

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**


На тему Оценка кредитоспособности предприятия

Исполнитель Сягаева Юлия Сергеевна
(фамилия, имя, отчество)

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

Семёнова Юлия Евгеньевна
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой


(подпись)

Доктор экономических наук, профессор
(ученая степень, ученое звание)

Курочкина Анна Александровна
(фамилия, имя, отчество)

4» июля 2019г.

Санкт-Петербург
2019

Оглавление

Введение.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
1.1. Понятие и сущность кредитоспособности.....	6
1.2. Факторы, определяющие кредитоспособность предприятия.....	14
1.3. Методика оценки кредитоспособности предприятия.....	29
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЭЛЬДОРАДО».....	37
2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Эльдорадо».....	37
2.2. Анализ хозяйственной деятельности ООО «Эльдорадо».....	45
2.3. Анализ текущей кредитоспособности ООО «Эльдорадо».....	54
ГЛАВА 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ МАГАЗИНА «ЭЛЬДОРАДО».....	61
3.1. Мероприятия по увеличению прибыли и рентабельности ООО «Эльдорадо».....	61
3.2. Совершенствование управления дебиторской задолженностью.....	66
3.3. Реструктуризация расходов на примере ООО «Эльдорадо» «Магазин г. Санкт-Петербурга № 23».....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	74
СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	77
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	81

Введение

Актуальность рассмотрения настоящей темы исследования определяется тем, что в современных условиях рыночных отношений руководитель организации должен четко представлять, при помощи каких ресурсов предприятие будет функционировать свою деятельность, и в какую сферу деятельности будет вкладывать свой капитал. Обеспечение бизнеса важными финансовыми ресурсами считается основным моментом в функционировании любого предприятия. Под капиталом подразумевают средства, которые находятся в распоряжении предприятия для осуществления своей деятельности с целью приобретения прибыли.

Формирование капитала компании происходит за счет собственных (внутренних), и за счет заемных (внешних) источников. Но из практики финансового управления организации зачастую образовывается ситуация, при которой организация способна удовлетворить свои потребности в пополнении оборотных средств и формировании недостающего объема инвестиционных ресурсов в основном за счет заемных источников финансирования (кредитов и займов). Исходя из этого, финансовая служба компании обязана обеспечивать наиболее приемлемые условия кредитования, к которым относятся: сроки предоставления кредита, ставка процента, условия выплаты процентов и основной суммы долга, вопрос выплаты дополнительного комиссионного вознаграждения банку, сумма залога и прочее.

Кредитоспособностью предприятия считается его финансовое состояние, при котором позволительно получить кредит и своевременно его вернуть. Кредитоспособность – это внешнее проявление финансовой устойчивости предприятия.

В нынешнее время в нашей стране можно наблюдать быстрый рост кредитования, темпы которого увеличиваются в 2017 г. почти до 80% по сравнению с 65% в год в среднем за предыдущие пять лет. Такой

стремительный рост объемов кредитования сопутствует ростом риска кредитования. В условиях рыночной экономики кредиторы, производящие финансирование организации, выставляют требования к его устойчивому финансовому положению, в соответствии с принципом возвратности кредитования. Проявление самостоятельности, инновационные формы собственности увеличивают риски возврата займа и требуют оценки кредитоспособности при заключении кредитных договоров, решении вопросов о возможном кредитовании. Этим и определена актуальность выбранной темы дипломной работы.

Цель выпускной квалификационной работы – изучить теоретические основы кредитоспособности и провести анализ кредитоспособности на примере действующего магазина «Эльдорадо».

Объект исследования - ООО «Эльдорадо», осуществляющее свою деятельность в сфере продаж бытовой техники.

Предмет исследования - управление кредитоспособностью ООО «Эльдорадо».

Задачи:

- исследовать теоретические и методологические основы анализа кредитоспособности магазина «Эльдорадо». В рамках данной задачи рассмотреть возможности использования для оценки кредитоспособности показателей, характеризующих финансовую устойчивость предприятия;
- на практических материалах действующего предприятия провести анализ ликвидности, платежеспособности, рассчитать относительные показатели финансового состояния;
- оценить кредитоспособность магазина «Эльдорадо» на основе расчета финансовых норм;
- рассмотреть возможности привлечения заемных средств для оптимизации финансового положения магазина «Эльдорадо»;
- исследовать направления совершенствования структуры собственного капитала магазина «Эльдорадо».

В работе применены следующие методы: анализ документов и статистической отчетности магазина «Эльдорадо»; наблюдение (за покупателями, сотрудниками предприятия), кабинетное исследование (обработка имеющихся данных).

Методологической базой этой работы послужили научные публикации следующих авторов: Герасимова Е. Б, Давыдова Р.А, Едророва В.Н., Ильясова С.М, Хасянова С.Ю. Информационной базой – федеральные законы, нормативно-правовые акты, статистические справочники, финансовая и статистическая отчетность о деятельности магазина «Эльдорадо»

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Понятие и сущность кредитоспособности

Понятие «кредитоспособность организации» стоит на центральном месте в кредитных отношениях и отражает характер рыночных отношений. Информацию о кредитоспособности применяют практически как все кредиторы, так и заемщики. Кредиторам она указывает на возможность уменьшения риска потерь из-за возможного возникновения финансовых сложностей у предприятия, для другого - определение своей платежеспособности и долгосрочной финансовой устойчивости в случае принятия тактических и стратегических решений в целях обеспечения дальнейшего функционирования предприятия.

Кредитоспособность фирмы создается в процессе его экономической деятельности и определяет, как правильно проходит процесс управления финансовыми средствами, как проходит рациональное сочетание собственных и заемных источников, насколько действенно применяется собственный капитал и насколько велика отдача от производственной деятельности.

По кредитоспособности предприятия можно судить о взаимоотношениях организации с партнером, кредитором, бюджетом, акционерами и др. В итоге, она значительно обуславливает конкурентоспособность организации, его потенциал для делового сотрудничества.

Кредитоспособность организации отечественные специалисты трактуют в двух аспектах. Первый, как возможность заемщика приобрести кредит и вернуть его с процентами в полном объеме в установленный срок. Второй аспект - как возможность вовремя и в полной мере погасить кредит с соответствующими процентами. Опираясь на мнение М.И.

Баканова, А.Д. Шеремета,- кредитоспособностью считается финансовое положение компании, дающее возможность приобрести кредит и в сроки его возвратить. Определяя кредитоспособность предприятия, стоит обращать внимание на кредитную историю и репутацию заемщика, наличие и состав его имущества, положение экономической и рыночной конъюнктуры, устойчивость финансового состояния и остальные показатели деятельности организации [39, С.152].

По мнению других авторов, кредитоспособность - это возможность в определенный срок в полной мере произвести расчет с кредитодателями (банками и др.) по приобретенным краткосрочным и долгосрочным ссудам [30, с.231]. Определять кредитоспособность заемщика нужно для оценивания риска кредита, являющегося опасным по неуплате заемщиком основного долга и процентов, соответствующих кредиту [30, с.256].

С.М. Ильясов отмечал, что прежде чем предоставить ссуду, банк должен изучить кредитоспособность предприятия, другими словами изучить факторы, ведущие к непогашению кредита. Далее данный автор конкретизирует: «Кредитоспособность - это имеющиеся у заемщика предпосылки, возможности приобрести кредит и своевременно его вернуть» [16, с.48].

В трудах О.И. Лаврушина «кредитоспособность клиента коммерческого банка отмечается как возможность заемщика в полной мере и в срок погасить свои долговые обязательства (основной долг и проценты). Кредитоспособность заемщика в отличие от его платежеспособности, не производит фиксацию неплатежей за прошедший период или на иную дату, а проводит прогнозирование способности к исполнению долговых обязательств на ближайшую перспективу». Оценку кредитоспособности крупных и средних организаций основывают имеющихся данных: фактические данные баланса, отчет о прибыли, кредитная заявка, информация об истории клиента и его менеджерах. Как способ оценки кредитоспособности применяется система финансовых

коэффициентов, анализ денежного потока, делового риска и менеджмента» [19, с. 235].

Несомненно, определение кредитоспособности предприятия считается способностью своевременно и в полном объеме произвести расчет по своим долговым обязательствам. Но, по мнению ученых в этой области, разумно рассматривать кредитоспособность более широко, то есть рассматривать ее как возможность предприятия получить кредит.

Отечественные авторы отмечают, что кредитоспособность заемщиков необходимо оценивать по системе определенных показателей. Например, по мнению М.И. Баканова, А.Д. Шеремета такими показателями необходимо считать: ликвидность, платежеспособность, финансовую устойчивость и деловую активность. В соответствии от значения изучаемых показателей заемщика можно отнести к одному из данных классов: кредитоспособное предприятие (имеет высокий уровень ликвидности); предприятие, имеющее достаточную степень надежности; некредитоспособное предприятие (имеет неликвидный баланс). В анализ кредитоспособности входит анализ ТЭО на получение кредита, а также рассмотрение финансовых потоков заемщика [21, с. 67]. И.Ю. Черный отмечает, что используемые банками методы оценки кредитоспособности заемщиков разнообразны, но у них у всех имеется определенная система финансовых коэффициентов, а именно:

- 1) коэффициент абсолютной ликвидности;
- 2) промежуточный коэффициент покрытия;
- 3) общий коэффициент покрытия;
- 4) коэффициент независимости и др. пок. (деловая активность, рентабельность, финансовая устойчивость) [38.с.59].

По мнению О.И. Лаврушина, «кредитоспособность клиентов коммерческих банков - возможность заемщика в полной мере и в сроки произвести расчет по полученным кредитным обязательствам (основной долг и проценты). Как способ оценивания кредитоспособности применяют

систему финансового коэффициента, анализируют денежный поток, деловые риски и менеджмент» [19, с. 235].

Многие отечественные авторы справедливо считают, что кредитоспособность заемщиков можно оценивать по системе установленных критериев. По мнению М.И. Баканова, А.Д. Шеремет отмечено, что к таким показателям относят: ликвидность, платежеспособность, финансовую устойчивость и деловую активность. Заемщика соответственно, относят к одному из данных классов: кредитоспособная организация (имеет высокую ликвидность); организация, имеющая достаточную степень надежности; некредитоспособная компания (присутствует неликвидный баланс). При проведении анализа кредитоспособности проводится анализ ТЭО на приобретение кредита, рассматривают финансовые потоки заемщика [21, с. 67]. И.Ю. Черный И. Ю. отмечает, что используемые банками методы анализа кредитоспособности заемщиков разнообразны, но в них содержится определенная система финансовых коэффициентов, таких как: 1) коэффициент абсолютной ликвидности; 2) промежуточный коэффициент покрытия; 3) общий коэффициент покрытия; 4) коэффициент независимости и другие показатели (деловой активности, рентабельности, финансовой устойчивости) [38.с.59].

Вопрос определенного состава критериев, отражающих структуру финансового состояния предприятия, решает каждый коммерческий банк индивидуально. Оценку кредитоспособности можно сводить к общему показателю - рейтинг заемщика, выраженного в баллах. Сумму баллов рассчитывают как произведение классности одного из показателей кредитоспособности и его части в группе показателей.

Так же, по оценке О. И. Лаврушина отмечено, как определять классность кредитоспособности заемщика - определение на основе главных и дополнительных показателей. Главные показатели, которые выбирает банк, не обязаны изменяться довольно долгое время; данные

показатели и их нормативный уровень необходимо отметить в документе о кредитной политике банка. Дополнительные же показатели можно пересматривать в зависимости от сложившихся обстоятельств. И далее он объясняет, что класс кредитоспособности по уровню основных показателей можно ранжировать по балльной шкале. При расчете баллов применяется класс показателя, определяющийся путем сравнения фактического значения с нормативом, а также рейтинг показателя. Общую оценку кредитоспособности дают в баллах, которые являются суммой произведений рейтинга каждого показателя на класс кредитоспособности [19, с. 237].

Правы те специалисты А.Д. Шерemet, О.И. Лаврушин, которые считают обязательным включение в систему показателей кредитоспособности организации количественные (финансовые коэффициенты) и качественные показатели (кредитная история, менеджмент, положение на рынке и т. д.).

Кредитоспособность в основном объединяют с ликвидностью и платежеспособностью предприятия. К ликвидности относят способность компании скоро погасить образовавшуюся задолженность. Ее можно высчитать как соотношение величины задолженности и ликвидных активов. Оценку платежеспособности производят на основе характеристики ликвидности текущих активов, то есть времени, необходимого для превращения их в денежную форму. Платежеспособность - более конкретное понятие, нежели ликвидность, и означает способность компании погасить долг по обязательствам, срок погашения которых уже подошел. Ликвидность отражает не только текущее положение активов, но и перспективу их изменения. Ликвидность определяют как коэффициент ликвидности, финансовая устойчивость - значение коэффициента независимости и обеспечения собственными оборотными средствами, деловая активность - оборачиваемость средств и запасов [6, с.34].

Е.Б. Герасимова и др. обозначают финансовую устойчивость организации как совмещение четырех удобных характеристик финансово-хозяйственного положения организации:

1. Высокую платежеспособность, т. е. возможность регулярно платить по своим обязательствам.
2. Высокую ликвидность баланса, т. е. достаточный уровень покрытия заемных пассивов организации активами, отвечающими срокам оборачиваемости в деньги сроком погашения обязательств.
3. Высокую кредитоспособность.
4. Высокую рентабельность, т. е. значительную прибыль, оборачивающуюся в развитие предприятия, хороший уровень дивидендов и поддержание курса акций [7, с.257].

По мнению других авторов не стоит устанавливать определенных границ между ликвидностью и платежеспособностью. Платежеспособность - это возможность компании вовремя и в полной мере выполнить свои платежные обязательства, которые вытекают из торговых, кредитных и иных хозяйственных операций, связанных с оборотом денежных средств. Отмечают текущую (на определенную дату) и перспективную платежеспособность, выражающуюся в отношении ликвидных средств к сумме обязательств [17, с. 135]. А в иных источниках отмечено, что платежеспособность - это готовность организации погасить долг в случае разового предъявления требования о платежах со стороны всех кредиторов предприятия [25, с.113]. Обобщая, можно сказать, что некорректно было бы обобщать понятие кредитоспособность и ликвидность или платежеспособность, так как кредитоспособность - это комплексная характеристика предприятия-заемщика, основанная на системе различных факторов.

Обращаясь к зарубежным специалистам в области экономики, замечаем, что кредитоспособность предприятия определена как возможность оплачивать кредит, то есть своевременно и в полной мере

рассчитаться по своим долговым обязательствам (основной долг и проценты) перед банком [9, с. 29].

Из практики других стран можно отметить различные системы оценивания кредитоспособности. Некоторые из них основаны на финансовых показателях, таких как ликвидность; показатель оборачиваемости; показатель прибыльности; показатель продолжительной платежеспособности и репутацию фирмы. Например, американский ученый Э. Рид предложил следующую систему показателей, применяемую в США. В ней находятся четыре группы коэффициентов, которые определяют кредитоспособность предприятия:

- ликвидность;
- оборачиваемость;
- привлечение средств;
- прибыльность.

Благодаря данной системе возможно определять ликвидность и оборачиваемость активов, давать оценку общему финансовому состоянию компании и ее устойчивости. Ее недостаток - отсутствие показателей долгосрочной платежеспособности [10, с.48].

Интересна представленная система показателей оценки кредитоспособности, разработанная группой американских ученых Дж. Шимом, Дж. Сигелом, Б. Нидлзом, Г. Андерсоном и Д. Колдвелом. В нее входят следующие коэффициенты:

- ликвидности;
- прибыльности;
- долгосрочной платежеспособности;
- коэффициенты, образованные на рыночных критериях.

