МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики и управления

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(бакалаврская работа)

На тему Максимизация прибыли как главная цель финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Исполнитель Яблонский Кирилл Алексеевич
(фамилия, имя, отчество)

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

Панова Анастасия Юрьевна
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой _____
(подпись)

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

Семенова Юлия Евгеньевна
(фамилия, имя, отчество)

«___» _____ 2025 г.

Санкт–Петербург
2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИБЫЛИ КАК ГЛАВНОЙ ЦЕЛИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 6
1.1 Сущность и виды прибыли предприятия 6
1.2 Методика оценки прибыли как цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия 11
1.3 Направления максимизации прибыли предприятия 21
2 АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ КАК ГЛАВНОЙ ЦЕЛИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «СЧАСТЬЕ» 27
2.1 Организационная характеристика ООО «Счастье» 27
2.2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Счастье» 36
2.3 Оценка прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Счастье» 40
3 РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ ООО «СЧАСТЬЕ» 46
3.1 Проблемы в управлении прибылью организации ООО «Счастье» 46
3.2 Мероприятия по максимизации прибыли организации ООО «Счастье» 53
3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий 59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 71
ПРИЛОЖЕНИЕ А 76
ПРИЛОЖЕНИЕ Б 79

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что максимизация прибыли в организации является залогом обеспечения финансовой устойчивости и конкурентоспособности организации. От высокого объема прибыли у инвесторов появляется заинтересованность в инвестировании средств в деятельность организации. При вложении средств в деятельность можно добиться расширения производственных мощностей, увеличить число рабочих мест и повысить качество предоставления услуг и продукции.

Целью исследования в выпускной квалификационной работе является разработка предложений по максимизации прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

На основании цели, которая была поставлена в работе, требуется решать следующие задачи:

- изучить теоретические основы прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

- провести анализ прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Счастье»;

- разработать предложения по максимизации прибыли ООО «Счастье».

Объектом исследования в работе является деятельность ООО «Счастье».

Предметом исследования выступают процессы максимизации прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности.

К основным методам, которые были использованы в работе, относятся: наблюдение, обобщение, анализ данных, факторный анализ, метод оценки абсолютных и относительных показателей.

Период исследования в работе составил 2022 - 2024 годы.

Информационная база исследования включает в себя:

- законодательные акты по теме работы;

-данные периодической печати;

-учебные пособия;

-интернет – ресурсы;

- финансовая отчетность организации ООО «Счастье», представленная в приложении.

Теоретическая и методологическая основа выпускной квалификационной работы составили труды отечественных специалистов в области экономики предприятия, анализа финансово-хозяйственной деятельности, менеджмента, финансового планирования, управленческого и бухгалтерского учета.

К основным авторам, которые работали в изучении прибыли организации можно отнести следующие: Грибов В.Д., Кнышова Е.Н., Маевская Е.Б., Мельник М.В., Мухина И.А., Пласкова Н.С., Савицкая Г.В., Селезнева Н.Н., Шеремет А.Д., Негашев Е.В., Шалыгина О.В.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в том, что результаты данного исследования могут быть полезны не только для ООО «Счастье», но и для других предприятий, стремящихся повысить уровень прибыли и улучшить финансовые показатели.

Теоретическая значимость работы заключается в исследовании ключевых аспектов финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Первая часть работы посвящена теоретическим основам прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Первый параграф раскрывает сущность и виды прибыли предприятия. Второй параграф изучает методику оценки прибыли как цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Третий параграф выявляет направления максимизации прибыли предприятия.

Вторая часть работы посвящена анализу прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Счастье».

Первый параграф позволяет дать экономико-организационную характеристику ООО «Счастье». Второй параграф позволяет оценить прибыль как главную цель финансово-хозяйственной деятельности

предприятия ООО «Счастье». Третий параграф раскрывает проблемы в управлении прибылью организации ООО «Счастье».

Третья часть посвящена разработке предложений по максимизации прибыли ООО «Счастье».

Первый параграф представляет разработку мероприятий по максимизации прибыли организации ООО «Счастье». Второй параграф позволяет оценить эффективность предложенных мероприятий.

Заключение к работе представлено основными выводами, которые были получены в процессе проводимого исследования.

В списке литературы представлены источники, которые использовались при написании работы.

1 Теоретические основы прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия

1.1 Сущность и виды прибыли предприятия

Прибыль, занимая центральное место в рыночной экономике, является целью деятельности для большинства компаний, стимулом для хозяйствующих субъектов как можно эффективнее использовать имеющиеся трудовые, материальные и финансовые ресурсы.

