

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра Финансов
Направление подготовки 38.03.01 – Экономика
Профиль: Финансы и кредит

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ Е.А.Самойлова
«_____» _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Оценка финансовых результатов на примере ООО «Парус»

Исполнитель
студент группы 171зб 1

А.Г. Кспоян

Руководитель
доцент, к.э.н.

О.А. Цепелев

Нормоконтроль
ассистент

С.Ю. Колупаева

Благовещенск 2016

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 64 с., 5 рисунков, 17 таблиц, 44 источника, 2 приложения

ТОРГОВЛЯ, ДОХОДЫ, РАСХОДЫ, ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ, УПРАВЛЕНИЕ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Целью бакалаврской работы является оценка финансовых результатов деятельности предприятия и разработка рекомендаций по их улучшению.

Объектом исследования послужило ООО «Парус».

Предметом исследования является финансовый результат деятельности предприятия.

В процессе работы раскрыты понятие и принципы управления финансовыми результатами деятельности, проведен анализ и дана оценка управления финансовыми результатами деятельности ООО «Парус», даны рекомендации по улучшению управления финансовыми результатами ООО «Парус».

Торговля товарами через сеть в современном мире стала привычным делом, поэтому постоянно разрабатываются меры по увеличению реализации в данной сфере. Более того, этот метод завоевывает все больше поклонников, так как он позволяет, прежде всего, наладить стабильные отношения с клиентом и увеличить объемы продаваемой продукции. Эффективность открытия интернет-магазина ООО «Парус» составила 4,49 %, а эффект - 11 млн. руб.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы оценки финансовых результатов деятельности предприятия	8
1.1 Понятие и принципы управления финансовым результатом деятельности предприятий	8
1.2 Методы управления финансовым результатом деятельности предприятия	12
1.3 Информационное обеспечение управления финансовым результатом предприятия	18
1.4 Проблемы оценки финансового результата деятельности предприятия в условиях инфляции	22
2 Оценка финансовых результатов деятельности ООО «Парус»	26
2.1 Основные экономические показатели деятельности ООО «Парус»	26
2.2 Оценка финансового состояния ООО «Парус»	31
2.3 Анализ динамики и структуры доходов и расходов ООО «Парус»	36
2.4 Оценка финансовых результатов деятельности ООО «Парус»	41
3 Рекомендации по улучшению управления финансовым результатом ООО «Парус»	49
Заключение	59
Библиографический список	61
Приложение А Бухгалтерский баланс ООО «Парус»	65
Приложение Б Отчет о финансовых результатах ООО «Парус»	67
Приложение В Отчет о проверке выпускной квалификационной работы на оригинальность в системе «Антиплагиат»	69

ВВЕДЕНИЕ

Эффективная деятельность предприятий, стабильные темпы их работы и конкурентоспособность в современных экономических условиях в значительной степени определяются качеством управления финансами. Оно включает в себя финансовое планирование и прогнозирование с такими обязательными элементами, как бюджетирование и бизнес планирование, разработка инвестиционных проектов, организация управленческого учета, регулярный комплексный финансовый анализ и на его основе решение проблем платежеспособности, финансовой устойчивости, преодоление возможного банкротства предприятия.

Финансовый результат деятельности организации характеризуется суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Прибыль организации получают главным образом от реализации товаров, продукции, работ, услуг, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных фондов, коммерческая деятельность на финансовых и валютных биржах).

Прибыль является основной целью деятельности организации. Прибыль организации зависит от производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности. Рост прибыли создает финансовую базу для экономического развития организации. В связи с этим задачей организации является не только получение максимального размера прибыли в текущем периоде, а ее эффективное распределение и использование для обеспечения дальнейшего роста компании.

Среди факторов влияющих на изменение прибыли можно выделить объем производства продукции, продаж, качество товара, конкурентоспособность организации, ее деловую репутацию. Актуальность работы заключается в том, что проблема грамотного и эффективного управления финансовым результатом является наиболее значимой в развитии организации. Многие организации стремятся максимизировать прибыль в краткосрочном периоде и не осуществляют финансовых вложений в развитие производства. Это происходит отчасти из-за недостатка экономических знаний руководства

предприятий, отчасти из-за нестабильности экономической ситуации в стране. Механизм эффективного управления прибылью должен способствовать повышению эффективности производства и стимулировать его развитие. На большинстве российских организаций данному и наиболее важному аспекту уделяется недостаточное внимание.

Таким образом, важнейшей задачей управления прибылью организации является осуществление анализа состава и динамики прибыли.

Важнейшей формой управления финансами организации должны стать решения, суть которых сводится к формированию достаточных для развития предприятия финансовых ресурсов, поиску новых источников финансирования на денежном и финансовых рынках, использованию новых финансовых инструментов, позволяющих решать ключевые проблемы финансов: платежеспособность, ликвидность, доходность и оптимальное соотношение собственных и заемных источников финансирования.

По данным экспертов из-за отсутствия налаженной системы управления финансами компании ежегодно теряют не менее 10 % своих доходов – нехватка полной и оперативной финансовой информации приводит к ошибочным, запоздалым управленческим решениям, многие объекты финансового управления уходят из зоны внимания руководства. Для выполнения данной задачи необходима постановка эффективного механизма финансового менеджмента на предприятии – инструмента повышения эффективности и управляемости компании, а следовательно, улучшение финансового результата деятельности организации.

Целью бакалаврской работы является оценка финансовых результатов деятельности предприятия и разработка рекомендаций по их улучшению.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть понятие и принципы управления финансовыми результатами деятельности;
- провести анализ и дать оценку управления финансовыми результатами

деятельности ООО «Парус»;

- дать рекомендации по улучшению управления финансовыми результатами ООО «Парус».

Объектом исследования послужило ООО «Парус».

Предметом исследования является финансовый результат деятельности предприятия.

Для написания бакалаврской работы была использована методическая, научная и учебная литература, нормативные документы, законодательные акты, статьи периодической печати, также годовая отчетность ООО «Парус» за 2013-2015 гг.

В процессе решения перечисленных задач применялись основные методы анализа экономических явлений: индексный, вертикального и горизонтального анализа, сравнений, группировок и другие.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие и принципы управления финансовым результатом деятельности предприятий

Ведущие экономисты в области экономического анализа и финансового менеджмента большое место уделяют в своих исследованиях изучению финансовых результатов хозяйственной деятельности учреждений однако подходят к определению экономического содержания данного понятия в различных аспектах и с разной степенью детализации.

Формирование финансовых результатов имеет принципиальное значение в рыночной экономике, поскольку прибыль является побудительным мотивом и целью предпринимательской деятельности. Прибыль является обобщающим (интегральным) результатом деятельности и выступает абсолютным показателем эффективности производственно-торговой деятельности. Финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала за отчетный период. Способность предприятия обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов.

Под управлением финансовыми результатами предприятия понимают комплекс мероприятий по управлению кредитно-денежными отношениями предприятия, реализуемых в определенном порядке ответственной структурой для решения взаимосвязанных задач восстановления, укрепления и расширения финансов.¹

Текущие задачи по управлению финансовым результатом определяются хозяйственной деятельностью предприятия, зафиксированной практически в каждом уставе: улучшение финансовых результатов или максимизация прибыли. К конкретным задачам по улучшению финансового результата относятся:

¹ Кирьянова З.В. Анализ финансовой отчетности. М., 2014. С. 95.

- оптимизация затрат (оценка размеров и структуры, выявление резервов, рекомендации по снижению);
- оптимизация доходов (соотношение прибыли и налогов, распределение прибыли);
- реструктуризация активов предприятия (выбор и обеспечение разумного соотношения текущих активов);
- обеспечение дополнительных доходов предприятия (от непрофильной реализационной и финансовой деятельности, реструктуризации имущественного комплекса – «сброса» излишних видов имущества, основных фондов, долгосрочных финансовых вложений);
- совершенствование расчетов с контрагентами (повышение денежной составляющей в объеме продаж);
- совершенствование финансовых взаимоотношений с другими организациями (поставщиками, кредиторами, государственными структурами).

Соотношение этих задач путём построения дерева целей и выделения приоритетов должно определяться по результатам финансовой политики.

Таким образом, можно определить основные объекты при управлении финансовыми результатами:

- регулирование финансовых результатов производственной деятельности (определение оптимальных вариантов формирования элементов себестоимости производства, распределения затрат, ценообразования, налогообложения);
- управление активами – деятельность, связанная с формированием имущества предприятия.

Имущественные процессы, прежде всего, связаны с инвестициями, направленными предприятием на техническое развитие (реконструкция, обновление технологического оборудования, освоение новых видов продукции, строительство и ремонт недвижимого производственного имущества), финансовыми инвестициями (приобретение ценных бумаг, создание дочерних предприятий), финансирование текущей производственной деятельности, маневрированием временно свободными денежными средствами, а также с

обратными процессами – использованием, ликвидацией объектов имущественного комплекса, их реализацией.

В связи с этим перед финансовым менеджером стоят взаимосвязанные и разнонаправленные задачи – с одной стороны, выбор наиболее выгодного варианта инвестиций, а с другой – постоянный контроль за эффективным использованием существующего имущественного комплекса.²

Действительно, управление финансовыми результатами нельзя назвать эффективным, если даже при осуществлении успешной текущей инвестиционной деятельности не уделяется внимание «балласту» в существующих активах предприятия: финансовые вложения, не приносящие доход, неиспользуемые основные средства, излишки материальных запасов, замороженное капитальное строительство. От излишних материальных ценностей необходимо избавляться всеми возможными средствами, так как, во-первых, их реализация обеспечивает дополнительный приток денежных средств, которых, как правило, не хватает, во-вторых, это ведет к снижению затрат на их содержание и, в-третьих, снижает налоговое бремя в части налога на имущество.

Управление источниками финансовых ресурсов - управление собственным и заемным капиталом.

В качестве источников финансовых ресурсов на любом предприятии используются как собственные, так и заемные средства. Финансовый менеджер должен выбирать источники, предварительно оценив стоимость этих ресурсов, степень финансового риска, возможные последствия на финансовое состояние предприятия. И здесь перед финансовым менеджером постоянно встает ряд важных вопросов: за счет каких источников покрыть недостаток денежных средств, каково должно быть соотношение заемных и собственных средств, какая степень риска привлечения заемных средств допустима, какие будут

² Мальцев А.С. Оптимизационные методы управления ликвидностью компании. Финансовый менеджмент. 2016. № 3. С. 5.

последствия от привлечения тех или иных источников средств.³

Привлечение заемных финансовых ресурсов сопряжено с анализом эффективности производства. Если рентабельность производства выше банковского процента, то привлечение кредитов выгодно, так как расширение производства в связи с привлечением заёмного капитала увеличивает общую массу прибыли. И наоборот, если банковский процент выше уровня рентабельности производства, то не только вся полученная прибыль, но и часть собственных средств идет на погашение платы за использование заёмных средств. Поэтому для низко рентабельных предприятий целесообразно привлекать заёмные средства не для решения текущих проблем, а в качестве долгосрочных инвестиций под эффективные проекты.⁴

То же самое относится и к задолженности предприятия перед бюджетом и внебюджетными фондами - после наступления срока платежей задолженность можно рассматривать как платное кредитование предприятия государством.

Кредиторскую задолженность перед персоналом и поставщиками (в силу сложившейся договорной практики в договорах, как правило, не оговариваются штрафные санкции за просрочку платежей) можно рассматривать как относительно дешевые источники финансовых ресурсов. Относительность определяется косвенными последствиями.

В первом случае при накапливании задолженности, поставщики могут прекратить поставки, и предприятию придется искать альтернативных, зачастую более дорогих поставщиков.

При увеличении срока задержки выплаты заработной платы нарастает социальная напряженность, увеличивается вероятность забастовочного движения, срыва производственной программы, оттока квалифицированного персонала.

Таким образом, именно финансовый менеджмент на микроуровне должен стать ключевым для стабилизации состояния каждого предприятия и

³ Кирьянова З.В. Анализ финансовой отчетности. М., 2014. С. 101.

⁴ Титаев В.Н. Управление предприятием и анализ его деятельности. М., 2015. С. 37.

российской экономики в целом, поскольку именно рационально организованные финансовые потоки, как кровь живого организма, позволяют функционировать экономической структуре во всех сферах хозяйственной деятельности - снабжении, производстве, сбыте, трудовых взаимоотношениях.⁵

1.2 Методы управления финансовым результатом деятельности предприятия

К основным методам управления финансовыми результатами деятельности учреждения относятся: планирование прибыли, распределение прибыли; управление прибылью на основе организации центров ответственности; факторный анализ прибыли.

1) Планирование прибыли - составная часть финансового планирования и важный участок финансово-экономической работы в организации. Прибыль планируют отдельно по видам деятельности организации. В процессе разработки планов по прибыли важно не только учесть все факторы, влияющие на величину возможных финансовых результатов, и, рассмотрев варианты производственной программы и выбрать наилучший вариант, обеспечивающий максимальную прибыль.

При относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования прибыль планируется на год в рамках текущего финансового плана.

Современная ситуация в экономике затрудняет долгосрочное планирование, и организации могут составлять реальные планы прибыли по кварталам. Поскольку планирование прибыли призвано к расчету авансовых платежей по налогу на прибыль и порядку внесения их в бюджет, то составление квартальных планов становится необходимым.