Данная система объемно показывает кредитоспособность фирмы, так как в ней присутствует показатель долгосрочной платежеспособности, при помощи которого возможно определить надежность своевременного заключения будущих кредитов и показатель степени защищенности

кредиторов от неуплаты процентов (коэффициент покрытия процента). Интересны и другие коэффициенты, образованные на рыночных критериях: соотношение цены акций к доходу, размер дивидендов и рыночный риск. При помощи рыночных критериев возможно измерять отношение текущего биржевого курса акций к доходам в расчете на одну акцию, текущую прибыль их владельцев, изменчивость курса акций предприятия относительно курсов акций иных предприятий. Недостаток такой системы в сложности расчета определенных коэффициентов, к которым необходимо применять специальные статистические методы [12, с.11].

Одной из дополнительных информации о финансовом положении предприятия является расчет «нефинансовых методов» оценки кредитоспособности. В этом случае при помощи приемов маркетинга, анкетирования и других показателей, определяется финансовое состояние предприятия, каждым коммерческим банком отдельно.

Применение данной системы дает возможность определять ликвидность и оборачиваемость активов, проводить оценку общего финансового состояния фирмы и ее устойчивости. Кроме того, возможно определить пределы понижения объема прибыли, в которых обеспечивается возвращение ряда фиксированных платежей [10, с. 48].

Исходя из мировой банковской практики, можно выделить систему оценивания, которая позволяет осуществлять принцип комплексного подхода к оценке кредитоспособности.

Комплекс «критериальные составляющие кредитоспособности» включает в себя: характер заемщика, способность кредитовать средства, финансовые возможности, обеспечение кредита, условия, в которых совершается сделка, контроль за деятельностью заемщика [25, с.184].

Итак, под «кредитоспособностью» стоит рассматривать присутствие предпосылок у заемщика для приобретения кредита и его возможность

своевременно и в полном объеме произвести расчет по своим долговым обязательствам (основной долг и проценты).

Значит, в методику оценки кредитоспособности предприятия важно включать не только односторонний финансовый анализ, но и комплекс других критериев, позволяющих исчерпывающе анализировать предприятие.

1.2. Факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия

Всякое предприятие, любой субъект хозяйствования осуществляет свою деятельность на стыке внешней и внутренней среды. Первая предопределяет угрозы и возможности внешнего окружения, а вторая формирует внутренний потенциал субъекта хозяйствования.

При оценке финансовой стабильности и кредитоспособности организации важен анализ его финансового состояния. Финансовое состояние фирмы - это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность предприятия к саморазвитию на фиксированный момент времени и своевременному погашению своих долговых обязательств.

При осуществлении оценки управления деятельностью организации в науке и практике выработаны особые инструменты, называемые «финансовые показатели».

Финансовый показатель - это микромодель финансовых и экономических явлений. Они отражают динамику и противоречия проходящих процессов, они могут изменяться и колебаться, могут быть ближе или дальше от своего основного предназначения - измерения и оценки сущности финансового состояния.

Показатели финансового состояния должны отражать ответ на основной вопрос, насколько надежна организация как партнер в экономических отношениях, а значит и давать возможность определить и принять решение

об экономической целесообразности и продолжения отношений. Каждый партнер (а это партнеры, связанные с предприятием договорами, акционеров, банки, налоговые органы) имеет свои критерии экономической целесообразности, поэтому показатели финансового состояния должны быть всесторонними.

Значит, основными в анализе кредитоспособности являются показатели, отражающие сущность устойчивости финансового состояния.

При рыночных отношениях организация предприятия и его формирование проходит непосредственно за счет самофинансирования, т.е., собственного капитала. Но при недостаточном количестве финансовых средств предприятия привлекаются заемные. В этом случае нужно разграничивать источники формирования текущих активов финансовой отчетности. Минимальную часть их формировать за счет собственной нормы оборотного капитала для снабжения производственной программы (норматив).

Оценивая кредитоспособность организации коммерческие банки применяют различные методы финансового анализа состояния заемщика. Разнообразные составляющие финансового анализа, объединенные в единую систему, указывают на способность клиента своевременно и в полном размере заплатить по займам.

При кредитовании главная цель банка - оценить кредитоспособность заемщика и перспективы устойчивости его финансового положения на срок пользования кредитом.

Главное внимание при определении кредитоспособности предприятия обращается на показатели, характеризующие способность заемщика обеспечить погашение кредита и уплату процентов по нему.

Анализ кредитоспособности организации проводится с применением системы финансовых коэффициентов, состоящей из пяти групп показателей: показатель ликвидности и платежеспособности; показатель

финансовой устойчивости; показатель эффективности деятельности; показатель деловой активности [28, с.38].

Показатель ликвидности и платежеспособности отражает возможность предприятия расплатиться по своим краткосрочным обязательствам и, поэтому, особенно важен для оценивания кредитоспособности. Схема построения сравнительного аналитического баланса представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Схема построения сравнительного аналитического баланса

Наименование статей	Абсолютные величины		Удельный вес, %			Изменения		
	На начало года	На конец года	На начало года	На конец года	Абсолютное	Удельного веса, %	Относительное, %	Темп роста, %
1	2	3	4	5	$6=3-2$	$7=5-4$	$8=6/2 \times 100$	$9=3/2 \times 100$
Актив А ... А _i ... А _n	A ₁	A ₂	A_1/B_1 x 100%	A_2/B_2 x 100%	$\Delta A = A_2 - A_1$	$\Delta(A_i/B_i) \times 100\%$	$\Delta A/A_1 \times 100\%$	$A_2/A_1 \times 100\%$
Баланс	B ₁	B ₂	100	100	$\Delta B = B_2 - B_1$	0	$\Delta B/B_1 \times 100$	$B_2/B_1 \times 100$

Коэффициент ликвидности предприятия представлен в таблице 2

Таблица 2

Показатели	Формула	Значение	Нормальное ограничение
Общий показатель ликвидности	$(A1+0.5A2+0.3A3)/(П1+0.5П2+0.3П3)$	1	не менее 1
Коэффициент абсолютной ликвидности	$A1/(П1+П2)$	0	0,2 и более. Допустимое значение 0,1

Коэффициент абсолютной ликвидности (*)	$A1/P1$	-	0,2 и более
Коэффициент срочной ликвидности	$(A1+A2)/(P1+P2)$	0	не менее 1. Допустимое значение 0,7-0,8
Коэффициент текущей ликвидности	$(A1+A2+A3)/(P1+P2)$	1.5	не менее 2,0
Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия) *	$(A1+A2+A3)/(P1+P2+P3)$	1.0909	1 и более. Оптимальное не менее 2,0

Расчет показателей ликвидности и платежеспособности предприятия представлен в таблице 3.

Таблица 3

Расчет показателей ликвидности и платежеспособности

Показатель	Расчет показателя	Рекомендуемый критерий	Примечания
Коэффициент текущей ликвидности	Оборотные активы Краткосрочные обязательства	≥ 2	Показывает, во сколько раз краткосрочные обязательства могут быть покрыты за счет оборотных активов
Коэффициент быстрой ликвидности	Ден. средства Фин. вложения Дебит. задолженность Краткосрочные обязательства	≥ 1	Показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть покрыта за счет денежных средств, средств в краткосрочных ценных бумагах и поступлений по расчетам.
Коэффициент абсолютной ликвидности	Ден. средства Фин. вложения Краткосрочные обязательства	$> 0,25$	Показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть покрыта за счет наиболее ликвидных средств

Коэффициент обеспеченности текущей деятельности собственными оборотными средствами	Собственный капитал внеоборотные активы Оборотные активы	$> 0,1$	Показывает, какая часть текущей деятельности финансируется за счет собственных средств
Коэффициент маневренности собственного оборотного капитала	Собственный капитал Внеоборотные активы Собственный капитал	$\geq 0,5$	Показывает, какая часть собственного капитала находится в мобильной форме
Доля собственного оборотного капитала в покрытии запасов	Собственный капитал Внеоборотные активы Запасы	$=0,6-0,8$	Показывает, в какой степени запасы обеспечены собственными средствами или нуждаются в привлечении заемных средств

Среди данных показателей важен коэффициент текущей ликвидности, который отражает степень общего покрытия краткосрочных обязательств организации его текущими активами. Особое внимание отдается коэффициенту критической ликвидности, который определяет долю краткосрочных обязательств, погашенным организацией при условии получения средств вовремя на погашение краткосрочной дебиторской задолженности. По первому показателю учитывается потенциал продаж производственных запасов предприятия для возвращения задолженности по кредиту. Так как исполнение обязательств по кредиту процесс, предполагающий присутствие времени для того, чтобы найти покупателя и получить денежные средства в виде оплаты, то коэффициент текущей ликвидности показывает реальную платежеспособность организации на гораздо дальний период по сравнению со вторым коэффициентом.

Исходя из опыта, определено, что продажа запасов компенсирует предприятию около 65 –75 % их стоимости. Это стоит учитывать, определяя нижнюю рекомендуемую границу значения коэффициента

текущей ликвидности. Если брать в качестве нижней границы единицу, то это означает, что предприятие не сможет путем продаж собственного оборудования освободить из хозяйственного оборота нужную сумму денежных ресурсов.

Это значит, что предприятие на каждый рубль краткосрочных обязательств имеет не менее двух рублей оборотных активов. Но по мнению многих авторов, это завышенный предел. Логично и грамотно установить предельное значение показателей на основании обработки имеющейся статистики с учетом отраслевой и региональной особенности деятельности предприятий. Рассчитывая данный коэффициент, нужно исключить внутреннюю иммобилизацию средств в оборотных активах, которую отражает долгосрочная дебиторская задолженность [23, с.25].

Коэффициент абсолютной ликвидности, обозначает более срочный уровень платежеспособности организации, так как имеет возможность погасить краткосрочные обязательства уже находящимися в наличии свободными денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями. Минус коэффициента абсолютной ликвидности – регулярно меняющаяся величина денежных средств на счетах предприятия. Поэтому определить реальную картину при его расчете целесообразно при учете среднего неснижаемого остатка денежных средств организации на расчетном счете в банке за отчетный период.

Коэффициент платежеспособности - это важный индикатор платежеспособности фирмы, в нем находят отражение возможности организации проводить в определенный период выплаты денежных средств, используя остатки денежных средств на счетах, и в кассе и за счет притока денежных средств за определенный период. Преимуществом его - оценка ситуации в динамике, но имеется и определенный недостаток – расчет его можно произвести только на основании Ф.№4 «Отчет о движении денежных средств», не входящий в состав промежуточной отчетности организации.

Коэффициенты отношения дебиторской и кредиторской задолженности показывают особую при оценивании кредитоспособности организации информации, но его не включают в систему расчета кредитоспособности, а находят лишь его дополнением. Задолженность по кредиту должна оборачиваться медленнее дебиторской задолженности, т.е. отсрочка платежа, которую предоставляет организация, должна быть меньше получаемых от кредиторов. Такая финансовая политика приведет к уменьшению продолжительности финансового цикла организации. Однако, это заметно поднимает риски падения ликвидности.

Важное направление оценки кредитоспособности - проведение анализа финансовой устойчивости организации, который отражает уровень обеспеченности запасов и затрат предприятия источниками формирования, а также степень самостоятельности от заемных средств.

Если коэффициент финансовой устойчивости имеет значение в формуле ближе к 1, значит предприятие стабильно, так как часть долговременных источников финансирования заметно выше, чем краткосрочных. Если говорить об идеальном значении, то это 1, и оно показывает, что предприятие не привлекает краткосрочные источники финансирования, хотя такое положение и не всегда экономически грамотно.

Коэффициент финансовой устойчивости - формула по балансу (данные из формы 1):

$$K_{\text{фин.у}} = (\text{стр. 1300} + \text{стр. 1400}) / \text{стр. 1700}.$$

Если разобрать показатель строки, формула будет следующая:

$$K_{\text{фин.у}} = (K_{\text{соб}} + \text{Обдс}) / \text{Побщ},$$

где: $K_{\text{фин.у}}$ — коэффициент финустойчивости;

$K_{\text{соб}}$ — собственный капитал, включающий существующий резерв;

Обдс — долгосрочные займы и кредиты (обязательства), срок привлечения которых составляет больше 1 года;

Побщ — итого по пассивам (иначе — валюта баланса).

Значение строки 1700 баланса складывается из суммарных значений строк 1300, 1400 и 1500, а стр. 1500, значит это краткосрочные обязательства, можно говорить о том, что коэффициент, приближен к 1 и указывает на малое количество привлеченных предприятием краткосрочных займов. Низкую часть краткосрочных заимствований и считают финансовой устойчивостью.

Итак, анализируя показатель расчета кредитоспособности, важно обратить внимание на различие коэффициента автономии и коэффициента обеспеченности оборотных активов собственными средствами. Коэффициент отношения дебиторской и кредиторской задолженности показывает индивидуальную при оценивании кредитоспособности предприятия информации, но его не включают в систему расчета кредитоспособности, а находят лишь его дополнением. Задолженность по кредиту должна оборачиваться медленнее дебиторской задолженности, т.е. отсрочка платежа, которую предоставляет организация, должна быть меньше получаемых от кредиторов. Такая финансовая политика приведет к уменьшению продолжительности финансового цикла организации. Однако, это заметно поднимает риски падения ликвидности.

Важное направление оценки кредитоспособности - проведение анализа финансовой устойчивости организации, который отражает уровень обеспеченности запасов и затрат предприятия источниками формирования, а также степень самостоятельности от заемных средств.

Если коэффициент финансовой устойчивости имеет значение в формуле ближе к 1, значит предприятие стабильно, так как часть долговременных источников финансирования заметно выше, чем краткосрочных. Если говорить об идеальном значении, то это 1, и оно показывает, что предприятие не привлекает краткосрочные источники финансирования, хотя такое положение и не всегда экономически грамотно.

Коэффициент финансовой устойчивости - формула по балансу (данные из формы 1):

$K_{фин.у} = (\text{стр. 1300} + \text{стр. 1400}) / \text{стр. 1700}$.

Если разобрать показатель строки, формула будет следующая:

$K_{фин.у} = (K_{соб} + Обдс) / Побщ$,

где: $K_{фин.у}$ — коэффициент финустойчивости;

$K_{соб}$ — собственный капитал, включающий существующий резерв;

Обдс — долгосрочные займы и кредиты (обязательства), срок привлечения которых составляет больше 1 года;

Побщ — итога по пассивам (иначе — валюта баланса).

Значение строки 1700 баланса складывается из суммарных значений строк 1300, 1400 и 1500, а стр. 1500, значит это краткосрочные обязательства, можно говорить о том, что коэффициент, приближен к 1 и указывает на малое количество привлеченных предприятием краткосрочных займов. Низкая часть краткосрочных заимствований и есть финансовая устойчивость.

Первый и третий коэффициент практически дополняют друг друга, так как находятся в автономии. Коэффициент зависимости обуславливает долю собственного капитала в капитале организации. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (плечо финансового рычага) определяет часть заемных средств, которая приходится на рубль собственного капитала. При нижнем рекомендуемом значении коэффициента зависимости 0,5, значит, для коэффициента соотношения заемных и собственных средств максимальное определяемое значение 1.

Итак, анализируя показатель расчета кредитоспособности, важно обращать внимание на разницу между коэффициентом автономии и коэффициентом обеспеченности оборотных активов собственными средствами. Последний показатель при анализе кредитоспособности более важен, так как определяет степень обеспеченности оборотных активов, т.е. текущую деятельность организации собственными источниками

финансирования. Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами, совместно с коэффициентом текущей ликвидности, был определен как критерий удовлетворительности структуры баланса Постановлением правительства РФ от 20 мая 1994 года № 498, где было обозначено его нижнее значение - 0,1 (18, с.107).

В основу устойчивого финансового состояния предприятия, его ликвидности и платежеспособности заложена эффективность деятельности. Ее оценивают при помощи показателей рентабельности, которые определяют прибыльность деятельности предприятия. Для рентабельности формула расчета следующая:

$$R = П / X * 100\%, \quad (1)$$

где:

R — рентабельность;

П — прибыль;

X — показатель, рентабельность которого мы считаем.

Эти показатели рассмотрим более подробно.

Рентабельность выражена в процентах, следовательно, результат деления умножают на 100.

