



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики и управления

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(указать вид работы)

На тему Доходы и расходы в деятельности предприятия: формирование,

фактическое состояние, пути эффективного использования

Исполнитель Шипилов Владимир Александрович
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель кандидат экономических наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

Островская Елена Николаевна
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой


(подпись)

кандидат экономических наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

Семенова Юлия Евгеньевна
(фамилия, имя, отчество)

« » 2025 г.

Санкт-Петербург
2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 Доходы и расходы деятельности предприятия.....	6
1.1 Понятие расходов и их классификация.....	6
1.2 Понятие доходов и их классификация	20
1.3 Методы анализа расходов и доходов организации	28
2 Анализ финансово – экономических показателей предприятия ООО «Норд Ингредиентс».....	36
2.1 Общая характеристика ООО «Норд Ингредиентс».....	36
2.2 Анализ доходов и расходов на предприятии ООО «Норд Ингредиентс»....	49
2.3 Коэффициентный и факторный анализ доходов и расходов организации ООО «Норд Ингредиентс».....	55
3 Пути повышения эффективности управления доходами, расходами и финансовыми результатами предприятия ООО «Норд Ингредиентс»	63
3.1 Продажа продукции на маркетплейсах как направление увеличения доходов предприятия ООО «Норд Ингредиентс».....	63
3.2 Управление дебиторской и кредиторской задолженностью ООО «Норд Ингердиентс».....	70
3.3 Прогноз оценки затрат предложенных мероприятий и их эффективность.	74
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	80
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	83
ПРИЛОЖЕНИЕ А	88
ПРИЛОЖЕНИЕ В	89

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях эффективное управление материальными ресурсами предприятия является одним из ключевых моментов обеспечения его устойчивого развития и конкурентоспособности. Одним из самых важных аспектов предприятия это учет и управление расходами и доходами.

Каждое предприятие, ведя свою деятельность, должно понимать и иметь определенную цель - получение прибыли. Если на предприятии выявляется разница между производимой продукцией и прибылью – это явный убыток, и дело тут в неэффективном управлении.

На предприятии должно быть обязательно создание системы управления затратами, которая будет иметь цель выявления, исследование и управление цены, за которую потребитель будет лоялен к покупке товара или услуги. Внимание при этом направлено на получении прибыли по цепочке: затраты – объем производства – прибыль.

Актуальность работы заключается в необходимости детального изучения доходов и расходов предприятия, что позволит выявить резервы для повышения эффективности его деятельности.

В работе систематизированы современные подходы к классификации доходов и расходов, а также методы их анализа (вертикальный, горизонтальный, коэффициентный, факторный анализ).

Цель данной выпускной квалификационной работой заключается в изучении доходов и расходов в деятельности предприятия ООО «Норд Ингредиентс»: формирование, фактическое состояние, и пути эффективного использования.

Для достижения этой цели, предусмотрена реализация следующих задач:

1. Изучить теоретические основы формирования доходов и расходов предприятия;
2. Проанализировать финансово-экономических показателей деятельности ООО «Норд Ингредиентс»;

3. Проанализировать доходы и расходы деятельности ООО «Норд Ингредиентс»;

4. Провести коэффициентный и факторный анализ предприятия ООО «Норд Ингредиентс»;

5. Предложить пути повышения эффективности управления доходами, расходами и финансовыми результатами ООО «Норд Ингредиентс».

Объектом исследования является финансово-хозяйственная деятельность предприятия ООО «Норд Ингредиентс»

Предметом исследования является анализ доходов, расходов и финансовый результат деятельности компании ООО «Норд Ингредиентс».

Анализ доходов, расходов и финансовых результатов проведен по данным бухгалтерского баланса за 2022 – 2024 годы.

Методами, использованными в данной работе, являются:

- вертикальный и горизонтальный анализы баланса предприятия;
- структурные и динамические методы анализа;
- метод описательного моделирования;
- факторный анализ;
- коэффициентный анализ.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и двух приложений

В выпускной квалификационной работе, были проделаны следующие действия:

Во введение раскрыты значимость и актуальность рассматриваемой темы, были поставлены цели и задачи. В первой главе рассмотрены и изучены теоретические основы анализа доходов, расходов и финансовых результатов: сущность, классификация, формирование.

Во второй главе описана краткая характеристика ООО «Норд Ингредиентс», выполнен анализ доходов, расходов и финансовых результатов деятельности компании.

В третьей главе разработаны и предложены мероприятия, направленные на повышение эффективности формирования доходов и оптимизация осуществления расходов, вычислена экономическая эффективность предложенных мер и их влияние на деятельность ООО «Норд Ингредиентс».

В заключении выделены общие выводы по работе, подведен итог по общему финансовому состоянию организации. Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что разработка определенных мероприятий и рекомендаций, направленных на повышение эффективности формирования доходов и оптимального осуществления расходов представляет практический интерес для многих промышленных предприятий, которые могут быть использованы для решения конкретных управленческих решений

1 Доходы и расходы деятельности предприятия

1.1 Понятие расходов и их классификация

Ресурсы являются необходимой базой осуществления выбранного направления коммерческой деятельности любого предприятия. Так, каждая фирма при организации своей работы, так или иначе, обращается к финансовым, кадровым, материально-техническим, информационным и прочим ресурсам. В совокупности они образуют базу для оказания услуг компании и выполнения определенных производственных операций. Использование и создание этих ресурсов требуют от руководства компании определенных финансовых затрат. Другими словами, создание ресурсной базы компании сопряжено с расходами.

Под расходами следует понимать траты предприятия, ведущие к сокращению издержек и повышению комфортности условий производства. При этом расходы всегда ведут к сокращению объемов активов компании. Они не уменьшают только размеров вкладов собственников предприятия в его работу [25, с. 27-29].

Расходы компании обусловлены спецификой ее работы. Они могут повлечь за собой увеличение кредиторской задолженности фирмы. В структуре расходов предприятия принято выделять такие компоненты, как деньги, предназначенные для выплаты зарплаты сотрудникам, деньги на формирование и обновление ресурсной базы, деньги на ремонт оборудования, деньги для погашения кредитов и уплаты процентов по ним, деньги на аренду производственных и офисных помещений, деньги на уплату налогов. Также расходы могут быть классифицированы следующим образом:

- планирование;
- учет;

– калькулирование себестоимости единицы (группы) продукции (работ, услуг);

– анализ финансово-хозяйственной деятельности и др.

Простым языком, затраты – это то, что компания тратит сегодня, чтобы получить доход в будущем. Есть еще одно понятие, как издержки.

Издержки – это все траты, которые понесло предприятие для достижения определённой цели. Издержки включают расходы и затраты и могут быть одноразовыми или постоянными. Издержки широко используются в учёте и анализе бизнеса для определения эффективности использования ресурсов [6, с. 132-138].

Выражение ресурсного объема предприятия в денежном эквиваленте называется затратами. Обычно учет затрат компании производится за конкретный отчетный период: год, квартал, месяц. Оценить затраты компании можно по таким параметрам, как:

- стоимость ресурсов;
- назначение использования ресурсов;
- временная окупаемость потраченных денег [21, с. 375].

Понятия расходы и затраты очень схожие, можно сказать, что это одно и то же, но есть разница – в чем же?

Затраты и расходы – не синонимичные понятия. Затраты первичны. Именно из них появляются либо активы, либо расходы. Пытаясь определить, куда отнести ту или иную операцию, важно задаться вопросом: *траты привели к появлению актива, который можно использовать в будущем или нет?* Если да – это затраты, если нет – расходы.

Другими словами, затраты возникают всегда, когда предприятие что-то тратит, а расход – лишь тогда, когда это не привело к появлению нового актива.

Затраты – абсолютно любые ресурсы, которые использует бизнес. Не только и не обязательно деньги. Это может быть труд работников, сырье, счета

за электроэнергию, коммунальные услуги и аренду помещений. Сюда же можно отнести амортизацию основных средств [9, с. 310].

При этом важно, что у разных предприятий одна и та же затрата может быть расходом, а может и не быть. Это зависит от того, как формируется себестоимость продукта или услуги.

К категории расходов компании принято относить только те группы активов, которые не используются в обороте. Но при этом они используются для получения большей прибыли в отчетный период. Остатки сохраняются, образуя капитал компании. Также остатки учитываются в виде партий готовых товаров предприятия и того объема продукции, которая в данный момент проходит стадии производственного цикла. К остаткам также относят те товары, которые по тем или иным причинам компания решила оставить себе и использовать для удовлетворения собственных нужд. Особый класс остатков формируют нематериальные активы предприятия и объекты капитального строительства [24, с. 280-301].

Об эффективности работы компании в указанный временной промежуток судят на основании анализа ее расходов. При этом финансовые и материальные активы из фирмы выбывают, а экономические выгоды предприятия снижаются. У компании возникают некие обязательства финансового характера перед кредиторами, что влечет за собой снижение объема капитала фирмы. Однако если между участниками фирмы было подписано соглашение о неприкосновенности вкладов, то в результаты расходов они не уменьшаются. Другими словами, под расходами компании можно понимать снижение экономических преимуществ конкретной фирмы [4, с. 215]. К затратам, соответственно, можно отнести все ресурсы, которые требуются на разных стадиях производственного цикла для создания товара. То, что реально было потрачено компанией в определенный временной промежуток, называется расходами. Они в обязательном порядке должны фиксироваться в специальных документах об убытках и получении прибыли.

Расходы и доходы компании являются взаимосвязанными элементами. Но связь между ними носит лишь косвенный характер, так как в конкретных величинах выразить ее невозможно. Увеличение одного из них ведет к увеличению другого. Доходы и расходы компании не зависят от ставок налогообложения. Они возникают в тех ситуациях, которые никак не связаны с активами фирмы [13, с. 285].

В научном сообществе оформилось несколько подходов по классифицированию расходов компании. Основными среди них являются:

- классификация расходов в соответствии с типами и видами экономической деятельности предприятия. Такие расходы связаны с ассортиментом производимой компанией продукции, закупкой сырья, оплатой работы поставщиков и партнеров;
- классификация доходов по месту их образования;
- классификация расходов в соответствии с выполняемыми работами и услугами;
- классификация прочих видов расходов. В соответствии с данным подходом, его сторонники выделяют такие типы расходов, как чрезвычайные, нереализованные и операционные;
- классификация расходов в зависимости от того, какую роль они играют в производстве;
- классификация расходов по составу;
- классификация расходов по способу их включения в себестоимость готовой продукции;
- классификация расходов по периодичности их возникновения;
- классификация расходов по отношению их совокупного объема к объему производства;
- классификация расходов по составу производственной себестоимости;
- классификация расходов по эффективности [1, с. 434].

В структуру операционных расходов производства входят расходы, которые представляют собой плату за сдачу в использование промышленных

образцов, интеллектуальной собственности, активов или какого-либо имущества предприятия, прав на патенты, на долю в капитале других компаний, проценты за пользование кредитами и услугами финансово-кредитных организаций, обязательные отчисления в оценочные резервы, предусмотренные бухгалтерской документацией. Также сюда относят расходы, связанные с выбытием, продажей и прочими списаниями основных неденежных средств компании за исключением иностранной валюты [7, с. 424].

К нереализованным предприятием доходам причисляют пени, штрафы, оплату неустоек, компенсацию убытков, образовавшихся по вине компании, дебиторскую задолженность с истекшим сроком давности, размер уценки активов, курсовую разницу. Но внеоборотные средства, не связанные с ведением основного вида деятельности компании, в нее не включаются [8, с. 132-140].

Чрезвычайными расходами компании называются ее траты, ставшие следствием наступления непредвиденных обстоятельств, в результате которых появилась необходимость оплаты хозяйственных работ и закупки определенных материалов для их выполнения.

В современных изданиях часто упоминается еще одна классификация расходов предприятий:

- расходы фирмы, обусловленные ее желанием получить большую прибыль (расходы, сопряженные с обслуживанием оборудования и производства, логистические расходы, инвестиционные отчисления);
- расходы фирмы, которые напрямую не связаны с действиями, направленными на получение прибыли (расходы на потребление, гуманитарные и благотворительные цели, переводы денег в негосударственные фонды и страховые компании, расходы на социальную сферу);
- расходы принудительного типа (оплата налогов, переводы денег во внебюджетные госфонды, траты на оплату обязательных страховок) [12, с. 432].

Сведения о расходах нужны компании для выполнения таких действий, как:

- организация комфортного процесса принятия управленческих решений;
- разработка долгосрочного планирования и стратегий обхода конкурентов;
- укрепление позиций компании в выбранной нише рынка;
- организация стимулирования производственной мотивации и лояльности сотрудников компании;
- оптимизация издержек и уменьшение налогооблагаемой базы;
- оптимизация взаимодействия компании с внешними организациями и клиентами;
- соблюдение положений законодательства, регламентирующего производственную деятельность [26, с. 212-225].

Сказанное выше доказывает важность и значимость точного и строго учета расходов предприятия. Эта статистическая информация становится фундаментом для планирования дальнейшей деятельности и определения направлений развития компании. Неслучайно исследователями разработаны разные классификации расходов, так как выбор конкретной классификации определяется спецификой работы предприятия.

«Анализ расходов предприятия» является важной составляющей финансового анализа и управления предприятием. Он представляет собой систематическую оценку расходов, позволяющую выявить и проанализировать расходные показатели, их динамику, а также определить эффективность использования ресурсов. Целью анализа расходов является выработка рекомендаций по оптимизации затрат, улучшению финансовых показателей предприятия и повышению его конкурентоспособности [27, с. 414-420].

Для достижения этой цели профессионал, имеющий огромный опыт в данной области, исследует следующие аспекты:

1. Классификация расходов: проанализировать структуру расходов предприятия, выделить основные группы расходов (себестоимость продукции / услуг, амортизация, зарплата сотрудников, аренда, налоги и др.) и их доли в общих затратах.

Классификация включает в себя следующие виды (рис. 1.1):

- переменные и постоянные затраты;
- прямые и накладные затраты;
- текущие и инвестиционные затраты;
- контролируемые и неконтролируемые [16, с. 232].

А) Показатель переменных расходов является пропорциональным по прямому типу к общему объему производства компании. Переменные расходы изменяются в зависимости от увеличения или уменьшения объема изготавливаемых товаров компанией за отчетный период. В первую очередь переменные расходы предполагают учет того сколько денег фирма потратила на ремонт, обслуживание техники и закупку сырья. Затем необходимо учесть и амортизационные траты, обусловленные продажами. Список переменных издержек может меняться, так как компании ведут разную деятельность и имеют множество направлений активности.

Постоянные затраты – затраты, величина которых не зависит от объема выпуска продукции. Это могут быть общие затраты на содержание производства и администрации, а также другие виды расходов, не связанные напрямую с объемом выпуском продукции.



Рисунок 1.1 – Классификация расходов/затрат

Несмотря на то, что определение переменных и постоянных затрат выглядит довольно просто, тонкости разделения затрат лежат в основе многих методов управленческого учета, финансового и стратегического анализа, поэтому на практике встречаются очень разные определения и подходы к расчету этих затрат [14, с. 353].

Для правильного применения переменных и постоянных затрат важно учитывать, что описанные ниже варианты разделения затрат не являются точным аналогом переменных/постоянных затрат и могут в очень разной степени совпадать или расходиться с ними:

– это не деление на производственные, административные и коммерческие;

– это не деление на прямые и косвенные.

Б) К расходам прямого типа относят траты компании, которые сопряжены с некоторыми объектами. Они всегда строятся на основе классификации, где выделяются такие категории расходов, как косвенные (накладные) расходы – траты предприятия, которые не связаны ни с каким конкретным объектом. Выделение накладных и прямых расходов необходимо для расчета экономических показателей результативности работы компании [18, с. 280-286]. С практической точки зрения классификация расходов фирмы – это необходимый шаг, делающий процесс принятия управленческих решений рациональным и обоснованным. При систематическом делении расходов на категории у компании появляется возможность снижать постоянные издержки и экономить активы.

Однако следует помнить, что излишняя увлеченность классификацией расходов, при которой руководство предприятия выделяет слишком много категорий в классификации, может негативно отразиться на прогнозировании финансовых трат и выборе пути развития компании. Слишком углубленное дробление расходов приведет к ошибочным выводам и ошибкам в расчетах. В результате компания рискует понести убытки и снизить эффективность работы.

В) К категории текущих расходов фирмы относят траты, возникающие в процессе выполнения ряда производственных операций: закупки у поставщиков материалов и сырья, организации производства на всех стадиях и этапах, разработке эффективной стратегии продвижения ассортимента компании [15, с. 120].

К категории расходов инвестиционного типа можно отнести траты компании, которые объясняются желанием администрации развивать свой бизнес. Такие расходы подразделяют на несколько ступеней.

Первая ступень – это инвестиционные издержки, обусловленные реализацией инновационного проекта в компании. К примеру, это может быть открытие нового направления работы, выпуск на рынок уникальных товаров-новинок, открытие единственной торговой точки в новом населенном пункте.

Вторая ступень – это инвестиционные издержки, обусловленные желанием руководства улучшить конкурентоспособность существующего магазина посредством принципиально нового подхода к обслуживанию клиентов. Такие расходы предполагают траты на обучение персонала.