Плательщики налога на прибыль заинтересованы в том, чтобы разница между заявленным ими размером авансовых платежей налога и фактическими платежами была минимальной.

⁵ Севрюк В.Т. Анализ прибыли в системе маркетинга. Бухгалтерский учет. 2016. № 3. С.17.

Однако более важная цель планирования прибыли — определение возможностей организации в финансировании своих потребностей.

Объектом планирования являются планируемые элементы балансовой прибыли, главным образом прибыль от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг.

Основные этапы планирования:

- расчет базовых показателей за предшествующий год;
- постановка целей хозяйственной деятельности на планируемый год;
- прогнозирование индексов инфляции; расчет плановой прибыли и рентабельности по вариантам;
- выбор оптимального варианта.

В качестве базовых показателей используют выручку от реализации продукции, работ, услуг (без налога на добавленную стоимость, акцизов, таможенных пошлин), себестоимость реализованной продукции, прибыль от реализации продукции, работ, услуг, прочую прибыль и валовую прибыль, структуру себестоимости (процентное соотношение материальных расходов, заработной платы с начислениями, амортизационных отчислений, прочих расходов), стоимость активов организации на конец года, финансовый рычаг (отношение стоимости всех активов организации к собственному капиталу), рентабельность всего капитала и рентабельность собственного капитала.

2) Распределение и использование прибыли является важным хозяйственным процессом, обеспечивающим как покрытие потребностей организации, так и формирование дохода страны. Экономически обоснованная система распределения прибыли в первую очередь должна гарантировать выполнение финансовых обязательств перед государством и максимально обеспечить производственные, материальные и социальные нужды организации.

Объектом распределения является балансовая прибыль организации. Под распределением прибыли понимается ее направление в бюджет и по статьям использования в организации.

Определение направлений расходования прибыли, остающейся в распоряжении организации, структуры статей ее использования находится в компетенции организации.

Вся прибыль, остающаяся в распоряжении организации, подразделяется на две части. Первая часть увеличивает имущество организации и участвует в процессе накопления, вторая часть характеризует долю прибыли, используемой на потребление. Остаток прибыли не использованной на увеличение имущества, имеет резервное значение и может быть использован в последующие годы для покрытия возможных убытков, финансирования различных расходов.

Нераспределенная прибыль прошлых лет, оставшаяся на накопление образует фонд накопления. Структура фонда накопления строится в зависимости от источников, а разделение на фонды не является обязательным, но это предпочтительнее с точки зрения эффективности использования и учета. Источники фондов формируют следующие фонды:

- 1) амортизационный;
- 2) инвестиционный;
- 3) резервный;
- 4) страховой;
- 5) ассоциативный или отраслевой;
- 6) пенсионный и прочие.

Амортизационный фонд организации формируется из средств амортизационных отчислений. В организации формируется фонд инвестирования в капитальные вложения или в основные фонды производственного и непроизводственного назначения.

Кроме того, формируются фонды на закупку оборудования, фонды пополнения собственных оборотных средств или их прироста, фонд освоения новой техники и технологий. Формируются специальные фонды для работы на финансовом рынке. При формировании инвестиционных фондов могут привлекаться как собственные, так и заемные ресурсы. Средства, привлекаемые

в инвестиционные фонды, должны учитываться отдельно, каждый фонд создается для определенной цели. Привлечение иностранных инвестиций возможно только для транснациональных корпораций или крупных компаний, они имеют возможность формировать реальную прибыль и передавать собственнику. Резервный фонд формируется за счет чистой прибыли. Каждая организация обязана сформировать резервный фонд для покрытия каких-либо расходов в пределах до 25% от уставного капитала. Отраслевые фонды создаются только там, где существует отраслевая структура.

3) Управление по центрам ответственности является одной из подсистем, обеспечивающих внутрифирменное планирование. В рамках данной подсистемы можно оценить вклад каждого подразделения в конечные результаты деятельности организации. Выделение центров финансовой ответственности необходимо при регулировании конечных финансовых результатов на основе оценочных показателей, ответственность за которые несут руководители структурных подразделений организации. Управление предприятием через центры финансовой ответственности является эффективным инструментом оперативного управления бизнесом. Данная система управления позволяет иметь системную информацию о темпах развития организации, проводить анализ, за счет каких факторов был достигнут определенный результат, выявлять какое звено предприятия тормозит его развитие, воздействуя на определенные центры ответственности можно достичь максимального результата и качественно новых результатов.⁶

Центр финансовой ответственности – это структурное подразделение организации:

- осуществляющее операции по оптимизации прибыли;
- способное оказывать непосредственное воздействие на рентабельность;
- отвечающее перед вышестоящим руководством за реализацию установленных целей и соблюдение уровней расходов в пределах

⁶ Бычкова С.М. Учет формирования финансовых результатов и распределения прибыли. Аудиторские ведомости. 2015. № 5. С. 51.

установленных лимитов.

Цель системы управления по центрам финансовой ответственности состоит в повышении эффективности управления подразделениями организации на основе обобщения данных о результатах деятельности каждого центра ответственности с тем, чтобы возникающие отклонения можно было отнести на конкретного руководителя.

Наиболее распространенной является классификация центров финансовой ответственности в зависимости от полномочий и ответственности:

- центр затрат – это структурное подразделение, руководитель которого отвечает только за затраты;

- центр дохода – это структурное подразделение, которое отвечает только за выручку от продажи продукции, товаров, услуг и за затраты, связанные с их сбытом;

- центр прибыли – это структурное подразделение, которое ответственно за финансовые результаты своей деятельности;

- центр инвестиций – это структурное подразделение, которое несет ответственность за капиталовложения;

- центр контроля и управления – это сфера деятельности, несущая ответственность за конкретные виды работ и их результаты.

Управление прибылью на основе ведения центров финансовой ответственности затрагивает работу внутренних структурных служб и подразделений организации, обеспечивающих разработку и принятие управленческих решений по отдельным аспектам формирования, распределения и использования прибыли и несущих ответственность за результаты этих решений. Целью применения методики управления прибылью по центрам ответственности является оценка, прогнозирование и достижение оптимальной прибыли, рентабельности и эффективности деятельности центров финансовой ответственности и организации в целом.

4) Факторный анализ: на величину прибыли от реализации продукции оказывают влияние как внутренние, так и внешние факторы. К внешнему

воздействию относятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений, система налогообложения, состояние экономики страны.

К внутренним факторам можно отнести цены на реализуемую продукцию, заработную плату, конкурентоспособность продукции, эффективность производственного и финансового планирования, компетентность руководства и менеджеров, квалификация работников, технический уровень основных производственных фондов.

Важнейшим фактором, определяющим величину прибыли организации являются цены на продукцию. Цены устанавливаются в зависимости от конкурентоспособности производимой продукции, спроса и предложения аналогичной продукции другими производителями.

Уровень цен определяется качеством производимой продукции, зависящим от технического совершенствования ее производства. В структуре цены себестоимость занимает значительный удельный вес. Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, а ее рост к падению прибыли. Изменение среднего уровня цен на продукцию и величина прибыли находятся в прямо пропорциональной зависимости: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот.⁷

Данные факторы влияют на прибыль не прямо, а через объем реализованной продукции. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли и улучшению финансового состояния организации.

Рост объема реализации убыточной продукции влияет на уменьшение суммы прибыли.

Таким образом, величина прибыли от продажи продукции находится под

⁷ Ковалев В.В. Финансовый анализ. М., 2015. С. 236.

воздействием множества факторов: изменение объема реализации, структуры продукции, отпускных цен на реализацию продукции, цен на сырье, материалы, топливо и энергию, уровня затрат материальных и трудовых ресурсов.

Проведение факторного анализа прибыли позволяет оценить резервы повышения эффективности производства и принять правильные управленческие решения по использованию производственных факторов.

1.3 Информационное обеспечение управления финансовым результатом предприятия

Для принятия эффективных управленческих решений в условиях динамичного развития рыночной экономики организации требуется целесообразная система информационного обеспечения, объективно отражающая сложившуюся экономическую ситуацию.

Информационное обеспечение управления – это связь информации с системами управления организации и управленческим процессом в целом. Оно может рассматриваться не только в целом, охватывая все функции управления, но и по отдельным функциональным управленческим работам, например прогнозированию и планированию, учету и анализу.

В современных условиях важной областью стало информационное обеспечение, которое состоит в сборе и переработке информации, необходимой для принятия обоснованных управленческих решений.

Информация о финансовом состоянии организации важна для многих групп пользователей. Среди тех, кто прямо или косвенно заинтересован в получении этой информации для принятия управленческих решений, можно выделить следующие группы:

Кредиторы: они заинтересованы в сохранении устойчивого финансового состояния компании, позволяющего своевременно погасить ссуду и проценты по ней. Собственники организации: они заинтересованы в сохранении и приумножении стоимости своего вклада в организацию и начисление доходов от владения им, что возможно лишь при сохранении устойчивости его состояния.

Владение организацией может осуществляться, как через приобретение её акций, так и выпуском паев/долей (если организация создана не в форме акционерного общества).

Работники предприятия: частично их интересы носят кредитный характер – относительно заработка, который еще не уплачен за отработанное время.

В целом информационное обеспечение процесса анализа финансового состояния организации – это совокупность информационных ресурсов, необходимых для проведения аналитических процедур и способов их организации. Для пользователя большая часть данных поступает от внешних источников. К исходным данным, потенциально несущим информацию, предъявляются различные требования, в том числе:

- значимость, которая определяет, насколько привлекаемая информация влияет на результаты финансовых решений;

- полнота, которая характеризует завершенность круга информативных показателей, необходимых для проведения анализа, планирования и принятия управленческих решений;

- достоверность, которая определяет, насколько формируемая информация адекватно отражает реальное состояние и результаты финансовой деятельности, характеризует внешнюю финансовую среду. Достоверность в значительной степени определяется надежностью источника (например, данные бухгалтерского учета и данные, циркулирующие на фондовом рынке);

- своевременность, которая характеризует соответствие формируемой информации потребности в ней по периоду ее использования. Для финансового менеджмента имеют значение не данные вообще, а данные в нужном объеме и в нужное время;

- понятность, которая определяется простотой ее построения, соответствия и определенным стандартом представления и доступностью понимания теми категориями пользователей, для которых она предназначена;

- релевантность (избирательность), определяющая достаточно высокую степень используемости формируемой информации в процессе управления

финансовой деятельностью организации;

- сопоставимость, которая определяет возможность сравнительной оценки стоимости и результатов финансовой деятельности, возможность проведения сравнительного финансового анализа организации;

- эффективность, которая означает, что затраты по привлечению определенных информационных показателей не должны превышать эффект, получаемый в результате их использования;

- необходимая достаточность, которая отражает необходимые для конкретного предприятия объем и точность информации.

Содержание системы информационного обеспечения финансового менеджмента, ее широта и глубина определяются отраслевыми особенностями деятельности организаций, их организационно-правовой формой функционирования. Основу информационного обеспечения составляет информационная база, в состав которой входят пять укрупненных блоков, в соответствии с рисунком 1.

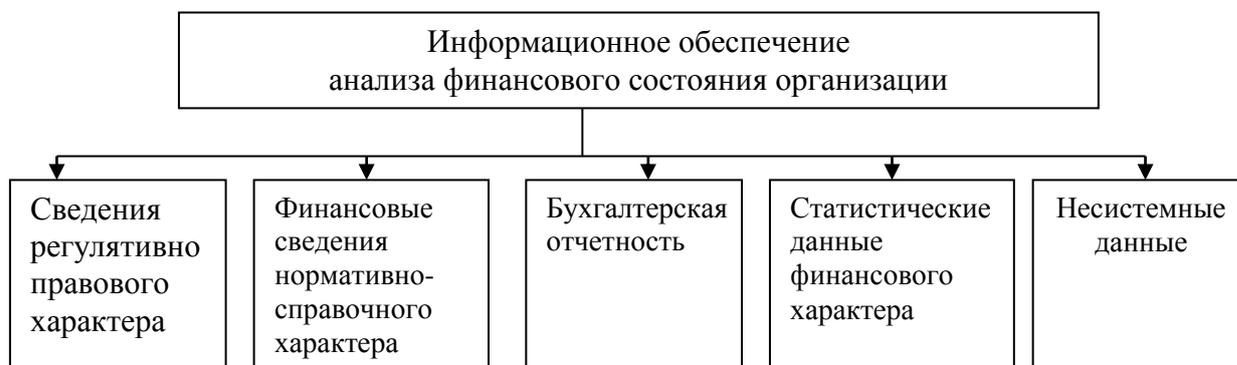


Рисунок 1 - Структура информационной базы процесса управления финансами

Первый блок включает в себя законы, постановления и другие нормативные акты, положения и документы, определяющие правовую основу финансовых институтов, рынка ценных бумаг.

Во второй блок входят нормативные документы государственных органов (Министерства финансов РФ, Банка России), международных организаций и различных финансовых институтов, содержащие требования, рекомендации и

количественные нормативы в области финансов к участникам рынка (положение о выплате дивидендов по акциям и процентов по облигациям, сообщения Минфина РФ о различных процентных ставках).