Экономическая суть рентабельности заключена в ее показателе суммы получаемой прибыли на рубль затрат. В зависимости от применяемых показателей, используемых в расчетах, существует несколько показателей рентабельности. В числитель ставят одну из трех величин: прибыль от реализации (ПР), балансовую прибыль (ПБ) или чистую прибыль (ПЧ). В знаменатель — один из показателей: затраты на производство реализованной продукции, производственный фонд, валовый доход, собственный капитал и др. [6, с.90].

Под рентабельностью предприятия понимают соотношение балансовой прибыли к средней стоимости производственных фондов. По

данному показателю определяют объем прибыли на один рубль стоимости производственного фонда. Рассчитывают его по формуле:

$$R_{np} = \frac{ПБ}{ПФ} \times 100$$

обеспеченности оборотных активов, т.е. текущую деятельность предприятия собственными источниками финансирования. Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами, совместно с коэффициентом текущей ликвидности, был определен как критерий удовлетворительности структуры баланса Постановлением правительства РФ от 20 мая 1994 года № 498, где было обозначено его нижнее значение - 0,1 (18, с.107).

В основе устойчивого финансового состояния организации, его ликвидности и платежеспособности лежит эффективность деятельности. Ее определяют при помощи показателей рентабельности, которые определяют прибыльность деятельности предприятия. Для рентабельности формула расчета следующая:

$$R = П / X * 100\%,$$

(2)

где:

R — рентабельность;

П — прибыль;

X — показатель, рентабельность которого мы считаем.

Эти показатели рассмотрим более подробно.

Рентабельность выражается в процентах, следовательно, результат деления умножают на 100.

Суть рентабельности с экономической точки зрения заключается в ее показателе суммы получаемой прибыли на рубль затрат. В зависимости от применяемых показателей используемых в расчетах, существует несколько показателей рентабельности. В числитель ставят одну из трех величин: прибыль от реализации (ПР), балансовую прибыль (ПБ) или

чистую прибыль (ПЧ). В знаменатель – один из показателей: затраты на производство реализованной продукции, производственный фонд, валовый доход, собственный капитал и др. [6, с.90].

Под рентабельностью предприятия понимают соотношение балансовой прибыли к средней стоимости производственных фондов. Данный показатель определяет размер прибыли на один рубль стоимости производственных фондов. Рассчитывают его по формуле:

$$R_{np} = \frac{ПБ}{ПФ} \times 100 \quad (3)$$

где

R_{np} – рентабельность производства;

$ПБ$ – балансовая прибыль;

$ПФ$ – средняя стоимость производственных фондов (основные и оборотные средства).

Под рентабельностью основной деятельности понимают отношение прибыли от реализации к затратам на производство реализованной продукции (работ, услуг). Этот показатель указывает на вид прибыли, которую дает каждый рубль производственных затрат. Рассчитывают по формуле:

$$R_{осн. д.} = \frac{ПР}{З_{пр}} \times 100 \quad (4)$$

где $R_{осн. д.}$ – рентабельность основной деятельности;

$ПР$ – прибыль от реализации;

$З_{пр}$ – затраты на производство продукции для реализации.

Рентабельность совокупных затрат определяют как отношение чистой прибыли к средней стоимости производственных фондов (основных и оборотных средств), а также содержания сотрудников. Данный

коэффициент показывает размер прибыли, приходящейся на единицу стоимости совокупных ресурсов. Рассчитывают по формуле:

$$R_{зс} = \frac{ПЧ}{ПФ + ФОТ} \times 100 \quad (5)$$

где $R_{зс}$ – рентабельность совокупных затрат;

$ПЧ$ – чистая прибыль;

$ПФ$ – средняя стоимость производственных фондов (основных и оборотных средств);

$ФОТ$ – затраты на содержание работников (фонд оплаты труда).

Под рентабельностью продукции понимают отношение прибыли от реализации продукции к выручке от реализации в целом. Определяет, сколько прибыли дает каждый рубль стоимости реализованной продукции.

Рассчитывают по формуле:

$$R_{прод} = \frac{ПР}{РП} \times 100 \quad (6)$$

где

$R_{прод}$ – рентабельность продукции;

$ПР$ – прибыль от реализации;

$РП$ – выручка от реализации в целом.

Под рентабельностью отдельных изделий понимают отношение прибыли от реализации продукции конкретного вида к выручке от ее реализации.

Рассчитывают по формуле:

$$R_{изд} = \frac{П_{изд}}{РП_{изд}} \times 100 \quad (7)$$

где

$R_{изд}$ – рентабельность отдельных изделий;

$П_{изд}$ – прибыль от реализации конкретного вида изделия;

$РП_{изд}$ – выручка от реализации конкретного вида изделия.

Показатель рентабельности активов оценивает эффективность вложения средств в активы данного предприятия; другими словами, оценивают правильность выбора именно такого инвестирования (в частности, речь идет об отраслевой принадлежности предприятия).

По показателю рентабельности инвестированного капитала оценивают эффективность и целесообразность взаимоотношений между инвесторами и созданным ими предприятием, он определяет доходность долгосрочного капитала.

Самым известным финансовым индикатором оценки целесообразности инвестиций с позиции собственников предприятия считается показатель рентабельности собственного капитала:

$$R_{\text{ск}} = \frac{\text{ПЧ}}{\text{ССК}} \quad (8)$$

где

$R_{\text{ск}}$ – рентабельность собственного капитала;

ССК – среднегодовая стоимость собственного капитала.

Возможно рассмотрение различных алгоритмов и их исчислений в соответствии от того, какой из показателей прибыли лежит в основе расчетов, но обычно применяется валовая, операционная (прибыль до вычета процентов и налогов) или чистая прибыль.

Отсюда производят расчет трех показателей рентабельности продаж:

- норму валовой прибыли, или валовая рентабельность реализованной продукции ($R_{\text{вал}}$);
- норму операционной прибыли, или операционная рентабельность реализованной продукции ($R_{\text{оп}}$);
- норму чистой прибыли, или чистая рентабельность реализованной продукции ($R_{\text{ч}}$)[7, с.59]

$$a) R_{\text{вал}} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка от реализации}} = \frac{\text{ПР} - \text{СРП}}{\text{ПР}}$$

(9)

$$б) R_{on} = \frac{\text{Операционная прибыль}}{\text{Выручка от реализации}} = \frac{PP - CPП - PO}{PP} \quad (10)$$

$$в) R_{ч} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка от реализации}} = \frac{ПЧ}{PP} \quad (11)$$

где PP – прибыль от реализации;

$CPП$ – себестоимость реализованной продукции;

PO – операционные расходы (за исключением процентов к уплате и налогов)

$ПЧ$ – чистая прибыль.

Показатель рентабельности позволяет сделать прогноз об изменении финансового состояния организации, что особо важно, так как оценка кредитоспособности имеет перспективный характер. Стойкое приобретение фирмой прибыли в достаточных размерах дает возможность самофинансировать деятельность, высокие темпы роста собственного капитала и запрашиваемый уровень независимости от заемных источников, а, значит, ликвидность баланса и платежеспособность предприятия [29, с.257].

Таким образом, давая оценку кредитоспособности организации, стоит помнить об основных задачах - анализ его платежеспособности и ликвидность баланса; структуре, состоянии и движении активов; источниках средств, их структуры, состояния и движения; абсолютных и относительных показателях финансовой устойчивости и изменении ее степени. Главным при оценке кредитоспособности считаются показатели ликвидности баланса и обеспеченности заемщика собственными источниками средств.

Итак, опираясь на вышесказанное, можно сделать следующий вывод: кредитоспособность банковских клиентов - это финансово-хозяйственное состояние организации, которое уверяет в эффективном применении заемных средств, способности и готовности заемщика возвратить заем согласно условиям договора.

Были рассмотрены и слабые стороны и отсутствие единого подхода к оценке одних и тех же показателей, но не смотря на это, финансовые коэффициенты являются главным инструментом анализа кредитоспособности заемщика по целому ряду причин. Анализ финансовой отчетности довольно простой в техническом плане по сравнению с анализом других сторон заемщика, а информация, лежащая в основании производимого отчета, стандартна, ее достоверность подтверждается налоговыми органами. Именно перечисленные причины объясняют широкое использование финансового анализа в практике банков для диагностики кредитоспособности заемщика.

1.3.Методика оценки кредитоспособности предприятия

Традиционным в оценке кредитоспособности предприятия является анализ финансового состояния заемщика по бухгалтерскому балансу.

Основным источником информации для проведения анализа финансового состояния организации считают форму № 1 для годовой и периодической бухгалтерской отчетности предприятия «Бухгалтерский баланс» и форму № 2 для годовой и квартальной бухгалтерской отчетности «Отчет о финансовых результатах».

Но бухгалтерская отчетность не единственный источник информации для определения кредитоспособности предприятия. Но так как, бухгалтерские отчеты имеют высокую степень достоверности, бухгалтерский баланс считают главным источником для проведения анализа кредитоспособности предприятия.

Анализ кредитоспособности организации считается первым из двух основных этапов анализа кредитоспособности предприятия заемщика и как результат его - составляются описания финансового состояния предприятия-заемщика с определением индивидуальных особенностей предприятия и оценкой его финансового положения.

Для получения описания финансового состояния организации, надо:

- составить агрегированный баланс организации;
- рассчитать систему финансовых коэффициентов на основе агрегированных показателей баланса и провести анализ;
- провести анализ денежного потока: оценить деловую активность и деловой риск организации;
- произвести прогноз финансового состояния организации при помощи статистических моделей.

Обращаем внимание на тот факт, что единого подхода к определению рассматриваемых показателей нет. Кроме того, в коэффициенты с одним и тем же наименованием различные экономисты вкладывают разный экономический смысл, исчисляются и трактуют их по-разному. Это можно объяснить отсутствием конкретной системы финансовых показателей.

Предлагаемые ниже показатели рассчитаны на их применении при анализе баланса-нетто.

Рассмотрим систему финансовых коэффициентов.

Коэффициент платежеспособности.

Рассматривая финансовое состояние организации с точки зрения краткосрочной перспективы, можно сказать, что критерии оценки финансового состояния в данном случае будут ликвидность и платежеспособность организации [6, с.34].

Коэффициенты, которые применяют в практике оценки кредитоспособности заемщика, делят на пять групп:

- коэффициент ликвидности;
- коэффициент деловой активности (оборачиваемости);

- коэффициент рентабельности;
- коэффициент платежеспособности;
- коэффициент рыночной активности.

Коэффициент ликвидности позволяет выявить способность фирмы оплачивать свои краткосрочные обязательства в течение отчетного периода. Особо важным среди них является коэффициент текущей и абсолютной ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

Коэффициент текущей ликвидности (К.т.л) рассчитывают как отношение суммы текущих активов (ТА) к сумме текущих пассивов (ПА), и обнаруживает количество у организации средств, примененных для погашения его краткосрочных обязательств в течение определенного периода. При помощи этого коэффициента возможно прогнозировать способность заемщика скоро высвободить из оборота денежные средства для погашения займа банка в установленной время.

$$K_{т.л} = TA/ТП$$

Нормативное значение: $K_{т.л} = 2$.

Коэффициент абсолютной ликвидности (К а.л) рассчитывают как отношение суммы наиболее ликвидных активов (НЛА) - денежных и приравненных к ним средств - к сумме текущих пассивов. Коэффициент определяет часть текущей задолженности, которая может быть погашена в скором времени.

$$K_{т.л.} = НЛА/ТП$$

На практике считается достаточным значение коэффициента абсолютной ликвидности, равное 0,2 - 0,3, то есть организация может сразу погасить 25 - 35% текущих обязательств.

Общий коэффициент покрытия показывает общую оценку платежеспособности организации. Коэффициент покрытия интересен для покупателей и держателей акций и облигаций фирмы. Его высчитывают по формуле:

Общий коэффициент покрытия = Оборотные активы / Краткосрочные обязательства.

Обычно значение этого коэффициента составляет 2,0-2,5.

Коэффициент деловой активности позволяет провести анализ, с какой долей эффективности фирма использует свои средства. Из этой группы проводят расчет коэффициента оборачиваемости. Самым главным из них считается коэффициент оборачиваемости активов, дебиторской задолженности, материально-производственных запасов, и показатель длительности операционного цикла.

Коэффициент оборачиваемости активов (К о.а.) рассчитывают как отношение выручки от реализации продукции (В) к среднегодовой стоимости активов (А ср.). Он показывает, насколько эффективно используются предприятием все имеющиеся ресурсы, независимо от источников их формирования.

$$К \text{ о.а.} = В / А \text{ ср.}$$

Данный коэффициент применяется при расчете продолжительности полного оборота активов в днях.

$$К \text{ о.а. (в днях)} = 365 / К \text{ о.а.}$$

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (К о.д.з.) рассчитывают посредством деления выручки от реализации продукции на среднегодовую стоимость дебиторской задолженности. Он определяет, сколько раз в среднем дебиторская задолженность превращалась в денежные средства в течение отчетного периода.

$$К \text{ о.д.з.} = В / \text{Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности}$$

$$\text{Длительность операционного цикла} = К \text{ о.д.з. (в днях)} + К \text{ о.з. (в днях)}$$

Коэффициент рентабельности отражает прибыльность деятельности организации. Рентабельность определяет прибыль, которую получают с каждого рубля средств, вложенных в производство или иные финансовые операции.

Рентабельность активов (Р а.) пред

прибытия рассчитывается посредством деления чистой прибыли (ЧП) на среднегодовую стоимость активов в процентах. Этот показатель считают главным индикатором конкурентоспособности фирмы.

$$P a. = (ЧП/А ср.) \times 100\%$$

Рентабельность реализованной продукции (Р продаж) рассчитывается посредством деления чистой прибыли на сумму выручки от реализации. Этот показатель обуславливает количество денежных единиц чистой прибыли на каждую денежную единицу реализованной продукции в процентах.

$$P (\text{продаж}) = (ЧП/В) \times 100\%$$

Рентабельность собственного капитала (РСК) обуславливает эффективность использования капитала, инвестированного собственниками, и проведения сравнения этого показателя с возможным получением дохода от вложений этих средств. Коэффициент рассчитывают как соотношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости собственного капитала (СК).

$$PCK = (ЧП / \text{Среднегодовая стоимость СК}) \times 100\%$$

Коэффициент структуры капитала, или платежеспособности характеризуется степенью защищенности кредиторов и инвесторов, имеющих долгосрочные вложения в предприятие. Они показывают возможность организации погасить долгосрочную задолженность. Среди коэффициентов этой группы основной коэффициент собственности (автономии) и коэффициент финансовой зависимости.

Коэффициент собственности (Кс.) рассчитывают как соотношение величины собственного капитала к итогу (валюте) баланса. Он характеризуется долей собственного капитала в структуре капитала предприятия, а, значит, соотношению интересов собственников предприятия и кредиторов.

$$K c. = СК / \text{Итог баланса}$$

Нормой определяется значение показателя коэффициента автономии больше 0,5, значит, финансирование деятельности организации реализуется не менее, чем на 50% из собственных источников.

Коэффициент финансовой зависимости (Кф.з.) рассчитывают как отношение величины заемного капитала (ЗК) к величине собственного капитала. Он определяет зависимость фирмы от внешних займов, чем выше значение коэффициента, тем больше займов у фирмы, тем рискованнее ситуация, которая может привести к затруднениям в приобретении новых кредитов.

$$\text{Кф.з.} = \text{ЗК} / \text{СК}$$

В коэффициенты рыночной активности предприятия входят разные показатели, дающие характеристику стоимости и доходности акций организации. Как основной показатель данной группы берут прибыльность одной акции, отношение цены и прибыли на одну акцию, норму дивиденда на одну акцию, долю выплаченных дивидендов.

Прибыльность одной акции показывает, какая доля чистой прибыли приходится на одну обыкновенную в обращении. Прибыль на одну акцию рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Прибыль на одну акцию} = (\text{ЧП} - \text{Дивиденды по привилегированным акциям}) / \text{Количество обыкновенных акций в обращении}$$

Анализ данного показателя должен учитывать то, что на его уровень можно искусственно влиять посредством приобретения собственных акций при формировании инвестиционного портфеля.