Третья ступень – это инвестиционные издержки, обусловленные проведением временных мероприятий и акций, направленных на расширение целевой аудитории предприятия.

Г) Затраты фирмы контролируемого типа – это ее расходы, которыми руководство компании может самостоятельно управлять. Противоположным типом затрат к этой категории расходов являются неконтролируемые и неуправляемые расходы, изменить произвольно по своему желанию которые руководство предприятия не может. Такой подход к классификации трат компании облегчает руководству процесс определения финансовой ответственности каждого работника фирмы. Он помогает оптимизировать финансовую структуру предприятия [19, с. 32]. В ходе классификации издержек по данному основанию руководство предприятия выделяет в каждой категории расходов главные точки-центры финансовой ответственности. Исследователи считают данную классификацию самой главной, так как именно она позволяет директору компании пропорционально распределить между работниками премиальные выплаты и справедливо распорядиться деньгами.

Сведения о том, какой размер будет в итоге показателя финансовой результативности деятельности предприятия в конкретный отчетный период, можно посмотреть на счете № 99, где отражены все приходы и расходы компании. С учетом на эти данные можно рассчитать, пользуясь стандартными формулами и простыми вычислениями, размер убытка и величину чистой

прибыли. Эти показатели в обязательном порядке должны фигурировать в финансовых отчетах компании.

При подготовке годового финансового отчета о поступлениях денег и их расходовании компанией необходимо придерживаться следующих принципов и правил:

1. В отчете необходимо отразить по нарастающей все показатели и их динамику в течение календарного года. Эта простая мера облегчит аналитическую работу с представленными данными и позволит избежать ошибок при сопоставлении сумм с аналогичными цифрами в предыдущем отчетном периоде.

2. Лишних сумм в отчетах быть не должно. Это означает, что в документацию не включаются сведения о тех суммах, которые еще не потрачены, но их планируется потратить, а также о тех суммах, которые еще не получены от дебиторов, но уже ясно, что они поступят на баланс предприятия в ближайшем будущем.

3. Суммы, которые будут вычитаться из баланса, в результате чего показатель станет отрицательным, бухгалтер при составлении отчетности должен записать в скобках [17, с. 59-68].

4. Расшифровка полученной прибыли и пояснения к размеру выручки компании за определенный период в отчете по финансам не отражаются. Также в отчете не нужно детализировать прибыль по отдельным направлениям деятельности предприятия.

5. Себестоимость продукции в отчетах по финансам не отражается.

При анализе расходов предприятие руководствуется такими положениями, как:

- определение себестоимости продукции и цены ее реализации;
- расчет расходов на управленческую деятельность;
- учет коммерческих надбавок.

Оптимальным вариантом подготовки отчета является многоступенчатая модель. В такой модели необходимым является расчет не только конечных, но

и промежуточных показателей, оказывающих непосредственное влияние на результативность работы фирмы. Это нужно для формирования точного представления об убытках и чистой прибыли предприятия. В многоступенчатой модели предусмотрено фиксирование таких позиций, как:

- убыток или прибыль от реализации товара;
- разница между расходами и доходами компании;
- размер торговой наценки на продукцию;
- маржа (валовый доход).

Информация об этих показателях формируется на счете 90 «Продажи».

Дополнительно в многоступенчатой модели отчетов указываются такие сведения, как:

- размер убытка или прибыли предприятия до оплаты им обязательных налогов;
- сведения из бухгалтерского счета № 91, отражающего прочие расходы и доходы предприятия;
- размер процентов, которые учитываются при точном расчете суммы налога;
- динамика налоговых активов;
- отложенные налоговые обязательства фирмы;
- динамика кредиторской задолженности и дебиторских долгов предприятия.

В результате учета всех перечисленных позиций у аналитиков компании появляется возможность рассчитать совокупный финансовый результат за конкретный отчетный период работы предприятия и соотнести его с аналогичным показателем предыдущего периода [24, с. 362-347].

Динамика расходов: изучить изменения расходов в течение определенного периода времени (месяц, квартал, год), выявить тренды и их причины. Например, рост расходов по определенным статьям может свидетельствовать о неэффективном использовании ресурсов или неуправляемом росте издержек.

Доходы		Расходы	
Выручка		Себестоимость продаж	
Валовая прибыль (убыток)			
		Коммерческие расходы	
		Управленческие расходы	
Прибыль (убыток) от продаж			
Доходы от участия в других организациях			
Проценты к получению			
Прочие доходы			
Прибыль (убыток) до налогообложения			
Постоянные налоговые активы		Текущий налог на прибыль	
Изменение отложенных налоговых активов		Постоянные налоговые обязательства	
		Изменение отложенных налоговых обязательств	
Чистая прибыль (убыток)			
		Справочно: результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	
		Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	
		Совокупный финансовый результат	
		Разводненная прибыль (убыток) на акцию	
		Базовая прибыль (убыток) на акцию	

Рисунок 1.2 – Составляющие финансового результата

Расходы на единицу продукции рассчитываются по формуле: $\text{Расходы (ед. продукции)} = \text{Расходы} / \text{количество выпущенных изделий}$. Расчет можно

производить исходя из общих, производственных, переменных или постоянных затрат.

Формула рентабельности:

$$P = \text{ПБ} / \text{В} * 100\% \quad (1)$$

Где, Р – рентабельность;

ПБ – прибыль по балансу (разница расходов и доходов);

В – выручка за расчетный период.

1. Сравнение с нормативами и анализ отклонений: сравнить фактические расходы с нормативами, установленными для данной отрасли или предприятия, и проанализировать возникающие отклонения. Например, превышение норматива затрат на определенную статью может свидетельствовать о неэффективном использовании ресурсов или недостаточном контроле над расходами.

$$Ov = (Qф - Qн) \times Pн \times Nн \quad (2)$$

Рекомендации по оптимизации расходов: на основе проведенного анализа предложить конкретные меры по снижению затрат и повышению эффективности использования ресурсов. Это может включать пересмотр бизнес-процессов, поиск более дешевых поставщиков, улучшение технологических процессов и др [20, с. 27-29].

Таким образом, можно сделать вывод, что теоретические основы расходов и их классификации предприятия являются важной частью любой компании. В данной части курсовой работы, была написана теория расходов и их классификация, методы анализа, себестоимость товара.

1.2 Понятие доходов и их классификация

Доход – это вся выручка + внереализационные поступления, которые заработало предприятия. К доходу относят все, что предприятие получает за реализацию товаров / услуг.

Выручка – это полная сумма денежных средств, которое предприятие получает за реализацию своих товаров / услуг.

Прибыль – это положительная разница между доходами и всеми расходами. Простыми словами, прибыль – это финансовый результат деятельности предприятия, при котором доходы больше всех расходов, если расходов больше, то это убыток [31, с. 678-681].

Экономическая выгодность практической деятельности фирмы может быть точно определена в числовом виде. Для этого нужно посчитать доход предприятия в конкретном отчетном периоде, оценить количество имеющегося у нее материального имущества, ведь его использование способствует накоплению и пополнению активов производства. Но расчет доходности фирмы не предполагает учет в расчетах собственный вклад денег учредителей компании [2, с. 290].

К категории доходов, полученных в ходе реализации продукции, относятся такие позиции, как:

- объем выручки от продаж;
- все финансовые поступления на баланс компании, связанные с его производственной деятельностью и оказанием различного рода услуг клиентам;
- денежные и неденежные имущественные права компании;
- объем натурального производства и выручки, полученной с него;

Под доходами, полученными в результате продажи продукции, следует понимать выручку. Нереализованными доходами являются все остальные прибыльные действия, но не предполагающие непосредственную продажу

товаров собственного производства фирмы. В этой связи видится целесообразным детально остановиться на следующих категориях доходов:

1. Доходы от обычного вида деятельности:

- выручка за продажу товаров;
- выручка за оказанную услугу.

2. Операционные доходы:

- доход с аренды;
- выплаты по дивидендам или процентам;
- роялти.

3. Внереализационные доходы:

- комиссия по операциям с валютными средствами;
- выплаты по штрафам и неустойкам;
- кредиторская и дебиторская задолженность;
- выплаты по активам.

4. Чрезвычайные доходы:

1. Страховые случаи, выплаченные по каким-то непредвиденным обстоятельствам.

Поделить доходы можно и на такие категории, как:

- доходы от обычного вида деятельности;
- прочие доходы.

Программа политики работы предприятия отражает все разновидности доходов. При этом выручка в документах фирмы является особым и основным видом доходности, так как она выражается однозначно в денежном эквиваленте и ведет к экономической выгоде [3, с. 214].

Каждая фирма планирует оптимизацию деятельности, чтобы получить больше денег в виде прибыли (выручки). Однако этот процесс часто сопряжен не только с увеличением продаж, но и с ростом расходов на производство. Но это необходимо для поднятия конкурентоспособности фирмы и улучшения ее материально-технической базы, ведь это важные условия повышения производительности и формирования положительного образа компании и

глазах клиентов. Для рационализации расходов целесообразно определить потенциал резервов роста компании и выявить статьи, по которым тратится необоснованно большое количество денег. Для этого придуманы стандарты анализа доходов и расходов компании, отразим их в виде рисунка 1.3.



Рисунок 1.3 – Стандарты анализа доходов предприятия

В ходе анализа доходности фирмы рассчитывается получаемая ею прибыль от реализации основного вида коммерческой деятельности, а также от реализации дополнительных видов деятельности, приносящих доход. Определить те виды деятельности, которые станут предметом анализа, можно с опорой на документацию, в которой отражена вся специфика работы компании. Чаще всего анализируются такие категории доходов, как:

- доходы от продажи основных средств;
- проценты по предоставленным займам;
- безвозмездные поступления;
- платежи по ущербу (например, поступления от страховых компаний);
- убытки прошлых лет;
- курсовые разницы;

– размер кредиторских долгов безнадежного типа (предприятие знает, что вернуть эти деньги не будет возможности из-за определенных обстоятельств) [29, с. 536].

Задачи, которые должны решиться в процессе аналитической деятельности, отражены в виде графической схемы на рисунке 1.4

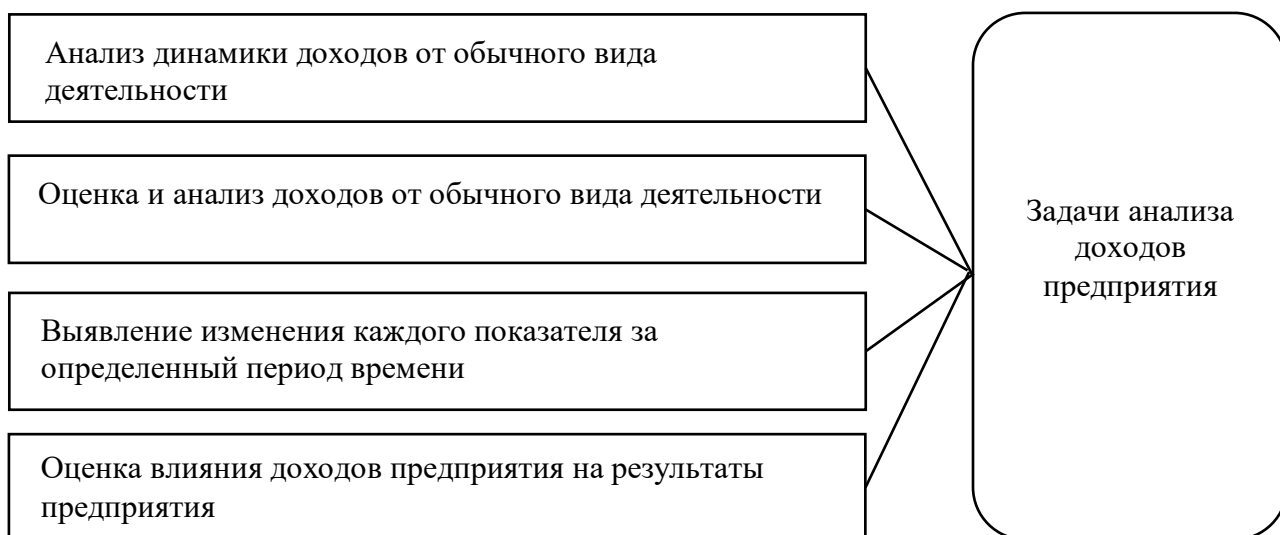


Рисунок 1.4 – Задачи анализа доходов предприятия

Факторный анализ, основанный на методе цепных подстановок, позволяет не только выделить ключевые драйверы изменений, но и проанализировать их синергетический эффект. Например, увеличение объема продаж в сочетании с ростом средней цены может оказать значительно большее влияние на выручку, чем по отдельности. Кроме того, метод способствует выявлению тех аспектов, которые требуют внимания для оптимизации бизнес-процессов [10, с. 335]

Следующим шагом после выявления факторов является построение прогнозов и разработка стратегий, направленных на улучшение финансовых показателей. На основе факторного анализа менеджмент может принять обоснованные решения, касающиеся ценовой политики, ассортиментной матрицы и других элементов, способствующих повышению конкурентоспособности компании. В итоге, качественный факторный анализ

становится незаменимым инструментом для устойчивого роста предприятия и его долгосрочной стабильности.

Заключительный этап оценки доходов предприятия требует внимательного анализа показателей деловой активности и эффективности. При этом важным индикатором служит выручка от реализации продукции. Когда деловая активность соответствует установленным нормативам, можно заключить, что выручка является достаточной для покрытия активов и пассивов. На результативность работы фирмы в отчетном периоде указывают ее рентабельность в чистом виде, операционная прибыль и размер чистой прибыли. При их оптимальном балансе сбалансированными окажутся и категории расходов и доходов предприятия. Также их баланс является доказательством того, что фирма может стабильно работать и находить перспективные способы устранения проблем в производственном цикле [32, с. 180].

Финансовые результаты работы предприятия фиксируются в отчетах о его хозяйственной деятельности и в бухгалтерской документации. Здесь отражаются как полученные размеры прибыли, так и размер убытков. Эти показатели экономисты считают наиболее информативными при определении перспектив развития компаний. Также они служат фундаментальной базой для расчета прогнозируемой результативности работы фирмы и определения ее товарооборота в предстоящем отчетном периоде.

Из положения бухгалтерского учета № 9/99 следует, что:

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

- для целей настоящего Положения не признаются доходами организации поступления от других юридических и физических лиц;

- сумм налога на добавленную стоимость, акцизов, налога с продаж, экспортных пошлин и иных аналогичных обязательных платежей;

- по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и т.п.;
- в порядке предварительной оплаты продукции, товаров, работ, услуг;
- авансов в счет оплаты продукции, товаров, работ, услуг;
- задатка;
- в залог, если договором предусмотрена передача заложенного имущества залогодержателю;
- в погашение кредита, займа, предоставленного заемщику [22, с. 42-45].

Доходы организации в зависимости от их характера, условия получения и направлений деятельности организации подразделяются на:

- а) доходы от обычных видов деятельности;
- б) прочие доходы.

Выручка, полученная компанией в результате успешной продажи продукции и успешного оказания услуг клиентам, относится к категории дохода от основного вида экономической деятельности. Если фирма предоставляет клиентам собственные активы в аренду, получая прибыль с этого вида деятельности, то именно этот доход и будет считаться выручкой.

Если деятельность фирмы связана с предоставлением целевой аудитории продуктов интеллектуальной собственности во временное или постоянное использование, то деньги, полученные в результате таких действий, и составят выручку компании в отчетном периоде [5, с. 390].

В качестве выручки засчитывается платное участие представителей фирмы в работе других учреждений, если такие виды деятельности предусмотрены уставом организации и спецификой ее работы.

К тому же при этом возможны случаи, когда одна и та же статья расходов/затрат закрепляется за несколькими ЦФО, если на ее значения влияет больше одного ЦФО. Но при расчете ФМП этих ЦФО применяется принцип гибкого бюджетирования, в соответствии с которым разделяется влияние разных ЦФО на значения таких статей расходов [7, с. 421].

Прибыль экономисты рассматривают как конечный показатель финансового типа, отражающий результативность хозяйственной деятельности компании в определенный отчетный период.

Прибыль всегда имеет конкретное денежное выражение и является исчисляемой величиной. Другими словами, она и составляет доход компании. Для расчета прибыли принято использовать следующую формулу:

$$\Pi = Д - Р \quad (3)$$

Прибыль влечет за собой появление у компании дохода валового типа, обусловленного успешной реализацией продукции или успешным выполнением определенного перечня работ. Стоимость продукции и видов работ определяется с опорой на размер предложения и спроса на конкретные товары и услуги на рынке [30, с. 624].

Таблица 1.1 – Валовый доход и себестоимость предприятия

Валовый доход		
Материальные затраты	Оплата труда	Прибыль
Издержки производства (себестоимость)		Чистая прибыль
Объем реализации		

Прибыль, являясь ключевым элементом рыночных взаимодействий, выполняет несколько основных функций она:

- отражает экономическую эффективность, достигнутую в результате работы предприятия;
- служит стимулом для повышения производительности, так как одновременно представляет собой финансовый итог и один из главных источников финансовых ресурсов организации, поддерживая принцип самофинансирования;

– является одним из важнейших источников формирования доходов бюджетов различного уровня. Например, налог на прибыль занимает значительное место в пополнении бюджетных средств [8, с. 132-140].

