://www.researchgate.net/publication/329874828\\_THE\\_EFFECT\\_OF\\_CORPORATE\\_REPUTATION\\_ON\\_CONSUMER\\_BEHAVIOUR\\_AND\\_PURCHASE\\_INTENTIONS](https://www.researchgate.net/publication/329874828_THE_EFFECT_OF_CORPORATE_REPUTATION_ON_CONSUMER_BEHAVIOUR_AND_PURCHASE_INTENTIONS) (дата обращения 06.04.2023).

25. Влияние кредитной политики на финансовые показатели производственных фирм [Электронный ресурс]: Исследование Adekanye, F. and Fasanya, I. (2017) «The Impact of Credit Policy on the Financial Performance of Manufacturing Firms». URL: [https://www.researchgate.net/publication/341713426\\_The\\_effect\\_of\\_bank\\_credit\\_on\\_the\\_performance\\_of\\_the\\_manufacturing\\_sector\\_in\\_Nigeria](https://www.researchgate.net/publication/341713426_The_effect_of_bank_credit_on_the_performance_of_the_manufacturing_sector_in_Nigeria) (дата обращения 06.04.2023).

Приложение А  
Бухгалтерский баланс за 2022 г.

**Бухгалтерский баланс**  
на 31 декабря 2022 г.

		<b>Коды</b>		
		<b>0710001</b>		
		<b>31</b>	<b>12</b>	<b>2022</b>
		<b>29140673</b>		
		<b>7724927321</b>		
		<b>80.10</b>		
		<b>12300</b>	<b>16</b>	
		<b>384</b>		

Организация Общество с ограниченной ответственностью частная охранная организация "РЕГИОН" по ОКПО  
 Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН \_\_\_\_\_  
 Вид экономической деятельности Деятельность частных охранных служб по ОКВЭД 2  
 Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность по ОКОПФ / ОКФС  
 Единица измерения: в тыс. рублей по ОКЕИ  
 Местонахождение (адрес) 107564, Москва г, Краснобогатырская ул, дом № 2, строение 2, оф. 66

Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2022 г.	На 31 декабря 2021 г.	На 31 декабря 2020 г.
<b>АКТИВ</b>				
Материальные внеоборотные активы	1150	5 651	8	31
Запасы	1210	274	317	83
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	14 286	34 656	10 954
Финансовые и другие оборотные активы	1230	67 390	20 390	11 327
<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>87 602</b>	<b>55 371</b>	<b>22 394</b>
<b>ПАССИВ</b>				
Капитал и резервы	1370	87 555	55 310	22 047
Кредиторская задолженность	1520	46	61	348
<b>БАЛАНС</b>	<b>1700</b>	<b>87 602</b>	<b>55 371</b>	<b>22 394</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ **Попов Алексей Николаевич**  
 (подпись) (расшифровка подписи)

Рисунок А.1 - Бухгалтерский баланс за 2022 г.

## Приложение Б

### Отчет о финансовых результатах за 2022 г.

#### Отчет о финансовых результатах за Январь - Декабрь 2022 г.

		Дата (число, месяц, год)	<b>Коды</b>		
		Форма по ОКУД	<b>0710002</b>		
		по ОКПО	<b>31</b>	<b>12</b>	<b>2022</b>
Организация	<u>Общество с ограниченной ответственностью частная охранная организация "РЕГИОН"</u>	по ОКПО	<b>29140673</b>		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	<b>7724927321</b>		
Вид экономической деятельности	<u>Деятельность частных охранных служб</u>	по ОКВЭД 2	<b>80.10</b>		
Организационно-правовая форма / форма собственности	<u>Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность</u>	по ОКОПФ / ОКФС	<b>12300</b>	<b>16</b>	
Единица измерения:	в тыс. рублей	по ОКЕИ	<b>384</b>		

Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2022 г.	За Январь - Декабрь 2021 г.
Выручка	2110	69 241	62 219
Расходы по обычной деятельности	2120	(29 877)	(27 303)
Прочие доходы	2340	3 420	-
Прочие расходы	2350	(60)	(63)
Налоги на прибыль (доходы)	2410	(774)	(1 590)
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>41 950</b>	<b>33 263</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ Попов Алексей Николаевич  
(подпись) (расшифровка подписи)

4 февраля 2023 г. \_\_\_\_\_

Рисунок Б.1 - Отчет о финансовых результатах за 2022 г.

Приложение В  
Бухгалтерский баланс за 2021 г.