Соотношение рыночной цены акции и прибыли на одну акцию (Ц/П) показывает количество денежных единиц, которые готовы заплатить акционеры за одну денежную единицу чистой прибыли компании, и рассчитывают по формуле:

$$\text{Ц/П} = \text{Рыночная стоимость одной акции} / \text{Прибыль на одну акцию}$$

Норма дивиденда на одну акцию показывает текущую доходность акций и выводится следующим образом:

Норма дивиденда на одну акцию = Дивиденд на одну акцию / Рыночная стоимость одной акции (в процентах)

Доля выплаченных дивидендов (коэффициент выплаты дивидендов) поясняет, какую часть чистой прибыли израсходовали на выплату дивидендов. Данный коэффициент рассчитывается и в процентах, и в долях.
Доля выплаченных дивидендов = Дивиденд на одну акцию / Чистая прибыль на одну акцию

Для предприятий, расширяющих свою сферу деятельности, коэффициент на низком уровне, так как основная часть прибыли в данном случае инвестируется в ущерб текущим доходам акционеров.

Проанализировав все рассмотренные выше показатели и пять групп коэффициентов предполагается их сравнение с каким – либо стандартом:

- стандартным параметром;
- среднеотраслевым показателем;
- аналогичным показателем предшествующих лет (периодов);
- показателем конкурирующих предприятий и т.п.

При уровне фактических финансовых коэффициентов ниже стандартных, определяются слабые места в финансовой деятельности компании.

Вопрос повышения кредитоспособности предприятия является актуальным для любого предприятия, особенно сейчас, в рамках современного развития. В условиях ужесточения конкуренции особое значение приобретает анализ кредитоспособности предприятия, его факторы.

Изучив литературу определена процедура анализа кредитоспособности организации посредством определения финансовых коэффициентов, посредством расчета зависимости между отдельными показателями отчетности или позициями разных форм отчетности. В ходе проведения анализа кредитоспособности на первом этапе изучают общие

финансовые показатели предприятия, определяющие его финансовую устойчивость, платежеспособность, а после этого рассчитывают показатель кредитоспособности на основе финансовых норм. Выявлена суть анализа кредитоспособности - это финансовая отчетность, в которую входит баланс организации, отчет о доходах и расходах, отчет о движении денег, отчет об изменениях в собственном капитале, пояснительная записка. Финансовая отчетность дополняется иными материалами, основанными на финансовых отчетах, или полученных из них, которые читаются вместе с ними. Пояснительная записка отражает какая политика учета и отчетности принята на данном предприятии, определяется иная важная информация в соответствии с запросами пользователей финансовой отчетности. Рассмотрена сложность, многоаспектность финансовой отчетности, определяющей финансовые результаты прошлых событий и содержащей информацию, важную для принятия инвестиционных решений и решений по предоставлению кредитов. Дана характеристика основного бухгалтерского баланса. Основываясь на информации баланса, внешние пользователи имеют возможность принять решение о привлечении данного предприятия как партнера; определить риски своих вложений. Являясь основным материалом финансовой отчетности, бухгалтерский баланс дает возможность определять на отчетную дату состав и структуру имущества предприятия, ликвидность и оборачиваемость текущих активов, наличие собственного капитала и обязательств, состояние и динамику дебиторской и кредиторской задолженности, кредитоспособность и платежеспособность предприятия.

Следовательно, финансовый анализ является оценкой настоящей кредиторской задолженности организации, так как дает возможность кредитору уменьшить неопределенность, присутствующую в любом процессе принятия решения.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЭЛЬДОРАДО

2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Эльдорадо»

Компания «Эльдорадо» относится к крупнейшей сети по реализации бытовой техники в России. Эльдорадо - официальный дистрибьютор известных популярных производителей электроники. В связи с плодотворным партнерством и отработанным контактом с поставщиками, компания имеет возможность получать оригинальную технику хорошего качества на выгодных ей условиях. Данная стратегия позволяет магазину «Эльдорадо», выстраивать лояльную ценовую политику. Компанию «Эльдорадо» неоднократно награждали такими премиями, как «Права потребителей и качество обслуживания», «Марка №1 в России» (2012, 2014, 2016), «Лучшие социальные проекты России», акция «Утилизация» (2013, 2016, 2017, 2018) «Эльдорадо» двукратный победитель премии Retail Week Awards (2017, 2018).

Компания была лидером CX World Awards 2018 в номинации «Персонализированный клиентский опыт», лауреат программы «Эффективное бизнес-образование 2016» в категории «Лучшая программа развития и мотивации сотрудников», а также обладатель премии Russian Retail Awards 2016, Customer Experience Awards Russia 2016 в номинации «Лучший персонализированный маркетинг» и Online Retail Russia Awards 2016 как лучший интернет-магазин в своем сегменте.

Начало развития «Эльдорадо» идет с 1994 года в городе Самара. Там открылся первый магазин компании. В дальнейшем контрольный пакет акций компании держал крупный розничный торговец бытовой техники и электроники Dixons Group plc. Далее начала развиваться собственная сеть салонов сотовой связи с аналогичным названием с 2005 года под

руководством Игоря Яковлева, являющегося единственным владельцем компании в течение 20 лет

Далее выкупался контрольный пакет акций, в августе 2011 года чешская компания смогла выкупить остатки «Эльдорадо» у его основателя, заплатив за 50% минус 1 акцию сети 625 млн долларов. В 2013 сеть «М. Видео» получила санкцию на покупку «Эльдорадо», но с определенными условиями, в 2017 «М.Видео» и «Эльдорадо» были выкуплены финансовой группой «Сафмар».

В магазинах «Эльдорадо» приобретают каждый второй чайник, телевизор, телефон стиральную машину и прочую бытовую технику, у компании на рынке уже более 20 лет завоевана хорошая репутация.

Компания «Эльдорадо» действует в пяти регионах - на Урале, Северо-Западе, Центре, СПб Север, СПб Юг, каждый из которых разделен на 5 дивизионов, в состав дивизиона входит от шести и более магазинов.

Санкт-Петербург включает в себя 23 магазина, каждый из которых является обособленным структурным подразделением. «Розничный магазин г.Санкт-Петербурга № 23» ООО «Эльдорадо» зарегистрирован 23 марта 2007 года. Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью.

Основные принципы коммерческой работы магазина:

- создание территории низких цен;
- наличие большого ассортимента товаров;
- дружелюбный сервис;
- агрессивная реклама;
- привлекательный мерчендайзинг.

Обособленное подразделение осуществляет следующие виды деятельности:

- розничную и оптовую торговлю бытовыми товарами, различной телеаппаратурой;
- розничную и оптовую торговлю аудио и видео техникой;

- розничную и оптовую торговлю носителями информации;
- розничную и оптовую торговлю непродовольственными потребительскими товарами;
- оказывает услуги по рекламе и в области маркетинга и менеджмента;
- производит экспортно-импортные операции;
- у магазина есть возможность осуществлять иные виды деятельности, которые не запрещены законодательством Российской Федерации.

Глава Обособленного подразделения - директор, назначенный на должность Генеральным директором ООО «Эльдорадо». Директору подчиняются следующие структуры магазина: склад, касса, служба инфо, IT-специалист, начальник службы безопасности, упаковочный комплекс, мерчендайзеры, супервайзеры, продавцы.

Супервайзеры несут ответственность за грамотность продавцов, контролируют их работу в торговом зале.

Мерчендайзеры несут ответственность за выкладку товара в соответствии стандартам и оформлением торгового зала, за акции.

Служба инфо - оформляет сделки по безналичному расчёту, отвечает на звонки покупателей, оформляет услуги по доставке.

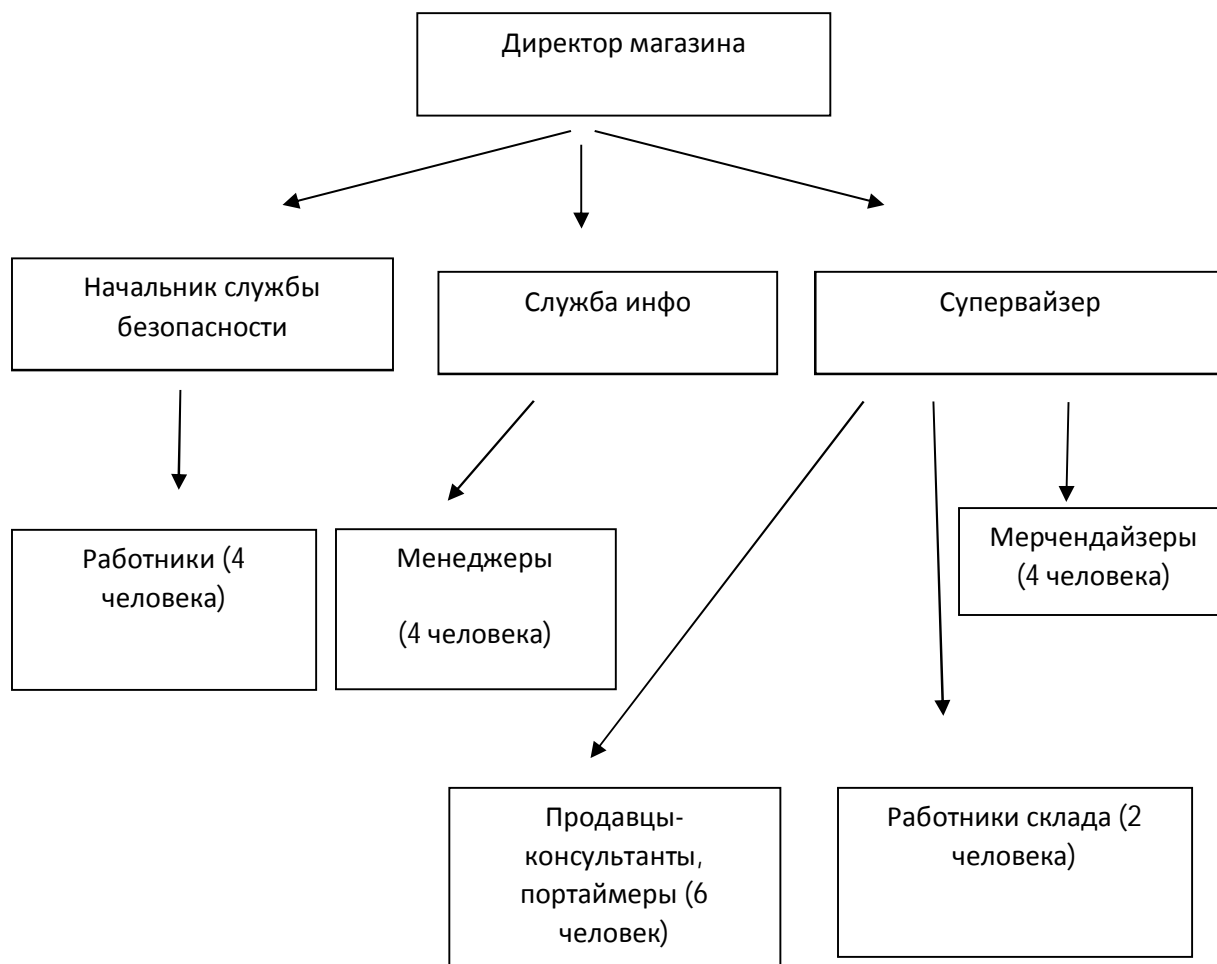
Работники склада следят за приёмом и учетом поступаемого товара

Кассиры принимают оплату за товар и кредитные платежи.

Служба безопасности обеспечивает безопасность магазина и следит за правовым порядком.

Структура ООО «Эльдорадо» «Магазин г. Санкт-Петербург № 23» ООО «МВМ» по адрес пр.Большевикова,18, корп. лит А, стр.2 представлена в схеме 1 .

Структура ООО «Эльдорадо» «Розничный магазин
г. Санкт-Петербурга № 23»



ООО «Эльдорадо» самостоятельно формирует свою организационную структуру.

Организационная структура ООО «Эльдорадо» является линейно-функциональной, рис. 1.

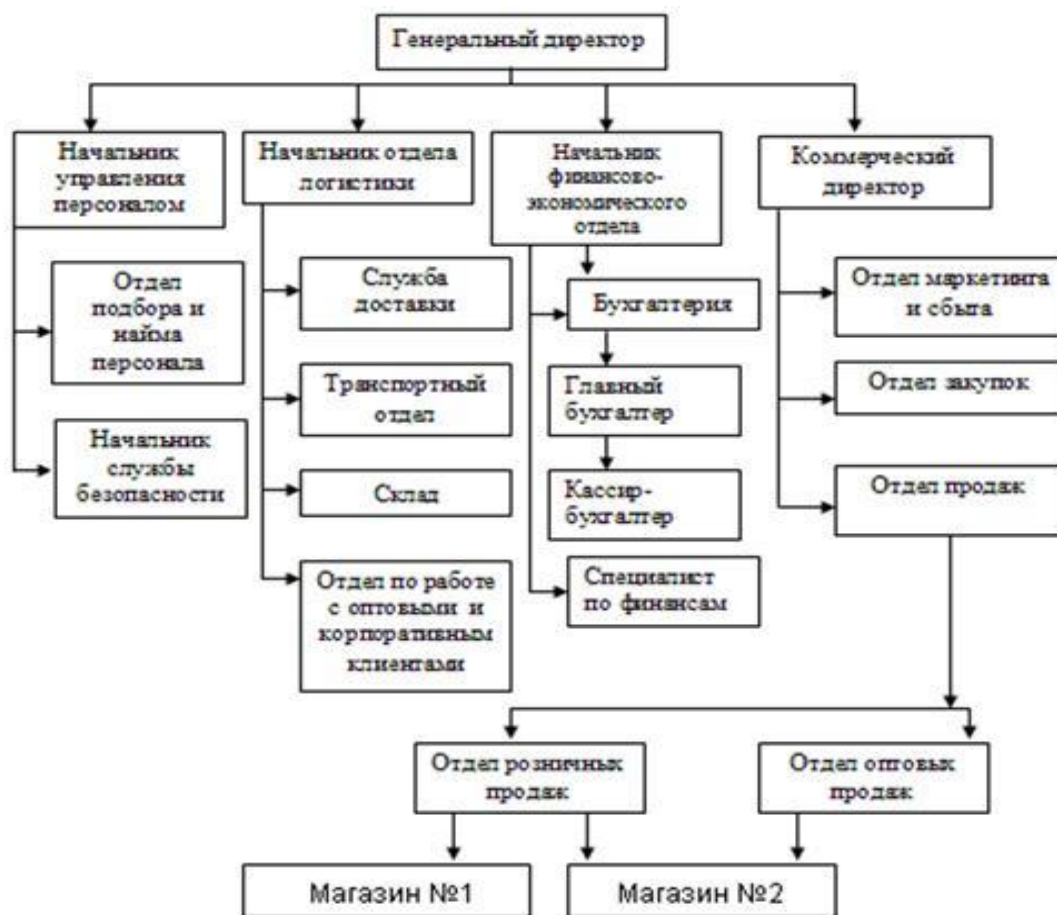


Рисунок 1. Организационная структура ООО «Эльдорадо»

1. Генеральный директор организации, выполняет функции руководителя по действующему законодательству о производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельности организации, несет ответственность за результат своих решений, сохранность и эффективное использование имущества организации, а также финансово-хозяйственные результаты его деятельности.

2. Руководитель финансово-экономического отдела организует бухгалтерский учет хозяйственно-финансовой деятельности и проводит контроль экономного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сохранность собственности предприятия.

3. Коммерческий директор осуществляет коммерческую и сбытовую политику в направлении развития организации в условиях рыночной

экономики, находит пути развития, уровень специализации и диверсификации производства на перспективу.

4. Руководитель управления персоналом проводит кадровую политику организации, учитывает личный состав организации, его подразделений.