Формирование и распределение прибыли компаний осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации «О налоге на прибыль организаций», а также под руководством инструкций Федеральной налоговой службы России. Различают несколько видов прибыли:

- валовую;
- прибыль от продаж;
- прибыль до налогообложения;
- чистую прибыль.

Прибыль, получаемая фирмой от реализации документально заявленных видов деятельности и производства товаров, называется бухгалтерской прибылью.

Она рассчитывается с помощью таких последовательных шагов, как:

1. Расчет валовой прибыли компании.

2. Расчет фактической разницы между расходами и полученной выручкой. При этом в учет не принимается НДС, так как расчеты производятся до вычитания налогов. Также в учет не принимается трата денег, покрывающая себестоимость сырья.

3. Вычитание из полученной цифры затрат на управление и коммерцию. Это и будет показатель чистой прибыли.

Существуют следующие традиционные способы расчета выручки компании, получаемой в результате реализации товаров:

1. Кассовым методом (по факту оплаты): на дату поступления денежных средств на расчетный счет или в кассу;

2. Методом начислений (по отгрузке): на дату отгрузки продукции (выполнения работ, оказания услуг), независимо от фактического поступления оплаты. В России организации для бухгалтерского учета обычно используют

метод начислений «по отгрузке», за исключением тех, которым разрешено применять кассовый метод [23, с. 32].

Главным звеном в бухгалтерской деятельности является определение размера получаемой прибыли. На уровень этой прибыли влияют отпускные цены, себестоимость и ассортимент реализуемой продукции. Вторая часть бухгалтерской прибыли до налогообложения формируется за счет прочих операций, которые выявляют разницу между прочими доходами и расходами. При расчете чистой прибыли необходимо учитывать постоянные и временные разницы, возникающие из различий между бухгалтерской и налогооблагаемой прибылью.

Таким образом, на предприятии доходом считаются все виды поступлений, которые приводят к увеличению активов или уменьшению обязательств, вне зависимости от вложений и их собственников.

1.3 Методы анализа расходов и доходов организации

Цель создания любого предприятия в любой сфере бизнеса – получение финансовой прибыли и материальных благ. Однако для достижения такой цели нужно грамотно спланировать работу и заниматься аналитикой основных экономических показателей. При этом показатели результативности деятельности компании интересны не только владельцу бизнеса, но и инвесторам, которые могут принять значимое участие в достижении цели бизнеса. Также эти показатели интересны надзорным органам, контролирующим полноту и своевременность оплаты бизнесменами налогов. Это означает, что фирма должна вести финансовую документацию и готовить отчеты о деятельности в конкретном числовом выражении [38, с. 128].

В бухучете понятие и алгоритм учета доходов и расходов регламентируют ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99 соответственно. Списки, в которых

отражена совокупность существующих у фирмы на данный момент доходов и расходов, являются открытыми (п. 2 ПБУ 9/99). Доходы бывают 2 видов: от обычных видов деятельности и прочие.

Выручка в бухучете отображается при наличии следующих условий (п. 12 ПБУ 9/99):

- компания имеет право на нее по договору или на основании иного документа;
- сумму выручки можно определить;
- право владения на актив перешло от продавца (исполнителя) к покупателю (заказчику);
- присутствует уверенность, что фирма получит выгоду;
- издержки, связанные с операцией, могут быть определены.
- в случае несоблюдения вышеприведенных условий в бухучете образуется кредиторка [11, с. 134].

Под категорию расходов фирмы попадают показатели, которые способствуют снижению финансовой выгоды. Они возникают в результате выбытия денег и активов фирмы. Это приводит к сокращению капитала (п. 2 ПБУ 10/99).

Обязательными принципами бухгалтерского учета на данный момент признаются следующие положения, касающиеся фиксации расходов и доходов предприятия:

- принцип объективности. Этот принцип обязывает компанию вести сплошное фиксирование действий хозяйственного типа. Для фирм, работающих на территории Российской Федерации, предусмотрен приоритетный рублевый эквивалент фиксирования стоимости операций хозяйственного типа;
- принцип двойной записи. Этот принцип обязывает фиксировать любые финансовые транзакции и перевод средств компании с одного счета на другой;
- принцип начислений. Этот принцип обязывает компании в обязательном порядке отражать в документации все поступления денежных

средств на баланс компании, включая суммы, переданные кассиру наличными средствами. Суммы отражаются в момент их образования документально, а не в момент непосредственного поступления на баланс или в кассу;

- принцип соответствия. Этот принцип предполагает, что все доходы, получаемые компанией, находятся в прямой зависимости от расходов в отчетный период [33, с. 239];

В настоящее время есть множество программ с помощью, которых, происходит отражение доходов и расходов организации. В основном все используют программное обеспечение 1С – Предприятие. Эти программные обеспечения позволяют вести и отражать финансовые операции таким сотрудникам, как:

- бухгалтер;
- финансовый директор;
- аудиторы.

На данный момент общепризнанного единого подхода к пониманию методологических основ учета и анализа расходов и доходов коммерческого предприятия нет. Такие авторы, как О.В. Ефимова, А.Ф. Ионова, Н.Н. Селезнева, А.Д. Шеремет, Г.В. Савицкая и Н.С. Пласкова на протяжении многих лет изучают данную проблематику. Практически в работах каждого из указанных авторов есть авторская методика изучения этих экономических аспектов деятельности предприятия. Их вдумчивый анализ позволяет выявить в них общие черты (все исследователи указывают на необходимость анализа доходов и расходов на протяжении промежутка длиной в 3-5 лет). Также специалисты пишут о необходимости учета множества факторов, которые оказывают непосредственное влияние на формирование доходов и расходов. Но при этом каждая из них имеет и специфические отличительные особенности. Чаще всего они сводятся к тому, какие конкретно экономические данные берутся за основу формирования классификации [22, с. 128].

В первую очередь анализируются доходы и расходы, возникающие в результате осуществления компанией своего основного вида экономической деятельности. Для этого применяются такие методы, как:

1. Метод вертикального анализа. Он направлен на изучение структуры доходов и расходов предприятия в отчетный период. Показатели рассчитываются в процентном соотношении. Все показатели сравниваются с общим объемом выручки предприятия.

Оценка производится с опорой на структуру активов предприятия. В результате применения вертикального метода получается рассчитать убыток, чистую прибыль и сделать финансовый отчет. В этом случае размер выручки принимается за 100% величину. Расчет сумм по другим статьям в процентном соотношении выполняется в соответствии с тем, что выручка является равной 100%. Вертикальный метод предполагает для наглядности отражение в отчете сведений за текущий и предыдущий отчетные периоды, что облегчает сравнение показателей и оценку их динамики. Метод эффективен для:

- оценки динамики и соотношения доходов и расходов фирмы в соотношении с величиной общей выручки;
- выявления слабых позиций и их устойчивости;
- определения степени влияния конкретной позиции на конечный финансовый результат работы предприятия;
- определения перспективности программы развития предприятия.

2. Метод горизонтального анализа. С помощью этого метода можно рассчитать относительные и абсолютные колебания экономических и финансовых показателей в текущем и предыдущем периодах. Методика такого анализа предполагает сравнение позиций в рублевом эквиваленте и в процентном выражении. Она основывается на расчете разницы показателей в двух периодах и определении процента выраженности каждого показателя в соотношении с некоторой оптимальной условной величиной, характерной для отрасли. Метод отражает особенности динамики расходов и доходов в

контексте анализа рациональности программы продвижения и экономического развития.

3. Метод расчета коэффициентов. Он основан на применении простых формул для расчета базовых экономических показателей, отражающих конкурентоспособность фирмы. В основе базы для расчетов лежат конкретные числовые выражения прибыльности или убыточности компании. Их аналитик берет из отчетной документации предприятия.

Каждая позиции, полученная в ходе расчетов, сравнивается с идеальной величиной (нормативом). Расчеты направлены на определение платежеспособности предприятия и расчет его конкурентоспособности [23, с. 344].

4. Метод факторного анализа. С его помощью можно обнаружить факторы, которые способствуют росту или снижению расходов или доходов предприятия в контексте их совокупного влияния на платежеспособность и эффективность работы фирмы [35, с. 463].

В зависимости от целей анализа, допускается выделять разное число коэффициентов, по которым он будет производиться. Однако пренебрегать общепринятыми показателями не рекомендуется. Они едины для всех направлений экономики. К ним относятся:

- коэффициент, характеризующий состояние актуальной ликвидности бизнеса. Он отражает размер оборотных активов фирмы и их пригодность для погашения краткосрочных долговых обязательств предприятия;
- коэффициент финансовой стабильности предприятия. Он отражает уровень платежеспособности фирмы в настоящий момент и в отдаленной перспективе;
- показатель ликвидности абсолютного типа. Он показывает, какой у фирмы на данный момент размер краткосрочных долгов, а также демонстрирует инструменты и резервы, посредством которых задолженность может быть снижена или ликвидирована полностью;

- показатель финансовой самостоятельности компании. Он отражает степень независимости фирмы от средств кредиторов;
- показатель рентабельности производственных активов. Данный показатель отражает рациональность использования предприятием имеющихся у него ресурсов, а также определяет потенциальный размер прибыли, которую можно получить с учетом имеющихся исходных ресурсов и мощностей производства;
- коэффициент рентабельности капитала фирмы. Этот показатель помогает определить, какой процент прибыли фирма приносит владельцу бизнеса за календарный год [37, с. 366].

Как показывает практика, учитывать данные коэффициенты и показатели необходимо даже в том случае если на данный момент очевидных проблем в финансовом плане и ведении бизнеса у фирмы нет. Контроль показателей поможет предприятию избежать ситуации, при которой оно станет зависимым от денег кредиторов или заемщиков.

Для анализа коэффициентов, перечисленных выше, не стоит выбирать только отдельные инструменты аналитики. Комплексный подход к решению этого вопроса поможет получить всестороннюю многогранную картину.

Выделим следующие показатели эффективности предприятия:

- производительность труда;
- фондоотдача;
- себестоимость произведенной продукции;
- оборачиваемость оборотных средств;
- рентабельность производства;
- фондоемкость.

Оценка эффективности работы предприятия в силу своей комплексности предполагает использование частных и обобщающих показателей.

По частным показателям можно определить:

- эффективность применения каждого из ресурсов компании;

– результативность реализации каждого вида продукции/услуг компании.

По обобщающим показателям определяют:

- эффективность всех ресурсов, продукции/услуг предприятия;
- результативность компании в целом [36, с. 256].

Эффективность работы предприятия оценивают в несколько этапов.

ЭТАП1. Рассчитывают и оценивают общие показатели рентабельности, отражающие эффективность производственной деятельности компании:

Рентабельность (Р) бизнеса – информирует о доле чистой прибыли в выручке от реализации:

$$P = \Pi_{\text{ч}} / V \times 100 \%; \quad (4)$$

Где,

Р – рентабельность;

Πч – чистая прибыль

V – выручка от реализации

Рентабельность продаж – дает представление о том, какова доля прибыли от реализации в выручке от реализации:

$$P_{\text{п}} = \Pi_{\text{прод}} / V \times 100 \%; \quad (5)$$

Рентабельность реализованной продукции – показывает эффективность реализации продукции:

$$P_{\text{рп}} = \Pi_{\text{прод}} / C_{\text{рп}} \times 100 \%. \quad (6)$$

ЭТАП 2. Рассчитывают и оценивают общие показатели рентабельности, отражающие эффективность использования ресурсов предприятия:

Рентабельность оборотных активов – отражает эффективность использования оборотного капитала организации:

$$P_{та} = Пч / ОА \times 100 \% ; \quad (7)$$

Рентабельность внеоборотных активов – показывает эффективность использования внеоборотных активов предприятия:

$$P_{ва} = Пч / ОА \times 100 \% ; \quad (8)$$

Рентабельность собственного капитала – отражает эффективность использования организацией собственного капитала:

$$P_{ск} = Пч / \text{Средняя величина собственного капитала} \times 100 \% ; \quad (9)$$

ЭТАП 3. Проводят факторный анализ показателей рентабельности. Цель – определить причины отклонений значений отчетного периода по сравнению с данными прошлых периодов или планами на отчетный период [34, с. 299].

ЭТАП 4. Рассчитывают и оценивают частные показатели эффективности, которые отражают отдельные аспекты работы предприятия. Среди них могут быть такие показатели:

- издержко емкость выпуска продукции;
 - выработка и заработная плата на одного сотрудника;
 - удельный вес укрупненных статей затрат в себестоимости продукции
- и др.

2 Анализ финансово – экономических показателей предприятия ООО «Норд Ингредиентс»

2.1 Общая характеристика ООО «Норд Ингредиентс»

Организация «Норд Ингредиентс» является обществом с ограниченной ответственностью. Общество является юридическим лицом. Общество создано с соответствии с Указом Президента Российской Федерации N 14 - ФЗ от 08.02.1998 года.

Полное наименование организации:

Общество с ограниченной ответственностью «Норд Ингредиентс».

Сокращенное:

ООО «Норд Ингредиентс».

Место регистрации и нахождения организации:

Российская Федерация, 197022, г. Санкт-Петербург, ул. Инструментальная, дом 3, литер К, помещение 11Н, 12Н.

ИНН: 7842080666

Руководитель предприятия: генеральный директор КожокаруМарчел

Статус организации: коммерческая, действующая.

Организационно-правовая форма: Общества с ограниченной ответственностью (код 12300 по ОКОПФ)

Уставный капитал: 50.000 рублей.

Основной вид деятельности (ОКВЭД):

46.38 Торговля оптовая прочими пищевыми продуктами, включая рыбу, ракообразных и моллюсков

Дополнительный вид деятельности (ОКВЭД):

10.89 – Производство прочих пищевых продуктов, не включенных в другие группировки

46.36 – Торговля оптовая сахаром, шоколадом и сахаристыми кондитерскими изделиями

46.90 – Торговля оптовая неспециализированная

– производство прочих пищевых продуктов, не включенных в другие группировки

– производство супов и бульонов

– производство искусственного меда и карамели

– переработка меда (темперирование, фильтрация, декристаллизация и смешивание меда)

– производство рационов питания и пайков

Основными документами регулирующие деятельность компании ООО «Норд Ингредиентс», являются: устав предприятия, правила внутреннего трудового распорядка, правила безопасности в цеху, правила безопасности на производстве, Конституция Российской Федерации, Трудовой кодекс, Налоговый кодекс, Федеральные законы.

Сотрудники ООО «Норд Ингредиентс» обязаны соблюдать положения настоящего Кодекса и предусмотренные Кодексом Положения и процедуры при выполнении своих трудовых функций независимо от должностного положения, ранга или иного статуса. Предприятие осуществляет свою деятельность на основе полного хозяйственного расчета, самофинансировании и самоокупаемости, а также ведет бухгалтерскую и статистическую отчетность в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. Налогообложение предприятия осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Рассмотрим важные показатели организации ООО «Норд Ингредиентс», как объем выпускаемой продукции за период 2022 – 2024гг.

Таблица 2.1 – Анализ объема выпуска продукции ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг., тыс. кг.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Изменение 2024/2022 гг.	Темп роста 2024/2022 гг.
Объем выпускаемой продукции, в тыс. кг	3 018	3 740	5 269	2251	74,5
Мясные смеси	1 109	1 205	1 869	760	68,5
HoReCa	1 154	1 286	2 033	879	76,2
Кондитерские смеси	568	869	915	347	61,1
Рыбные смеси	187	380	452	265	141,7

Исходя из данных в таблице, можно сделать вывод, что наблюдается динамический рост общего объема выпуска: каждый год увеличивала свое производство, за 2 года объем выпуска продукции составило 2 251 тыс., кг., или +74,5%. HoReCa и мясные смеси увеличили рост на 76,2% и 68,5% соответственно. Рыбные смеси показали значительный рост + 141,7%. Кондитерские смеси показывают незначительный рост среди остальных +61,1%. Компания активно наращивает производство, растет покупательский спрос.

Рассмотрим каждый отдел за период с 2022г по 2024г: Мясной отдел – наблюдаем рост выпуска продукции к 2023г на +9% и +55% к 2024г, за два года увеличился объем выпуска на 760 тыс., кг или 68,5%, что свидетельствует о выходе на новые рынки.

HoReCa– наблюдается высокий рост объема выпуска продукции, к 2023г на 132 тыс., кг или +11%, а к 2024г увеличение на 747 тыс., кг или + 58%. Это говорит о развитии дальних регионов и и продажа продукции дистрибьюторам, которые в свою очередь очень хорошо развивают свой регион.

Кондитерский отдел – виден значительный рост к 2023г на 301 тыс., кг или + 53%, а по сравнению к 2024г рост выпуска продукции увеличился на 46 тыс., кг или + 5,3%. Это свидетельствует о расширении ассортимента и плавный выход на другие рынки.

Рыбный отдел – наблюдается высокий рост выпуска продукции среди всех отделов за 2023г + 103,2%, но снижение динамики в 2024г составило +9%.

Предприятие успешно увеличивает объем выпуска продукции. По таблице видно, что Мясной отдел и отдел HoReCa обеспечивают большой вклад в этой компании.