Третий блок включает бухгалтерскую отчетность, которая является наиболее информативным и надежным источником, характеризующим имущественное и финансовое положение организации.

Четвертый блок включает сведения финансового характера, публикуемые органами государственной статистики, биржами и специализированными информационными агентствами. Стоит отметить, что этот раздел информационного обеспечения пока еще недостаточно развит в России, хотя, по опыту развитых стран, именно он является наиболее существенным для принятия решений в области управления финансами.

Пятый блок содержит сведения, не имеющие непосредственного отношения к информации финансового характера или генерируемые вне какой-либо устойчивой информационной системы (например, официальная статистика, имеющая общеэкономическую направленность, данные аудиторских компаний, данные, публикуемые в различных средствах массовой информации, неофициальные данные). Ведущая роль в информационном обеспечении анализа принадлежит бухгалтерскому учету и отчетности, где наиболее полно отражаются хозяйственные явления, процессы, их результаты. Своевременный и полный анализ данных, которые имеются в учетных документах и отчетности, обеспечивает принятие необходимых мер, направленных на улучшение выполнения планов, достижение лучших результатов хозяйствования.

Информация, необходимая для принятия решений контрагентами организации, ее собственниками и менеджерами, формируется, прежде всего, в системе бухгалтерского учета.

Бухгалтерской отчетности свойственен ряд недостатков, среди которых наиболее серьезные следующие:

- предоставление информации только в денежном выражении, что

значительно сужает ее объем и ограничивает полезность, заставляя исследователя получать недостающие данные из других источников;

- условность некоторых данных, связанная невозможностью точной оценки результатов сделок, незавершенных в момент составления отчета.

Прибыль, определенная по методу начисления, может значительно отличаться от реальной прибыли, полученной за данный промежуток времени;

- несоответствие балансовой оценки активов и пассивов их реальной стоимости. Совпадение рыночной цены, например, основных средств и суммы, в которой они отражены в балансе, достижимо лишь в момент покупки;

- нестабильность денежной единицы. Данный фактор делает несопоставимость отчетности за ряд лет, если не была проведена дополнительная корректировка на инфляцию (как правило, она производится уже в процессе анализа). Однако способы устранения данного фактора на результаты анализа, не всегда приводят желаемым результатам.⁸

Несмотря на все вышеперечисленные недостатки, для внешнего пользователя, бухгалтерская отчетность остается наиболее полным, а иногда и единственным источником данных обо всех видах деятельности организации и ее финансовых результатах.

1.4 Проблемы оценки финансового результата деятельности предприятия в условиях инфляции

Финансовые результаты – это системное понятие, которое отражает совместный результат от производственной и коммерческой деятельности предприятия в виде выручки от реализации, а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли и чистой прибыли.

Финансовый результат как реализованная стоимость представляет собой финансовую форму выражения коммерческого интереса, обладающую свойствами формирования и распределения.⁹

Поскольку финансовые результаты имеют определяющее значение для

⁸ Кучерова Е.В. Экономический анализ: методы приемы и прогнозирование. Кемерово., 2014. С. 43.

⁹ Фридман А.М. Экономика предприятий. М., 2015. С. 39.

жизнедеятельности предприятия, то они подлежат детальному и качественному анализу в целях повышения управляемости ими. Для этого необходимо иметь четкое представление о механизме формирования финансовых результатов хозяйствующих субъектов.

Содержание экономического механизма оценки формирования финансовых результатов деятельности предприятия в условиях инфляции представляет собой последовательность процессов, направленных на преобразование различных видов ресурсов, используемых для организации и осуществления любого экономического явления.

В связи целесообразно разработать схему экономического механизма оценки формирования финансовых результатов деятельности предприятия в условиях инфляции.

На входе процесса присутствуют разрозненные ресурсы, а на выходе процесса имеем созданный механизм, соответствующий возможностям и целям организации.

При этом современные условия диктуют острую необходимость включения в состав механизма оценки формирования финансовых результатов элемента, учитывающего влияние инфляции.

Это обусловлено тем, что темпы прироста инфляции оказывают существенное влияние на общеэкономические показатели деятельности как государства в целом, так и хозяйствующих субъектов в экономике. При измерении влияния инфляционных процессов на финансовые результаты производственной деятельности коммерческих предприятий необходимо исходить в первую очередь из объема и структуры их доходов и расходов.

Для измерения размеров влияния инфляции на показатели, отражающие объем производства и доходов, а также на структуру производственных затрат коммерческих предприятий необходимо применять всю систему индексов цен, использованную при переоценке производственного и использованного валового внутреннего продукта страны в постоянные цены.

В методологической схеме измерения и анализа влияния инфляционных

процессов на результаты финансовой деятельности предприятий прибыль и рентабельность являются результативными показателями, а показатели, определяющие их поведение (изменение продажных цен продуктов и услуг; изменение «покупных цен» на средства производства; изменение заработной платы под влиянием инфляции) - факторными показателями. Задача факторного анализа в данном случае заключается, с одной стороны, в определении (выявлении) основных факторов, влияющих на изменение результативных показателей в фактических (текущих) ценах, а с другой - в измерении влияния инфляции на каждый фактор изменения результативных показателей в отдельности и на общую финансовую результативность предприятия в целом.

В процессе исследования выявлено неоднозначное влияние инфляции, с одной стороны, завышение фактически полученной прибыли, а с другой, снижение стоимости активов, недоначисление суммы амортизации основных средств. Для оценки инфляционного искажения финансовой отчетности предприятия существуют три модели (методики) учета, которые позволяют «очистить» финансовую отчетность от её воздействия. В мировой практике применяются три основных метода корректировки влияния изменения цен на статьи финансовой отчетности предприятия модели учета в постоянных ценах (GPP); модели учета в текущих ценах (ССА); модели, представляющей собой комбинацию первых двух методов.

Учитывая мировой опыт использования методик корректировки инфляционного воздействия на финансовую отчетность признается нецелесообразной корректировка долгосрочных немонетарных статей баланса. При этом одним из возможных направлений корректировочных процедур является корректировка статей активов и пассивов, включенных в оборотный капитал компании.

Определение метода измерения инфляции или выбор статистических показателей, отражающих величину инфляционных процессов в экономике страны, является важнейшим этапом преобразования финансовой отчетности,

обеспечения сопоставимости ее данных. Поэтому важным методом является определение последовательности проведения корректировочных процедур, то есть по сути алгоритм методики корректировки показателей финансовой отчетности предприятий. Объективная оценка финансового состояния и финансовых результатов деятельности предприятий непосредственно зависит от корректировки на инфляцию данных отчетности.

Проведенный анализ методических подходов корректировки показателей финансовой отчетности позволяет сделать вывод о необходимости дальнейшей разработки методов учета инфляционного воздействия для реальной оценки финансового состояния и обоснованного принятия управленческих решений.¹⁰

¹⁰ Щербаков В.Л. Краткосрочная финансовая политика. М., 2014. С. 41.

2 ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПАРУС»

2.1 Основные экономические показатели деятельности ООО «Парус»

Общество с ограниченной ответственностью «Парус», далее ООО «Парус» по российскому законодательству, является юридическим лицом, имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Компания зарегистрирована 26 февраля 2006 года регистратором Межрайонная инспекция ФНС России № 1 по Амурской области. Компания ООО «Парус» находится по адресу 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Пограничная, 126/1.

Основным видом деятельности является розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями».

Организации присвоен ИНН 2801109910, ОГРН 1062801016354.

Учредителями ООО «Парус» являются физические лица. Имущество состоит из вкладов учредителей - это общая долевая собственность учредителей.

Высшим органом ООО «Парус» является общее собрание его участников-учредителей, которое осуществляет свою деятельность в соответствии с российским законодательством на основании Устава.

Общее собрание участников проводится не реже одного раза в год, не позднее трех месяцев с момента окончания финансового года.

Учредителями назначается директор (руководитель) предприятия. Организационная структура ООО «Парус» показана на рисунке 2.

Предприятие относится к торговому и занимается розничной торговлей продуктами питания на территории г. Благовещенска с 2013 года.

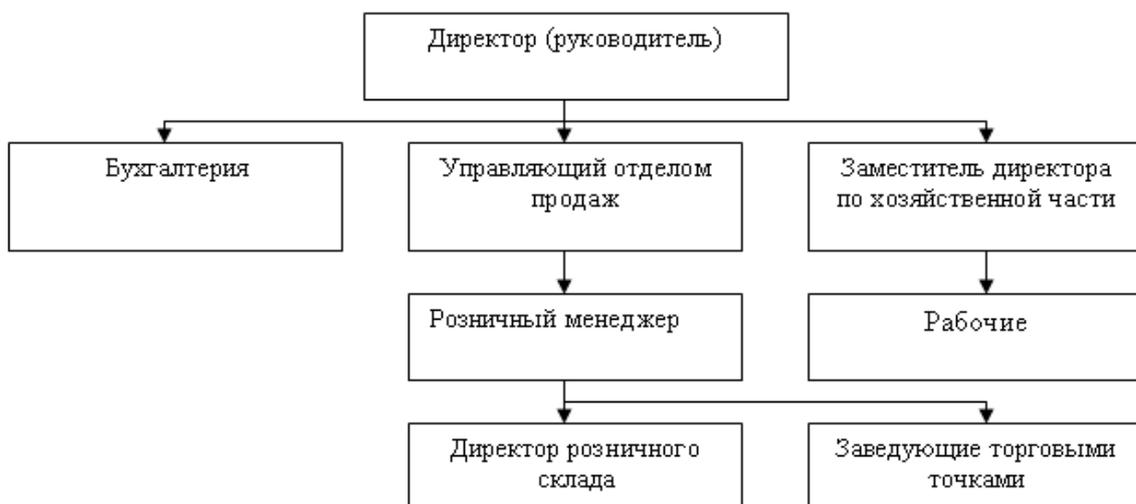


Рисунок 2 - Организационная структура предприятия ООО «Парус»

Большое внимание уделяется вопросу обучения и повышения квалификации работников. Основные показатели, характеризующие экономическое состояние предприятия представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные показатели, характеризующие экономическое состояние ООО «Парус» за 2013-2015 гг.

Показатель	Годы			Абсолютное изменение (+,-)		Темп роста, %	
	2013	2014	2015	2015 к 2014	2015 к 2013	2015 к 2014	2015 к 2013
Выручка, тыс. руб.	6842	62295	248846	186551	242004	в 3,99 раза	в 36 раз
Среднегодовая величина валюты баланса, тыс. руб.	2832	23826	41277	17451	38445	173,2	в 14,5 раз
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	168	2698	5925	3227	5757	в 2,2 раза	в 35 раз
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	2664	20975	35339	14364	32675	168,5	в 13 раз
Среднегодовая численность работников, чел.	13	25	46	21	33	184,0	в 3 раза
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	1046	6144	13267	7123	10490	в 2 раза	в 12,7 раза

Выручка ООО «Парус» увеличилась за 2015 год по сравнению с 2014 годом почти в 4 раза, в 2015 году по сравнению с 2013 годом увеличилась в 36 раз, что связано с открытием оптово-розничного направления торговли продуктами питания в г. Белогорске. Среднегодовая стоимость основных имеет динамику роста с 168 тыс.руб. в 2013 году до 5925 тыс.руб. в 2015 году или в 35 раз. Оборотные средства также имеют положительную динамику - в 2015 году по отношению к 2013 году – произошло увеличение в 13 раз, на фоне повышения объемов продаж в 36 раз.

Среднегодовая численность работников увеличилась в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 21 чел., фонд оплаты труда увеличился в 2 раза в 2015 году по сравнению с 2014 годом и в 12,7 раза в по сравнению с 2013 годом.

Из расчетов следует, что ООО «Парус» является малым по размеру предприятием в 2015 году, численность работников составляет до 101 человека. По динамике всех приведенных показателей можно сделать вывод о повышении имущественного потенциала предприятия.

Для полной характеристики предприятия необходимо рассмотреть, наличие и движение, показатели обеспеченности и эффективности использования основных средств и оборачиваемости оборотных средств.

Проведем анализ движения и воспроизводства основных средств и расчеты представим в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ основных средств ООО «Парус» за 2013-2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отношение, %	
				2015 к 2014	2015 к 2013
Основные средства на начало года, тыс. руб.	-	172	2854	1655,6	-
Поступление за год, тыс. руб.	172	2682	3826	142,6	2219,1
Основные фонды на конец года, тыс. руб.	172	2854	6680	234,0	3874,7
Коэффициент обновления	1,000	0,940	0,573	61,0	57,3
Прирост основных средств, тыс. руб.	172	2682	3826	142,6	2219,1

Из расчетов следует, что коэффициент обновления ООО «Парус» в 2015 году уменьшился на 42,7 % вследствие того, что поступление основных средств увеличилось в 22 раза, а наличие на конец года увеличилось в 38 раз по сравнению с 2013 годом. Выбывших основных средств за анализируемый период не было. Прирост основных средств за три года повысился в 22 раза, что связано с увеличением производственного потенциала предприятия.