5. Начальник отдела логистики проводит разработку документов логистического характера, организует методическое руководство логистической работой на предприятии, оказывает правовую помощь структурным подразделениям.

Общая численность сотрудников предприятия ООО «Эльдорадо» на начало 2017 года составляет 13 человек.

В организационной структуре ООО «Эльдорадо» представлены все необходимые структурные подразделения для осуществления поставленных целей и задач перед предприятием. Каждое структурное подразделение непосредственно подчиняется руководителю, который курирует данное направление деятельности, что обходит двойную подчиненность. Функционирование предприятия ООО «Эльдорадо» определяется следующими локальными положениями и правилами (помимо основного законодательства РФ):

- Устав ООО «Эльдорадо»;
- Правила внутреннего трудового распорядка ООО «Эльдорадо»;
- Кодекс деловой этики ООО «Эльдорадо»;
- Штатное расписание ООО «Эльдорадо»;
- Правила приема и увольнения сотрудников ООО «Эльдорадо»;
- Должностные инструкции сотрудников;
- Положения о деятельности отделов ООО «Эльдорадо»;
- Трудовые договора с сотрудниками ООО «Эльдорадо»;
- Прочие локальные нормативные акты ООО «Эльдорадо» внутреннего порядка.

Функционирующие локальные акты, на основе которых проводит свою деятельность магазин ООО «Эльдорадо», охватывают все сферы его

интересов. Проанализируем внутренние и внешние коммуникационные процессы ООО «Эльдорадо».

Внешние коммуникационные процессы магазина «Эльдорадо» сформированы достаточно хорошо, в них входят: - реклама в СМИ (телевидение, газеты, интернет и др.), связи с общественностью (пресс-релизы, социальные публикации, социальная поддержка) и т.д.

Ко внутренним коммуникационным процессам относится основная часть системы управления персоналом, призванная повышать уровень лояльности и мотивации сотрудников организации.

Основные каналы распространения информации в магазине «Эльдорадо»:

- личные контакты;
- ежемесячные собрания персонала и руководства;
- электронная почта и «скайп»;
- бумажный документооборот. В магазине «Эльдорадо» уделено достаточное внимание внутрифирменным коммуникациям.
- Кодекс деловой этики ООО «Эльдорадо»;
- Штатное расписание ООО «Эльдорадо»;
- Правила приема и увольнения сотрудников ООО «Эльдорадо»;
- Должностные инструкции сотрудников;
- Положения о деятельности отделов ООО «Эльдорадо»;
- Трудовые договора с сотрудниками ООО «Эльдорадо»;
- Прочие локальные нормативные акты ООО «Эльдорадо» внутреннего порядка. В магазине «Эльдорадо» уделено достаточное внимание внутрифирменным коммуникациям.

Анализ элементов внутриорганизационных коммуникаций в магазине «Эльдорадо» представлен в таблице 4 .

Таблица 4

Анализ элементов внутриорганизационных коммуникаций в магазине
«Эльдорадо»

Направление мероприятий	Элементы внутриорганизационных коммуникаций	Наличие элемента в организации
Имиджевые	Миссия, цели деятельности компании	Присутствует
Правила и процедуры, этический кодекс	Присутствует	-
Формирование корпоративной культуры	Присутствует	-
Обучающие, мотивационные	Проведение обучения с целью повышения квалификации и профессионального роста сотрудников	Отсутствует
Адаптация новых сотрудников в организации	Присутствует	-
Аттестация сотрудников	Присутствует частично	-
Система мотивации, ориентированная на достижение результата	Отсутствует	-
Коммуникативные	Информирование сотрудников обо всех основных событиях, которые происходят в компании	Присутствует
Выпуск корпоративных СМИ	Присутствует	-
Использование Интернета во внутренних связях	Присутствует	-
Налаживание связи между руководством и сотрудниками, проведение конференций, собраний	Присутствует	-
Объединяющие	Организация корпоративных мероприятий - праздников, турниров, соревнований	Присутствует
Соблюдение корпоративных традиций, привлечение семей сотрудников к подобным мероприятиям	Присутствует	-

Можно сделать вывод, что в организации из элементов внутриорганизационных коммуникаций хорошо развиты практически все, за исключением: проведения обучения и оценки персонала.

2.2. Анализ хозяйственной деятельности ООО «Эльдорадо»

Магазины «Эльдорадо» предлагают товар - мелкую и крупную бытовую технику, компьютеры, телефоны, игровые приставки и пр. Товар, представленный в магазине «Эльдорадо», имеет гарантию от фирмы. Компания «Эльдорадо» регулярно расширяет сеть сервисных центров, производящих оперативное и качественное обслуживание всей техники, а также предоставление услуги в квалифицированной установке крупной бытовой техники.

На рисунке 2 представлены доли наиболее продаваемых позиций.

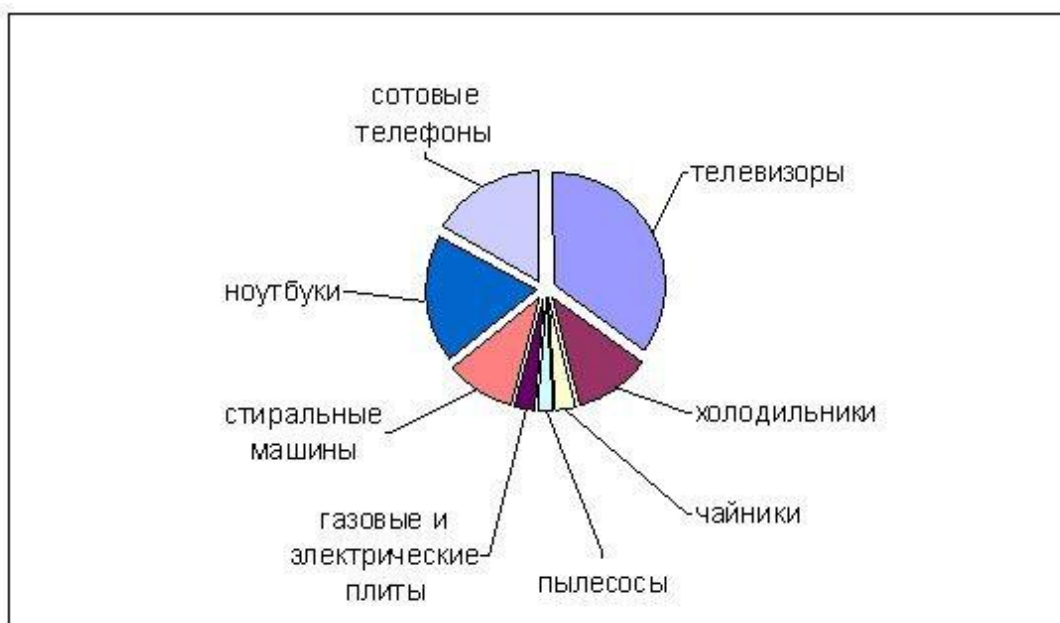


Рисунок 2. Доля наиболее продаваемых товаров

Из рисунка 2 видно, что самые покупаемые товары - телевизоры, сотовые телефоны и ноутбуки. Следовательно, ассортимент на эти товары необходимо расширять и рекламировать.

Анализ основных конкурентов

На данном этапе компания «Эльдорадо» успешно раскручивается на рынке торговли электроникой и бытовой техникой. В Санкт-Петербурге эти виды услуг представляют следующие компании: «М-Видео», «ДНС», «Ситилинк», «Юлмарт», «Медиа-Маркт» и прочие магазины регионального уровня.

Все названные конкуренты имеют определённую позицию на рынке Санкт-Петербурга. На рисунке 3 представлено соотношение долей рынка данными компаниями на 2018 год.



Рисунок 3. Соотношение долей рынка на 2018г

На рисунке в процентах представлено, какую долю занимает «Эльдорадо» на рынке СПб. Она составляет 20%, что немного ниже доли «М-видео», «Медиа-Маркт» и «ДНС»

Основные конкуренты по продаже бытовой и электронной техники: «М.Видео», «Медиа Маркт», «Юлмарт», «Техносила».

Сеть «М.Видео» основали в 1993 году. Сначала данная сеть функционировала только в Москве. В 2001 году «М.Видео» открывает свой первый магазин в регионе в Нижнем Новгороде. На нынешний день более 378 магазинов сети работают в 162 городах России.

24 ноября 1979 года впервые открывается в Европе мегамаркет «Медиа Маркт» в Мюнхене (Германия). Сеть включает 710 магазинов в 13 странах мира: Германии, Австрии, Швейцарии, Бельгии, Греции, Венгрии, Италии,

Нидерландах, Португалии, Испании, Швеции, России и Турции. Открывается более 70 магазинов в 28 городах России.

Первый магазин «Юлмарт» был открыт 1 июля 2008 года в Санкт-Петербурге. Сейчас компания находится в 242 городах России.

Анализ конкурентов компании «Эльдорадо» представлен в приложении 1.

Анализируя данные таблицы можно определить основного конкурента - компанию «М-Видео». «Эльдорадо» приблизился к трем конкурирующим компаниям на рынке. Одним из главных достоинств «Эльдорадо» считается наличие всем известного бренда, отлично созданного имиджа и стиля, обширного спектра услуг и ассортимента товара.

Анализируя производственно-хозяйственную деятельность ООО «Эльдорадо», который специализируется на выпуске и продаже бытовой техники, можно отметить, что организация представляет собой синхронно работающий технологический комплекс, специализирующийся на оптовой и розничной реализации электроники.

Продукция данного предприятия идет на продажу по всей России. ООО «Эльдорадо» является одной из крупнейших в России розничных сетей магазинов бытовой техники и электроники. Основные конкуренты компании «Эльдорадо» - "М. Видео" и "ДНС".

Свою финансовую деятельность ООО «Эльдорадо» проводит в соответствии с определенным бюджетом. Предприятие «Эльдорадо» может индивидуально определять цены на реализующую продукцию. Учет операций, осуществляемых Обособленным подразделением, проводится на отдельных субсчетах на основном балансе ООО «Эльдорадо».

Данные для анализа финансово –хозяйственной деятельности взяты из финансовой отчетности предприятия за 2018 год.

Анализ финансового положения и эффективности деятельности ООО «ЭЛЬДОРАДО» за период с 01.10.2018 по 31.12.2018.

1. Анализ финансового положения

Представленный анализ финансового состояния ООО «ЭЛЬДОРАДО» выполнен за период с 01.10.2018 по 31.12.2018 г. на основе данных бухгалтерской отчетности организации за 1 квартал. Качественная оценка финансовых показателей ООО «ЭЛЬДОРАДО» выполнена с учетом принадлежности к отрасли «Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами» (класс по ОКВЭД – 47) и представлена в приложении 2, структура имущества и источники его формирования занесены в таблицу 5.

Таблица 5

Структура имущества и источники его формирования

Показатель	Значение показателя				Изменение за анализируемый период	
	в тыс. руб.		в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.3-гр.2)	± % ((гр.3-гр.2): гр.2)
	30.09.2018	31.12.2018	на начало анализируемого периода (30.09.2018)	на конец анализируемого периода (31.12.2018)		
1	2	3	4	5	6	7
Актив						
1. Внеоборотные активы	18 318 846	18 231 633	30,6	26,1	-87 213	-0,5
в том числе: основные средства	2 652 581	2 370 785	4,4	3,4	-281 796	-10,6
нематериальные активы	5 856 218	5 860 800	9,8	8,4	+4 582	+0,1
2. Оборотные, всего	41 602 545	51 702 242	69,4	73,9	+10 099 697	+24,3
в том числе: запасы	32 992 683	34 301 974	55,1	49	+1 309 291	+4
дебиторская задолженность	2 793 970	9 853 233	4,7	14,1	+7 059 263	+3,5 раза
денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	1 878 716	3 509 338	3,1	5	+1 630 622	+86,8

Пассив						
1. Собственный капитал	5 811 108	5 601 449	9,7	8	-209 659	-3,6
2. Долгосрочные обязательства, всего	4 869 131	3 977 840	8,1	5,7	-891 291	-18,3
в том числе: заемные средства	4 400 937	3 659 814	7,3	5,2	-741 123	-16,8
3. Краткосрочные обязательства*, всего	49 241 152	60 354 586	82,2	86,3	+11 113 434	+22,6
в том числе: заемные средства	8 656 166	8 948 715	14,4	12,8	+292 549	+3,4
Валюта баланса	59 921 391	69 933 875	100	100	+10 012 484	+16,7

* Без доходов будущих периодов, возникших в связи с безвозмездным получением имущества и государственной помощи, включенных в собственный капитал.

Анализируя представленные в первой части таблицы данные, отмечаем по состоянию на 31.12.2018 в активах предприятия доля внеоборотных средств составляет 1/4, а текущих активов – 3/4.

Активы компании за весь период возросли на 10 012 484 тыс. руб. (на 16,7%). Но, несмотря на то, что прошло увеличение активов, собственный капитал понизился на 3,6%, что говорит об отрицательной динамике имущественного состояния организации.

Рост величины активов предприятия связан, в первую очередь, с ростом следующих позиций актива бухгалтерского баланса (в скобках указана доля изменения статьи в общей сумме всех положительно изменившихся статей):

- дебиторской задолженности – 7 059 263 тыс. руб. (67,9%)
- запасов – 1 309 291 тыс. руб. (12,6%)
- денежных средств и денежных эквивалентов – 1 204 146 тыс. руб. (11,6%)

Вместе с тем, в пассиве баланса наибольший прирост произошел по строке «кредиторская задолженность» (+10 598 962 тыс. руб., или 95,4% вклада в прирост пассивов организации за весь анализируемый период).

Среди отрицательно изменившихся статей баланса можно выделить «основные средства» в активе и «долгосрочные заемные средства» в пассиве (-281 796 тыс. руб. и -741 123 тыс. руб. соответственно).

Показатель собственного капитала по состоянию на 31.12.2018 составил 5 601 449,0 тыс. руб. Во время анализируемого периода (с 30 сентября 2018 г. по 31 декабря 2018 г.) наблюдалось небольшое уменьшение собственного капитала.

Таблица 6

Оценка стоимости чистых активов организации

Показатель	Значение показателя				Изменение	
	в тыс. руб.		в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.3- гр.2)	± % ((гр.3- гр.2) : гр.2)
	30.09.2018	31.12.2018	на начало анализируемого периода (30.09.2018)	на конец анализируемого периода (31.12.2018)		
1	2	3	4	5	6	7
1. Чистые активы	5 811 108	5 601 449	9,7	8	-209 659	-3,6
2. Уставный капитал	4 500 010	4 500 010	7,5	6,4	—	—
3. Превышение чистых активов над уставным капиталом (стр.1-стр.2)	1 311 098	1 101 439	2,2	1,6	-209 659	-16

Чистые активы компании на 31.12.2018 превышают уставный капитал на 24,5%. Такое положение дает позитивную характеристику финансовому положению, целиком отвечая показателям нормативных актов к величине чистых активов организации. Тем не менее, определяя текущее состояние

показателя, отмечается снижение чистых активов на 3,6% за весь рассматриваемый период. Несмотря на нормальную относительно уставного капитала величину чистых активов, их дальнейшее снижение может привести к ухудшению данного соотношения.

Таблица 7

Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств

Показатель собственных оборотных средств (СОС)	Значение показателя		Излишек (недостаток)*	
	на начало анализируемого периода (30.09.2018)	на конец анализируемого периода (31.12.2018)	на 30.09.2018	на 31.12.2018
1	2	3	4	5
СОС ₁ (рассчитан без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	-12 507 738	-12 630 184	-45 500 421	-46 932 158
СОС ₂ (рассчитан с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу, Net Working Capital)	-7 638 607	-8 652 344	-40 631 290	-42 954 318
СОС ₃ (рассчитанные с учетом как долгосрочных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)	1 017 559	296 371	-31 975 124	-34 005 603

*Излишек (недостаток) СОС рассчитывают как разницу между собственными оборотными средствами и величиной запасов и затрат.