Любой бизнес ориентирован на получение прибыли, поэтому данное условие можно описать в качестве обязательного. Таким образом, можно говорить о том, что прибыль – это та категория, которая обладает немалым количеством значений.

Как известно, прибыль является одним из важнейших элементов рыночной экономики, что и является актуальным для выбранной темы. Прибыль является основной целью деятельности любого предприятия. Так как именно прибыль является конечным финансовым результатом работы предприятий и становится основным источником пополнения финансовых ресурсов предприятия [8, с.508].

Прибыль можно характеризовать, как некий качественный показатель, отражающий уровень эффективности той деятельности, которую реализует сама компания. Она способна дать возможность понять, насколько грамотно используются те или иные ресурсные возможности предприятия в конкретной ситуации.

Описывая прибыль, стоит понимать, что данная категория представляет собой некую разницу между расходной и доходной составляющими бизнеса (предприятия).

В таблице 1.1 рассмотрим мнения авторов в отношении понятия «прибыль».

Таблица 1.1 – Мнения авторов в отношении понятия «прибыль»

Автор	Сущность понятия «прибыль»
Грибов В.Д. [11, с.86]	Прибыль – это безусловный доход от факторов производства, это вознаграждение за предпринимательскую деятельность, технические нововведения и усовершенствования, за умение рисковать в условиях неопределенности, это монопольный доход и этическая категория.
Мельник М.В. [17, с.501]	Прибыль – это конечный результат, ради которого предприятие ведет свою деятельность.
Мухина И.А. [18, с.104]	Прибыль – это чистый доход, созданный в сфере материального производства в процессе предпринимательской деятельности организации.
Налоговый кодекс РФ [2]	Прибылью признаются полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов.

Согласно «Отчету о финансовых результатах, различают следующие виды прибыли:

– валовая прибыль;

– прибыль от продаж;

– прибыль до налогообложения;

– чистая прибыль».

«Валовая прибыль – один из промежуточных показателей прибыли, который отражается в отчете о финансовых результатах и представляет собой разницу между полученной от реализации услуг выручкой и себестоимостью [12, с.114].

«Прибыль (убыток) от продаж – это финансовый результат производства и реализации. Прибыль от продаж составляет основную массу прибыли предприятия.

Прибыль (убыток) до налогообложения – это конечный финансовый результат, включает результаты основной и прочей деятельности [17, с. 107].

Чистая прибыль (убыток) является важнейшим показателем, обобщающим результаты хозяйственной деятельности и влияние факторов налогообложения.

Важно понимать, что прибыль – это не только средство, за счет которого могут быть обеспечены потребности экономической составляющей предприятия, но и своеобразный источник формирования бюджета, соответствующих ресурсов, как внебюджетных, так и благотворительных фондов.

Любому бизнесу важно поддерживать определенный уровень прибыльности, что является некой своеобразной закономерностью современно-функционирующих организаций.

В данном случае стоит рассмотреть те функции, которые реализует прибыль, являясь при этом одной из базовых категорий рыночных отношений, актуальных для современной действительности, а именно [28, с.101]:

1) предназначена для отражения уровня эффективности бизнеса (производства, сбыта, качества продукции), состояния затрат и производительности самого труда.

На самом деле, показатели прибыли способны дать возможность оценить уровень, как производственной, так и финансовой деятельности компании, характеризуя при этом степень соответствующего благополучия и деловой активности. За счет показателя прибыльности можно рассчитать авансовые средства, доходность вложенных активов;

2) обеспечивает реализацию стимулирующей функции, что обусловлено тем, что прибыль – это базовый финансовый результат, ресурс компании.

Чистая прибыль остается у предприятия после уплаты всех обязательных платежей, используется для развития бизнеса, осуществления научно-технического совершенствования, материального стимулирования всех сотрудников.

3) обеспечивает реализацию капиталовложений в производственный процесс, оптимизируя его, внедряя различные инновации, решая насущные социальные проблемы в рамках предприятий, финансируя их, актуализируя научно-техническое развитие.

Для того чтобы расширить и увеличить ассортимент продукции необходим поиск оптимальных видов продукции, изыскание необходимых и менее затратных видов сырья и материалов, которые принесут предприятию соответственно наибольший доход, наибольшую рентабельность и будут востребованными у покупателей [8, с.510].

Однако для проведения общей оценки эффективности деятельности предприятия оценить показатели прибыли недостаточно, поскольку наличие прибыли еще не означает эффективность деятельности предприятия в целом. В связи с чем, для того, чтобы определить эффективность произведенных затрат необходимо использовать относительный показатель, то есть, уровень рентабельности. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль характеризуют эффективность деятельности предприятия.