Показатели экономической эффективности использования основных средств на предприятии представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Показатели обеспеченности и эффективности использования основных средств ООО «Парус» за 2013-2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отношение, %	
				2015 к 2014	2015 к 2013
Выручка, тыс. руб.	6842	62295	248846	399,5	3637,0
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	168	2698	5925	219,6	3526,8
Среднегодовая численность работников, чел.	13	25	46	184,0	353,8
Фондовооружённость, тыс.руб.	12,9	107,9	128,8	119,4	996,7
Фондоёмкость, руб.	0,025	0,043	0,024	55,0	97,0
Фондоотдача, руб.	40,7	23,1	42,0	181,9	103,1

На основании анализа показателя фондовооруженности можно сделать вывод, что произошло повышение показателя на 19,4 % в 2015 году по сравнению с 2014 годом и повышение почти в 10 раз по сравнению с 2013 годом, показатель фондоемкости уменьшился на 45 % в 2015 году по сравнению с 2014 годом и по сравнению с 2013 годом на 3 %, при этом фондоотдача в 2015 году повысилась на 81,9 % по сравнению с 2014 годом и на 3,1 % по сравнению с 2013 годом.

На основании рассчитанных показателей можно сделать вывод, что основные средства на предприятии используются более эффективно в 2015 году, несмотря на существенный рост их объёма.

Оборотные средства, в отличие от основных, принимают участие в одном

производственном цикле, сразу перенося свою стоимость на изготавливаемый продукт.

Они являются материальной частью оборотных средств производителей, в состав которых входят также нематериальные активы.

Оборотные средства - это неотъемлемая часть производственного процесса, анализ эффективности их использования представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели оборачиваемости и эффективности использования оборотных средств ООО «Парус» за 2013-2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отношение, %	
				2015 к 2014	2015 к 2013
Выручка, тыс. руб.	6842	62295	248846	399,5	3637,0
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	2664	20975	35339	168,5	1326,5
Коэффициент оборачиваемости	2,57	2,97	7,04	237,1	274,2
Время обращения(t), дни	140,2	121,2	51,1	42,2	36,5
Коэффициент закрепления	0,39	0,34	0,14	42,2	36,5

Из расчетов следует, что оборотные средства ООО «Парус» в 2015 году по сравнению с 2013 годом используются более эффективно, т.к. коэффициент оборачиваемости увеличился в 2,7 раза, в связи с этим снизилось время обращения с 140,2 дней до 51,1 дней.

Для общей оценки эффективности использования оборотных средств рассчитаем рентабельность оборотных средств в таблице 5.

Таблица 5 – Рентабельность оборотных средств ООО «Парус» за 2013-2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отношение, %	
				2015 к 2014	2015 к 2013
Чистая прибыль, тыс. руб.	678	6780	5116	75,5	754,6
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	2664	20975	35339	168,5	1326,5
Рентабельность оборотных средств	0,255	0,323	0,145	44,8	56,9

Рентабельность оборотных средств ООО «Парус» в 2015 году снизилась с 25,5 % в 2013 году до 14,5 % в 2015 году за счет преобладания роста оборотных средств (в 13,3 раза) над увеличением чистой прибыли (в 7,5 раза).

2.2 Оценка финансового состояния ООО «Парус»

Оценка финансового состояния состоит в изучении размещения и использования средств производства, платежеспособности предприятия, обеспеченности собственными оборотными средствами, состоянии производственных запасов, собственных и заемных источников их образования, дисциплины в расчетах с поставщиками, организациями и государством, выявления эффективности использования финансовых ресурсов.

Большое значение при проведении финансового анализа придается финансовым коэффициентам. Это объясняется, с одной стороны, распространением и влиянием переводной экономической литературы, в которой финансовым коэффициентам традиционно уделяется большое внимание.

С другой стороны, такое стремительное распространение новых для нас показателей можно объяснить высоким уровнем инфляции, который делает невозможным сравнение и анализ абсолютных показателей разделенных даже небольшим отрезком времени.

Финансовые коэффициенты можно разделить на несколько групп. В первую группу войдут коэффициенты, характеризующие имущественное положение предприятия. Эти коэффициенты представлены в таблице 6.

Таблица 6- Анализ имущественного положения ООО «Парус» в 2013-2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение (+,-)	
				2015 к 2014	2015 к 2013
Сумма хозяйственных средств, находящихся в распоряжении организации, тыс. руб.	2832	23826	41277	17451	38445
Доля основных средств в активах, %	5,9	11,3	14,4	3,0	8,4

Из таблицы 6 видно, что сумма средств, находящихся в распоряжении ООО «Парус» к концу 2015 года увеличилась на 35445 тыс. руб. по сравнению с 2013 годом и на 17451 тыс. руб. по сравнению с 2014 годом.

Доля основных средств в активах предприятия составила 5,9 %, 11,3 %, 14,4 % в 2013, 2014, 2015 годах.

Большое значение придается коэффициентам, характеризующим ликвидность баланса хозяйствующего субъекта.

Некоторые из коэффициентов иллюстрируют покрытие тех или иных величин актива собственными источниками средств или долю активов в имуществе предприятия. Данные коэффициенты представлены в таблице 7.

Таблица 7 - Анализ ликвидности ООО «Парус» в 2013-2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение (+,-)	
				2015 к 2014	2015 к 2013
Величина собственных оборотных средств (функционирующий капитал), тыс.руб.	519	4616	6645	2029	6126
Маневренность собственных оборотных средств	0,637	0,098	0,004	-0,094	-0,633
Коэффициент текущей ликвидности	1,579	1,284	1,234	-0,050	-0,345
Коэффициент быстрой ликвидности	0,894	0,643	0,189	-0,454	-0,705
Коэффициент абсолютной ликвидности (платежеспособности)	0,196	0,028	0,001	-0,027	-0,195
Доля оборотных средств в активах	0,941	0,880	0,856	-0,024	-0,085
Доля собственных оборотных средств в общей их сумме	0,195	0,220	0,188	-0,032	-0,007
Доля запасов в оборотных активах	0,434	0,499	0,847	0,348	0,413
Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов	0,449	0,441	0,222	-0,219	-0,227
Коэффициент покрытия запасов	0,47	0,44	0,22	-0,219	-0,248

Из таблицы 7 видно, что собственные оборотные средства увеличилась за три года на 6126 тыс.руб. или в 12,8 раз. Коэффициент текущей ликвидности за

2013 год – 1,579, за 2014 год – 1,284 и 2015 год – 1,234, что указывает на снижение ликвидности ООО «Парус» при нормативном значении коэффициента более 2. Коэффициент быстрой ликвидности снизился с 0,894 до 0,189, что ниже нормативного значения (не менее 1). В данном случае ООО «Парус» способно погасить краткосрочные обязательства в 2015 году только лишь на 18,9 %, используя денежные средства и дебиторскую задолженность.

Коэффициент абсолютной ликвидности к концу 2015 года снизился с 0,941 до 0,001, по нормативам данный коэффициент должен иметь значение не менее 0,2 (20 %). В данном случае на конец 2015 года 0,1 % краткосрочных обязательств ООО «Парус» может быть погашен за счет имеющейся денежной наличности. По рассчитанным коэффициентам можно сделать вывод, что платежеспособность предприятия снижается, так как уменьшаются коэффициенты ликвидности.

Таблица 8– Анализ финансовой устойчивости ООО «Парус» в 2013-2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение (+,-)	
				2015 к 2014	2015 к 2013
Коэффициент автономии	0,243	0,313	0,305	-0,009	0,062
Коэффициент финансовой зависимости	0,757	0,687	0,695	0,008	-0,062
Коэффициент концентрации заемного капитала	0,757	0,655	0,657	0,002	-0,101
Коэффициент структуры долгосрочных вложений	2,723	0,008	0,009	0,001	-2,713
Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	0,400	0,003	0,004	0,001	-0,395
Коэффициент структуры заемного капитала	0,271	0,001	0,002	0,001	-0,269
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	3,120	2,089	2,154	0,065	-0,966

Коэффициент автономии показывает, какую часть всего капитала составляют собственные средства. Нормативным значением признается значение, равное или больше 0,5, желательно, чтобы сумма собственных

средств предприятия превышала половину всех средств, которыми оно располагает. В нашем случае коэффициент автономии ООО «Парус» к концу 2015 года составляет 0,305.

Коэффициент финансовой зависимости показывает обратное коэффициенту автономии значение, т.е. валюту баланса делим на собственный капитал.

За анализируемый период он составил 0,757 и снизился на конец 2015 года до 0,695, снижение данного показателя в динамике означает, что доля заемных средств в финансировании предприятия уменьшилась.

Финансовое состояние ООО «Парус» на конец 2015 года можно определить как устойчивое. Показатели деловой активности предприятия представлены в таблице 9.

Таблица 9 - Анализ деловой активности ООО «Парус» в 2013-2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение (+,-)	
				2015/ 2014	2015/ 2013
Производительность труда, тыс.руб./чел.	526,3	2491,8	5409,7	2917,9	4883,4
Фондоотдача, руб.	40,7	23,1	42,0	18,9	1,3
Оборачиваемость в расчетах, об.	8,58	6,22	46,49	40,3	37,9
Оборачиваемость средств в расчетах, дн.	42	58	8	-50,1	-34,2
Оборачиваемость запасов, об.	5,07	5,10	8,07	3,0	3,0
Оборачиваемость запасов, дн.	71	71	45	-26,0	-26,4
Оборачиваемость кредиторской задолженности, дн.	102	105	40	-64,8	-61,8
Продолжительность операционного цикла, дн.	113	128	52	-76,1	-60,6
Продолжительность финансового цикла, дн.	11	23	12	-11,3	1,2
Коэффициент погашаемости дебиторской задолженности	0,117	0,161	0,022	-0,1	-0,1
Оборачиваемость собственного капитала, об.	10,0	8,3	19,8	11,4	9,8
Оборачиваемость совокупного капитала, об.	2,42	2,61	6,03	3,4	3,6

Из таблицы 9 видно, что на ООО «Парус» оборачиваемость средств, запасов, дебиторской задолженности к концу 2015 года повысилась. Операционный цикл снизился на 61 день.

Произошло увеличение финансового цикла на 1 день. Оборачиваемость собственного капитала составляет 19,8, при этом оборачиваемость совокупного капитала 6,03.

Показатели рентабельности являются важнейшими характеристиками факторной среды формирования прибыли предприятия. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия.

При анализе деятельности предприятия показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

Расчет показателей рентабельности ООО «Парус» представлен в таблице 10.

Таблица 10- Анализ рентабельности ООО «Парус» в 2013 – 2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение (+,-)	
				2015/ 2014	2015/ 2013
Чистая прибыль, тыс.руб.	678	6780	5116	-1664,0	4438,0
Коэффициент рентабельности продукции	0,159	0,162	0,028	-0,134	-0,131
Коэффициент рентабельности основной деятельности (рентабельность продаж)	0,136	0,139	0,027	-0,112	-0,109
Коэффициент рентабельности совокупного капитала	0,239	0,285	0,124	-0,161	-0,115
Коэффициент рентабельности собственного капитала	0,986	0,908	0,407	-0,501	-0,579
Период окупаемости собственного капитала, лет	1,0	1,1	2,5	0,1	1,445

В течение анализируемого периода ООО «Парус» получало прибыль, на конец 2015 года предприятие получило чистую прибыль в сумме 5116 тыс.руб. Рентабельность продукции и рентабельность продаж уменьшилась в 2015 году

по отношению к 2013 году.

Рентабельность собственного капитала, совокупного капитала к концу 2015 года также снизилась. ООО «Парус» работает эффективно и рентабельно.

В целом финансовое состояние предприятия можно определить как вполне устойчивое, но сопряженное с нарушением платежеспособности.

Восстановление финансового равновесия возможно за счет пополнения источников собственных средств, за счет сокращения дебиторской задолженности, ускорения оборачиваемости запасов.

При выполнении предприятием работ по расширению рынков сбыта, выполнении работ по снижению затрат в дальнейшем у предприятия появится возможность увеличить объемы продаж и получать дополнительную прибыль.

2.3 Анализ динамики и структуры доходов и расходов ООО «Парус»

Рассмотрим формирование доходов в ООО «Парус» за 2013- 2015 год в таблице 11.

Таблица 11 – Анализ динамики доходов ООО «Парус» за 2013 – 2015 гг.

Вид дохода	Сумма дохода , тыс.руб.			Абсолютные изменения (+,-)	Темп роста, %
	2013 г.	2014	2015 г		
Доходы всего:	6844	62671	254953	248109	3725,0
Доходы от обычного вида деятельности (выручка)	6842	62295	248846	242004	3636,8
Прочие доходы	2	376	6107	6105	305370,0
в том числе					
доходы, связанные с реализацией прочего имущества	2	375	232	230	11590,0
доходы, связанные с реализацией имущественных прав	-	-	5753	5753	-
прибыль прошлых лет	-	-	54	54	-
возмещение убытков к получению	-	1	12	12	-
курсовые разницы	-	-	29	29	-
прочие доходы	-	-	28	28	-

Общая сумма доходов увеличилась на 248109 тыс.руб. или в 37,3 раза, в том числе доходы от обычных видов деятельности за анализируемый период увеличились на 242004 тыс.руб. или в 36,4 раза и составила за 2015 год 248846 тыс. руб.