Так как по состоянию на 31.12.2018 прослеживается недостаток собственных оборотных средств, рассчитанных по всем трем вариантам, финансовому положению компании по данному признаку можно дать характеристику как неудовлетворительную. Более того все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов за квартал ухудшили свои значения.

Анализ показателей ликвидности магазина «Эльдорадо» представлен в таблице 8.

Таблица 8

Расчет коэффициентов ликвидности

Показатель ликвидности	Значение показателя		Изменение показателя (гр.3 - гр.2)	Расчет, рекомендованное значение
	30.09.2018	31.12.2018		
1	2	3	4	5
1. Коэффициент текущей (общей) ликвидности	0,85	0,87	0,02	Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: не менее 2.
2. Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	0,39	0,11	-0,28	Отношение ликвидных активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение для данной отрасли: 0,8 и более.
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,057	0,15	0,093	Отношение высоколиквидных активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: 0,2 и более.

На последний день анализируемого периода (31.12.2018) значение коэффициента текущей ликвидности (0,85) не соответствует норме. Стоит отметить положительную динамику – за анализируемый период (с 30 сентября 2018 г. по 31 декабря 2018 г.) коэффициент текущей ликвидности вырос на 0,02.

Значение коэффициента быстрой (промежуточной) ликвидности тоже не соответствует норме – 0,11 при норме 0,8. Это говорит о нехватке у организации ликвидных активов, которыми возможно погашать наиболее срочные обязательства.

Ниже нормы, как и два другие коэффициента, оказался коэффициент абсолютной ликвидности (0,15 при норме 0,2). При этом следует отметить, за анализируемый период (с 30 сентября 2018 г. по 31 декабря 2018 г.) коэффициент вырос на 0,093.

Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения представлен в таблице 9.

Таблица 9

Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения

Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб	Прирост за анализируемый период, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализируемый период, %	Излишек/недостаток платеж. средств тыс. руб., (гр.2 - гр.6)
1	2	3	4	5	6	7	8
А1. Высоколиквидные активы (ден. ср-ва + краткосрочные фин. вложения)	3 509 338	+86,8	≥	П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущ. кред. задолж.)	50 722 170	+26,4	-47 212 832
А2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная деб. задолженность)	9 853 233	+3,5 раза	≥	П2. Среднесрочные обязательства (краткосроч. обязательства кроме текущ. кредит. задолж.)	9 632 416	+5,6	+220 817
А3. Медленно реализуемые активы (прочие оборот. активы)	38 339 671	+3,8	≥	П3. Долгосрочные обязательства	3 977 840	-18,3	+34 361 831
А4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	18 231 633	-0,5	≤	П4. Постоянные пассивы (собственный капитал)	5 601 449	-3,6	+12 630 184

Из четырех соотношений, дающих характеристику наличия ликвидных активов у предприятия, выполняется два. Высоколиквидные активы покрывают наиболее срочные обязательства организации всего лишь на 7%. В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае это соотношение выполняется (быстрореализуемые активы превышают среднесрочные обязательства на 2,3%).

2.3. Анализ текущей кредитоспособности ООО «Эльдорадо»

Данные финансовой отчетности ООО «Эльдорадо» позволяют сделать обзор результатов финансовой деятельности организации, что определяет текущую кредитоспособность данного магазина.

Ниже в таблице приведены основные финансовые результаты деятельности ООО «Эльдорадо» в течение анализируемого периода (30.09.18–31.12.18) и аналогичный период прошлого года.

Из "Отчета о финансовых результатах" следует, что за весь анализируемый период организация получила убыток от продаж в размере 13 920 877 тыс. руб., что составляет 12,6% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года убыток от продаж вырос на 2 561 227 тыс. руб., или на 22,5%.

По сравнению с прошлым периодом в текущем уменьшилась как выручка от продаж, так и расходы по обычным видам деятельности (на 3 132 548 и 571 321 тыс. руб. соответственно). Причем в процентном отношении изменение выручки (-2,8%) опережает изменение расходов (-0,5%)

Изучая расходы по обычным видам деятельности, следует отметить, что организация как и в прошлом году не использовала возможность учитывать общехозяйственные расходы в качестве условно-постоянных, включая их ежемесячно в себестоимость производимой продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг). Это и обусловило отсутствие показателя "Управленческие расходы" за отчетный период в форме №2.

Прибыль от прочих операций за анализируемый период (30.09.18–31.12.18) составила 14 320 436 тыс. руб., что на 4 058 013 тыс. руб. (39,5%) больше, чем прибыль за аналогичный период прошлого года.

Таблица 10

Прибыль от прочих операций

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.		Изменение показателя		Средне- годовая величина, тыс. руб.
	4-й кв. 2017	4-й кв. 2018	тыс. руб. ±	%	
			(гр.3 гр.2)	-((3-2) 2)	:
1	2	3	4	5	6
1. Выручка	113 538 654	110 406 106	-3 132 548	-2,8	447 889 520
2. Расходы по обычным видам деятельности	124 898 304	124 326 983	-571 321	-0,5	498 450 574
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	-11 359 650	-13 920 877	-2 561 227	↓	-50 561 054
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	11 740 929	16 228 620	+4 487 691	+38,2	55 939 098
5. ЕВИТ (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	381 279	2 307 743	+1 926 464	+6,1 раза	5 378 044
6. Проценты к уплате	1 478 506	1 908 184	+429 678	+29,1	6 773 380
7. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее	116 589	-78 877	-195 466	↓	75 424
8. Чистая прибыль (убыток) (5-6+7)	-980 638	320 682	+1 301 320	↑	-1 319 912

Анализ рентабельности

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)		Изменение показателя	
	4-й кв. 2017	4-й кв. 2018	коп., (гр.3 - гр.2)	± % ((3-2) : 2)
1	2	3	4	5
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение: 4% и более.	-10	-12,6	-2,6	↓
2. Рентабельность продаж по ЕБИТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	0,3	2,1	+1,8	+6,2 раза
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: 3% и более.	-0,9	0,3	+1,2	↑
<i>Справочно:</i> Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг)	-9,1	-11,2	-2,1	↓
Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: не менее 1,5.	0,3	1,2	+0,9	+4,7 раза

Убыток от продаж в анализируемом периоде составляет -11,2% от полученной выручки. К тому же имеет место падение рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за аналогичный период года, предшествующего отчётному, (-2,1%).

Показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕБИТ) к выручке организации, за период с 01.10.2018 по 31.12.2018 составил 2,1%.

В следующей таблице 12 представлена рентабельность использования вложенного в предпринимательскую деятельность капитала.

Рентабельность использования вложенного в предпринимательскую
деятельность капитала

Показатель рентабельности	Значение показателя (в годовом выражении), %	Расчет показателя
	4-й кв. 2018	
1	2	3
Рентабельность собственного капитала (ROE)	45,6	Отношение чистой прибыли (в годовом выражении) к средней величине собственного капитала. Нормальное значение: 18% и более.
Рентабельность активов (ROA)	-0,41	Отношение чистой прибыли (в годовом выражении) к средней стоимости активов. Нормальное значение для данной отрасли: 9% и более.
Рентабельность производственных фондов	-14,55	Отношение прибыли от продаж (в годовом выражении) к средней стоимости основных средств и материально-производственных запасов.
<i>Справочно:</i> Фондоотдача, коэфф.	93,14	Отношение выручки (в годовом выражении) к средней стоимости основных средств.

За последний квартал рентабельность активов имеет значение, не соответствующее нормативному (-0,41%).

Расчет показателей деловой активности (оборачиваемости)

Далее в таблице 13 рассчитаны показатели оборачиваемости ряда активов, характеризующие скорость возврата авансированных на осуществление предпринимательской деятельности денежных средств, а также показатель оборачиваемости кредиторской задолженности при расчетах с поставщиками и подрядчиками.

Таблица 13

Показатель оборачиваемости кредиторской задолженности при расчетах с поставщиками и подрядчиками.

Показатель оборачиваемости	Коэфф. 4-й кв.
----------------------------	-------------------

	2017
1	3
Оборачиваемость оборотных средств (отношение средней величины оборотных активов к среднедневной выручке*; нормальное значение для данной отрасли: 86 и менее дн.)	1,4
Оборачиваемость запасов (отношение средней стоимости запасов к среднедневной себестоимости проданных товаров; нормальное значение для данной отрасли: 45 и менее дн.)	2
Оборачиваемость дебиторской задолженности (отношение средней величины дебиторской задолженности к среднедневной выручке; нормальное значение для данной отрасли: 11 и менее дн.)	22,4
Оборачиваемость кредиторской задолженности (отношение средней величины кредиторской задолженности к среднедневной выручке)	1,35
Оборачиваемость активов (отношение средней стоимости активов к среднедневной выручке; нормальное значение для данной отрасли: 104 и менее дн.)	3,3
Оборачиваемость собственного капитала (отношение средней величины собственного капитала к среднедневной выручке)	39,4

* Приведен расчет показателя в днях. Значение коэффициента равно отношению 365 к значению показателя в днях.

Данные об оборачиваемости активов за весь рассматриваемый период свидетельствуют о том, что большее влияние оборачиваемости активов идёт от собственного капитала и кредиторской задолженности

Итак, проведенный анализ кредитоспособности по магазину «Эльдорадо» включал в себя анализ ликвидности и платежеспособности, оценку финансовой устойчивости, расчет вероятности банкротства и на заключительном этапе выявление класса реальной кредитоспособности.

В результате проведенного исследования было выявлено, что по итогам 2017-2018 года «Эльдорадо» не имело абсолютную ликвидность баланса, а состояние коэффициентов ликвидности динамично ухудшалось. Также предприятие не сможет восстановить свою платежеспособность за 6 месяцев.

Несмотря на это, предприятие «Эльдорадо» признано кредитоспособным и для совершенствования финансового положения ему рекомендуется рассмотреть возможность привлечения заемных средств. Рейтинговая оценка финансового состояния организации представлена в таблице 14.

Таблица 14

Рейтинговая оценка финансового состояния организации

Финансовые результаты за период 01.10.18–31.12.18	Финансовое положение на 31.12.2018								
	AA	A	A	BB	B	B	CC	C	CD
Отличные (AAA)									•
Очень хорошие (AA)									•
Хорошие (A)									•
Положительные (BBB)									•
Нормальные (BB)	•	•	•	•	•	•	•	•	V•
Удовлетворительные (B)									•
Неудовлетворительные (CCC)									•
Плохие (CC)									•
Очень плохие (C)									•
Критические (D)									•

Итоговый рейтинг финансового состояния ООО "ЭЛЬДОРАДО" по итогам анализа за период с 01.10.2018 по 31.12.2018 (шаг анализа - квартал):

CCC
(неудовлетворительное)

Имея отрицательные показатели, характеризующие финансовую устойчивость, рассчитанные нормы кредитоспособности позволили

отнести предприятия ко второму классу заемщиков, у которых есть возможность погасить от 80 до 100% срочных обязательств.

В целом кредитоспособность предприятия устойчивое, хотя по трем относительным коэффициентам финансового состояния (прибыль (убыток) от продаж, рентабельности активов, падение рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за аналогичный период года) наметилась отрицательная динамика.

ГЛАВА 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ МАГАЗИНА «ЭЛЬДОРАДО»

3.1. Мероприятия по увеличению прибыли и рентабельности ООО «Эльдорадо»

Мы определили, что финансовое состояние ООО «Эльдорадо» относительно устойчивое, хотя по некоторым показателям намечается отрицательная динамика. Анализируя рентабельность и ликвидность предприятия ООО «Эльдорадо» за последний квартал 2018 года, можно отметить, что рентабельность активов имеет значение, не соответствующее нормативному (-0,41%), соответственно понизилась. Данные по этим показателям занесены в табл.15 и сравнены с отраслевым показателем 2018 года.

Таблица 15

Сравнительный анализ финансовой устойчивости ООО «Эльдорадо»
с сетевыми показателями за 2018 год

Показатель	«Розничный магазин г.Санкт-Петербурга № 23»	Отраслевой показатель за 2018 год
Финансовая устойчивость		
1.Платежеспособность		
1.1.Коэффициент текущей ликвидности	0,85	0,9
1.2.Коэффициент быстрой ликвидности	0,11	0,2
1.3.Коэффициент абсолютной ликвидности	0,15	0,06
2.Эффективность деятельности		
2.1.Рентабельность продаж	-12,6	-12,6
2.2.Норма чистой прибыли	0,3	0,3
2.3.Рентабельность активов	-0,45	0,5

Значение коэффициента текущей ликвидности (0,85) не соответствует норме, но несмотря на это следует отметить положительную динамику – за

анализируемый период (с 30 сентября 2018 г. по 31 декабря 2018 г.) коэффициент текущей ликвидности вырос на 0,02.

Значение коэффициента быстрой (промежуточной) ликвидности тоже не соответствует норме – 0,11 при норме 0,8. Ниже нормы, как и два другие коэффициента, оказался коэффициент абсолютной ликвидности (0,15 при норме 0,2). При этом следует отметить, что в течение анализируемого периода (с 30 сентября 2018 г. по 31 декабря 2018 г.) коэффициент вырос на 0,093. Это говорит о недостатке у организации ликвидных активов, которыми можно погасить наиболее срочные обязательства.

Исходя из приведенных данных нужно определить важную задачу предприятия - получение прибыли при наименьших затратах посредством соблюдения строгого режима экономии в расходовании средств и наиболее эффективного их использования.

Необходимо разработать конкретные мероприятия по повышению прибыли и рентабельности «Розничный магазин г. Санкт-Петербурга № 23» и сделать прогноз на 2020 год.

К основным мероприятиям можно отнести:

1. повышение товарооборота (пересмотр маркетинговой политики и разработка новых рекламных мероприятий, с целью привлечения большего количества покупателей);
2. получение от поставщиков дополнительных скидок;
3. оптимизацию ассортимента (выявлять наименее рентабельный вид товара и переносить акцент на более рентабельный);

Проанализируем оптимальные пути повышения товарооборота ООО «Эльдорадо» магазин №23 в 2019 году.

1. Привлечение внимания покупателей будет осложнено, учитывая факт специфики товара. Значит, есть необходимость исходить из расположения имеющейся торговой точки. Основные покупатели - широкие группы

граждан, поэтому необходимо привлечь покупателя именно в магазин «Эльдорадо». Этого можно добиться, если разместить привлекательный рекламный щит у входа в магазин. Также, для привлечения покупателей необходимо проведение широкомасштабных акций. Как один из вариантов проведения акции – привлечение и поддержка СМИ. Данные мероприятия привлекут большее количество покупателей, тем самым повысят товарооборот и, соответственно, прибыль.

Подсчитывая резервы роста прибыли (ДПв) за счет предполагаемого роста товарооборота используют результаты анализа выпуска и реализации продукции. Но если прибыль рассчитана на рубль товарооборота, сумму резерва ее роста за счет увеличения товарооборота определяют по формуле:

$$\text{ДПв} = \text{Вп} * (\text{Пр1} / \text{Вр1}) \quad (17)$$

где: Вп - потенциально возможное увеличение товарооборота (резерв роста), тыс.руб.;

Пр1- фактическая прибыль от продажи товаров в отчетном году, тыс. руб.;

Вр1- фактический объем реализованных товаров в отчетном году, тыс. руб.

Планируемое увеличение товарооборота ООО «Эльдорадо» магазин № 23 - 5% от суммы выручки от продажи 2018 года, что составит 5 520205 тыс руб. ($110416106 * 0,05$). Тогда резерв роста прибыли ООО «Эльдорадо» ОП магазин №23:

$$\text{ДПв} = 5520305 * 1,79 = 9881345 \text{ тыс. руб.}$$

2. Повышение прибыли ООО «Эльдорадо» магазин №23 возможно в случае получения от поставщиков дополнительных скидок. ООО «Эльдорадо» в 2019 году получает дополнительные скидки от поставщиков, выполняя ряд условий от брендов.