Таблица 2.2 – Структура выпуска продукции ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг., %

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Объем выпускаемой продукции, в тыс. кг	100	100	100
Мясные смеси	36,7	32,2	35,5
HoReCa	38,2	34,4	38,6
Кондитерские смеси	18,8	23,2	17,4
Рыбные смеси	6,2	10,2	8,6

Исходя данных в таблице, можно сделать вывод, что HoReCa больше всего продает по выпуску продукции, на 2024 г., доля от общего объема составляет 38,6%, что больше Мясных смесей на 3,1%. Видно, что по кондитерским смесям за 2023 г., доля от общего выпуска продукции составляла 23,2%, а в 2024 г., она сократилась на 5,8%., возможно это связано с уходом крупных клиентов. Рыбные смеси тоже показывают такую низкую долю в 2024 г.

Рассмотрим организационную структуру предприятия ООО «Норд Ингредиентс»

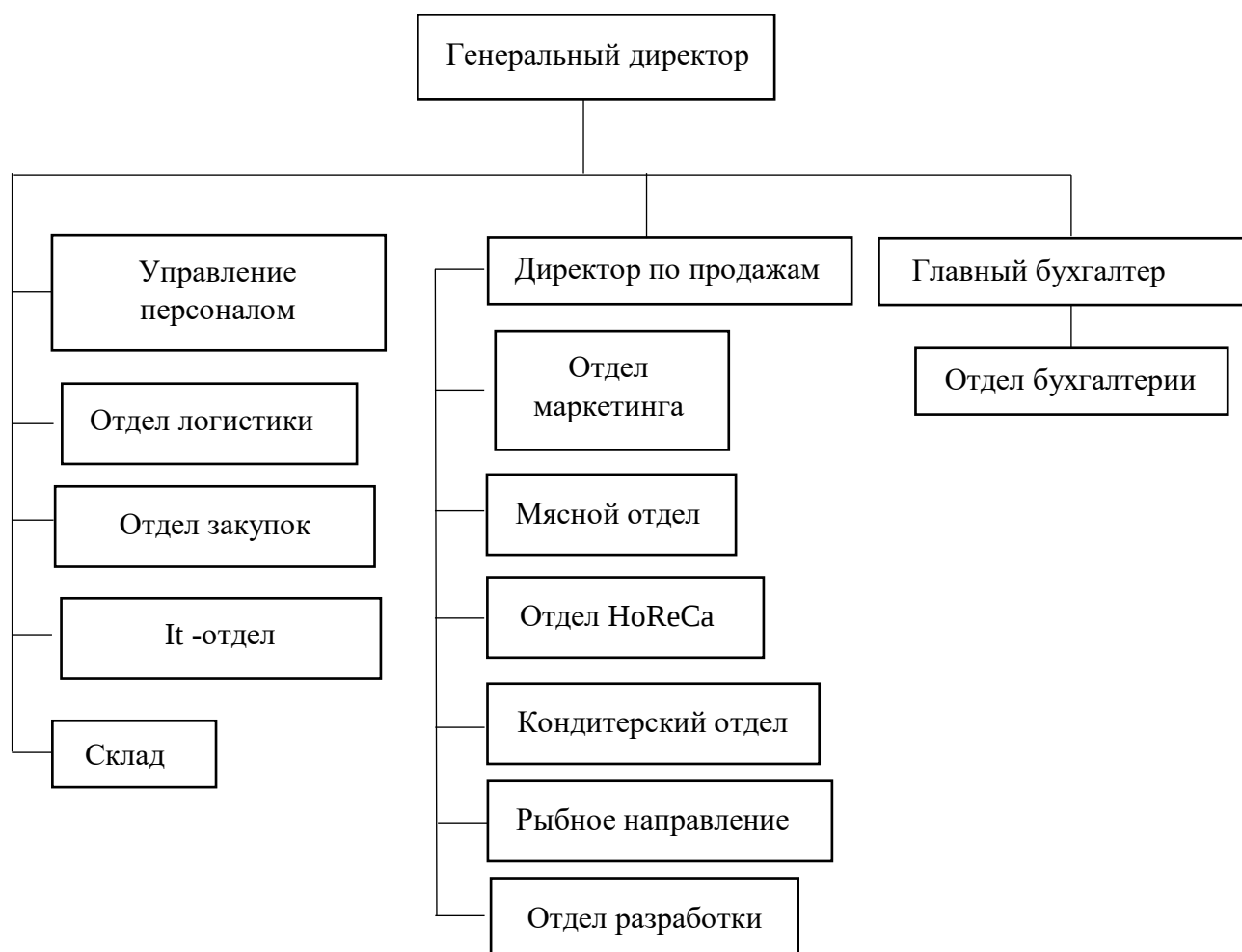


Рисунок 1.5 – Организационная структура ООО «Норд Ингредиентс»

Анализ графического материала позволяет прийти к выводу, что организационная структура предприятия обладает всеми признаками линейности и функциональности. На вершине такой модели управления стоит директор компании. Такая позиция позволяет ему одновременно участвовать и координировать работу всех отделов предприятия. В подчинении генерального директора находятся главный бухгалтер, финансовый директор, коммерческий директор, заведующий складом, администрация.

Финансовый директор играет ключевую роль в управлении финансовыми потоками и стратегическом планировании компании. Он взаимодействует с бухгалтерским отделом и играет важную роль для достижения финансовых

целей организации. Данная организационная структура предприятия является линейной.

Главными структурными элементами в компании выступают отдел маркетинга и отдел продаж. Их миссия сводится по большей части к организации эффективных рекламных кампаний, разработке стратегий продвижения, организации результативной интернет-торговли и стабильной работы реальных точек сбыта готовой продукции. В совокупности решение этих задач повышает объем продаж и увеличивает размер прибыли компании.

Бухгалтерский отдел предприятия берет на себя все, что связано с финансово-отчетной деятельностью производства. В этом отделе работает главный бухгалтер, который одновременно является и начальником этого отдела, и его помощником в лице экономиста и бухгалтера. При этом персональная материальная ответственность есть у всех работников этого структурного подразделения предприятия.

В своей деятельности Главный бухгалтер руководствуется действующими законодательными и нормативными актами РФ, Уставом и внутренними организационными документами ООО «Норд Ингредиентс», приказами и распоряжениями руководства Общества, Положением о Подразделении и должностной инструкцией.

Количественная оценка отдельных компонентов финансовой системы компании производится в рублевой валюте. Основной капитал компании составляют материальные активы. С помощью ежемесячной амортизации компания выделяет средства на погашение расходов на основные средства производства. Основным методом этой процедуры является линейный метод. Расчет и начисление амортизационных процентов на предприятии является постоянной опцией, они не приостанавливаются на протяжении всего периода результативного использования компанией объема основных средств. Все траты предприятия, которые не обусловлены непосредственным осуществлением базовых видов деятельности, попадают в категорию прочих расходов.

В таблице 2.3 приведена структура и количество сотрудников по подразделения.

Таблица 2.3 – Количество сотрудников компании ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг., чел.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Темп роста 2024/2022, %
Генеральный директор	1	1	1	100
Директор по продажам	1	1	1	100
Главный бухгалтер	1	1	1	100
Помощники бухгалтера	1	2	3	в 3 р.
Логисты	2	3	3	150
Управление персоналом	1	2	2	в 2 р.
Закупщики	2	3	3	150
Маркетолог	1	1	1	100
Технические специалисты	2	3	3	150
Грузчики	4	7	7	175
Менеджер по продажам	16	21	25	156
Технологи	7	4	6	85,7
Итого	39	49	56	143,6

Анализируя данные таблицы 2.3, можно сделать вывод, что каждым годом численность работников организации ООО «Норд Ингредиентс» увеличивалась. Есть позиции, численность работников на которых не менялась за период с 2023г по 2024г – это работники директор по продажам, управление персоналом, закупщики, технические специалисты, грузчики. Наиболее влияние на снижение количество кадров оказался период 2022г – технологи. Наблюдая ежегодное увеличение работников, можно сказать, что компания стремительно развивается.

В процессе анализа затрат так же, необходимо рассмотреть общую сумму начислений и заработной платы сотрудников компании. Суммы отчислений на социальные нужны в ООО «Норд Ингредиентс» составляют: 22% - в пенсионный фонд; 2,9% - социальное страхование; 5,1% в фонд обязательного медицинского страхования;

Сумма высчитывается относительно заработной платы и передается в ПФР (Пенсионный Фонд России). Пенсионные отчисления идут от зарплаты плюс к ним добавляется НДФЛ.

Можно заметить, что сумма отчислений составляет 30%.

В состав расходов на оплату труда в обществе ООО «Норд Ингредиентс» включаются:

- выплаты заработной платы за фактически выполненную работу, исходя из должностей, тарифных ставок;
- надбавки и доплаты к окладам, работу в выходные и праздничные дни, за сверхурочную работу;
- оплата по простоям;
- компенсация за неоплачиваемый отпуск.

Рассмотрим среднюю заработанную плату сотрудников за 2022 – 2024 гг.

Таблица 2.4 – Средняя заработанная плата работников предприятия ООО «Норд Ингредиентс» за 2022 – 2024 гг, тыс. руб.

Сотрудники по должностям	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Генеральный директор	120	160	200
Директор по продажам	100	140	170
Главный бухгалтер	70	90	120
Помощник бухгалтера	70	70	90
Логист	70	70	80
Закупщик	70	70	90
Управление персоналом	70	70	80
Маркетолог	70	70	80
Технический специалист	70	70	90
Грузчик	60	65	70
Менеджер по продажам	50	50	50
Технолог	80	80	100
Средняя заработанная плата	75	83,75	101,6

Таким образом, можно сделать вывод, что средняя заработанная плата сотруднику составляет 120,4 тыс., рублей. Можно отметить, что при помощи суммы начислений, можно отобразить анализ фонда оплаты труда.

Итак, отобразим в таблице с 2022 г по 2024 г.

Таблица 2.5 – Анализ фонда оплаты труда предприятия ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг.

Показатели	2022 г. В тыс., руб	2023 г. В тыс., руб.	2024 г. В тыс., руб.	Изменения , 2023г к 2022г, тыс., руб.	Изменения , 2024г к 2023г, тыс., руб.
Численность работников	39	49	56	10	7
Фонд оплаты труда, тыс., руб.	76 014	92 458	109 482	401	17 024
Ср з/п на 1 работника, тыс., руб.	75	83,75	101,6	8,75	17,85

Таким образом, видно, что численность компании увеличилась на 17 человек, это говорит о том, что организация расширяется. Фонд оплаты вырос на 33 468 млн., руб или на 44,03%. При заметном росте выручки на 62,1% за 2024г по сравнению с 2022г, увеличилась и средняя зарплата работника на 35,5% и ФОТ на 44%. Компания показывает активное инвестирование в человеческий капитал по данным из таблицы.

Политика финансового учета предприятия создается при участии главного бухгалтера предприятия. Она рассматривается и утверждается администрацией фирмы по таким важным параметрам, как:

- рабочий план счетов;
- формы первичных документов;
- регистры бухучета;
- формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности (если организация планирует ее составлять);
- порядок проведения инвентаризации;
- методы оценки активов и обязательств;
- порядок документооборота, технологию обработки учетной информации;
- порядок контроля за хозяйственными операциями;
- другие элементы и принципы, влияющие на организацию бухучета.

Рассмотрим одни из самых важных экономических показателей, данные представлены в виде таблицы 2.6

Таблица 2.6 – Основные экономические показатели деятельности ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг., тыс. руб.

Показатели	2022г.,	2023г.,	2024г.,	Изменение, %	
				2023г к 2022г.	2024г к 2023г.
Выручка	1 149 414	1 234 482	1 863 042	7	51
Себестоимость продаж	826 589	961 131	1 344 929	16	40
Прибыль (убыток) от продаж	150 023	48 834	197 863	-67	305
Доля себестоимости продукции, в %	71,91	77,86	72,19	-6	-5,6
Чистая прибыль (убыток)	101 374	26 230	115 295	-74	340
Рентабельность продаж %	13	3,95	10,6	-	-

Исходя из данных, которые представлены в таблице, можно сделать вывод, что выручка с каждым годом увеличивалась, рост составил к 2023г на 85 068 млн., руб, или +7%, а к 2024г видно кратное увеличение на 628 560 млн., руб., или + 51%. Не смотря на рост себестоимости, доля затрат в выручке снижается на 6% к 2023г и на 5,6% к 2024г, это свидетельствует, что компания улучшает операционную эффективность. По рентабельности и прибыли видно, что 2023г стал самым кризисом в сравнении с другими годами. Себестоимость продаж выросла на 16% по сравнению с 2022г, основные причины спада в 2023г сопровождаются такими характеристиками, как: увеличение стоимости сырья и снижение эффективности производства.

Прибыль упала на -101 189 млн., руб., или на -67% это и указывает рентабельность, которая составила -70% по сравнению с 2022г, а также чистая прибыль, которая упала на значительные -74%. Себестоимость росла значительно быстрее, чем выручка к 2023г +16% и +7% соответственно это и другие внешние факторы, могли повлиять на кризис 2023г В 2024г наблюдается высокий рост по сравнению с предыдущем годом, прибыль от продаж увеличилась на 305% и составила 197 863 млн., руб., рентабельность увеличилась на 168%, а чистая прибыль значительно выросла на 340% и составила 115 295 млн., руб.

Таблица 2.7 – Структура активов и источники их формирования ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг.

Показатели	Значение показателя, тыс. руб.			Удельный вес, %			Изменение 22г. к 23 г., %	Изменение 23г. к 24 г., %
	2	3	4	5	6	7	8	9
1	2022	2023	2024	2022	2023	2024		
Актив								
Внеоборотные активы, всего	8857	54866	130798	1,99	9,5	13,4	519	138
В том числе: основные средства	7067	51963	126500	79,8	94,7	96,7	635	143
нематериальные активы	20	52	-	0,22	0,1	-	160	-
Отложенные налоговые активы	1768	2851	4298	19,98	5,2	3,3	61	51
Оборотные активы, всего	434233	521172	846437	98,01	90,5	86,6	20	62
В том числе запасы:	263935	354908	428518	61	68	51	34	12
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	143	-	26	0,0033	-	0,003	-	-
Дебиторская задолженность	153090	164643	340823	35	32	40	8	107
Денежные средства и денежные эквиваленты	16676	1384	76423	4	0,027	9	-92	5422
Прочие оборотные активы	389	237	649	0,0009	0,0005	0,0008	-39	174
Итого активы	443090	576038	977236	100	100	100	30	70
Пассив								
Капитал и резервы, всего:	143754	170035	279481	32,4	29,5	28,6	18	64
Уставной капитал	50	50	50	0,0035	0,0029	0,0018	0	0
Нераспределенная прибыль	143704	169935	279431	0,9996	0,9994	0,9998	18	64
Долгосрочные обязательства, всего	85000	169050	202352	19,2	29,3	20,7	99	20
В том числе: заемные средства	85000	137900	164900	100	82	81	62	20
Отложенные налоговые обязательства	-	2294	6672	-	1	3	-	191

Окончание таблицы 2.7

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Прочие обязательства	-	28856	30781	-	17	15	-	7
Краткосрочные обязательства, всего	214336	237004	495403	48,4	41,1	50,7	11	109
В том числе: заемные средства	23990	1659	107543	11	1	22	-93	6382
Кредиторская задолженность	181499	225635	376935	85	95	76	24	67
Оценочные обязательства	8847	9710	10925	4	4	2	10	13
Итого пассивы	443090	576038	977236	100	100	100	30	70

Анализ финансовой статистики компании за последние годы выявил следующую картину: в 2022 году общая величина активов составила 443 090 млн рублей. Изначально, внеоборотные активы составляли всего 1,99% от общего объема активов компании, в то время как подавляющее большинство, 98,01%, приходилось на оборотные активы. К 2022 году произошло увеличение общего объема активов на 132 938 млн рублей, что составило 30% от уровня предыдущего года, с перераспределением активов: доля внеоборотных активов увеличилась до 9,5%, в то время как доля оборотных снизилась до 90,5%. К 2023 году общий объем активов значительно увеличился на 69,6%, достигая 977 236 млн рублей, при этом доля внеоборотных активов выросла на 3,9% по сравнению с 2022г, а оборотных активов уменьшилась до 86,6%. При рассмотрении внеоборотных активов видно, что основные средства увеличились в 2023 году по сравнению с 2022 годом с 79,8% до 94,7%, и в 2024 году выросли на 2%.

Это можно объяснить тем, что выпуск продукции стал больше, а деятельность фирмы и активное использование оборудования требуют обновления, модернизации и ремонта материально-технической базы.

Позитивным моментом в деятельности предприятия можно считать стабильное увеличение нематериальных активов. При этом подчеркнем, что в

2022 году была самая высокая дебиторская задолженность, которая составила 35%. Эквиваленты денег и сами денежные средства составили 4%, а финансовые запасы компании – 61%. При этом дебиторские долги компании растут, на что указывает тот факт, что в 2023 году они стали равны 32% на фоне роста запасов до 68%. Однако эквиваленты финансов и объем денежных средств предприятия снизились до 0,027%.