Прочие доходы за 2015 год увеличились на 6105 тыс.руб. и составили 6107 тыс.руб., в том числе доходы, связанные с реализацией прочего имущества составили 232 тыс.руб., что больше показателя 2013 года на 230 тыс.руб. или в 116 раз, доходы, связанные с реализацией имущественных прав составили сумму 5753 тыс.руб., прибыль прошлых лет 54 тыс.руб., возмещение убытков к получению 12 тыс.руб., курсовые разницы 29 тыс.руб., прочие доходы 28 тыс.руб. Доход организации от сдачи имущества в аренду не является систематическим, поэтому в учетной политике для целей налогообложения организации он отнесен к прочим доходам.

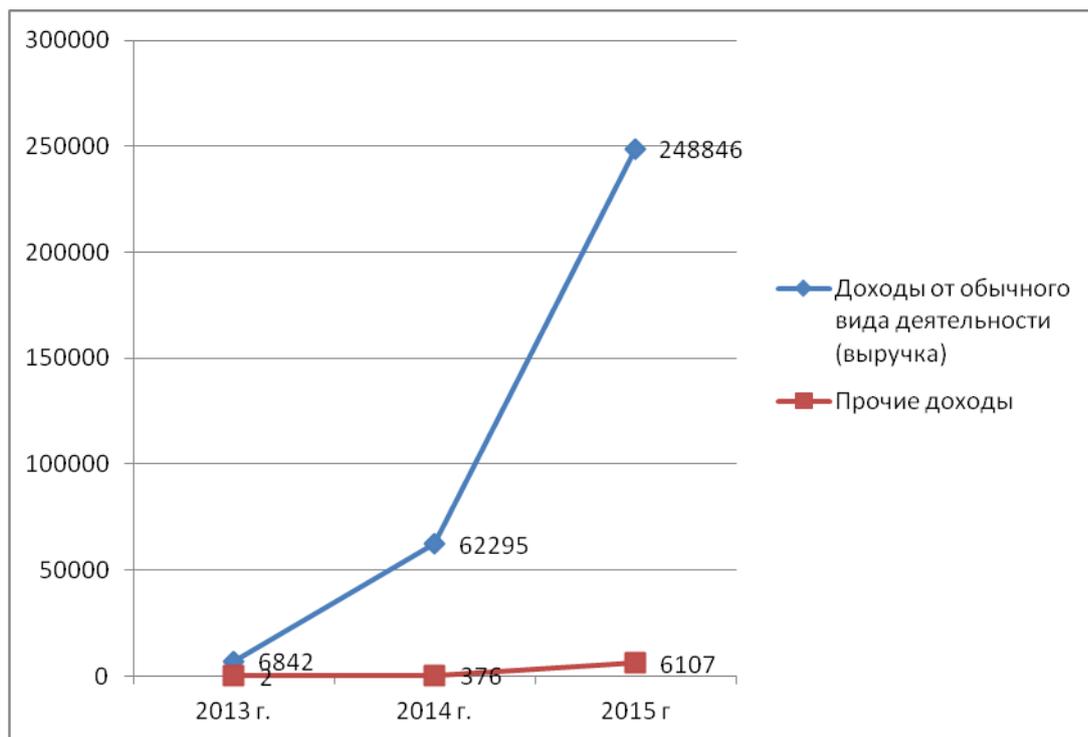


Рисунок 3 - Анализ динамики доходов ООО «Парус» за 2013- 2015 гг., тыс. руб.

Итак, можно сделать вывод, что в 2015 году ООО «Парус» было получено доходов от обычного вида деятельности в 36,4 раза больше, чем в 2013 году и

почти в 4 раза больше, чем в 2014 году, как было сказано выше, причиной данного роста стало открытие оптово-розничного направления торговли в г. Белогорске. Прочие доходы увеличились по сравнению с 2013 годом в 3054 раза, по сравнению с 2014 годом в 16,2 раза.

Чтобы спрогнозировать будущие значения показателей дохода предприятия, прибегнем к построению линий тренда.

С помощью построения линии тренда дадим прогноз значений доходов от обычного вида деятельности и прочих доходов на будущий отчетный период - 2016 год на рисунке 4.



Рисунок 4 - Прогнозные значения показателей доходов от обычного вида деятельности и прочих доходов на 2016 г., тыс. руб.

Таким образом, графический анализ показывает высокую вероятность увеличения доходов от обычного вида деятельности и прочих доходов на основании данных за предыдущие периоды. При этом значения доходов от обычного вида деятельности будут расти такими же высокими темпами, прочие доходы также будут иметь положительную динамику, поэтому

существует вероятность, что в будущем отчетном периоде – 2016 году - доходы от обычного вида деятельности и прочие доходы еще больше будут влиять на общий финансовый результат деятельности предприятия.

Группировка затрат по элементам является для всех предприятий единой и обязательной и определяется Положением о составе затрат. Группировка по экономическим элементам показывает, что именно израсходовано на производство продукции, каково соотношение отдельных элементов в общей сумме расходов. При этом по элементам материальных затрат отражаются только покупные материалы, изделия, топливо и энергию. Оплата труда и отчисления на социальные нужды отражаются только применительно к персоналу основной деятельности.

Анализ поэлементного состава и структуры затрат на производство дает возможность наметить главные направления поиска резервов в зависимости от уровня материалоемкости, трудоемкости и капиталоемкости производства.

Дадим оценку формирования затрат ООО «Парус» по элементам затрат в таблице 12.

Таблица 12 – Анализ формирования затрат ООО «Парус» по элементам за 2013-2015 годы

Элементы затрат	2013 год		2014 год		2015 год		Изменение удельного веса, %		Абсолютное изменение (+,-), тыс. руб.	
	сумма, тыс.руб.	удел. вес, %	сумма, тыс.руб.	удел. вес, %	сумма, тыс.руб.	удел. вес, %	2014/2013	2015/2014	2014/2013	2015/2014
Материальные затраты	4192	70,9	45620	85,0	222568	91,9	14,1	6,9	41428	176948
Затраты на оплату труда	1046	17,7	6144	11,4	13267	5,5	-6,2	-6,0	5098	7123
Отчисления на социальные нужды	148	2,5	1234	2,3	5570	2,3	-0,2	0,0	1086	4336
Амортизация основных фондов	24	0,4	107	0,2	242	0,1	-0,2	-0,1	83	135
Прочие затраты	502	8,5	558	1,0	542	0,2	-7,5	-0,8	56	-16
Итого:	5912	100,0	53663	100	242189	100	-	-	47751	188526

В 2015 году затраты ООО «Парус» выросли по всем элементам затрат. Материальные затраты выросли на 41428 тыс. руб., затраты на оплату труда на 5098 тыс. руб., отчисления на социальные нужды на 1086 тыс. руб., амортизация основных фондов на 83 тыс.руб., прочие затраты на 56 тыс. руб.

В 2015 году эта тенденция продолжилась. Затраты также выросли по всем элементам затрат. Материальные затраты выросли на 176948 тыс. руб., на заработную плату на 7123 тыс. руб., отчисления на социальные нужды на 4336 тыс. руб., прочие затраты сократились на 16 тыс. руб. Общий рост затрат составил в 2014 году 47751 тыс. руб., в 2015 году 188526 тыс. руб.

Доля материальных затрат в структуре себестоимости увеличилась на 14,1 % в 2014 году и еще на 6,9 % в 2015 году и составила в конце периода 91,9 %.

Трудоемкость продукции за анализируемый период наоборот снизилась. Доля затрат на оплату труда в себестоимости уменьшилась с 17,7 % до 5,5 %, доля отчислений на социальные нужды сократилась с 2,5 % до 2,3 %. Общее сокращение трудоемкости продукции составило 12,2 %, однако в абсолютном выражении затраты на оплату труда и отчисления на социальные нужды увеличились.

Амортизационные отчисления повысились в абсолютном выражении на 135 тыс.руб., по удельному весу сократились. Доля амортизационных отчислений в общей структуре затрат сократилась на 0,2 % в 2014 году и на 0,1 % в 2015 году. Доля прочих затрат предприятия сократилась с 8,5 % до 1 % в 2014 году, и уменьшилась с 1 % до 0,2 % в 2015 году.

Таким образом, основная доля расходов ООО «Парус» приходится на материальные затраты и затраты по оплате труда, следовательно этим элементам необходимо уделить особое внимание при выявлении резервов снижения затрат.

В процессе анализа проводят также сравнение затрат на 1 руб. товарной продукции в динамике и, если есть возможность, сравнение со среднеотраслевым показателем.

Таблица 13 - Анализ затрат на 1 руб. товарной продукции ООО «Парус» за 2013-2015 годы

Показатели	2013 г	2014 г	2015 г	Абсолютное изменение (+,-), тыс. руб.		Темп роста, %	
				2014/2013	2015/2014	2014/2013	2015/2014
Товарная продукция в сопоставимых ценах работ и услуг, тыс. руб.	6842	62295	248846	55453	186551	910,5	399,5
Себестоимость товарной продукции, тыс. руб.	5912	53663	242189	47751	188526	907,7	451,3
Затраты на 1 руб. товарной продукции, коп.	86,41	86,14	97,32	-0,26	11,18	99,7	113,0

Себестоимость товарной продукции ООО «Парус» в 2014 году выросла в 9,07 раза при росте товарной продукции на в 9,1 раза т.е. темп роста товарной продукции превышал темп роста ее себестоимости, что и привело к снижению затрат на 1 руб. товарной продукции в 2014 году.

В 2015 году себестоимость товарной продукции выросла в 4,5 раза при росте товарной продукции в 3,99 раза, т.е. повышение затрат на 1 рубль товарной продукции произошло на 11,18 коп. с 86,14 коп. до 97,32 коп. или на 13%.

Таким образом, снижение затрат на 1 руб. товарной продукции произошло в 2014 году на 0,0026 руб., а в 2015 году повышение составило 0,112 руб.

2.4 Оценка финансовых результатов деятельности ООО «Парус»

Целью работы любого предприятия является получение положительного финансового результата в виде прибыли, которая является основным источником для расширения производства, материального поощрения работников, выплаты дивидендов.

Поэтому важно провести анализ финансовых результатов, целью

которого является изучение динамики отдельных статей, оказывающих влияние на его формирование и влияние факторов на результаты работы предприятия за год. В нашем случае необходимо определить влияние доходов на финансовые результаты деятельности организации.

Общий финансовый результат отчетного периода отражается в отчетности в развернутом виде и представляет собой алгебраическую сумму прибыли (убытка) от реализации продукции (работ, услуг); реализации основных средств, нематериальных активов и иного имущества и результата от другой финансовой деятельности; прочих операций.

Анализ финансового результата начинают с общего анализа динамики прибыли, а также с выявления динамики отдельных статей, оказывающих влияние на формирование прибыли ООО «Парус» в таблице 14.

Таблица 14 - Анализ финансового результата ООО «Парус» за 2013-2015 гг.

Показатель	Годы			Структура, %			Отношение 2015 г. к 2013 г.	
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	(+,-)	%
Выручка, тыс.руб.	6842	62295	248846	100	100	100	242004	3636,8
Себестоимость продаж, тыс.руб.	5863	53356	241460	85,7	85,7	97,0	235597	4118,4
Валовая прибыль, тыс.руб.	979	8939	7386	14,3	14,3	3,0	6407	754,1
Коммерческие расходы, тыс.руб.	49	307	729	0,7	0,5	0,3	680	1491,2
Прибыль, (убыток) от продаж, тыс.руб.	930	8632	6657	13,6	13,9	2,7	5726	715,4
Проценты к уплате, тыс.руб.	24	29	0	0,3	0,0	0,0	-24	0,0
Прочие доходы, тыс.руб.	2	376	6107	0,0	0,6	2,5	6105	305370
Прочие расходы, тыс.руб.	51	487	6333	0,8	0,8	2,5	6282	12321,8
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс.руб.	857	8492	6431	12,5	13,6	2,6	5574	750,2
Налог на прибыль, тыс.руб.	105	1915	1118	1,5	3,1	0,4	1013	1064,1
Чистая прибыль, тыс.руб.	678	6780	5116	9,9	10,9	2,1	4438	755,1

ООО «Парус» в 2013-2015 гг. выручка, себестоимость имеют положительную динамику. Изменение выручки за 2013-2015 гг. составило 242004 тыс.руб. или в 36,4 раза, себестоимость увеличилась на 235597 тыс.руб. или в 41,2 раза. Валовая прибыль ООО «Парус» увеличилась на 654,1 процентов. Как видно из приведенных расчетов в 2015 году по сравнению с 2013 годом, себестоимость продаж увеличилась в 41,1 раза, доля себестоимости в структуре выручки повысилась с 85,7 % до 97,0 %, т.е каждый рубль выручки повлек за собой дополнительно 11,3 коп. (3-14,3) убытка. Коммерческие расходы также выросли в абсолютном выражении на 680 тыс.руб. (в 15 раз), но их доля в структуре выручки снизилась с 0,7 % до 0,3 %, что привлекло дополнительно на каждый рубль выручки 0,4 коп. прибыли.

На величину финансовых результатов от продаж в ООО «Парус» оказали влияние следующие факторы:

- изменение объемов реализации;
- изменение уровня себестоимости;
- изменение уровня коммерческих расходов.