- скидку за объем реализуемой продукции: скидку возможно оценить, исходя из годового дохода: крупная оптовая компания имеет возможность

предоставлять заказчику шкалу с объемом товара (подразумевающим ваш предзаказ на год) и соответствующие скидки. На этом уровне отмечают два вида скидок, которые различны между собой.

а) Скидка на предзаказ. Компания-поставщик не приемлет никаких дополнительных затрат за хранение заказанного товара, поэтому закупочный центр сразу забирает товар в пункты реализации. Обсуждая стратегические условия работы с каждым отдельным поставщиком, имеет смысл обговаривать с ним разнообразные условия сотрудничества, и, достигнув коммерческой договоренности, получаете возможность скидок и суммирования данных за соблюдение всех пунктов консенсуса.

б) Скидка за поддержку бренд-корнера в магазине. Бренд-корнером называется особая часть в магазине, выделенная лишь под один определенный бренд, использующей только его символику, рекламные постеры, изображения, графику и слоганы.

- скидку за своевременные платежи. Обычно заказчик с договаривается с компанией-поставщиком на обусловленную историю платежей, и при необходимости данная компания выдаст товарный кредит. Именно в целях стимулирования вас осуществлять все выплаты вовремя, компания согласна дать вам скидку.

- скидку за проведение промо-акций бренда. Взаимовыгодная договоренность на лицо: магазин широко проводит рекламу продукции бренда, привлекая позитивно настроенных покупателей, тем самым продвигая марку. Поставщики это всячески поощряют, и предоставляют скидки.

- скидку на брак. Брак есть везде, и если брак не серийный (он составляет 0,6 - 0,9% от партии), то многие поставщики делают скидку, зачастую до 1%.

В итоге предприятие ООО «Эльдорадо» получает скидки от поставщиков и сократит издержки обращения на 8%. Для выявления и

подсчетов резерва роста прибыли ООО «Эльдорадо»: (ДПз) за счет планируемого снижения издержек обращения (ИО) применяем формулу:

$$\text{ДПз} = \text{Вр1} * \text{ИО} \quad (18)$$

где: ИО=(ИО1-ИОт)- возможное снижение (Экономия) издержек обращения на рубль товарооборота, тыс.руб.;

ИО1-издержки обращения на рубль товарооборота отчетного года, руб.;

ИОт-потенциально возможный уровень издержек обращения на рубль товарооборота, руб.

Определенное на 2019 год снижение издержек обращения единицы товара -7%, тогда издержки на рубль товарооборота уменьшатся в сравнении с данными 2018 года на 0,0007 (0,01*0,07) и составят в планируемом году 0,0093 (0,01-0,0007). Соответственно, прибыль с единицы товара станет выше, по сравнению с 2018 годом на величину снижения издержек и составит 1,8 (1,79+0,0007).

3. Резерв роста прибыли ООО «Эльдорадо» №23

$$\text{ДПз} = 110416106 * 0,0007 = 77284 \text{ тыс. руб.}$$

При одновременном планировании двух мероприятия (увеличение объема продаж и снижение издержек), резерв роста прибыли ООО «Эльдорадо» магазин №23 составит:

$$\text{ДПоб} = (\text{Вр1} + \text{Вп}) * \text{ИО} = (110416106 + 5\ 520205) * 0,0007 = 81148 \text{ тыс. руб.}$$

Проанализируем вариант повышения прибыли ООО «Эльдорадо» магазин №23 за счет оптимизации ассортимента товаров. Для этого проведем анализ рентабельности по отдельным товарным группам

Черной техники - А

Компьютерной и цифровой техники - В

Крупной бытовой техники - С

Мелкой бытовой техники - D

Таблица 16

Рентабельность отдельных товарных групп в
ООО «Эльдорадо» магазин №23

показатель	Вид товара			
	А	В	С	Д
Выручка тыс.руб	35142	23782	22476	8036
Себестоимость продаж тыс.руб	33021	22050	21786	7037
Валовая прибыль тыс.руб	2121	1732	670	707
Рентабельность %	6,03	7,26	2,97	8,62

Таким образом, можно сделать вывод, что самая высокая рентабельность мелкой бытовой техники - 8,63% и у компьютерной и цифровой техники - 7,26 %. А рентабельность крупной бытовой техники самая низкая - 2,97 %.

Следовательно, ООО «Эльдорадо» магазину №23 целесообразно оптимизировать ассортимент таким образом, чтобы больший акцент делался на продажи товарных групп В и Д, таким образом повышая прибыль и рентабельность фирмы.

Выполнение этих предложений значительно повысит получаемую прибыль на ООО «Эльдорадо» магазин №23.

3.2. Совершенствование управления дебиторской задолженностью

Проблемы управления дебиторской задолженностью, с которой вынуждены сталкиваться компании, довольно типичны:

- 1) Отсутствие достоверной информации о сроке погашения обязательств организациями-дебиторами;
- 2) Отсутствие регламентированной работы с просроченной дебиторской задолженностью; отсутствие данных о повышении затрат, связанных с

ростом размера дебиторской задолженности и скорости ее оборачиваемости

3) Отсутствие оценки кредитоспособности покупателей

В организации ООО «Эльдорадо» разработана схема работы с дебиторами, схема представлена на рисунке 4:

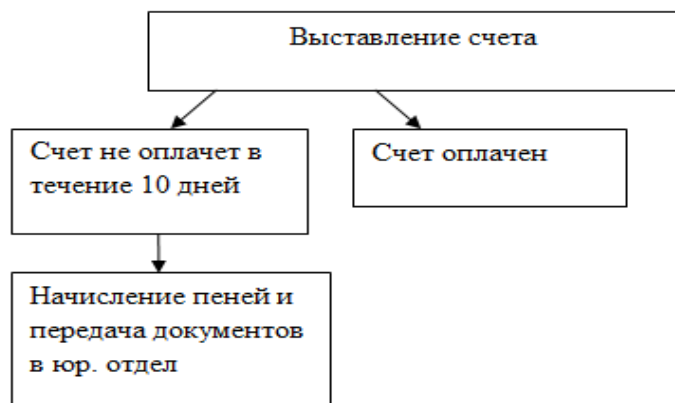


Рисунок 4. Схема работы с дебиторами

На предприятии ООО «Эльдорадо» эта схема не эффективна, так как не предполагает отчетливого разграничения полномочий, и не закрепляет ответственных лиц на каждом этапе на каждом уровне.

Следовательно, необходимо усилить контроль компании, проведя определенные мероприятия:

- собрать необходимую информацию о задолженности;
- обработать полученную информацию и ее группировка;
- разработать мероприятия по уменьшению задолженностей;

Данные мероприятия должны привлекать все структуры организации, важно четко распределять ответственность между бухгалтерским, финансовым и юридическим отделами.

Рассмотрим распределение функций в этом случае:

1) Бухгалтерский отдел занимается регистрацией платежей, проводит начисление штрафов, пени, вырабатывает «Реестр дебиторской задолженности», занимается оформлением актов сверок, занимается проведением переговоров с компаниями дебиторами, разрабатывает схемы погашения долга.

2) Юридическая служба занимается разработкой писем для должников.

На долю финансового директора ложится ответственность принятия решения по закрытию долга, принимает решение о продаже дебиторской задолженности, либо о заключении договора цессии, факторинга или же обращения в суд.

3) Должностные обязанности главного бухгалтера обуславливают проведение инвентаризации задолженности, организацию резерва по сомнительным долгам и документальное оформление списания безнадежных долгов с баланса предприятия.

Остановимся отдельно на каждом этапе.

1) Обязанности бухгалтера при работе с дебиторами и кредиторами - составление реестра задолженности, для чего важна информация в выставленных дебиторам счетах, не оплаченные на данное время, просрочка платежей по этим счетам, объем безнадежной и сомнительной дебиторской задолженности. Полученная информация формируется в таблицу, образец которой представлен в табл. 17:

Таблица 17.

Реестр задолженности

Наименование	№, дата счет-	сумма	Сумма	Период
xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Данные таблицы покажут сумму неуплаты в срок и период просрочки. Наглядно схему можно представить следующим образом, рис. 5.

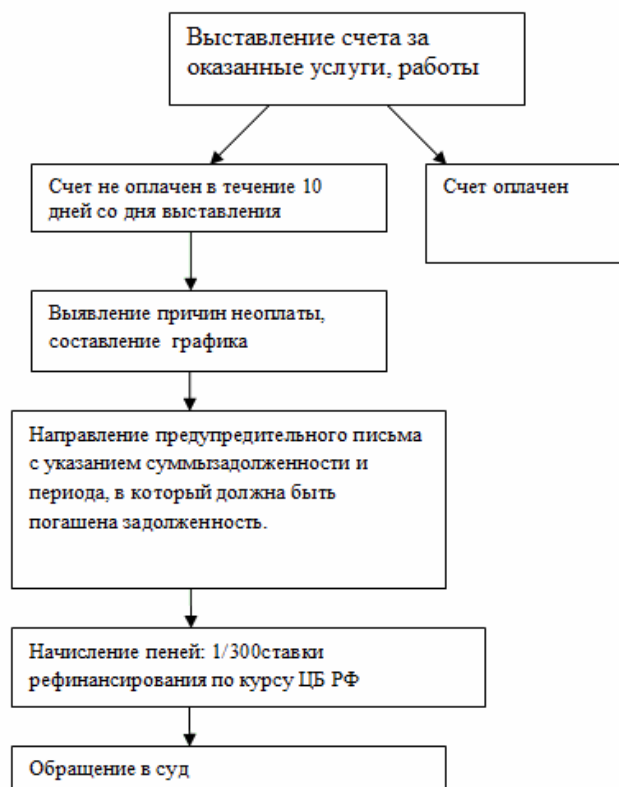


Рисунок 5. Схема работы с дебиторской задолженностью

2) При периоде просрочки платежа более 10 дней важно начинать работу с должниками. Как основные мероприятия определяем следующие:

а) неоплата в срок – совершить звонок с определением причин, составление графика платежей.

б) формирование и отправка предупредительного письма с определением суммы задолженности и сроков для погашения сформированной задолженности.

в) начисление пени, штрафа, неустойки.

г) при стабильной и не меняющейся ситуации необходимо передавать подтверждающие задолженность документы, в суд.

Предложенная схема актуальна: на каждом этапе определены ответственные лица, что усиливает контроль, более детально виден весь процесс работы с дебиторами в отличии от предыдущей, но требует определенных трудовых затрат от работников, связанных с выявлением причин неоплаты и разработки досудебных мероприятий по погашению долга.

3.3 Реструктуризация расходов ООО «Эльдорадо» на примере «Магазин г. Санкт-Петербурга № 23»

Расчет данных показателей осуществляется по данным бухгалтерской отчетности заемщика за последние 2-3 года. Исходя из этого, возможно провести более глубокий анализ предприятия-клиента, как мероприятие для совершенствования методики оценки кредитоспособности, вводить в анализ клиента плановые показатели, перспективы развития. Более детально изучить менеджмент самого заемщика. Для решения задач по совершенствованию оценки кредитоспособности ООО «Эльдорадо» № 23, следует:

1. Применить комплекс финансовых коэффициентов, для расширения результатов финансового анализа;
2. Анализ динамики изменения финансового положения организации проводить за нескольких отчетных периодов, а не по последнему балансу;
3. При проведении анализа кредитоспособности предприятия в качестве дополнения к анализу провести анализ денежного потока клиента;
4. Помимо стандартного анализа финансового положения предприятия-заемщика важно проводить анализ моральных качеств и его возможности зарабатывать деньги для погашения займа;
5. Внимательно проводить изучение кредитной истории клиента, с

целью выяснения предшествующего опыта его общения с другими банками и финансовыми организациями.

Подводя итог аналитической части, установлена некредитоспособность ООО «Эльдорадо». Для того, чтобы погасить кредиторскую задолженность и улучшить имидж организации, как положительного заемщика, необходимы дополнительные денежные средства и улучшение своего финансового состояния. Для этого выбраны следующие важные курсы с определенными мероприятиями по повышению кредитоспособности ООО «Эльдорадо»:

1. сократить неоправданные расходы, тем самым высвобождая денежные средства с целью погашения кредиторской задолженности;
2. развивать оптовые продажи мелкой бытовой техники, сотовых телефонов, для приобретения дополнительной прибыли;
3. развивать розничную сеть торговли для увеличения товарооборота и получения дополнительной прибыли.

Для начала важно сжать неоправданные расходы, деньги, полученные от этой реформы можно направить на погашение кредиторской задолженности. К примеру, понизить не оправданно завышенные расходы на ГСМ, установить границы этих расходов в соответствии с нормативом, так как на данный момент денежные средства на транспортные расходы выдают под отчет. С этой целью проводить данные мероприятия:

- а) определить применение транспортных средств;
- б) определить средний хронометраж пробега в день с допущенной погрешностью и по итогам определить нормативы;
- в) механику контролировать показания за спидометрами и исчислять затраты.

Сократить расходы на командировки и связанные с ними транспортные расходы, за счет уменьшения количества затрат на аренду личного автотранспорта и применения арендованных транспортных

средств. Таким образом, можно снизить эксплуатационные расходы на транспорт.

Предприятие имеет на балансе два КАМАЗа 5320 для доставки бытовой техники из других городов. Эксплуатацию одного КАМАЗа за I квартал 2018 года можно оценить в 274720 руб. (Табл. 18)

Таблица 18

Расходы по эксплуатации КАМАЗа 5320 в среднем за квартал 2018 г.

Расходы по эксплуатации	Сумма
Амортизация КАМАЗ 5320	4330 руб.
Расходы на ГСМ, в т. ч.	124800 руб.
сверхлимитные расходы	68400 руб.
Ремонт	12400 руб.
Заработная плата	37700 руб.
Командировочные расходы	21220 руб.
Итого	200520 руб.

Следовательно, эксплуатация двух КАМАЗов 5320 за год обходится организации около 1604230 руб.

В основном за квартал осуществляется 10 поездок, средняя стоимость одной поездки по договору аренды транспортного средства составляет 27000 руб., т. е. аренда транспортных средств за год составляет $27000 * 10 * 4 = 1080000$ руб.

За счет аренды транспортных средств за год можно сэкономить $1604230 - 1080000 = 524230$ руб.

Данные финансы перенаправить на расширение товарооборота, приобретение новой партии бытовой техники - крупногабаритной и мелкой бытовой техники, реализуя которую возможно получить прибыль в размере 18%, или компенсировать долю кредиторской задолженности.

Еще одним действенным методом будет проведение анализа загруженности рабочего персонала, проведение хронометража рабочего

времени и по итогам мониторинга совершить сокращение штата.

Анализируя проведенную работу, сделан вывод: для дальнейшего развития и успешной деятельности ООО «Эльдорадо» важно решить обозначенные проблемы, определяющие слабые стороны организации, путем активизации сильных сторон и потенциальных возможностей.

Руководителям магазина «Эльдорадо» целесообразно внедрить систему квалифицированной подготовки и обучения сотрудников. Помимо этого, грамотная стратегия продвижения, программа рекламных мероприятий так же могут сыграть роль в удержании доли рынка бытовой электротехники города Санкт-Петербурга и повышения кредитоспособности ООО «Эльдорадо».

Заключение

В данной выпускной квалификационной работе изучены теоретические основы кредитоспособности и проведен анализ кредитоспособности предприятия на примере действующего магазина «Эльдорадо», исследованы теоретические и методологические основы анализа кредитоспособности магазина «Эльдорадо», рассмотрены возможности использования для оценки кредитоспособности показателей, характеризующих финансовую устойчивость предприятия. На практических материалах действующего предприятия был проведен анализ ликвидности, платежеспособности, рассчитаны относительные показатели финансового состояния предприятия; проведена оценка кредитоспособности магазина «Эльдорадо» на основе расчета финансовых норм; рассмотрена возможность привлечения заемных средств для оптимизации финансового положения магазина «Эльдорадо»; исследовано направление совершенствования структуры собственного капитала магазина «Эльдорадо».