Можем сделать вывод о том, что многие клиенты компании несвоевременно оплачивают покупки, при этом фирме необходимо покупать сырье, оборудование, а стоимость этих ресурсов неуклонно растет.

Анализ пассивного баланса показал, что у фирмы выросли краткосрочные финансовые обязательства на 2,3%. Решающую роль при этом, на наш взгляд, играет баланс предприятия между собственными и заемными средствами, что должно обеспечивать финансовую устойчивость фирме. Объем заемных средств больше, чем объем собственных средств. Такое положение дел говорит о высокой финансовой нагрузке и зависимости предприятия от внешнего финансирования. Эта тенденция не является позитивной, так как повышает риск возникновения кризиса на предприятии. Но мы видим, что ресурсы у фирмы все же есть и это оценивается нами как позитивный момент в работе компании. Это говорит о том, что руководство компании старается сделать фирму устойчивой в финансовом плане.

Таблица 2.8 – Оценка стоимости чистых активов ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг., тыс., руб.

Показатели	Значения показателя, тыс., руб.			Изменение			
	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2023 г. К 2022 г., тыс. руб.	2024 г. К 2023 г., тыс. руб.	2023 г. К 2022 г., %.	2023 г. К 2022 г., %
Чистые активы	143754	169985	279 481	26231	109496	118,25	64,4
Уставный капитал	50	50	50	-	-	100	100
Превышение чистых активов над уставным капиталом	143704	169935	279 431	26231	109446	118,25	64,4

По данным из таблицы, следует, что чистые активы за 2023 г увеличились по сравнению с 2022 г на 26 231 млн., руб., или 18,2%, что свидетельствует об увеличении финансовой устойчивости компании. А в 2024г наблюдается значительный рост на 109 496 млн., руб., или 64,4%. В данной таблице, наблюдается высокий рост чистых активов, которые перекрывают уставной капитал в 2, в 3, а то и в 5,5 раза, это означает, что компания обладает высокой финансовой устойчивостью и способна покрывать большую часть обязательств за счет собственных средств.

2.2 Анализ доходов и расходов на предприятии ООО «Норд Ингредиентс»

Перед анализом расходов предприятия, нужно посмотреть на динамику горизонтального анализа баланса и вертикального. Экономические показатели предприятия считаются важными данными, без которых ни одно предприятие не сможет обходиться. Необходим ежемесячный анализ и отчет этих показателей, ведь без учета экономических данных предприятие может потерять свою ликвидность и вовсе уйти в убытки.

Для начала обратимся к Таблице 2.9 и проведем сравнительный анализ и динамику финансовых результатов организации ООО «Норд Ингредиентс» за 2022 – 2024гг.

Таблица 2.9– Динамика доходов и расходов ООО «НордИнгредиентс» за 2022 – 2024 гг., тыс. руб.

Показатели, тыс. руб.	Значения			Абс. Изменение, тыс. руб.		Темп роста, %	
	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2022- 2023г.	2023- 2024г.	2022- 2023г.	2023- 2024г.
1. Доходы, в том числе:	1 212 700	1 261 716	1 914 996	49 016	653 280	4,0	51,8
Выручка от продаж	1 149 414	1 234 482	1 863 042	85 068	628 560	7,4	50,9
Доходы от участия в других организациях	-	-	-	-	-	-	-
Проценты к получению	-	84	826	-	742	-	883,3
Прочие доходы	41 072	26 872	52 007	-14 200	25 135	-34,6	93,5
2. Расходы, в том числе:	1 062 998	1 227 938	1 770 080	164 940	542 142	15,50	44,1
Себестоимость продаж	826 589	961 131	1 344 929	134 542	383 798	16,3	39,9
Управленческие расходы	-	-	236	-	-	-	-
Коммерческие расходы	172 802	224 517	320 014	51 715	95 497	29,9	42,5
Прочие расходы	45 363	21 994	57 263	-23 369	35 269	-51,5	160,4
Проценты к уплате	18 244	20 296	47 638	2 052	27 342	11,2	134,7
3. Отношение общей суммы доходов к общей сумме расходов	1,14	1,03	1,08	-0,11	0,05	-9,6	4,9
4. Отношение доходов от обычных видов деятельности к соответствующей сумме расходов	1,15	1,04	1,12	-0,11	0,08	-9,6	7,7

Исходя из таблицы, становится ясно то, что проценты, которые необходимо погасить, огромны, они равны 883,3%. Если сравнить данную цифру с аналогичным показателем в предыдущем отчетном периоде, то выявится рост данного показателя на 742000 рублей. Кроме того, очевиден рост и прочих доходов компании. Анализируя показатели доходности, видим,

что главным элементом в ней являются деньги, полученные от клиентов фирмы в результате продажи товаров. Рост доходов при этом является ежегодным.

Но также у фирмы есть и постоянные расходы, которые гораздо выше, чем показатели доходности.

Большая часть расходов приходится на такой показатель, как: «себестоимость», которая в 2023 году показала рост на 134 542 тыс., руб (16,3%), а в 2024г увеличилась на 383 798 тыс., руб. (39,9%), также компания несет значительные расходы от показателя: «Коммерческие расходы». У данного показателя также наблюдается ежегодный рост. В 2024г расходы увеличились на 95 497 тыс., руб., (42,5%) по сравнению с 2023г

Также более детально необходимо рассмотреть структуру доходов организации ООО «Норд Ингредиентс».

Таблица 2.10 – Анализ структуры доходов ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг., тыс.,руб.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Структура доходов, %			Отклонения, %	
				2022г.	2023г.	2024г.	2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023г.
Доходы всего, в том числе	1212700	1261716	1914996	100%	100%	100%	4%	52%
Внереализационные поступления	160380	171319	355854	13%	14%	19%	7%	108%
Выручка, в том числе:	1149414	1234482	1863042	95%	98%	97%	7%	51%
Дебиторская задолженность	153090	164643	340822	13%	13%	18%	8%	107%
Инвестиционная выручка	41072	26956	52833	3%	2%	3%	-34%	96%
Финансовая выручка	1190486	1261438	1915875	98%	100%	100%	6%	52%
Проценты к получению	-	84	826	-	0,007	0,04	-	883%
Прочие доходы	41072	26872	52 007	3%	2%	3%	-35%	94%

Таким образом, по данным из таблицы видно, что наблюдается динамический рост доходов и выручки компании на 2024г составило 52% и соответственно 51% по сравнению с предыдущем годом. Это говорит о успешном увеличении масштабов производства. Внереализационный

поступления увеличиваются, это показывают данные с 2022г по 2024г на 195 474 тыс., руб (121,8%), это говорит о том, что компания получает прибыль помимо своего основного дохода деятельности. Дебиторская задолженность увеличилась на 340 822 тыс., руб, (107%). Проценты к получению увеличились на 742 тыс., руб., но их доля незначительная и составляет всего 0,04%. Визуальная структура изображена на рисунке 2.1.

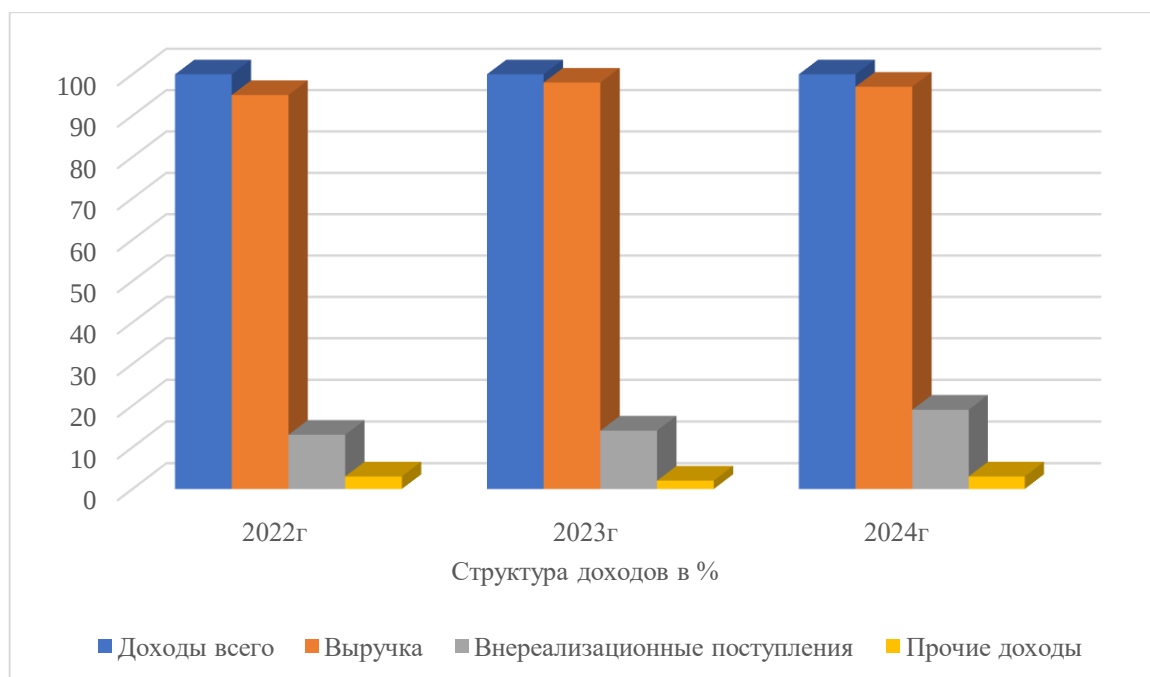


Рисунок 2.1 – Динамика структуры доходов ООО «Норд Ингредиентс»

На графике видно, что прибыль по основной деятельности 95 – 98% от общих доходов, но в 2024г было небольшое снижение из-за увеличения внереализационных доходов. Внереализационные поступления тоже показывают динамический рост с 13% до 19% в 2024г. Дебиторская задолженность также показывает рост в +7% к 2024г это говорит о росте клиентской задолженности. График показывает движение структуры в 2024г: сокращение доли выручки на 1% при том, что внереализационные доходы выросли.

Остановимся несколько подробнее на анализе структуры выручки и прибыльности предприятия. Для этого выделим те позиции в ассортименте продукции компании, которые по статистическим финансовым показателям

приносят больше дохода. Также выделим те позиции, которые проигрывают в этом отношении, принося незначительный доход. Информацию отразим в виде таблицы 2.11

Таблица 2.11 – Структура выручки от реализации продукции за период 2022 – 2024 гг., тыс. руб.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Уд. Вес 2022г в., %	Уд. Вес 2023г в., %	Уд. Вес 2024г в., %
Всего выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг: в том числе	1 153 031	1 202 798	1 770 768	100,0	100,0	100,0
Мясной отдел	413 481	435 326	602 946	36%	36%	31%
HoReCaотдел	501 214	520 831	753 813	43%	43%	43%
Кондитерский отдел	186 947	193 231	291 246	16%	16%	16,4%
Рыбный отдел	51 389	53 410	122 763	4%	4%	7%

Анализируя данные таблицы, можно сказать, что компания больше всего выручки за все анализируемые годы получает от продажи сухих смесей от отдела HoReCa, что составляет 753 813 млн., руб., в 2024г и показывает рост на протяжении анализируемых 3 лет. К 2024г отдел HoReCa продали на +44,7% к предыдущему году, а также практически догоняет мясной отдел, который продал продукцию на +117 620 млн., руб., или на +27%. Кондитерский отдел также показывает ежегодный рост, на 2024г 98 015 млн., руб., или 50,7% к предыдущему году. Меньше всего выручку компания получает от рыбного отдела это 7% к общей доле выручки, но данный отдел продемонстрировал резкий рост в 2024г на 63 353 млн., руб., или на 130%. Это означает, что отделы вышли на новые рынки, компания увеличивает обороты и производительную мощность, что также показывает таблица 4 об расширении штата.

Теперь рассмотрим структуру расходов организации ООО «Норд Ингредиентс».

Таблица 2.12 – Анализ структуры расходов ООО «Норд Ингредиентс» за период 2022 – 2024 гг., тыс., руб.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Структура расходов, %			Отклонения, %	
				2022г	2023г	2024	2023г к 2022г	2024г к 2023
Расходы – всего в том числе:	1 089 463	1 233 909	1 795 929	100	100	100	13%	46%
Себестоимость продаж, в том числе:	826 589	961 131	1 344 929	76%	78%	75%	16%	40%
Сырье и материалы;	701 140	811 329	1 134 871	85%	84%	84%	16%	40%
Фонд оплаты труда, тыс., руб;	76 014	92 458	109 482	9%	10%	8%	22%	18%
Здания и оборудования; (Аренда)	44 216	46 389	70 643	5%	5%	5%	5%	52%
Амортизация	2 104	5 306	21 719	0%	1%	2%	152%	309%
Логистика.	3 115	5 649	8 214	0%	1%	1%	81%	45%
Прочие расходы	45 363	21 994	57 263	4%	2%	3%	-52%	160%
Коммерческие расходы	172 802	224 517	320 014	16%	18%	18%	30%	43%
Управленческие расходы	-	-	236	-	-	0,0001	-	-
Проценты к уплате	18 244	20 296	47 638	2%	2%	3%	11%	135%
Текущий налог на прибыль	26 465	5 971	25 849	2%	0%	1%	-77%	333%

Исходя из данных в таблице, можно сделать вывод, что общий рост расходов увеличился за 2024г на 706 466 тыс., руб., (64,8%) это связано с увеличением масштабов производства. Себестоимость также растет с каждым годом и остается одной из значительных показателей расходов, при этом доля сырья стабильно держится 84 – 85%. Коммерческие расходы в 2024г выросли на +43%. Амортизация выросла на 309% это связано с обновлением основных средств.

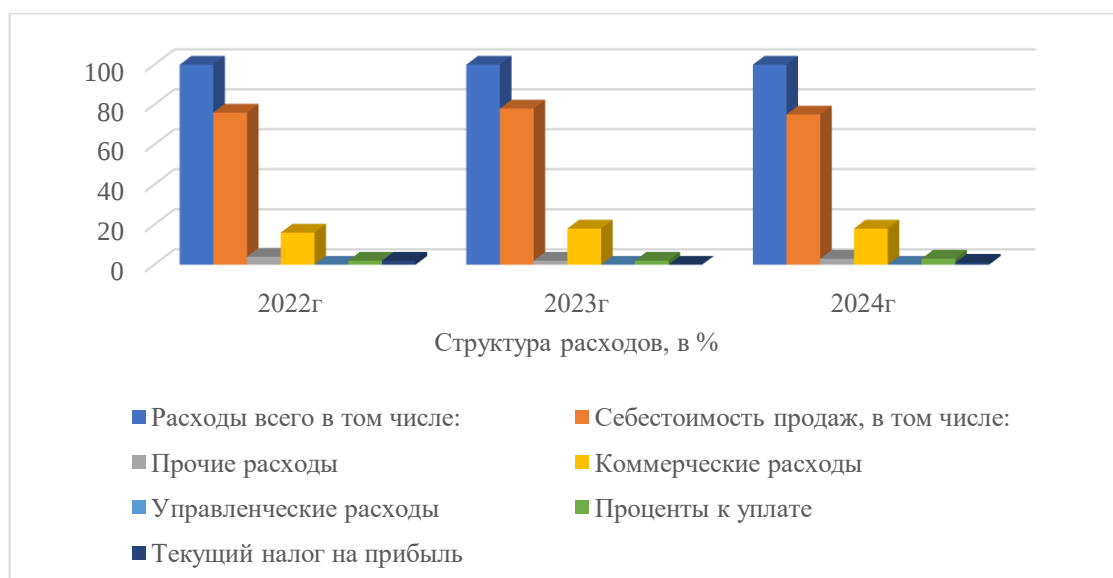


Рисунок 2.2 – Динамика структуры расходов ООО «Норд Ингредиентс»

На графике видно, что себестоимость является одним из основных расходов и составляет 75-78% по графику. Стабильная доля сырья подтверждает зависимость от материальных затрат. Коммерческие расходы увеличились до 18% в 2023-2024 гг., прочие расходы на графике показывают 2 – 3%.

2.3 Коэффициентный и факторный анализ доходов и расходов организации ООО «Норд Ингредиентс»

Коэффициентный анализ доходов и расходов на предприятии необходим для: понимания правильности эффективности ведения бизнеса, для выявления слабых мест в компании, для быстрых и правильных решений, для анализа в конкурентной среде.

Проведем коэффициентный анализ доходов ООО «Норд Ингредиентс»

Для этого необходимо провести расчеты коэффициентов

– коэффициент опережения рассчитывается как: $\text{Выручка} / \text{Общие доходы}$.

Коэффициент опережения = $1234482 / 1261716 = 0,98$ за 2022 – 2023 гг.

Коэффициент опережения = $1863042 / 1914996 = 0,96$ за 2023-2024 гг.

– коэффициент достаточности выручки рассчитывается, как: Выручка / (Себестоимость + Коммерческие расходы).

Коэффициент достаточности выручки = $1234482 / (961131 + 224517) = 1,04$ за 2022 – 2023 гг.

Коэффициент достаточности выручки = $1863042 / (1344929 + 320014) = 1,12$ за 2023 – 2024 гг.