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2021 г.		Коды		
		0710001		
		31	12	2021
		29140673		
		7724927321		
		80.10		
		12300	16	
		384		
Форма по ОКУД				
Дата (число, месяц, год)				
Общество с ограниченной ответственностью частная охранная	по ОКПО			
Организация <u>организация "РЕГИОН"</u>				
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН			
Вид экономической деятельности	по ОКВЭД 2			
<u>Деятельность частных охранных служб</u>				
Организационно-правовая форма / форма собственности	по ОКОПФ / ОКФС			
<u>Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность</u>				
Единица измерения: в тыс. рублей	по ОКЕИ			
Местонахождение (адрес)				
<u>107564, Москва г, Краснобогатырская ул, дом № 2, строение 2, оф. 66</u>				

Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2021 г.	На 31 декабря 2020 г.	На 31 декабря 2019 г.
<b>АКТИВ</b>				
Материальные внеоборотные активы	1150	8	31	65
Запасы	1210	317	83	240
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	34 656	10 954	8 036
Финансовые и другие оборотные активы	1230	20 390	11 327	2 226
<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>55 371</b>	<b>22 394</b>	<b>10 567</b>
<b>ПАССИВ</b>				
Капитал и резервы	1370	55 310	22 047	10 364
Кредиторская задолженность	1520	61	348	203
<b>БАЛАНС</b>	<b>1700</b>	<b>55 371</b>	<b>22 394</b>	<b>10 567</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ **Попов Алексей Николаевич** \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)

Рисунок В.1 - Бухгалтерский баланс за 2021 г.

## Приложение Г

### Отчет о финансовых результатах за 2021 г.

Отчет о финансовых результатах за Январь - Декабрь 2021 г.		Коды			
	Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД	31	12	2021
Общество с ограниченной ответственностью частная охранная		по ОКПО	0710002		
Организация <u>организация "РЕГИОН"</u>			29140673		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	7724927321		
Вид экономической деятельности <u>Деятельность частных охранных служб</u>		по ОКВЭД 2	80.10		
Организационно-правовая форма / форма собственности <u>Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность</u>		по ОКOPФ / ОКФС	12300	16	
Единица измерения: в тыс. рублей		по ОКЕИ	384		

Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2021 г.	За Январь - Декабрь 2020 г.
Выручка	2110	62 219	41 395
Расходы по обычной деятельности	2120	(27 303)	(28 707)
Прочие расходы	2350	(63)	(36)
Налоги на прибыль (доходы)	2410	(1 590)	(969)
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>33 263</b>	<b>11 683</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ Попов Алексей Николаевич  
(подпись) (расшифровка подписи)

\_\_\_\_\_ 22 марта 2022 г.

Рисунок Г.1 - Отчет о финансовых результатах за 2021 г.

Приложение Д  
Бухгалтерский баланс за 2020 г.

**Бухгалтерский баланс**  
на 31 декабря 2020 г.

		<b>Коды</b>		
		<b>0710001</b>		
		<b>31</b>	<b>12</b>	<b>2020</b>
		<b>29140673</b>		
		<b>7724927321</b>		
		<b>80.10</b>		
		<b>12300</b>	<b>16</b>	
		<b>384</b>		
Форма по ОКУД				
Дата (число, месяц, год)				
Общество с ограниченной ответственностью частная охранная	по ОКПО			
Организация <u>организация "РЕГИОН"</u>	ИНН			
Идентификационный номер налогоплательщика	по			
Вид экономической деятельности <u>Деятельность частных охранных служб</u>	ОКВЭД 2			
Организационно-правовая форма / форма собственности	по ОКОПФ / ОКФС			
Единица измерения: в тыс. рублей	по ОКЕИ			
Местонахождение (адрес)				
<u>107564, Москва г, Краснобогатырская ул, дом № 2, строение 2, оф. 66</u>				

Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2020 г.	На 31 декабря 2019 г.	На 31 декабря 2018 г.
<b>АКТИВ</b>				
Материальные внеоборотные активы	1150	31	65	23
Запасы	1210	83	240	350
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	10 954	8 036	6 400
Финансовые и другие оборотные активы	1230	11 327	2 226	4 406
<b>БАЛАНС</b>	1600	<b>22 394</b>	<b>10 567</b>	<b>11 179</b>
<b>ПАССИВ</b>				
Капитал и резервы	1370	22 047	10 364	10 663
Кредиторская задолженность	1520	348	203	516
<b>БАЛАНС</b>	1700	<b>22 394</b>	<b>10 567</b>	<b>11 179</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ **Попов Алексей Николаевич**  
(подпись) (расшифровка подписи)

Рисунок Д.1 - Бухгалтерский баланс за 2020 г.

## Приложение Е

### Отчет о финансовых результатах за 2020 г.

#### Отчет о финансовых результатах за Январь - Декабрь 2020 г.

		Дата (число, месяц, год)	Коды		
		Форма по ОКУД	0710002		
		Дата (число, месяц, год)	31	12	2020
Организация	Общество с ограниченной ответственностью частная охранная <u>организация "РЕГИОН"</u>	по ОКПО	29140673		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	7724927321		
Вид экономической деятельности	<u>Деятельность частных охранных служб</u>	по ОКВЭД 2	80.10		
Организационно-правовая форма / форма собственности	<u>/</u>	по ОКОПФ / ОКФС	12300	16	
Единица измерения:	в тыс. рублей	по ОКЕИ	384		

Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2020 г.	За Январь - Декабрь 2019 г.
Выручка	2110	41 395	34 300
Расходы по обычной деятельности	2120	(28 707)	(26 685)
Прочие расходы	2350	(36)	(7 026)
Налоги на прибыль (доходы)	2410	(969)	(889)
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>11 683</b>	<b>(300)</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ Попов Алексей Николаевич  
(подпись) (расшифровка подписи)

\_\_\_\_\_ 23 марта 2021 г.

Рисунок Е.1 - Отчет о финансовых результатах за 2020 г.