Исходя из анализа финансовой деятельности ООО «Эльдорадо», данное исследование позволяет сделать следующие выводы и внести предложения:

1. Кредитоспособность предприятия - способность заемщика получить кредит и возратить его с процентами в полном объеме в установленный срок, либо как способность своевременно и полностью погасить кредит с причитающимися процентами.

Кредитоспособность предприятия формируется в результате его экономической деятельности и показывает, насколько правильным является управление финансовыми ресурсами, насколько рационально сочетание собственных и заемных источников, насколько эффективно используется собственный капитал и какова отдача от производственной деятельности.

Кредитоспособность является внешним определением финансовой устойчивости организации, которая определена эффективным формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов.

2. В выпускной квалификационной работе был проведен анализ кредитоспособности на материалах предприятия ООО «Эльдорадо». Данная оценка финансового состояния организации была определена на основе бухгалтерских балансов предприятия за период с 2017 по 2018 год. Во время анализа было выявлено, что в 2018 году по сравнению с 2017 отмечено снижение кредитоспособности из-за превышения темпов роста задолженности предприятия.

Более глубокую оценку финансовой устойчивости организации во время анализа дали относительные показатели финансовой устойчивости (коэффициент финансовой автономии, коэффициент финансовой зависимости, коэффициент текущей задолженности, и др.).

Результаты анализа показали, что данная организация в целом обеспечивает себе финансовую устойчивость, хотя три показателя говорят о тенденции снижения финансовой устойчивости.

3. Оценка платежеспособности организации проводилась исходя из характеристики ликвидности оборотных активов, которая определена временем, нужным на превращение их в денежные средства. По результатам оценки сделан вывод о ликвидности баланса за 2017-2018 гг., хоть и не абсолютной. Абсолютная ликвидность баланса ООО «Эльдорадо» нарушена, так как запросы на погашение обязательств у организации больше, чем находится ликвидных активов.

4. В итоге, по проведенным расчетам можно сделать вывод, что финансовое состояние организации неустойчивое, запаса финансовой прочности не хватает для стабильности состояния.

5. Нами был осуществлен расчет кредитоспособности заемщика организации на основе финансовых норм. Оценить кредитоспособность заемщика кредиторы могут при использовании трех ключевых норм,

среднее число которых определяет реальную кредитоспособность по классности.

В итоге проведенного расчета характеризующих кредитоспособность организации, было выявлено, что ООО «Эльдорадо» имеет второй класс кредитоспособности, т.е. найдя быстрые и мобильные активы, предприятие может погасить от 20 до 70% путем прямого перечисления денежных средств.

Обобщая проделанную работу по определению кредитоспособности ООО «Эльдорадо» № 23, можно сделать следующие выводы: у ООО «Эльдорадо» в финансовом плане намечается тенденция к понижению финансовой устойчивости, что выражено в низкой ликвидности и платежеспособности. В данной работе определен класс предприятия II, как предприятие, представляющие определенную долю риска по задолженности, но которые на данный момент не относят к рискованным. В 2017 г. отмечено небольшое усовершенствование положения организации, в чем помог рост показателя текущей ликвидности.

Для совершенствования финансового состояния данное предприятие должно стремиться повышать рентабельность совокупного капитала и показателя финансовой независимости, т. е. увеличивать долю собственных средств к общей сумме всех средств предприятия.

ООО «Эльдорадо» необходимо предпринять определенные шаги по возрождению организации, а именно:

- увеличить уставной капитал, получить долгосрочные ссуды или займы на восполнение оборотных средств,
- разработать и осуществлять программу сокращения затрат, улучшения управления активами,

Дальнейшая задача ООО «Эльдорадо» удерживать конкурентную позицию на рынке, применять более эффективную систему финансового планирования, что в дальнейшем повысит финансовую устойчивость организации ООО «Эльдорадо» и ее класс кредитоспособности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

I. Нормативно-правовые материалы:

1. Конституция РФ / Федеральный конституционный закон РФ от 12 декабря 1993 г. // Российская газета. - 1993. - 25 декабря.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации : части первая и вторая: официальный текст по состоянию на 1 ноября 2000 г.- М: НОРМА - ИНФРА-М, 2000.- 372 с.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации : федеральный закон от 30 дек.2001 г. № 197-ФЗ // Собр. законодательства Российской Федерации. - 2002.- №1.4.1.- Ст. 3.
4. О защите прав потребителей: федеральный закон от 7 февр. 1992 г. №2300-1 -ФЗ (в редакции от 9 января 1996 г. № 2-ФЗ) // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации - 1992. № 15. - Ст 766; Собрание законодательства Российской Федерации - 1996. -№ 3. Ст. 140; - 1999. № 51. - Ст. 6287; -2002. №1.-Ст. 2; - 2004.- № 35.- Ст. 3607; № 45.- Ст. 4377; Российская газета.- 2004.- .29 декабря.- С.28

II. Специальная литература

1. Аверчев И. Составление сводной финансовой отчетности по МСФО // Финансовый директор, 2004, №1.
2. Антикризисное управление предприятиями и банками: Учебно-практич. пособие / Под рук. Г.К. Таль, Г.Б. Юн. - М.: ДЕЛЮ, 2007. - 840 с.
3. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. Э.М. Короткова. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 432с.
4. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. В.М. Попова, С.Я. Ляпунова. - М: Финансы и статистика, 2009. - 672 с.
5. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учеб. курс. - Киев: Ника-центр, Эльга, 2008. - 528 с.

6. Бланк И. А. Управление активами. - Киев: «Ника-Центр», «Эльга», 2004. - 720 с.
7. Брег С. Настольная книга финансового директора. Пер. с англ. - 3-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 536 с.
8. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент. 10-е изд. [Пер. с англ. под ред. Е.А. Дорофеева]. - СПб.: Питер, 2005. - 960 с.
9. Бригхэм Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: Полный курс: В 2-х т. [Пер. с англ. под ред. В.В. Ковалева]. - СПб.: Экономическая школа, 2006. - Т1. - 497 с.
10. Бухгалтерский анализ. Пер. с англ. /Под ред. М.А. Гольцберга, Л.М. Хасан-Бек. - Киев, 2003 г.
11. Быкадоров В.Л., Алексеев П.Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. - М.: «ПРИОР», 2005 г.
12. Васильева Л.С., Петровская М.В. Финансовый анализ: учебник. - М.: КНОРУС, 2006. - 544 с.
13. Гританс Я.М. Организационное проектирование и реструктуризация (реинжиниринг) предприятий и холдингов: экономические, управленческие и правовые аспекты: (практическое пособие по управленческому и финансовому консультированию) - М.: Волтерс Клувер, 2006.
14. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ бухгалтерской отчетности. - М.: Издательство «ДИС», 1998 г.
15. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 768 с.
16. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 560 с.
17. Крамин Т.В. Финансовая устойчивость предприятий в условиях перехода к рыночной экономике. - Казань: Издательство «Таглитмат», 2006. - 124 с.
18. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / Л.И. Кривченко. - М.: Новое знание, 2004. - 544 с.

19. Кудина М.В. «Финансовый менеджмент» г.Москва изд. «Форум» 2004 г.
20. Курошева Г.М. Теория антикризисного управления предприятием: Учебное пособие. - СПб.: Речь, 2006. - 372 с.
21. Маслаченок Ю.С., Ю.Н. Тронин. Практика бюджетирования на предприятиях России, М.: Издательская группа «БДЦ-пресс», 2006, стр. 11-137.
22. Маркарьян Н.А. Герасименко Г.П. Финансовый анализ. - М.: «ПРИОР», 1997 г.
23. Оценка бизнеса/Учебник под ред. А.Г.Грязновой, М.А. Федотовой - М.: Финансы и статистика, 2005. - 736 с. Псарева Н.Ю. Холдинговые отношения: теоретические и методические аспекты. М.: ИД «Высшее образование и наука», 2006, стр. 21-99, 203-218.
24. Прохоренко В.П. Формы государственного предпринимательства в развитых зарубежных странах -Москва.: РИО МГУП, 2005. -1,34 п. л.
25. Прохоренко В.П. Особенности структурных элементов финансового механизма //Москва: Журнал «Металлург», №8-2006 г. - 1,5 п.л.
26. Ронова Г.Н. «Финансовый менеджмент» учебное пособие г.Москва МЭСИ 2004 г.
27. Павлова Л.Н. Финансовый менеджмент. Управление денежным оборотом предприятий: Учебник для вузов. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005 г.
28. Ричард Брейли, Стюарт Майерс. Принципы корпоративных финансов: Пер. с англ. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007 г.
29. Рындин А.Г., Шамаев Г.А. Организация финансового менеджмента на предприятии. - М.: Русская Деловая Литература, 2007 г.
30. Техника эффективного менеджмента: финансовый менеджмент. - SARANA Corporation - USAID - РЦП. - М., 2008. - 290 с.
31. Томас Келлер Концепции холдинга. Обнинск. Изд. ГЦИПК 2005 г.
32. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учеб./ Под ред. Е.С. Стояновой.- 5 изд., перераб. и доп.- М.: Перспектива, 2003. - 656 с.

33. Финансовый менеджмент. /Под ред. Г.Б. Поляка. - М.: Финансы, ЮНИТИ, 2007 г.
34. Финансовое управление компаний. /Под ред. Е.В. Кузнецовой. - М.: Фонд «Правовая культура», 2008 г.
35. Фут Н., Хенсли Д., Лэндсберг М., Моррисон Р. Роль корпоративного центра. The McKinsey Staff Paper, 1990, № 48, перевод в «Вестник McKinsey», стр. 76-101.
36. Финансовое управление компаний. /Под ред. Е.В. Кузнецовой. - М.: Фонд «Правовая культура», 1995 г.
37. Хруцкий В.Е., В. В. Гамаюнов. Внутрифирменное бюджетирование. Настольная книга по постановке финансового планирования. М, 2009.
38. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. - М.: ИНФРА-М, 2007 г.
39. Щербакова Г.Н. Анализ и оценка банковской деятельности (на основе отчетности, составленной по российским и международным стандартам). - М.: Вершина, 2006. - 464 с.
40. Юн Г.Б. Методология антикризисного управления. - М.: Дело, 2008. - 432 с.

Приложение 1.

Анализ конкурентов компании ООО "Эльдорадо"

Преимущества конкурентов	"Эльдорадо"	"М-видео"	Медиа-маркт	"ДНС"	"Ситилинк"	"Юлмарт"	Прочие
1	2	3	4	5	6	7	8
Комплексный подход							
Информационные, консалтинговые, франчайзинговые услуги.	+	+	+	-	+	-	+
Сервисные услуги, послепродажное обслуживание	+	+	+	-	+	+	+
Продажа компьютеров и бытовой техники	+	+	+	+	+	+	+
Полный комплексный перечень услуг и товаров	+	+	+	+	-	-	-
	4	4	4	2	3	2	3
Уровень сервиса							
высокое качество товаров и услуг (способность удовлетворить самые взыскательные требования клиентов)	+	+	+	+	+	+	+
индивидуальный подход к клиенту (предложение каждый раз новых решений или ярких идей, креатив как обязательное условие работы)	+	+	+	+	-	-	+
высокая квалификация и уровень образования персонала	+	+	+	-	-	-	-
	3	3	3	2	1	1	2
Опыт и квалификация персонала							

квалификация и знания специалистов, профессионализм сотрудников	-	+	+	-	+	+	-
	0	1	1	0	1	1	0
Практический опыт работы							
большое количество реализованных проектов за несколько лет работы	+	+	+	+	+	+	-
	1	1	1	1	1	1	0
Имидж, бренд и репутация							
безукоризненная репутация	-	+	+	-	-	-	-
выполнение деловых обязательств на уровне стандартов	+	+	+	-	-	-	-
полная ответственность за свою работу	+	+	+	-	-	+	+
соблюдение этики	+	+	+	+	+	-	+
прозрачность, открытость во взаимоотношениях с клиентами	+	+	+	+	+	+	+
	4	5	5	2	2	2	3
Технологии и методы работы							
использование испытанных методологий	-	+	-	-	+	+	-
применение уникальных методик (ноу-хау)	+	-	-	-	+	-	-
постоянное и предложение новых видов услуг	+	+	+	+	+	+	+
использование маркетинговых подходов в управлении	+	+	+	+	+	+	+
	3	3	2	2	4	3	2
Ценовая политика							

умеренные цены, оптимальная цена без потери качества услуг	+	+	+	+	-	-	-
	1	1	1	1	0	0	0
Итого	15	17	16	9	12	10	10

Приложение 2

Таблица 1

Форма №1 «Бухгалтерский баланс»

Показатель	Код показателя	31.12.2018	30.09.2018
1	2	3	4
Актив			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	1110	5860800	5856218
Результаты исследований и разработок	1120	0	0
Нематериальные поисковые активы	1130	0	0
Материальные поисковые активы	1140	0	0
Основные средства	1150	2370785	2652581
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0
Финансовые вложения	1170	7712223	7812223
Отложенные налоговые активы	1180	641936	648821
Прочие внеоборотные активы	1190	1645889	1349003
ИТОГО по разделу I	1100	18231633	18318846
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	1210	34301974	32992683
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	4037573	3936908
Дебиторская задолженность	1230	9853233	2793970
задолженность учредителей по взносам в уставный капитал ^[2]	1231	0	0
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	435000	8524
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	435000	1870192
Прочие оборотные активы	1260	124	268
ИТОГО по разделу II	1200	49062904	41602545
БАЛАНС	1600	67294537	59921391
Пассив			

Таблица 1

Форма №1 «Бухгалтерский баланс»

Показатель	Код показателя	31.12.2018	30.09.2018
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	4500010	4500010
Собственные акции, выкупленные у акционеров (Указывать без минуса!)	1320	0	0
Переоценка внеоборотных активов	1340	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	21126275	21126275
Резервный капитал	1360	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	-20024836	-19815177
ИТОГО по разделу III	1300	5601449	5811108
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	1410	3659814	4400937
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0
Оценочные обязательства	1430	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	318026	468194
ИТОГО по разделу IV	1400	3977840	4869131
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	1510	8948715	8656166
Кредиторская задолженность	1520	50722170	40123208
Доходы будущих периодов	1530	0	0
доходы будущих периодов, возникшие в связи с безвозмездным получением имущества и государственной помощи	1531	0	0
Оценочные обязательства	1540	683701	461778
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0
ИТОГО по разделу V	1500	60354586	49241152
БАЛАНС	1700	69933875	59921391

Таблица 2

Форма №2 «Отчет о финансовых результатах» («Отчет о прибылях и убытках»)

Показатель	Код показателя	За год		За 9 месяцев	
		2018	2017	2018	2017
Выручка	2110	110406106	113538654	0	0
Себестоимость продаж	2120	95610543	96595801	0	0
Валовая прибыль (убыток)	2100	14795563	16942853	0	0
Коммерческие расходы	2210	28716440	28302503	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж (стр.2100-2210-2220)	2200	-13920877	-11359650	0	0
Доходы от участия в других организациях	2310	649910	244968	0	0
Проценты к получению	2320	28668	91671	0	0
Проценты к уплате	2330	1908184	1478506	0	0
Прочие доходы	2340	16257770	12138760	0	0
Прочие расходы	2350	707728	734470	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения (стр.2200+2310+2320-2330+2340-2350)	2300	399559	-1097227	0	0
Текущий налог на прибыль	2410	164394	0	0	0
СПРАВОЧНО: постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	8119	270632	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	2450	85530	-51187	0	0
Прочее	2460	-13	167776	0	0
Чистая прибыль (убыток) (стр.2300-2410+2430+2450+2460)	2400	320682	-980638	0	0
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	2510	0	0	0	0
Результат от прочих операций, не	2520	0	0	0	0

Таблица 2

Форма №2 «Отчет о финансовых результатах» («Отчет о прибылях и убытках»)

Показатель	Код показателя	За год		За 9 месяцев	
		2018	2017	2018	2017
включаемый в чистую прибыль (убыток) периода					
Совокупный финансовый результат периода	2500	320682	-980638	0	0