– коэффициент чувствительности доходов к изменению оборотных активов рассчитывается, как: Изменение доходов / Изменение оборотных активов.

Коэффициент чувствительности доходов к изменению оборотных активов = $49016 / 86939 = 0,56$ за 2022 – 2023 гг.

Коэффициент чувствительности доходов к изменению оборотных активов = $653280 / 325266 = 2,01$ за 2023 – 2023 гг.

– коэффициент чувствительности доходов к изменению капитала рассчитывается, как: Изменение доходов / Изменение капитала.

Коэффициент чувствительности доходов к изменению капитала = $49016 / 26281 = 1,86$ за 2022 – 2023 гг.

Коэффициент чувствительности доходов к изменению капитала = $653280 / 109446 = 5,97$ за 2023 – 2024 гг.

Представим данные в таблице 2.13

Таблица 2.13 – Коэффициентный анализ доходов ООО «НордИнгредиенты» за 2022 – 2024 гг.

Коэффициент	2022-2023гг.	2023-2024гг.
Опережения/отставания выручки по отношению к общим доходам	0,98	0,96
Достаточности выручки для покрытия основных расходов	1,04	1,12
Чувствительности доходов к изменению оборотных активов	0,56	2,01
Чувствительности доходов к изменению капитала	1,86	5,97

Рост выручки в анализируемый период равен 0,98. Такой показатель свидетельствует об увеличении прочих доходов предприятия, что рассматривается как негативная тенденция в работе фирмы. Но при этом нельзя не отметить увеличение данного показателя на 0,2 по сравнению с аналогичной позицией предыдущего отчетного периода. В предыдущем периоде этот показатель был критическим, так как не достигал до нижней границы нормы.

Было установлено, что объема выручки компании вполне хватает для погашения задолженности во всех проанализированных периодах и компенсации расходов. Данные, которые выше 1, свидетельствуют о том, что фирма обладает достаточным размером операционной прибыли, но у нее высокая чувствительность к трансформациям текущих активов. На то, что ресурсов не хватает, указывает показатель прироста, равный 1,45, который к концу 2024 года увеличился до 2,01. При этом есть доказательства того, что предприятие стремится оптимизировать издержки и расходы.

Чувствительность к капиталу также показывает увеличение с 1,86 по 5,97, прирост составил 4,11%, это показывает, что компания увеличивает производство и масштабируется.

Также, проведем расчет следующих коэффициентов:

– коэффициент достаточности выручки: $= \text{Выручка от продаж} / (\text{Себестоимость продаж} + \text{Коммерческие расходы})$;

– коэффициент достаточности выручки $= 1149414 / (826589 + 172802) = 1,15$ за 2022 г.

Коэффициент достаточности выручки $= 1234482 / (961131 + 224517) = 1,04$ за 2023 г.

Коэффициент достаточности выручки $= 1863042 / (1344929 + 320014) = 1,12$ за 2024 г.

– коэффициент соотношения доходов и расходов рассчитывается, как: $\text{Общие доходы} / \text{Общие расходы}$

Коэффициент соотношения доходов и расходов = $1212700 / 1062998 = 1,14$ за 2022 г.

Коэффициент соотношения доходов и расходов = $1261716 / 1227938 = 1,03$ за 2023 г.

Коэффициент соотношения доходов и расходов = $1914996 / 1770080 = 1,08$ за 2024 г.

– коэффициент рентабельности проданной продукции рассчитывается, как: (Валовая прибыль / Себестоимость продаж) * 100%

Коэффициент рентабельности проданной продукции = $(322825 / 826589) * 100\% = 39,05\%$ за 2022 г.

Коэффициент рентабельности проданной продукции = $(273351 / 961131) * 100\% = 28,44\%$ за 2023 г.

Коэффициент рентабельности проданной продукции = $(518113 / 1344929) * 100\% = 38,5\%$ за 2024 г.

Представим данные в таблице 2.14

Таблица 2.14 – Коэффициентный анализ расходов ООО «НордИнгредиенты» за 2022 – 2024 гг.

Показатель	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Коэффициенты:			
– достаточности выручки, ед.	1,15	1,04	1,12
– соотношения доходов и расходов, ед.	1,14	1,03	1,08
– рентабельность проданной продукции, %	39,05	28,44	38,5

Первый показатель указывает на то, что выручка сохраняет свой высокий уровень, но в 2023 г., снизилась на 0,11% из-за высокого роста себестоимости, также можно увидеть, что в 2024 г., было увеличение коэффициента, это значит, что получилось стабилизировать ситуацию внутри компании. Соотношение доходов и расходов показывает, что компания приносит прибыль, так как значения больше 1. Рентабельность продукции остается высокой, но в 2023 г., наблюдается резкое падение на фоне высокого показателя за 2022 г, это обусловлено тем, что себестоимость возросла.

Для выполнения анализа по факторам обратимся к упрощенной информации в бухучетах предприятия. Эту информацию представим в виде таблицы 2.15 и отразим в приложении В.

Таблица 2.15 – Краткая форма бухгалтерского баланса ООО «Норд Ингредиентс» за 2022 – 2024 гг., в тыс., руб.

Показатель	№ строки	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Внеоборотные активы на начало года	1100	6426	49562	117398
Внеоборотные активы на конец года	1100	8857	54866	130798
Основные средства на начало года	1150	4625	47234	101061
Основные средства на конец года		7067	51963	126500
Здания на начало года	x	34345	18329	15154
Здания на конец года		36946	23486	16742
Сооружения и передаточные устройства на начало года	x	32564	20468	19462
Сооружения и передаточные устройства на конец года		33697	22903	27474
Земельные участки и объекты природопользования на начало года	x	35874	35874	35874
Земельные участки и объекты природопользования на конец года		35874	35874	35874
Оборотные активы на начало года	1200	384956	412834	574324
Оборотные активы на конец года		434233	521172	846438
Пассивы на начало года	1700	349621	479526	674895
Пассивы на конец года		443090	576038	977236

Теперь перейдем к анализу показателей, характеризующих прибыльность предприятия. Для этого обратимся к факторным моделям и методам. Представим результаты анализа, полученные с помощью метода абсолютной разницы.

Таблица 2.16 – Факторный анализ доходов по 1 модели ООО «НордИнгредиентс» за 2023 – 2024 гг.

Показатель	2023 (0)	2024 (1)	Абсолютное отклонение Δ
Результат:			
– выручка (В)	1234482	1863042	628560
Факторы:			
– внеоборотные активы (ВА)	54866	130798	75932
– доля основных средств (d_{OC})	0,947	0,967	0,020
– доля активных основных средств ($d_{акт}$)	1,583	0,633	-0,950
– фондоотдача активных основных средств ($\Phi O_{акт}$)	15,01	23,26	8,25
Влияние факторов:			
– ВА	1708584,35		
$B(ВА) = \Delta ВА \times d_{OC\ 0} \times d_{акт\ 0} \times \Phi O_{акт\ 0}$			
– d_{OC}	62157,3808		
$B(d_{OC}) = ВА_1 \times \Delta d_{OC} \times d_{акт\ 0} \times \Phi O_{акт\ 0}$			
– $d_{акт}$	-1803565,32		
$B(d_{акт}) = ВА_1 \times d_{OC\ 1} \times \Delta d_{акт} \times \Phi O_{акт\ 0}$			
– $\Phi O_{акт}$	660518,8803		
$B(\Phi O_{акт}) = ВА_1 \times d_{OC\ 1} \times d_{акт\ 1} \times \Delta \Phi O_{акт}$			
– совокупное влияние	627695,2911		

В ходе анализа по первой модели видно, что единственным отрицательным фактором оказалась доля основных средств, она уменьшила выручку на -1803565,32 тыс. руб. Это означает, что предприятие неэффективно управляет и обеспечивает структуру основных средств. Рост внеоборотных активов обеспечил высокий положительный результат, но был вычит в связи с снижением доли активных основных средств. Растущий фонд отдачи запросто компенсируют часть потерь компании.

Таблица 2.17 – Факторный анализ доходов по 2 модели ООО «НордИнгредиентс» за 2023 – 2024 гг.

Показатель	2023 (0)	2024 (1)	Абсолютное отклонение Δ
Результат:			
– выручка (В)	1234482	1863042	628560
Факторы:			
– оборотные активы (ОА)	521172	846438	325266
– скорость их обращения (КО _{ОА})	2,37	2,20	-0,17
Влияние факторов:			
– ОА	770880,42		
$B(OA) = \Delta OA \times d_{OAi0}$			
– КО _{ОА}	-143894,46		
$B(KO_{OA}) = OA_1 \times \Delta d_{OAi}$			
– совокупное влияние	626985,96		

По данным таблицы 2.17 можно заметить, что увеличение объема оборотных активов на 325266 тыс., руб., что привело к увеличению выручки на 770880,42 тыс., руб., но скорость обращения в том же время и сократило выручку на 143894,46 тыс., руб.

Таблица 2.18 – Факторный анализ доходов по 3 модели ООО «НордИнгредиентс» за 2023 – 2024 гг.

Показатель	2023 (0)	2024 (1)	Абсолютное отклонение Δ
Результат:			
– выручка (В)	1234482	1863042	628560
Факторы:			
– среднесписочная численность работников (Ч)	49	56	7
– их производительность труда (ПТ)	25193,5	33268,6	8075,1
Влияние факторов:			
– Ч	176354,5		
$B(Ч) = \Delta Ч \times ПТ_0$			
– ПТ	452205,6		
$B(ПТ) = Ч_1 \times \Delta ПТ$			
– совокупное влияние	628560,1		

Наблюдается рост выручки, который составил 628560 тыс., руб. Увеличение численности персонала в 2024 году обеспечил прирост выручки на 176354,5 тыс., руб. или 28%. Рассмотрим факторный анализ себестоимости.

Таблица 2.19 – Факторный анализ себестоимости произведенной продукции ООО «НордИнгредиенты» за 2023 – 2024 гг., в тыс., руб.

Показатель	2023	2024	Влияние
Исходные данные:			
– материальные расходы	961131	1344929	383798
– на оплату труда	92458	109482	17024
– на социальные нужды	27737	32845	5108
– амортизация	5 306	21 719	16413
– прочие	21994	57263	35269
– Себестоимость произведенной продукции	1108626	1566238	457612

Исходя по данным из таблицы, можно сделать вывод, что большое влияние на рост себестоимости произведенной продукции влияет:

- увеличение материальных расходов на 383798 тыс., руб. или 84% прироста;
- увеличение амортизации в четырехкратном размере на 16413 тыс., руб или 3,6% прироста, это означает, что ввели новые основные средства;
- увеличение прочих расходов на 35269 тыс., руб. или на 7,7%.

Социальные отчисления увеличились на 5108 тыс., руб, но их доля в себестоимости осталась такой же стабильной. Также, можно сделать вывод по данной главе, что компания сохраняет прибыльность, но увеличивается зависимость от неплановых доходов, рост затрат и к этому идет снижение рентабельности, неэффективно используются активы.

Подводя итог, можно сказать, что компания «Норд Ингредиенты» стабильно развивается и показывает ежегодный рост продаж с 1234482 до 1863042 тыс., руб., это показывает и внереализационные доходы, которые выросли на 108%. Основным направлением у компании «Норд Ингредиенты» является отдел NoReCa, на этой продукции предприятие делает 43% от всей выручки. Компания наращивает свою производительность это показывает коэффициент чувствительности к капиталу. Основные проблемы, которые можно выделить в заключении по главе это низкий уровень коэффициента опережения выручки, это говорит о том, что прочие доходы растут, а это сильно усложняет планирование, также важно отметить низкую скорость оборачиваемости запасов и дебиторской задолженности.

3 Пути повышения эффективности управления доходами, расходами и финансовыми результатами предприятия ООО «Норд Ингредиентс»

3.1 Продажа продукции на маркетплейсах как направление увеличения доходов предприятия ООО «Норд Ингредиентс»

Прибыль предприятия необходимо направить на увеличение продаж и каналов сбыта ООО «Норд Ингредиентс», в частности это открытие и выход на «маркетплейсы» то есть интернет-магазинов, таких как: (Ozon, Wildberries). На электронную площадку в интернете, посредством которой продавцы заключают с покупателями сделки по продаже товаров. Они как торгуют собственными продуктами, так и предоставляют возможность продаж партнерам. В качестве примеров можно вспомнить такие маркетплейсы, как, Яндекс.Маркет, Ozon, Wildberries и др. Для деятельности на маркетплейсах «Ozon» и «Wildberries» компании ООО «Норд Ингредиентс» необходимо продумать организационную структуру. В нее должны входить такие сотрудники, как: директор по продажам, маркетолог, сборщик заказов, логист и менеджер по маркетплейсам.

Директор по продажам будет руководить процессами на маркетплейсах, считать экономику, разрабатывать стратегию вместе с менеджером по маркетплейсам, разрабатывать и назначать KPI или же мотивационную премию для увеличения продаж, рассчитывать себестоимость товара и взаимодействовать с другими сотрудниками по работе на маркетплейсах.

Необходимо добавить дополнительную вакансию такую, как: менеджер по маркетплейсам один из самых важных сотрудников в данном проекте, так как это и есть магазин. Для выхода на маркетплейсах, нужно обучиться, чтоб понимать и правильно работать с этими интернет-площадками, поэтому перед реализацией проекта необходимо либо обучить своего сотрудника, что будет

дороже, но перспективнее или нанять уже опытного сотрудника. Он будет отвечать и управлять всеми внутренними процессами, расчётами, участием в акциях маркетплейсов, загрузкой товаров на склад маркетплейсов, разработка стратегий и тестирование гипотез. Также, он взаимодействует с «Сборщиком заказов» для интернет-площадки и с логистом, чтоб своевременно доставить подготовленные товары на склад маркетплейса. Данный сотрудник будет получать за свою работу оклад и % от чистой прибыли, то есть будет оцениваться его KPI. Чем больше сотрудник реализует продаж, тем больше он зарабатывает, данный вид оплаты труда должен мотивировать сотрудника.

Маркетолог важный сотрудник в сфере маркетинга, а маркетплейсы это и есть маркетинг. Данный сотрудник, будет отвечать за дизайн карточек, дизайн товара, подачу его на интернет – площадках и запуск внешней рекламы для увеличения и привлечения аудитории, данный сотрудник может быть привлечен к данному проекту, как к дополнительному проекту компании.

Логист – данный сотрудник будет привлечен в проект также как и маркетолог. Он будет руководить поставками на маркетплейсы, строить маршруты, заказывать машины для своевременной доставки товаров на склад, а также для забора товаров, в случае их возврата. Также данный сотрудник будет взаимодействовать с сборщиком заказов, так как его работа связана с сборкой и отгрузкой товаров.

Сборщик заказов по маркетплейсу будет отвечать за быструю, качественную и своевременную сборку товаров и передачу их логисту для отправки на склад маркетплейса, а также для сверки и разбора товаров, которые будут возвращены с маркетплейса. Дополнительная обязанность может быть включена к поиску лучшей и недорогой упаковки для товаров. По данной структуре видно, что проект организован по линейной модели, так как директор по продажам возглавляет этот проект, ему подчиняется маркетолог и менеджер по маркетплейсу подчиняются, а логист и сборщик заказов непосредственно взаимодействует с менеджером по маркетплейсам.

Перед тем, как реализовывать проект, необходим тщательный и углубленный анализ «ниши» и конкурентов на маркетплейсе. Рассмотрим таблицу по анализу категории и выходу на маркетплейсы.

Таблица 3.1 – Анализ категории интернет-площадок 2023 – 2024 гг., в тыс., руб.

Показатели	2023 г.	2023 г.	2024 г.	2024 г., доля в %	Темп роста 2023 / 2024 гг.
Продажи в подкатегории: «Смеси для десертов» на Wildberries	61471 663	100	119158 499	100	93,9
Продажи в категории: «Смеси для десертов» на Wildberries	51998 707	84,6	56053 266	47,0	7,8
Продажи Wildberries: Смесей для мороженого (HoReCa)	51998707	84,6	56053266	47,0	7,8
Продажи Wildberries: Смесей для вафель (HoReCa)	3717182	6,0	9829790	8,3	164,5
Категория на Ozon «Добавки для приготовления блюд»	305 074 903	100	677 946 672	100	122,2
Продажи в категории: «Смеси для десертов» на Ozon	2 683 876	0,9	5 198 450	0,8	93,7
Продажи Ozon: Смесей для мороженого (HoReCa)	3541905	1,2	9701852	1,4	173,9
Продажи Ozon: Смесей для вафель (HoReCa)	1125283	0,4	2674809	0,4	137,7

Рассмотрим и проведем анализ таблицы с конкурентами на площадках маркетплейсов.

Таблица 3.2 – Анализ конкурентов на интернет – площадках 2023 – 2024 гг., в шт.