Фактор роста выручки учитывается следующим образом:

$$\Delta\Pi_{\text{в}} = \frac{(B_{\text{отч}} - B_{\text{баз}}) \times P_{\text{баз}}}{100} \quad (1)$$

где $\Delta\Pi_{\text{в}}$ – изменение прибыли от реализации за счет изменения выручки;

$B_{\text{отч}}$, $B_{\text{баз}}$ – выручка от реализации отчетного и базисного года;

$P_{\text{баз}}$ - рентабельность базисного года.

$$P_{\text{баз}} = \frac{\Pi_{\text{реал.баз}}}{B_{\text{баз}}} \quad (2)$$

Рентабельность от реализации закрепляется на уровне базисного года, поскольку является качественным признаком.

$$P_{баз} = \frac{930}{6842} \times 100 = 13,599$$

$$\Delta\Pi_с = \frac{(248846 - 6842) \times 13,599}{100} = 32910 \text{ тыс.руб.}$$

За счет изменения выручки прибыль от реализации в 2015 году увеличилась на 32910 тыс. руб.

Изменение прибыли от фактора изменения уровня себестоимости рассчитывается по формуле:

$$\Delta\Pi_с = \frac{-(Y_с^{отч} - Y_с^б) \times B_{отч}}{100} \quad (3)$$

где $Y_с^{отч}$, $Y_с^б$, - уровень себестоимости отчетный и базисный, рассчитываемый как отношение себестоимости реализованной продукции по отчету о финансовых результатах к объему реализации из этой же формы.

Выручка в данном случае является количественным признаком и закрепляется на уровне текущего или отчетного года.

$$Y_с^{отч} = \frac{241460}{248846} = 0,9703$$

$$Y_с^б = \frac{5863}{6842} = 0,8569$$

$$\Delta\Pi_с = -(0,9703 - 0,8569) \times 248846 = -28233 \text{ тыс.руб.}$$

Прибыль 2015 года снизилась на 28233 тыс. руб. за счет повышения уровня себестоимости на 11,3 процентов.

Изменение прибыли от фактора изменения уровня коммерческих затрат рассчитывается соответственно по формуле:

$$\Delta\Pi_к = \frac{-(Y_к^{отч} - Y_к^б) \times B_{отч}}{100} \quad (4)$$

где $Y_к^{отч}$, $Y_к^б$, - уровень коммерческих расходов отчетный и базисный, рассчитываемый как отношение соответствующих расходов по отчету о финансовых результатах к объему реализации из этой же формы.

$$y_{\kappa}^{omu} = \frac{729}{248846} = 0,0029$$

$$y_{\kappa}^{\sigma} = \frac{49}{6842} = 0,0071$$

$$\Delta\Pi_{\kappa} = -(0,0029 - 0,0071) \times 248846 = 1049 \text{ тыс.руб.}$$

За счет снижения уровня доли коммерческих затрат на 0,4 %, прибыль предприятия увеличилась на 1049 тыс. руб.

Таким образом, увеличение прибыли от продаж в ООО «Парус» за 2013-2015 годы всего составило:

$$32910 - 28233 + 1049 = 5726 \text{ тыс. руб.}$$

В ходе анализа установлено, что от продажи работ, услуг ООО «Парус» получило прибыль как в 2013 году, так и 2015 году.

За анализируемый период величина прибыли увеличилась на 5729 тыс.руб.

На такой результат оказали влияние следующие факторы: уменьшение доли коммерческих затрат на 0,4 % увеличили прибыль на 1026 тыс.руб., увеличение доли затрат на 1 рубль продаж снизило прибыль на 28233 тыс.руб., повышение объема работ, предоставленных услуг, продаж увеличило прибыль на 32910 тыс.руб.

Таким образом, за счет увеличения прибыли от реализации, прибыль от обычных видов деятельности увеличилась на 5726 тыс.руб.

За счет изменения величины процентов к уплате:

$$\Delta\Pi_{\text{Пру}} = D_{\text{пру1}} - D_{\text{пру0}} = -24 \text{ тыс. руб.}$$

в результате снижения величины процентов к уплате прибыль от обычных видов деятельности увеличилась на 24 тыс.руб.

За счет изменения величины прочих доходов:

$$\Delta\Pi_{\text{Пнд}} = D_{\text{пр1}} - D_{\text{пр0}} = 6105 \text{ тыс. руб.}$$

в результате повышения прочих доходов прибыль от обычных видов деятельности увеличилась на 6105 тыс.руб.

За счет изменения величины прочих расходов:

$$\Delta\Pi_{\text{Прр}} = P_{\text{пр0}} - P_{\text{пр1}} = 6282 \text{ тыс.руб.}$$

в результате увеличения прочих расходов прибыль от обычных видов деятельности предприятия уменьшилась 6282 тыс. руб.

$$\begin{aligned} \text{Проверка: } \Delta\Pi_{\text{БП}} &= \Delta\Pi_{\text{Прп}} + \Delta\Pi_{\text{Прп}} - \Delta\Pi_{\text{Пру}} + \Delta\Pi_{\text{Пнд}} - \Delta\Pi_{\text{Рп}} = \\ &= 5726 + 24 + 6105 - 6282 = 5574 \text{ тыс.руб.} \end{aligned}$$

За счет увеличения прибыли до налогообложения чистая прибыль предприятия увеличилась на 5574 тыс.руб.

Чистая прибыль предприятия составила на конец года 5116 тыс.руб.

Сведем данные расчеты в таблицу 15.

Таблица 15 - Факторный анализ прибыли ООО «Парус» за 2015 год

Факторы	Сумма, тыс.руб.
Изменение объемов реализации	+32910
Изменение уровня себестоимости	-28233
Изменение уровня коммерческих расходов	+1049
Изменения величины процентов к получению	
Изменения величины процентов к уплате	+24
Изменения величины прочих доходов	+6105
Изменения величины прочих расходов	-6282
Изменение налога на прибыль	-1013
Изменение налоговых обязательств	+42
Изменение налоговых активов	-152
Прочее	-11
Изменение чистой прибыли	+4439

Проводя факторный анализ прибыли от реализации ООО «Парус», было выявлено, что наибольшее влияние на нее оказывают изменение затрат на производство работ, предоставление услуг, а также коммерческих расходов, прочих доходов и расходов.

По данным отчета о финансовых результатах можно проанализировать динамику рентабельности продаж, а так же влияние факторов на изменение этого показателя, которое исчисляется по формуле:

$$P_{vp} = Pr : Vp = (Vp - S) : Vp, \quad (5)$$

где Pr - прибыль от реализации,

Vp - выручка,

S - себестоимость продаж.

Первым этапом анализа является оценка рентабельности продаж и расчет факторов, влияющих на ее состояние (изменение цены продукции и ее себестоимости). С этой целью, используя формулу 5 и составим аналитическую таблицу 16.

Таблица 16 - Расчет и оценка рентабельности продаж ООО «Парус» за 2013-2015 гг.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение (+,-)	
				2015/ 2014	2015/ 2013
Выручка, (Vp), тыс.руб.	6842	62295	248846	186551	242004
Себестоимость продаж, (S), тыс.руб.	5912	53663	242189	188525	236277
Прибыль от продаж (Пр), тыс.руб.	930	8632	6657	-1975	5727
Рентабельность продаж (Pvn)	13,60	13,86	2,68	-11,18	-10,92

Как видно из таблицы 16, рентабельность продаж в ООО «Парус» снизилась на 10,92 пункта. Следует помнить, что снижение этого показателя свидетельствует о снижении конкурентоспособности предприятия, так как позволяет предположить снижение спроса на его продукцию.

Рассчитаем влияние изменения цены и себестоимости продаж методом цепных постановок.

1) Изменение рентабельности объема продаж за счет изменения цены реализации:

$$\Delta P_{vn} (\Delta \text{ цены}) = (V_{p1} - S_0) : V_{p1} - (V_{p0} - S_0) : V_{p0}, \quad (6)$$

$$(248846 - 5912) : 248846 - (6842 - 5912) : 6842 = 0,840 \text{ или } 84 \text{ процентов}$$

2) Изменение рентабельности продаж за счет увеличения себестоимости реализации:

$$\Delta P_{vn} (\Delta S) = (V_{p1} - S_1) : V_{p1} - (V_{p1} - S_0) : V_{p1}, \quad (7)$$

$(248846-242189) : 248846 - (248846 - 5912) : 248846 = -0,949$ или -94,9 процентов

3) Проверим соответствие общего применения рентабельности продаж и совокупность влияния факторов:

$$\Delta P_{vn} = \Delta P_{vn} (\Delta \text{ цены}) + \Delta P_{vn} (\Delta S) \quad (8)$$

$$-10,9 = 84 + (-94,9) \quad -10,9 = -10,9$$

При использовании метода цепных подстановок для расчета рентабельности объема продаж в 2015 г. выявлено, что рентабельность продаж снизилась на 10,9 пункта при совокупном влиянии факторов:

- изменение рентабельности объема продаж за счет изменения цены реализации составило (+84 процентов);
- изменение рентабельности объема продаж за счет увеличения себестоимости реализации составило (-94,9 процентов).

Здесь положительную роль увеличения рентабельности объема продаж сыграл первый фактор.

При проведении аналитической работы на основании данных ООО «Парус» установлена прямая зависимость финансового результата финансово-хозяйственной деятельности от отчетного периода.

Так на начало каждого исследуемого года ООО «Парус» получает прибыль, следовательно, его деятельность оценивается как положительная.

Комплекс исследованных показателей доказывает, что ООО «Парус» полностью отвечает требованиям устойчиво работающих предприятий, и не намерено сокращать масштабы деятельности.

Важнейшим направлением эффективности продаж является исследование потребностей рынка, удержание уже завоеванного сегмента рынка, выход на новые рынки.

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ ООО «ПАРУС»

Для совершенствования взаимоотношений ООО «Парус» с клиентами (покупателями) возможно использование Интернет-магазина ООО «Парус» на базе eCRM системы, которая будет использоваться как для привлечения новых клиентов, так и для грамотного выстраивания отношений с уже имеющимися. Основная роль eCRM-систем состоит в сборе следующей информации:

- насколько оформление Web-страницы привлекает внимание посетителей;
- каким образом увеличение/уменьшение объема и интенсивности рекламы отражается на продажах;
- какие рекламные кампании дают наилучший эффект - в традиционных СМИ или в виртуальном пространстве;
- какие рекламные стратегии дают наибольший коэффициент окупаемости затрат;
- какие ключевые слова наиболее эффективны при поиске.

Для поддержания отношений с постоянными клиентами, обычно используются возможности электронной почты. Для этого проводится сбор данных, генерируемых eCRM-системой на основе имеющегося опыта взаимоотношений с клиентами. Система анализирует данные и отправляет клиенту только такую информацию, которая ему может быть интересна. Например, магазин ООО «Парус» может известить покупателя о поступившей новинке, на которую клиент оставлял заказ или которая с наибольшей вероятностью будет ему интересна (определяется на основе анализа введенной пользователем информации).

Одной из основных функций системы eCRM является правильное расположение товаров на витрине и создание удобной навигации по сайту. Существующие технологии позволяют определять компьютер клиента, зашедшего на сайт магазина ООО «Парус» (а следовательно, и конкретного

клиента), и в соответствии с его предпочтениями оптимизировать расположение товара на витрине и интерфейс сайта. Если клиент зарегистрирован, можно персонифицировано, по имени, автоматически определить регион, где он проживает, и при заходе на сайт извещать его о наиболее интересных поступлениях товаров.

При оформлении заказа покупатель подтверждает свой выбор, а также определяет способ, место, время доставки товара и способ оплаты. eCRM может значительно упростить эту процедуру, так как система запоминает все предыдущие заказы клиента и сводит до минимума информацию, которую он должен ввести в бланке заказа.

Функцией eCRM является также извещение клиента о процессе формирования его заказа. Обычно клиент извещается по электронной почте, причем менеджеру нужно лишь ввести несколько переменных, а все остальное система сделает самостоятельно. eCRM-система проводит первичную обработку сообщения и направляет его сотруднику компании, отвечающему за соответствующую область деятельности, и по адресу электронной почты клиента определяет взаимоотношения между компанией и данным клиентом, найти информацию обо всех его покупках.

Итак, создание сайта ООО «Парус» с информацией о новых видах продукции позволит проводить исследование рынка (изучать покупательский спрос) и одновременно формировать интерес покупателя к новинкам. Здесь же может быть подробная информация о участии предприятия в готовящихся выставках – продажах, ярмарках, форумах и других торгово-выставочных мероприятиях и характеристика продукции, представленной на них. Это позволит охватить еще больше аудитории, увеличив одновременно действенность рекламного носителя во много раз (реклама на сайте постоянна). Уровень оперативности при работе с потребителями в этом случае очень высок.

Таким образом, повышенная востребованность новинок магазина предполагает активные действия предприятия - открытие новых торговых точек. В условиях экономического и финансового кризиса такие шаги могут

обеспечить успешность товарной политики предприятия и взаимоотношений с клиентами.

Активное развитие сети Интернет привело к необходимости создания web-представительств для предоставления различного рода информации о предприятии.

Практически каждая компания, занимающаяся реализацией товаров и услуг, сейчас имеет свое представительство в сети Интернет. Web-сайт предприятия решает ряд задач, из которых можно выделить две основные:

- создание имиджа предприятия;
- максимальная разгрузка справочной службы компании путем предоставления потребителям возможности получения необходимой информации о фирме, предлагаемых товарах, услугах и ценах.