Показатели	2023 г., кол-во в шт.	2024 г., кол-во в шт.
Конкуренты Wildberries	46	40
Конкуренты Ozon	39	40
Дистрибьюторы Wildberries	6	6
Дистрибьюторы Ozon	3	5
Всего конкурентов	94	91

По таблицам видно, что на интернет-площадках торгуют данными смесями и наши дистрибьюторы, есть спрос и рынок каждый год растет, это указывает главные категории на Wildberries рост составил 57 686 836 руб., или 93,9% и на Ozon 372 871 769 руб., или 122,2%. Конкурентов не так много, по таблице наблюдаем падение торгующих продавцов, что может быть связано с тем, что рынок уже стабилизировался на основных продавцах. Торгующие дистрибьюторы указывают на то, что смеси производства «Норд ингредиентов» имеют хороший покупательский спрос. Для расчёта проекта по маркетплейсам, а именно доходы и расходы, необходимо рассчитать себестоимость 1ед продукции. Расчет себестоимость продукции является важной частью экономических показателей предприятия. Рассмотрим таблицу 3.3 по прогнозам продаж.

Таблица 3.3 – Прогноз продаж по маркетплейсам за 2025 – 2026 гг., в шт.

Показатели	Смеси для мороженого	Смеси для вафель
Продажи на запуске проекта, в шт	200 – 400	150 – 300
Прогноз на первые 6 месяцев, в шт.	400 – 800	300 – 600
Прогноз на 12 месяцев, в шт.	1000 – 1500	800 – 1000
Сезонный пик заказов, в %	15 – 20% (Май – сентябрь)	10 – 15% (Октябрь – февраль)
Темп роста, в %	10 – 15%	15 – 20%

Из данных по таблице, можно наблюдать предположительные прогнозы по продажам в шт., с учетом анализа рынка и реализацией проекта. Как для нового игрока на рынке маркетплейсов. Для реализации данного проекта, необходимо учитывать самые пессимистические условия, так как это приближает к реальным показателям и цифрам, которые можно получить.

Рассмотрим экономический эффект проекта маркетплейсов для компании ООО «Норд Ингредиентс», как выход на новые каналы сбыта, расширение и разработка новой продукции, и увеличение масштабов производства. Для того, что провести расчет по доходам и расходам данного проекта, необходимо провести анализ затрат на 1 ед., продукции.

Таблица 3.4– Анализа затрат на 1 ед., товарной продукции 2024 г., в руб.

Показатели	2024 г.
Сырье и материалы	40
Трудовзатраты	20
Доп., расходы (упаковка, этикетка, энергия, итд)	40
Переменные затраты	100
Косвенные затраты	695 508
Объем производства, в кг.	5 269
Косвенные затраты на 1 ед.	132
Итоговая себестоимость	232

Исходя из таблицы, можно рассмотреть таблицу расходов

Рассмотрим таблицу расходов деятельности ООО «Норд Ингредиентс» на маркетплейсе «Wildberries» и «Ozon».

Таблица 3.5 – Расходы и доходы на маркетплейсе «Ozon» и «Wildberries» 2025 – 2026 гг., в руб.

Показатели	2025 г.	прогноз на 2026 г.
Продажная стоимость 1ед продукции, на Wildberries	1100	1150
Wildberries, расходы в том числе:	841	911
Комиссия, 12%	126	138
Логистика	120	130
Возвраты, закладываем 5%	53	58
Маркетинг (реклама), закладываем 20%, в руб	210	230
Разное, закладываем 10%, в руб	100	110
Себестоимость продукции	232	245
Доп., расходы, в том числе:	25	30
Логистика до склада маркетплейса на 1ед продукции	10	15
Упаковка, маркировка	15	15
Итого, расходы	866	941
Продажная стоимость 1ед продукции, на Ozon	1200	1300
Ozon, расходы в том числе:	936	998
Комиссия, 12%	144	150
Логистика	170	185
Возвраты, закладываем 5%	60	63
Маркетинг (реклама), закладываем 15%, в руб	180	195
Разное, закладываем 10%, в руб	150	160
Себестоимость продукции	232	245
Доп., расходы, в том числе:	25	30
Логистика до склада маркетплейса на 1ед продукции	10	15
Упаковка, маркировка	15	15
Итого, расходы	961	1028

В таблице были рассмотрены расходы на интернет-площадке Wildberriesи Ozon. По данным из таблицы, можно увидеть, что комиссия и логистика самой площадки самые большие показатели в таблице, несмотря на рекламу.

Комиссию, к сожалению, не получится никак снизить, так как это установленная сумма самой площадке в размере 12% от стоимости продажи, но

расходы за логистику можно снизить, путем поставок в разные склады маркетплейсов. Чем больше будет наполненность складов товарами, тем меньше придется платить за логистику. В показатель «Разное» мы закладываем непредвиденные расходы и расходы по хранению товара на складе маркетплейсе. За 2026 г., данные, а конкретно себестоимость, логистика, и продажная стоимость увеличены с учетом того, что цены будут расти. Теперь можно рассмотреть предполагаемые доходы и расходы от деятельности на маркетплейсе.

Таблица 3.6 - Доходы и расходы от деятельности на маркетплейсе 2025 – 2026 гг., в руб.

Показатель	Wildberries 2025 г	Wildberries 2026 г.	Ozon 2025 г.	Ozon 2026 г.
Продажная стоимость 1ед продукции, в руб.	1100	1150	1200	1300
Продажа в шт.	500	1500	500	1500
Итого продажа, в руб.	550000	1725000	600000	1950000
Себестоимость проданной продукции, в руб.	116000	367500	116000	367500
Комиссия маркетплейса, 12%	66000	207000	72000	234000
Логистика маркетплейса, в руб.	60000	195000	85000	277500
Маркетинг, (15%), в руб.	82500	258750	90000	292500
Разное, (10%), в руб.	55000	172500	60000	195000
Логистика до склада маркетплейса, в руб.	5000	22500	5000	22500
Упаковка и маркировка товара, в руб.	7500	22500	7500	22500
Итого расходы, в руб.	392000	1245750	435500	1411500
Налог (7%), в руб.	11060	33547,5	11515	37695
Чистая прибыль, в руб.	146940	446702,5	152985	500805
Рентабельность продаж, в %	26,7	25,9	25,5	25,7

В таблице, видно, что по интернет-площадке «Wildberries» показатели намного лучше, чем на площадке «Ozon», это обусловлено тем, что расходы обходятся дешевле. Например, комиссия на площадке «Ozon» получилась

больше на 6 тыс., руб., в 2025 г и 27 тыс., руб., в 2026 году соответственно, это обусловлено логистикой самой интернет-площадке, так как она выходит дороже. Дополнительные расходы, такие как: упаковочный материал и логистика с склада Норд до склада Ozon – необходимо оптимизировать. Уменьшить затраты на упаковку, тем самым увеличить чистую прибыль.

Самые важные показатели являются чистая прибыль и рентабельность продаж. С учетом минимальных заказанных товаров в количестве 500 шт., в месяц и средних 1500 шт., соответственно, видно, что по интернет-площадке «Wildberries» рентабельность показывает лучшие показатели 26,7% в 2025 г., и 25,9% в 2026 г., чем площадка «Ozon» 25,5% в 2025 г., и 25,7% в 2026 г., соответственно.

По таблице, видно, что при случае успешной реализации выхода на маркетплейсы, а в особенностях при достижении продажи на 1500 шт., чистая прибыль больше на интернет-площадке «Ozon».

Данный проект может быть очень интересным, так как это открывает новый канал сбыта продукции и дополнительный заработок, открытие новых разработок в сфере продукции для компании, например: (энергетический напиток, витаминный комплекс, и т.д.).

3.2 Управление дебиторской и кредиторской задолженностью ООО «Норд Ингердиентс»

Оптимизация соотношения расходов и доходов компании – главная цель коммерческой стратегии развития производства. При этом необходимо учитывать тот факт, что разработка универсальных стратегий решения этой задачи невозможна, так как оптимизация баланса между расходами и доходами требует обязательного учета индивидуальных особенностей конкретной фирмы и специфики ее работы.

В практической части нашего исследования были представлены результаты анализа работы компании ООО «Норд Ингредиентс». Было установлено, что назвать на данный момент работу компании эффективной нельзя, так как нами были обнаружены следующие проблемные моменты в ее коммерческой деятельности:

- повышенная дебиторская задолженность;
- отсутствие рациональной стратегии финансового и ресурсного управления;
- высокий финансовый риск.

Для сведения к минимуму выявленных проблем мы предлагаем провести серию мероприятий, направленных на совершенствование актуального положения финансово-хозяйственных дел компании, например, это может быть разработка стратегии сокращения объема дебиторского и кредиторского долга. Такая стратегия должна предполагать конкретные шаги для решения следующих задач:

- оптимизация процессов взаимодействия с кредиторами и дебиторами, построение системы рациональной оплаты и получения оплат;
- ускорение оплаты кредиторской задолженности поможет сократить период выплат и тем самым избежать дополнительных затрат в виде процентов за пользование кредита и возможных пени/штрафы за просрочку выплат;
- введение системы эффективного взаимодействия менеджеров с клиентами к досрочной оплате дебиторской задолженности.

Этапы, которые будут входить в данное мероприятие:

1. Анализ источников кредиторской и дебиторской задолженностей ООО «Норд Ингредиентс».
2. Разработка регламента для менеджера по продажам, введение системы эффективного взаимодействия работников, участвующих в возвращении дебиторской задолженности.
3. Оптимизация финансовых потоков ООО «Норд Ингредиентс» посредством перенаправления денежных средств от оплаты дебиторских

задолженностей в счет покрытия кредиторской задолженности, поиск внутренних источников.

Данная процедура предполагается с длительностью около полугода. Мероприятие будет проводится без заемных средств.

Реализация данного проекта приведет к сокращению дебиторской и кредиторской задолженностей. Следующим шагом необходимо провести расчет по предложенному мероприятию, чтобы определить будет ли эффективно с экономической стороны применять предложенные меры. ООО «Норд Ингредиентс» активный участник рынка, поэтому он связан кредиторскими и дебиторскими отношениями со многими контрагентами. Рассмотрим и проведем анализ по таблице с контрагентами, у которых большая часть дебиторской задолженности.

Таблица 3.7 – Анализ контрагентов по дебиторской задолженности, 2023 – 2024 гг., тыс., руб.

Наименование компании	2023 г.	2024 г.	Доля от общей дебиторской задолженности 2024 г., в %	Темп роста 2024 к 2023гг., в %
Общая дебиторская задолженность «Норд Ингредиентс»	164 643	340822	100	107,0
Глобал Групп	61 124	63 749	18,7	4,3
Технология-ЮГ	41 043	40 129	11,8	-2,2
Ргрупп	23 675	24 108	7,1	1,8
Викинг	9 279	8 726	2,6	-6,0

По данной таблице, можно наблюдать, что эти контрагенты основные должники компании «Норд Ингредиентс», самую большую долю занимает компания «Глобал Групп» 18,7% от общей дебиторской задолженности, она и закупает продукцию больше остальных компаний. Также, можно заметить, что контрагенты такие, как: Технологию-Юг и Викинг, снижают свою задолженность и это показывает темп роста: -2,2% и -6% соответственно.

С учетом специфики работы компании и особенностей реализации ею проектов, можно сделать вывод о том, что фирма «Норд Ингредиентс» обладает традиционным вариантом кредиторской структуры задолженности.

Чтобы наладить процесс взаимодействия с дебиторами, будет реализована система изменений условий оплаты, путем повышения предоплаты и снижение отсрочки. Рассмотрим таблицу проекта по внедрению изменений условий оплаты продукции, как для действующих контрагентов, так и для новых компаний.

Таблица 3.8 – Система изменений условий оплаты продукции и снижение отсрочки

Показатели	Текущие условия на 2024 г.	Новые условия	Конечный итог
Предоплата, в %	10 – 30	40 – 60	60 – 80
Отсрочка, в днях.	65	30	7 - 14

По данным из таблицы, можно увидеть, что новые условия по предоплате и отсрочке увеличит объем оборотных средств и сократит риск по невозвращенной задолженностей. Для новых клиентов предусмотрена 100% предоплата и только после закупки большого объема продукции, рассматриваются «новые условия» для взаимодействия с новым контрагентом.

Рассмотрим экономические показатели по внедрению проекта на снижение дебиторской задолженности. Из представленных таблиц на 2024 г., дебиторская задолженность составляет: 340 822 тыс., руб.. а кредиторская задолженность: 376 935 тыс., руб. Проведем расчет показателя DSO (Daysalesoutstanding).

$$DSO = (\text{Дебиторская задолженность} / \text{Выручку}) * 365$$

$$DSO = (340\,822 / 1\,863\,042) * 365 = 66,8 \sim 67$$

Таким образом, получаем, что компания возвращает свою дебиторскую задолженность в течении 67 дней. В главе 3.2 рассматривали новые условия по снижению задолженности в днях – это 30 дней ($DSO_{\text{нов}}$)

$$\text{Дебиторская задолженность} = (\text{Выручка} * DSO_{\text{нов}}) / 365$$

$DЗ = (1\,863\,042 * 30) / 365 = 153\,126,74$ тыс., руб, то есть снижение задолженности будет составлять: 187 695, 26 тыс., руб

Рассчитаем итоговое значение, к которому компании необходимо прийти.

$ДЗ = (1\ 863\ 042 * 14) / 365 = 71\ 459,15$ тыс., руб., тем самым, компания сможет получить 269 362, 8 тыс., руб. клиентской задолженности.

Данные денежные средства, необходимо направить на погашение своей кредиторской задолженности. Проведем расчет в таблице 3.3.4 для «нового условия» и «итогового».

Таблица 3.9 - Расчет погашения кредиторской задолженности

Показатели	Погашение КЗ, в %	Сумма погашения КЗ, в руб.	Итоговая сумма КЗ, в руб	Снижения в %
Новые условия (30д)	30	56 308,6	320 626,4	14,9
	50	93 847,63	283 087,4	24,9
	70	131 386,7	245 548,3	34,9
Итоговые условия (14д)	30	80 808,84	296 126,16	21,4
	50	134 681,4	242 253,6	35,7
	70	188 553,9	188 381,1	50,0

Таким образом, можно увидеть, что внедрение снижения отсрочки в днях, положительно повлияет на компанию. Увеличатся оборотные средства, за счет которых, можно уменьшить кредиторскую задолженность и направить оставшиеся денежные средства на развитие компании.

3.3 Прогноз оценки затрат предложенных мероприятий и их эффективность.

Данные проекты, которые описаны выше нацелены на увеличение продаж путем выхода на интернет-площадки, такие как: «Wildberries» и «Ozon» и доходы, которые можно получить с данного проекта это хорошо показывает таблица 3.9.

Второй проект направлен на снижение дебиторской задолженности и расходов, путем выплаты кредиторской задолженности. Средства, которые будут выручены с снижением дебиторской задолженности, можно направить

как на кредиторскую, так и для увеличения объемов закупки сырья, приобретения оборудования итд. Рассмотрим этапы для реализации первого проекта, состоящего из десяти пунктов.

Анализ рынка, категории и конкурентов (выявление сильных и слабых сторон конкурентов). Ознакомление с площадками, их правилами, договорами, заключение и открытие кабинетов. Выбор хорошей, качественной упаковки. Создание карточек товара, написание ТЗ (технического задания) по выбору фотографий и инфографики, составление описания, а также расчет продажной цены. Составление плана по упаковке товаров для сборщика. Поиск водителя, сборка и упаковка товаров для первой тестовой поставки на склады маркетплейсов. Настройка внутренней рекламы на самой интернет – площадке. Анализ продаж по складам, конкурентов, и ценообразования. Оптимизация рекламных компаний, подключение внешнего трафика через Яндекс, социальные сети, блогеров. Увеличение и загрузка товаров по всем складам маркетплейсов.

Рассмотрим диаграмму Ганта для реализации данного проекта.

Таблица 3.10 – Диаграмма Ганта для реализации проекта по выходу на маркетплейсы 2025 года

Этапы	2025 г.							
Анализ рынка и конкурентов	01.07							
Заключение договоров по маркетплейсам	01.07							
Закупка доп., упаковки.		14.07						
Создание карточек, составление описания		14.07						
Сборка и фасовка товаров		14.07						
Поставка товаров на склады маркетплейсов			21.07					

Этапы	2025 г.							
Настройка рекламы			21.07	28.07				
Анализ продаж и конкурентов					04.08	11.08		
Оптимизация рекламы						11.08	18.08	
Увеличение товаров в кол-ве по складам								25.08

По диаграмме Ганта, видно, что по графику реализация проекта начинается с 01.07.2025 г., и продолжается до примерно первых продаж за период с 28.07.2025 – 04.08.2025 гг.

По данной диаграмме составим таблицу и проведем анализ ответственных сотрудников, кто и чем будет заниматься и за что отвечать.

Таблица 3.11 – Ответственные сотрудники по должностям

Этапы	Зона ответственных по должностям
Анализ рынка и конкурентов	Директор по продажам и менеджер по маркетплейсам
Заключение договоров по маркетплейсам	Директор по продажам и менеджер по маркетплейсам
Закупка доп., упаковки.	Менеджер по маркетплейсам и маркетолог
Создание карточек, составление описания	Маркетолог
Сборка и фасовка товаров	Сборщик заказов
Поставка товаров на склады маркетплейсов	Сборщик заказов и логист
Настройка рекламы	Менеджер по маркетплейсам
Анализ продаж и конкурентов	Директор по продажам и менеджер по маркетплейсам
Оптимизация рекламы	Менеджер по маркетплейсам
Увеличение товаров в кол-ве по складам	Менеджер по маркетплейсам

Таким образом, по данной таблице можно сделать вывод, что основную роль и больше всего функций исполняет менеджер по маркетплейсам.