Кроме того, использование интернет-технологий открывает широкие перспективы для обслуживания покупателей через Интернет.

Как правило, основной аудиторией интернет-магазина являются ее потенциальные и настоящие клиенты. Дополнительная аудитория часто включает потенциальных и действительных инвесторов, заинтересованные сторонние организации, или даже фирмы-конкуренты.

Основные цели сайтов-магазинов:

- распространение основной информации: сайт используется для распространения информации о продуктах и услугах, предоставляемых организацией. Другая предоставляемая информация в основном включает данные о том, как связаться с фирмой способами, отличными от Web;
- поддержка: часть сайта может быть предназначена для оказания клиентам информационной помощи относительно эффективного пользования продуктами или услугами, предоставляемыми организацией;
- связи с инвесторами: открытые акционерные общества или компании, ищущие внешних инвесторов, могут создать сайт или раздел сайта для опубликования информации о текущей экономической ситуации в компании, а также о будущих возможностях для вложения инвестиций;

- связь с общественностью: многие фирмы используют web-сайты для предоставления информации различным организациям, занимающимся сбором данных, а также добровольного обнародования основной информации о фирме;

- поиск служащих: web-сайты часто используются для размещения объявлений о приеме на работу и преимуществах работы в компании.

Итак, основная цель любого интернет-магазина состоит в обслуживании пользователей способом, который принесет ему выгоду либо непосредственно, либо косвенно. Цель распространения информации посредством такого сайта состоит в том, чтобы попытаться подтолкнуть людей приобрести продукцию или услуги компании. Конечный результат использования интернет-магазинов состоит в поощрении интереса к осуществлению деловой операции.

В настоящее время отсутствие сайта у компании воспринимается примерно так, как отсутствие визитки и рекламных материалов у менеджера по продажам, пришедшего на встречу с потенциальным покупателем. Обычно чем крупнее и известнее компания, тем более развернутым и профессионально сделанным является ее сайт. Такое положение дел уже вошло в привычку у значительного количества менеджеров компаний и обычных граждан.

Целью информационной поддержки бизнеса является создание еще одного рекламно-информационного канала, облегчение коммуникации с действующими и потенциальными партнерами, формирование положительного имиджа компании как предприятия, использующего современные технологии. Концепция заключается в создании Интернет-магазина, содержащего информацию о компании, ее товарах, услугах, ценах, сервисе, лицензиях.

Интерактивные web-сайты — это инструменты не одностороннего, а двухстороннего общения. Они поощряют к ведению диалога и беседы между аудиторией сайта и компанией. Статичная брошюра о компании, перенесенная в киберпространство, просто не будет работать. Компания должны взять на вооружение и полностью использовать весь потенциал интерактивных и мультимедийных средств, имеющихся сегодня на рынке.

Привлечение клиентов и просто посетителей к участию в жизни

компания – удобный инструмент маркетинга. Когда значительное количество людей, уже купивших продукцию фирмы, удалось вовлечь в дискуссию, новых посетителей становится легче мотивировать к покупке, поскольку они могут убедиться, что очень многие люди уже совершили ее и довольны результатом.

Для организации общения компании с клиентами и клиентов друг с другом на сайте обычно создается форум или книга отзывов (специальный раздел, где любой посетитель может оставить свое сообщение или отзыв о продукции, ответить на уже существующее мнение и поучаствовать в обсуждении). Администрация сайта обычно принимает участие в дискуссии, отвечает на адресованные ей прямые вопросы и комментирует высказывания клиентов. Таким образом, сайт формирует у посетителя мнение, что компания заботится об интересах своих клиентов, занимает активную и устойчивую позицию на рынке.

Наличие на сайте системы обратной связи позволяет посетителям отправлять свои сообщения администратору сайта. Для этого им нужно всего лишь заполнить несколько полей, после чего сообщение можно отправить на электронный почтовый ящик администратора прямо со страницы сайта.

Также распространена практика онлайн опросов. Организовать онлайн опросы можно с помощью помещения на страницах сайта специальных форм-анкет с вопросами и вариантами ответов на них. Благодаря проведению он-лайн опросов можно узнать у покупателей об их товарных предпочтениях и отношении к компании.

Выбрав необходимые товары или услуги в магазине ООО «Парус» пользователь обычно имеет возможность тут же на сайте выбрать метод оплаты и доставки. Совокупность отобранных товаров, способ оплаты и доставки представляют собой законченный заказ, который оформляется на сайте путем сообщения минимально необходимой информации о покупателе. Часто при оформлении заказа предусматривается возможность сообщить некоторые дополнительные пожелания от покупателя продавцу. Кроме того, в магазине ООО «Парус» заказы принимаются по телефону, электронной почте, Jabber

или ICQ.

В магазине ООО «Парус» используются следующие варианты способов оплаты:

- банковская карта - безналичный вид расчёта, который часто подвергается нареканиям в плане безопасности;

- банковский перевод - оплата за заказ производится банковским платежным поручением на расчётный счет магазина, часто применяется в B2B-системах. В розничных интернет магазинах банковский перевод осуществляется путём печати платёжки формы ПД-4 для оплаты в Сбербанке или других банках, принимающих платежи населения;

- наличный расчет - товар оплачивается курьеру наличными деньгами при получении покупателем товара;

- электронные деньги - безналичный вид расчёта; терминалы моментальной оплаты - оплата производится в уличных платёжных терминалах;

- SMS-платежи - Интернет-магазин формирует запрос средств и передает его в одну из специализированных систем электронных платежей (аналогично другим способам), и отправляет к этой же системе пользователя. Пользователь уже во взаимодействии с платежной системой отправляет sms с указанными системой реквизитами и подтверждает платеж. Платежная система после подтверждения отправляет магазину уведомление об успешности или неуспешности перевода.

- наложенный платеж - товар оплачивается на почте при получении. Данный способ, как правило, ограничен государственными границами, поскольку отправкой товаров наложенным платежом занимаются в основном государственные почтовые службы. В России отправка наложенным платежом возможна. Такой способ гарантирует получение товара, однако, почтовые отправления в России идут довольно долго. Кроме того, оплатить посылку надо до ее получения, либо отказаться от нее. Таким образом, потребитель лишен возможности проверить товар.

Описанная схема является общей, она работает и для кредитных карт, и для электронных денег, и для sms-платежных систем. Зачастую даже и для наличного расчета - иногда магазины выделяют курьерскую службу в отдельную подсистему.

Следует обратить внимание на то, что существуют способы оплаты, подверженные мошенническим операциям и вследствие этого не используемые честными интернет-магазинами:

Перевод по Western Union - данный вид перевода применим только между частными лицами, нет возможности отзыва или опротестования платежа. После отправки заказа с покупателем связывается продавец и уточняет место и время, в которое следует доставить заказ. Доставка осуществляется либо собственной курьерской службой, либо компанией, предоставляющей услуги доставки, либо по почте - посылкой или бандеролью. Электронные товары, такие как программное обеспечение или ключи к ним, тексты, статьи, фотографии, коды доступа и пополнения счетов, могут доставляться электронными каналами - электронной почтой, доступом к файлу по FTP, доступом в защищенную область сайта и так далее.

Торговля товарами через сеть в современном мире стала привычным делом, поэтому постоянно разрабатываются меры по увеличению реализации в данной сфере. Более того, этот метод завоевывает все больше поклонников, так как он позволяет, прежде всего, наладить стабильные отношения с клиентом и увеличить объемы продаваемой продукции. Учитывая то, что приобретать товары через Интернет намного удобней, сетевые покупатели являются более лояльной аудиторией, а продажи в последнее время обгоняют реальную торговлю. Именно поэтому собственный сайт может значительно повысить уровень продаж, так что наличие своего ресурса в Сети становится на данный момент необходимостью. Естественно, что следует знать о том, какие типы сайтов лучше воздействуют на потенциальную аудиторию, какие существуют пути повышения продаж, как эти способы повышения продаж работают, каким образом добиться привлечения новых клиентов.

Создание интернет магазина ООО «Парус» имеет следующие преимущества:

- дополнительное средство коммуникации - наличие онлайн витрины, где покупатель мог бы ознакомиться с ассортиментом продукции, (а это следовательно побуждает клиента сделать покупку, увеличив объем продаж);
- возможность сформировать базу потенциальных клиентов, которые хотели бы получить товар ООО «Парус»;
- формирование конкурентного преимущества среди подобных по профилю магазинов - так как появляется возможность обеспечить дополнительный удобный для клиента сервис.

Рассчитаем эффективность открытия интернет-магазина:

а) Затраты за год ($Z_{год}$), связанные с открытием интернет-магазина:

- разработка сайта интернет-магазина - 14500 руб.;
- организация работы сайта - 6000 руб.;
- увеличение зарплаты директору, администратору, кладовщикам и водителям – 10 % от оборота, принесенного интернет-магазином.

б) Плановый товарооборот:

Согласно данным исследовательского агентства, специализирующегося на рынке продовольственной продукции - Qrolik, товарооборот ООО «Парус» в результате открытия интернет-магазина в среднем сможет увеличиться на 5-12 %. Для расчетов возьмем минимальное значение 5 %.

$$T_{\text{проект}} = T_{\text{факт}2015} \times 1,05, \quad (9)$$

где $T_{\text{проект}}$ - товарооборот в проекте,

$T_{\text{факт}(2015)}$ - товарооборот фактический в 2015 году,

1,05 -коэффициент прироста товарооборота.

$$T_{\text{план}} = 248846 \times 1,05 = 261288 \text{ тыс.руб.}$$

в) Товарооборот интернет-магазина:

$$T_{\text{и-м}} = T_{\text{проект}} - T_{\text{факт}(2015)}, \quad (10)$$

где $T_{и-м}$ - товарооборот, принесенный интернет-магазином.

$$T_{и-м} = 261288 - 248846 = 12442 \text{ тыс.руб.}$$

г) Эффект в результате открытия интернет-магазина:

$$\mathcal{Э}_{абсол} = T_{и-м} - \mathcal{Э}_{год}, \quad (11)$$

$$\mathcal{Э}_{абсол} = (12442 - 20,5) - 12442 \times 0,1 = 12421,5 - 1244,2 = 11177 \text{ тыс. руб.}$$

д) Эффективность предложения:

$$\mathcal{Э}_{отн} = \mathcal{Э}_{абсол} / T_{факт(2015)} \times 100 \%, \quad (12)$$

где $\mathcal{Э}_{отн}$ - эффективность внедренного предложения.

$$\mathcal{Э}_{отн} = 11177 : 248846 \times 100 \% = 4,49 \%$$

Сведем данные расчеты в таблицу 17.

Таблица 17 – Эффективность открытия интернет-магазина

Показатель	Сумма, тыс.руб.
Товарооборот интернет-магазина	12442
Затраты, связанные с открытием интернет-магазина	20,5
Увеличение расходов на зарплату директору, администратору, кладовщикам и водителям – 10 % от оборота	1244,2
Эффект	11177,3
Эффективность, %	4,49

Эффективность открытия интернет-магазина ООО «Парус» составила 4,49 %, а эффект - 11 млн. руб. Не вкладывая в увеличение продаж значительных финансовых ресурсов, организация получает увеличение товарооборота, а также дополнительное средство коммуникации.

Представим динамику реализации ООО «Парус», вследствие предложенного мероприятия на рисунке 5.

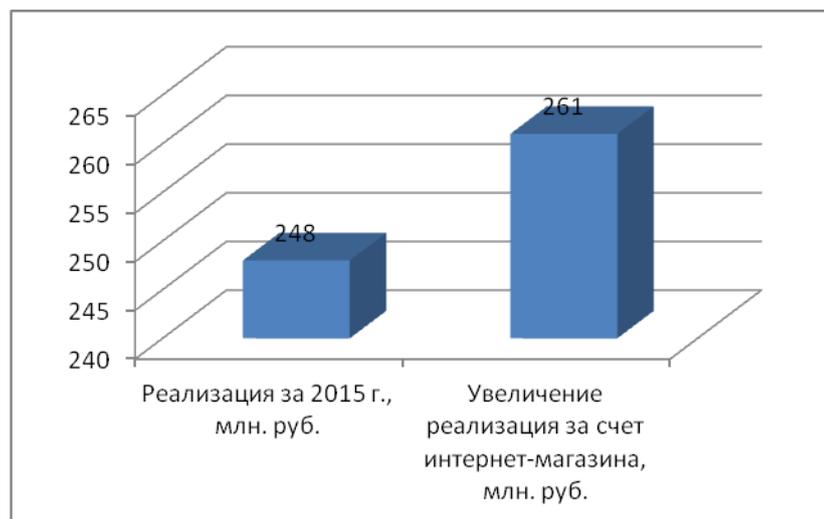


Рисунок 5 - Динамика реализации ООО «Парус» в проекте

Отдача, которую могут принести данное мероприятие, является отличным стимулом для сотрудников, которые получают прибавку к заработной плате. А ООО «Парус» достигаются преследуемые цели и задачи благодаря более эффективному использованию труда и увеличению реализации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Формирование финансовых результатов имеет принципиальное значение в рыночной экономике, поскольку прибыль является побудительным мотивом и целью предпринимательской деятельности. Прибыль является обобщающим результатом деятельности и выступает абсолютным показателем эффективности производственно-торговой деятельности.