Данный проект реализуется с одной целью – получения прибыли и выход на интернет-продажи с дальнейшим расширением штата и увеличением продаж.

Рассмотрим этапы для реализации первого проекта, состоящего из десяти пунктов

Анализ баланса, а конкретно: дебиторскую и кредиторскую задолженность. Выявления доли этих задолженностей. Составление списка всех контрагентов с их дебиторской задолженностей и долями, а также заказами за последний год. Разработка и составление плана по снижению отсрочки и увеличению процентной ставки по предоплате. Переговоры с действующими контрагентами и увеличение процентной ставки предоплаты. Введение данного проекта в реализацию. Снижение дебиторской задолженности и получения дополнительных оборотных средств. Реализация направления средств на снижение кредиторской задолженности.

Рассмотрим диаграмму Ганта по второму проекту

Таблица 3.12 – Диаграмма Ганта проекта по снижению дебиторской задолженности 2025 года

Этапы	2025 г.						
Анализ баланса	01.07						
Расчет ДЗ и КЗ	01.07						
Расчет контрагентов		03.07					
Составление плана по снижению ДЗ			05.07				
Переговоры с контрагентами				10.07			
Снижение ДЗ путем понижения отсрочки					24.07		
Получения оборотных средств						10.09.	
Покрытие Кредиторской задолженности							10.10

По данной таблице, видно, что весь срок примерно займет около 100 дней до получения начального результата. Весь процесс занимает большое количество времени, так как сразу и резко сократить дебиторскую задолженность невозможно, потому что многие контрагенты компании ООО «Норд Ингредиентс» работают по причине отсрочки платежа. Многие клиенты, занимают большую долю должников, но в тоже время они являются стратегическими партнерами, так как их объемы закупки в месяц доходят до 20 – 50 тонн. Поэтому необходимо постепенно реализовывать данный проект, чтоб контрагенты не ушли, к тому же, новые клиенты, которые будут обращаться и приобретать продукцию, будут работать только по 100% предоплате, а это в свою очередь не даст увеличить дебиторскую задолженность.

По данной диаграмме составим таблицу и проведем анализ ответственных сотрудников, кто и чем будет заниматься и за что отвечать.

Таблица 3.13 – Ответственные сотрудники по второму проекту

Этапы	Ответственные по должностям
Анализ баланса	Бухгалтер
Расчет ДЗ и КЗ	Бухгалтер
Расчет контрагентов	Бухгалтер
Составление плана по снижению ДЗ	Экономист
Переговоры с контрагентами	Руководитель отдела продаж и директор по продажам
Снижение ДЗ путем понижения отсрочки	Менеджер по продажам
Поучения оборотных средств	Бухгалтер
Покрытие Кредиторской задолженности	Бухгалтер

По данной таблице, видно, что для выполнения данного проекта, требуется около пяти сотрудников, которые будут отвечать за свою зону ответственности.

Данный проект будет реализован с целью – получения оборотных средств посредством снижения дебиторской задолженности, а именно: снижение отсрочки в днях и повышения процентной ставке по предоплате, за счет этого полученные средства можно направить на погашение кредиторской

задолженности, увеличение производственной мощности, покупка нового оборудования.

Таким образом, можно сделать вывод, что данные проекты направлены на увеличение дохода организации и оптимизация расходов. Предложенное первое мероприятие позволит организации выйти на новый уровень интернет-продаж, позволит повысить доходность организации; узнаваемость бренда среди обычных клиентов, которые готовят продукцию дома; увеличить масштабы производства. Управление задолженностями, как было предложено по второму мероприятию, позволит снизить риски, дебиторскую задолженность, а за счет этого увеличит оборотные средства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе выполнения научно-исследовательской работы были выполнены поставленные задачи и цель выпускной квалификационной работы была достигнута. Работа была связана с изучением особенностей методов анализа доходов, расходов и финансовых результатов, были сделаны выводы и предложены пути для повышения эффективности использования средств и формирования доходов компании ООО «Норд Ингредиентс».

Первая часть выпускной квалификационной работы была посвящена теоретическому изучению сущности, классификации доходов, расходов и финансовых результатов, а также различных методов анализа этих показателей с выявлением преимуществ и недостатков каждого из них.

Вторая глава была аналитической. В ней была рассмотрена общая характеристика предприятия ООО «Норд Ингредиентс». Также были оценена структура, состав и динамика доходов, расходов и финансовых результатов, проведены анализы методами, рассмотренными в теоретической главе, выявлены слабые и сильные стороны.

В третьей главе были предложены определенные пути повышения эффективности управления доходами, расходами и финансовыми результатами предприятия ООО «Норд Ингредиентс», а именно мероприятия по увеличению доходов от реализации товаров, по уменьшению и рациональному использованию расходов компании и рекомендации в целом для улучшения финансового положения ООО «Норд Ингредиентс».

Из анализа доходов, расходов и финансовых результатов деятельности ООО «Норд Ингредиентс», проведенного во второй главе, были сделаны следующие выводы по показателям:

1) Компания «Норд Ингредиентс» хорошо чувствует себя на рынке, она стабильна и показывает ежегодный рост продаж за период с 2022 по 2024 гг., с 1234482 до 1863042 тыс., руб., это показывает и внереализационные доходы, которые выросли на 108%. Основным направлением у компании «Норд

Ингредиенты» является отдел HoReCa, на этой продукции предприятие делает 43% от всей выручки. Компания наращивает свою производительность это показывает коэффициент чувствительности к капиталу.

2) Расходы значительно повышаются также, как и доходы. Большая часть расходов приходится на такой показатель, как: «себестоимость», которая в 2023 году показала рост на 134 542 тыс., руб (16,3%), а в 2024г увеличилась на 383 798 тыс., руб. (39,9%), также компания несет значительные расходы от показателя: «Коммерческие расходы». У данного показателя также наблюдается ежегодный рост. В 2024г расходы увеличились на 95 497 тыс., руб., (42,5%) по сравнению с 2023г., амортизация выросла на 309% это связано с обновлением основных средств.

3) Компания показывает динамический рост доходов и выручки на 2024г составило 52% и соответственно 51% по сравнению с предыдущим годом. Это говорит о успешном увеличении масштабов производства. Внереализационный поступления увеличиваются, это показывают данные с 2022г по 2024г на 195 474 тыс., руб (121,8%), это говорит о том, что компания получает прибыль помимо своего основного дохода деятельности. Дебиторская задолженность увеличилась на 340 822 тыс., руб, (107%). Проценты к получению увеличились на 742 тыс., руб., но их доля незначительная и составляет всего 0,04%.

4) Показатели рентабельности у организации имеют положительный характер. Рентабельность продукции остается высокой, в 2022 г., она составила: 39,05%, но в 2023 г., наблюдается резкое падение на 10,61% в сравнении с предыдущим 2022 годом, но в 2024 году показатель восстановился и составил: 38,5%., это обусловлено тем, что себестоимость возросла и компания не сумела быстро отреагировать на это.

Основные проблемы, которые можно выделить в заключении по главе это низкий уровень коэффициента опережения выручки, это говорит о том, что прочие доходы растут, а это сильно усложняет планирование, также важно отметить низкую скорость оборачиваемости запасов и дебиторской задолженности.

Были предложены следующие мероприятия, направленные на повышение эффективности деятельности ООО «Норд Ингредиентс»:

1) Внедрение нового проекта по выходу на интернет-продажи, данное направление позволит решить такие задачи, как:

- рост доходов организации преимущественно за счет увеличения выручки от продаж произведенной продукции;
- повысит узнаваемость и лояльность к бренду;
- увеличит производственную мощность;
- увеличение прибыльности компании за счет увеличения спроса.

2) Оптимизация и управление задолженностями предприятия, за счет снижения отсрочки, предоставляемой контрагентам, а также увеличение процентной ставки по предоплате, а новым клиентам и вовсе установление 100% предоплаты. Данный проект будет реализован с целью – получения оборотных средств посредством снижения дебиторской задолженности, для сокращения кредиторской задолженностей и эффективному распределению средств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Приказ Минфина РФ от 2 июля 2010 г. N 66н "О формах бухгалтерской отчетности организаций" [Электронный ресурс]. - Доступ из нормативно-правовой документации «СПС ГАРАНТ» - Режим доступа: <https://ivo.garant.ru/#/document/77668076/paragraph/10686:0>
2. Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 1 июля 2024 г. N 365 «Об утверждении формы отчета о финансово-экономическом состоянии товаропроизводителей агропромышленного комплекса за 2024 год и срока его представления» [Электронный ресурс]. - Доступ из нормативно-правовой документации «СПС ГАРАНТ» - Режим доступа: <https://ivo.garant.ru/#/document/77680301/paragraph/10686:0>
3. Анализ финансовой отчетности: учебник / под ред. М.А. Вахрушиной. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 434 с.
4. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. – 5е изд., стер. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2021. – 290 с.
5. Абдукаримов, И. Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учеб. пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 214 с.
6. Бабайцев, В. А. Математические методы финансового анализа: учебное пособие для вузов / В. А. Бабайцев, В. Б. Гисин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 215 с.
7. Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Э. А. Батраева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 390 с.
8. Белянова Е.В. “Российский экономический барометр”: опыт исследования рыночных реформ в России / Е.В. Белянова, А. Егоров, И.

Баширова // Мировая экономика и международные отношения. – 2022. – Т. 66, № 2. – С. 132-138.

9. Богатырева, М. В. Основы экономики: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. В. Богатырева, А. Е. Колмаков, М. А. Колмаков. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 424 с.

10. Гайлит Е.В. Особенности расчета амортизационных отчислений к моменту покупки нового оборудования / Е.В. Гайлит, В.М. Мохначевская // Инновации. Наука. Образование: сетевое изд. – 2023. – № 73. – С. 132-140.

11. Гребенников, П. И. Экономика: учебник для вузов / П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 310 с.

12. Губина, О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / О. В. Губина, В. Е. Губин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. – 335 с.

13. Дорман, В. Н. Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 134 с.

14. Дерен, В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 432 с.

15. Жилкина, А. Н. Финансовый анализ: учебник и практикум для вузов / А. Н. Жилкина. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 285 с.

16. Иохин, В. Я. Экономическая теория: учебник для вузов / В. Я. Иохин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 353 с.

17. Исследование преподавания экономики студентам естественных и гуманитарных факультетов Монография Кононкова Н. П., Костанян А. А., Волкова Е. Ю., Михайленко Д. А., Ильин-Минкевич В. И., Еркин А. А. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. – 120 с

18. Кондратьева, И. В. Экономика предприятия: Учебное пособие для вузов / И. В. Кондратьева. – 2-е изд., стереотип. – Санкт-Петербург: Издательство «Лань», 2021. – 232 с.

19. Кукин А.М. Амортизационная политика предприятия как элемент инновационно-инвестиционной стратегии, влияние на платежеспособность экономического субъекта / А.М. Кукин, Д.О. Новосёлов, В.Б. Федотова // Вестник науки. – 2023. – Т. 4, № 8 (65). – С. 59-68.

20. Курбанов З.Н. Совершенствование учета амортизационных отчислений основных средств / З.Н. Курбанов, А.К. Назаров // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12, № 8/1. – С. 280-286.

21. Лескова Н. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие / - Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 375 с

22. Лысых Ю. А., Кубарь М. А. Классификация расходов организации: наука, образование, инновации /– 2019. - 42-45 с.

23. Методическое пособие по курсу "Финансовые рынки и институты" учебно-методическое пособие под ред. С.К. Дубинина. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. – 32 с

24. Основы финансового менеджмента и бухгалтерского учета: теория и практика: учебное пособие / Т. В. Косинец и М. В. Робертс. – Владимир, 2022. – С. 280 – 301.

25. Покидова В.В. Этапы анализа и измерения денежных потоков, как элемент общей финансовой стратегии организации // Механизм обеспечения конкурентоспособности и качества экономического роста в условиях модернизации экономики: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. – Уфа, 2021. – С. 27-29.

26. Саинкин Д.И. Планирование на промышленном предприятии. – Москва, 1965. – С. 212-225.

27. Смирнова И.В. Амортизационная политика предприятия в условиях изменяющегося законодательства // Роль науки и технологий в социально-

экономическом развитии регионов: сб. материалов VI всерос. конф. с междунар. участием. – Архангельск, 2023. – С. 414-420.

28. Сенкевич В. А., Сенкевич В. В. Управление финансами на предприятии // Вестник ТГЭУ. – 1999. – №3. – С. 13 – 19.

29. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.

30. Селезнева, Н. Н. Финансовый анализ / Н. Н. Селезнева, А. Ф. ИONOва. – М.: ТК Велби, 2013. – 624 с

31. Толчинская М.Н. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 6- 2. – С. 678-681.

32. Фридман А.М. Экономика организации. Практикум: учебное пособие / – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. – 180.с

33. Фридман А.М. / Экономика организации: учебник /. – М. РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 239.с.

34. Чалдаева Л. А. [и др.]. Экономика организации. Практикум: учебное пособие для вузов / под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 299 с.

35. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина, К. В. Голубничий. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 463 с

36. Шевелева О.В. Финансовый анализ: учебник для вузов / - Москва: Юрайт, 2019. 256 с.

37. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник для вузов. – М.: Инфра-М, 2019 – 366 с.

38. Хачатуровские чтения – 2022. Устойчивое развитие и национальные цели: лучшие доклады. Международная научная конференция. 17–18 ноября 2022 г. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. – 128 с.

39. Экономика организации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Чалдаева [и др.]; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 344 с.

40. Валов Т.В. Влияние экономического кризиса 1998 года на динамику рыночных реформ и приватизационный процесс в России (на примере Санкт-Петербурга) // Научный диалог. – 2021. – № 3. – С. 347-362. – Электронная копия доступна на сайте журнала. URL: <https://www.nauka-dialog.ru/jour/article/view/2524> (дата обращения: 28.06.2023).

41. Официальный сайт предприятия ООО «Норд Ингредиентс» URL: <https://www.nordspb.ru/>

Таблица 1 - Отчет о финансовых результатах ООО «Норд Ингредиентс» за 2022-2024 годы, тыс.руб.

Наименование показателя	Код	За год 2022	За год 2023	За год 2024
Выручка	2110	1149414	1234482	1863042
Себестоимость продаж	2120	(826589)	(961131)	(1344929)
Валовая прибыль (убыток)	2100	322825	518113	273351
Коммерческие расходы	2210	(172802)	(320014)	(224517)
Управленческие расходы	2220	-	(236)	-
Прибыль (убыток) от продаж	2200	150023	197863	48834
Доходы от участия в других организациях	2310	-	-	-
Проценты к получению	2320	-	826	84
Проценты к уплате	2330	(18244)	(47638)	(20296)
Прочие доходы	2340	41072	52007	26872
Прочие расходы	2350	(45363)	(57263)	(21994)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	127488	145795	33500
Налог на прибыль	2410	(26114)	(28781)	(7183)
В т.ч. текущий налог на прибыль	2411	(26465)	(25849)	(5971)
Отложенный налог на прибыль	2412	351	(2932)	(1212)
Прочее	2460	-	(1719)	(87)
Чистая прибыль (убыток)	2400	101374	115295	26230

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица 1 – Бухгалтерский баланс ООО «Норд Ингредиентс» за 2022-2024 годы, тыс., руб.

Наименования показателя	Код	На 31.12.2024 г.	На 31.12.2023 г.	На 31.12.2022 г.
АКТИВ				
ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ I				
Нематериальные активы	1110	0	52	20
Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
Основные средства	1150	126 500	51 963	7 067
Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
Финансовые вложения	1170	-	-	-
Отложенные налоговые активы	1180	4 298	2 851	1 769
Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
Итого по разделу I	1100	130 798	54 866	8 857
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ II				
Запасы	1210	428 518	354 908	263 935
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	26	-	143
Дебиторская задолженность	1230	340 822	164 643	153 090
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
Денежные средства и денежные эквиваленты, в том числе:	1250	76 423	1 384	16 676

Продолжение таблицы 1

денежные эквиваленты		75 100	-	-
Прочие оборотные активы	1260	649	237	389
Итого по разделу II	1200	846 438	521 172	434 233
Баланс	1600	977 236	576 038	443 090
ПАССИВ				
КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ III				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	50	50	50
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	-	-	-
Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
Резервный капитал	1360	-	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	279 431	169 935	143 704
Итого по разделу II	1300	279 481	169 985	143 754
ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА IV				
Заемные средства	1410	164 900	137 900	85 000
Отложенные налоговые обязательства	1420	6 672	2 293	-
Оценочные обязательства	1430	-	-	-
Прочие обязательства	1450	30 781	28 856	-
Итого по разделу IV	1400	202 353	169 049	85 000
КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА V				
Заемные средства	1510	107 543	1 659	23 990
Кредиторская задолженность	1520	376 935	225 635	181 499
Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
Оценочные обязательства	1540	10 924	9 710	8 847
Прочие обязательства	1550	-	-	-
Итого по разделу V	1500	495 402	237 004	214 336
Баланс	1700	977 236	576 038	443 090