ООО «Парус» относится к торговому и занимается розничной торговлей продуктами питания на территории г. Благовещенска с 2013 года. Выручка ООО «Парус» увеличилась за 2015 год по сравнению с 2014 годом почти в 4 раза, что связано с открытием оптово-розничного направления торговли продуктами питания в г. Белогорске. Среднегодовая стоимость основных имеет динамику роста с 168 тыс.руб. в 2013 году до 5925 тыс.руб. в 2015 году. Оборотные средства также имеют положительную динамику - в 2015 году по отношению к 2013 году – произошло увеличение в 13 раз, на фоне повышения объемов продаж. Среднегодовая численность работников увеличилась в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 21 чел., фонд оплаты труда увеличился в 2 раза. ООО «Парус» является малым по размеру предприятием в 2015 году, численность работников составляет до 101 человека.

Сумма доходов предприятия от обычного вида деятельности в 2015 году выросла в 4 раза, как было сказано выше, причиной данного роста стало открытие оптово-розничного направления торговли в г. Белогорске. Прочие доходы увеличились в 16 раз. Графический анализ показал высокую вероятность увеличения доходов от обычного вида деятельности и прочих доходов на основании данных за предыдущие периоды, поэтому существует вероятность, что в 2016 году - доходы ООО «Парус» еще больше будут влиять на общий финансовый результат деятельности предприятия.

В 2015 году затраты ООО «Парус» выросли по всем элементам затрат, кроме прочих. Затраты на закупку товаров выросли на 177 млн. руб., на заработную плату на 7 млн. руб., отчисления на социальные нужды на 4 млн. руб. Общий рост затрат составил в 2015 году 188 млн. руб. Основная доля

расходов ООО «Парус» приходится на закупаемые товары, расходы по оплате труда, отчисления на соц.нужды. В 2015 году затрачено на 1 руб. товарной продукции 97 коп, рост показателя составил 11 коп.

На фоне положительного тренда выручки, себестоимости, прибыли от продаж, прочих доходов и расходов рост финансового результата ООО «Парус» составил 4 млн. руб.

На данный финансовый результат повлияли следующие факторы:

- изменение объемов продаж привело к росту чистой прибыли на 32 млн. руб.;

- изменение уровня себестоимости продаж и коммерческих расходов сократили чистую прибыль на 28 и 1 млн. руб. соответственно;

- изменение величины процентов к уплате привело к росту прибыли на 24 тыс. руб.;

- изменение величины прочих доходов и расходов привели к росту и сокращению финансового результата на 6 млн. руб.;

- изменение суммы налога на прибыль отрицательно повлияло на финансовый результат.

Торговля в интернет-магазинах в современном мире стала обычным занятием, поэтому постоянно разрабатываются меры по увеличению реализации в данной сфере.

Положительная динамика реализации ООО «Парус», вследствие открытия такого магазина составит 13 млн. руб. В целом эффективность мероприятия составила 4 %, а эффект - 11 млн. руб.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://consultant.ru>
- 2 Ануфриев, В.Е. Учет формирования финансового результата и распределения прибыли организации / В.Е. Ануфриев // Бухгалтерский учет. – 2015. – № 6. – С.17-25.
- 3 Бланк, И. А. Финансовый менеджмент / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2014. – 528 с.
- 4 Баканов, М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 425 с.
- 5 Бухгалтерский учет / П.С. Безруких, В.Б. Ивашкевич, Н.П. Кондраков. – М.: Инфра-М, 2014. – 624 с.
- 6 Барноглыц, С. Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития / С.Б. Барноглыц. - М.: Финансы и статистика, 2014. – 284 с.
- 7 Бочаров, В.В. Финансовый анализ / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2015. – 240 с.
- 8 Бычкова, С.М. Учет формирования финансовых результатов и распределения прибыли / С.М. Бычкова // Аудиторские ведомости. – 2015. - № 5. – С. 51-56
- 9 Валебникова, Н.В. Учет финансового результата от реализации по оплате / Н.В. Валебникова, М.Л. Пятов // Бухгалтерский учет. – 2013. – № 2 – С.51-53.
- 10 Волков, О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков. – М.: Инфра-М, 2014. – 256 с.
- 11 Зотов, В.П. Комплексный экономический анализ / В.П. Зотов. - Кемерово: Кузбассвузиздат, 2012. - 260 с.
- 12 Кейлер, В.А. Экономика предприятия / В.А. Кейлер. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 132 с.
- 13 Кочетков, А.И. Экономика предприятия / А.И. Кочетков. - М.:

Копмлекс, 2014. - 451 с.

14 Кемтер, В.Б. Прибыли и убытки фирмы: структура, бухгалтерский учет, налогообложение / В.Б. Кемтер, Е.Ф. Мосин. – СПб.: ЗАО «ЭЛБИ», 2014. – 496с.

15 Кондраков, Н. П. Бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности и аудит / Н.П. Кондраков.– М.: Перспектива, 2012. – 339 с.

16 Кирьянова, З.В. Анализ финансовой отчетности [Текст] / З.В. Кирьянова. – М.: Издательство «Юрайт», 2014. – 357 с.

17 Ковалев, В.В. Финансовый анализ / В.В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 256 с.

18 Ковалев, В.В. Финансы предприятий / В.В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 452 с.

19 Кучерова, Е.В. Экономический анализ: методы приемы и прогнозирование / Е.В. Кучерова, Н.И. Мартыничук. - Кемерово: КГТУ, 2014. - 99 с.

20 Литвиненко, М.И. Исчисление прибыли согласно ГААР / М.И. Литвиненко // Главбух. – 2016. – № 4. – С.54.

21 Мальцев, А.С. Оптимизационные методы управления ликвидностью компании / А.С. Мальцев // Финансовый менеджмент. - 2016. - № 3. - С. 5-9

22 Маркс, К. Собрание сочинений. Т. 23. Ч. 1 / К. Маркс, Ф. Энгельс. М.: Политиздат, 1978. – 879 с.

23 Нечитайло, А.И. Учет финансовых результатов и распределения прибыли / А. И. Нечитайло. – СПб.: Питер, 2015. – 336 с.

24 Пожидаева, Т.А. Анализ финансовой отчетности / Т.А. Пожидаева.– М.: КНОРУС, 2013. – 320 с.

25 Ровенских, В.А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность бакалавров / В.А. Ровенских, И. А. Слабинская. – М.: издательство Дашков и К, 2015. - 364 с.

26 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 544 с.

27 Садовская, Т.А. Подходы к формированию и распределению прибыли

хозяйствующего субъекта: современный аспект / Т. А. Садовская // Финансы и кредит. – 2015. -№ 5 – С. 19-25.

28 Севрюк, В.Т. Анализ прибыли в системе маркетинга / В.Т. Севрюк // Бухгалтерский учет. – 2016. – № 3. – С.17-21.

29 Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент / Е.С. Стоянова. - М.: Изд-во Перспектива, 2012. – 656 с.

30 Титаев, В.Н. Управление предприятием и анализ его деятельности [Текст] / В.Н. Титаев. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 420 с.

31 Титов, В. И. Экономика предприятия / В.И. Титов. - М.: Эксмо, 2013. - 416 с.

32 Финансовый менеджмент: учебник / под ред. Е.С. Стояновой. - М.: Изд-во «Перспектива», 2014. - 656с.

33 Фридман, А.М. Экономика предприятий / А.М. Фридман. - М.: Издательско торговая корпорация Дашков и К, 2015. - 624 с.

34 Федин, Д.А. Финансовые последствия инфляции в анализе и оценке финансовых результатов деятельности промышленного предприятия / Д.А. Федин // Научные ведомости БелГУ, 2015. - № 19. - С. 45-51

35 Федин, Д.А. Принципы и методы определения влияния инфляции на финансовые результаты предприятия / Д.А. Федин // Известия ТулГУ, 2016. - № 1. - С. 37-41

36 Финансы организаций: учебник / под ред. Н.В. Колчиной. - М.: ЮНИТИ, 2015. – 418 с.

37 Финансы предприятий: учебник / под ред. Е.И. Бородиной. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 208 с.

38 Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа: учебное пособие/ Шеремет А.Д. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 387 с.

39 Чернов, В.Б. Оценка финансовой реализуемости и коммерческой эффективности комплексного инвестиционного проекта / В.Б. Чернов // Экономика и математические методы. – 2016.- № 2. - С. 29 – 37.

40 Чечевицына, Л.Н. Микроэкономика. Экономика предприятия (фирмы)

/ Л. Н. Чечевицына. - Ростов н/Д: издательство Феникс, 2015. - 384 с.

41 Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 387 с.

42 Щербаков, В.Л. Краткосрочная финансовая политика / В.Л. Щербаков. - М.: ИНФРА-М, 2014.- 394 с.

43 Экономика организаций: учебник для средних проф. учебных заведений / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2013. - 431 с.

44 Экономический анализ: учебник / под ред. Л.Т. Гиляровской.- М.: ИНФРА-М, 2013.- 442 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский баланс ООО «Парус»

Бухгалтерский баланс						Коды		
на 31 декабря 2015 г.								
Форма по ОКУД						0710001		
Дата (число, месяц, год)						31	12	2015
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Парус" по ОКПО					78904174		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН					2801109910		
Вид экономической деятельности	Розничная торговля в неспециализированных магазинах по ОКВЭД					52.11		
Организационно-правовая форма/форма собственности общества с ограниченной ответственностью/частная	по ОКОПФ/ОКФС					65	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ					384		
Местонахождение (адрес)						676600, Россия, Амурская обл, Благовещенск г, Пограничная ул, д. 126/1		
Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2015 г. ³		На 31 декабря 2014 г. ⁴		На 31 декабря 2013 г. ⁵	
	АКТИВ							
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ							
	Нематериальные активы	1110						
	Результаты исследований и разработок	1120						
	Нематериальные поисковые активы	1130						
	Материальные поисковые активы	1140						
	Основные средства	1150	5925		2698		168	
	Доходные вложения в материальные ценности	1160						
	Финансовые вложения	1170						
	Отложенные налоговые активы	1180						
	Прочие внеоборотные активы	1190	13		153			
	Итого по разделу I	1100	5938		2851		168	
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ							
	Запасы	1210	29922		10465		1156	
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220						
	Дебиторская задолженность долгосрочная	1230						
	Дебиторская задолженность краткосрочная	1231	5353		10008		797	
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240						
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	26		453		331	
	Прочие оборотные активы	1260	38		49		380	
	Итого по разделу II	1200	35339		20975		2664	
	БАЛАНС	1600	41277		23826		2832	

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря		
			2015 г. ³	2014 г. ⁴	2013 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320			
	Переоценка внеоборотных активов	1340			
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
	Резервный капитал	1360			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	12574	7457	677
	Итого по разделу III	1300	12584	7467	687
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410			383
	Отложенные налоговые обязательства	1420	56	24	75
	Оценочные обязательства	1430			
	Прочие обязательства	1450			
	Итого по разделу IV	1400	56	24	458
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510			24
	Кредиторская задолженность	1520	27043	15573	1663
	Доходы будущих периодов	1530			
	Оценочные обязательства	1540			
	Прочие обязательства	1550	1594	762	
	Итого по разделу V	1500	28637	16335	1687
	БАЛАНС	1700	41277	23826	2832
Руководитель	Устьян О.Б.	Главный бухгалтер			
(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)	(расшифровка подписи)		
" 19 "	января 2016 г.				

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах ООО «Парус»

Отчет о финансовых результатах				
за январь-декабрь 20 15 г.				
				Коды
Форма по ОКУД				0710002
Дата (число, месяц, год)				31 12 2015
Организация Общество с ограниченной ответственностью "Парус" по ОКПО				78904174
Идентификационный номер налогоплательщика ИНН				2801109910
Вид экономической деятельности Розничная торговля в неспециализированных магазинах пре по ОКВЭД				52.11
Организационно-правовая форма/форма собственности общества с ограниченной ответственностью / частная по ОКОПФ/ОКФС				65 16
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ				384
Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За январь-декабрь	За январь-декабрь
			20 15 г. ³	20 14 г. ⁴
	Выручка⁵	2110	248846	62295
	Себестоимость продаж	2120	(241460)	(53356)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	7386	8939
	Коммерческие расходы	2210	(729)	(307)
	Управленческие расходы	2220	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	6 657	(8632)
	Доходы от участия в других организациях	2310		
	Проценты к получению	2320		
	Проценты к уплате	2330	()	(29)
	Прочие доходы	2340	6107	376
	Прочие расходы	2350	(6333)	(487)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	6 431	8492
	Текущий налог на прибыль	2410	(1118)	(1915)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		203
	Изменение отложенных налоговых активов	2450		
	Прочее	2460	(147)	
	Чистая прибыль (убыток)	2400	5 166	6780

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За <small>январь-декабрь</small>			За <small>январь-декабрь</small>		
			20	15	г. ³	20	14	г. ⁴
	СПРАВОЧНО							
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510						
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520						
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	5 166			6780		
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900						
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910						
Страница 2								
Руководитель		Устьян О.Б.	Главный бухгалтер					
	(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)			(расшифровка подписи)		
" 19 "	января	20 16 г.						