Рентабельность характеризует финансово-хозяйственную деятельность предприятия, то есть, является нормой прибыли. Поэтому следует подробно рассмотреть трактовку понятия рентабельности предприятия.

А.Д. Шереметом дается определение рентабельности как основного показателя эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Экономическая сущность показателей рентабельности определяется прибыльностью деятельности предприятия [26, с. 161].

Г.В. Савицкой определяется рентабельность как доходность, выгодность, прибыльность деятельности предприятия через систему относительных показателей [21, с. 182].

Рентабельность точнее прибыли отражает результаты работы предприятия, поскольку относительные показатели не подвержены влиянию и инфляции.

Основные виды рентабельности представлены на рисунке 1.1.

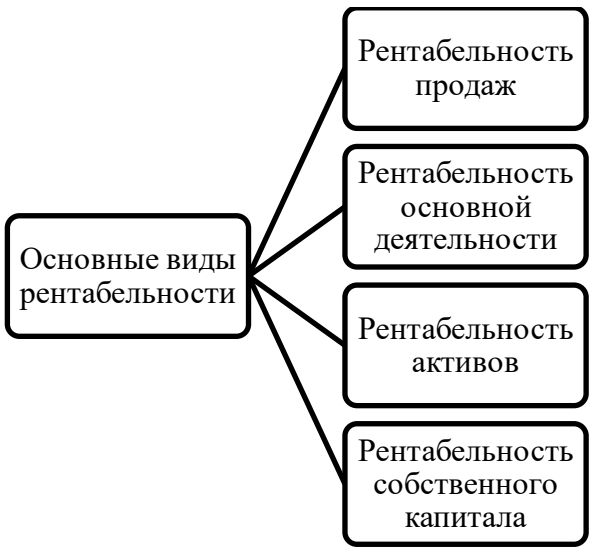

Рисунок 1.1 - Основные виды рентабельности

Следовательно, экономическая сущность рентабельности определяется тем, что показатель является важнейшей стоимостной категорией и характеризует эффективность развития производства, отвечая одному из главных принципов самоокупаемости

Для того, чтобы улучшать показатели прибыли, руководители используют соответствующие стратегии, которые помогают в устранении проблемных зон организации. К основным стратегиям можно отнести такие, как [39]:

- стратегия, связанная с устранение конкурентов организации и улучшения конкурентных преимуществ;

- стратегия, направленная на отступление от запланированного плана, если он не позволяет улучшить финансовые показатели;

- стратегии, которые направлены на повышение преимуществ организации на рынке в своей отрасли.

Такая работа направлена не только на улучшение своих показателей, но также на управление своей отраслью, занятия большей рыночной доли среди конкурентов.

1.2 Методика оценки прибыли как цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Главной целью любой коммерческой организации выступает получение прибыли, поэтому при управлении всеми денежными потоками организация получает доходы.

Данная цель не является исчерпывающей в связи с тем, что каждая организация самостоятельно устанавливает цели работы на предстоящий период времени. В большинстве случаев они связаны с наращиванием экономического потенциала, управления показателями функционирования, что позволяет повысить уровень финансово-хозяйственной деятельности.

На рисунке 1.2 представим цели финансово-хозяйственной деятельности организаций.

Рисунок 1.2 - Цели финансово-хозяйственной деятельности организаций

К основным задачам, при управлении формирования прибыли, можно отнести следующие [15, с.108]:

- проведение контрольной деятельности, которая необходима для достижения цели, поставленной в работе. Ведение контроля над происходящими процессами позволит своевременно выполнять все обязательства;

- ведение контроля по поставкам продукции для покупателей;

- осуществление работы по достижению показателей, поставленных на отчетный период.

- осуществление работ по отгрузке готовой продукции в организации своим покупателям;

- современный учет результатов по отгруженной продукции, а также отражение всех данных в бухгалтерской отчетности.

Благодаря успешной работы организации по осуществлению основного вида деятельности, прибыль в периодах будет стремительно увеличиваться, что позволит получать конкурентные преимущества и управлять капиталом в дальнейшем.

Каждая организация имеет свои преимущества в сравнении с конкурентами. Рассмотрим некоторые из них:

- работа по наращиванию экономического потенциала;

- управление финансовыми потоками и регулирование взаимодействия с поставщиками;

- активное привлечение клиентов;

- расширение каналов сбыта продукции или услуг;

- формирование собственного капитала, который сможет покрывать заемные обязательства.

- применение инвестиционных проектов по расширению текущей деятельности.

На рисунке 1.3 представлены основные виды анализа прибыли в организации.

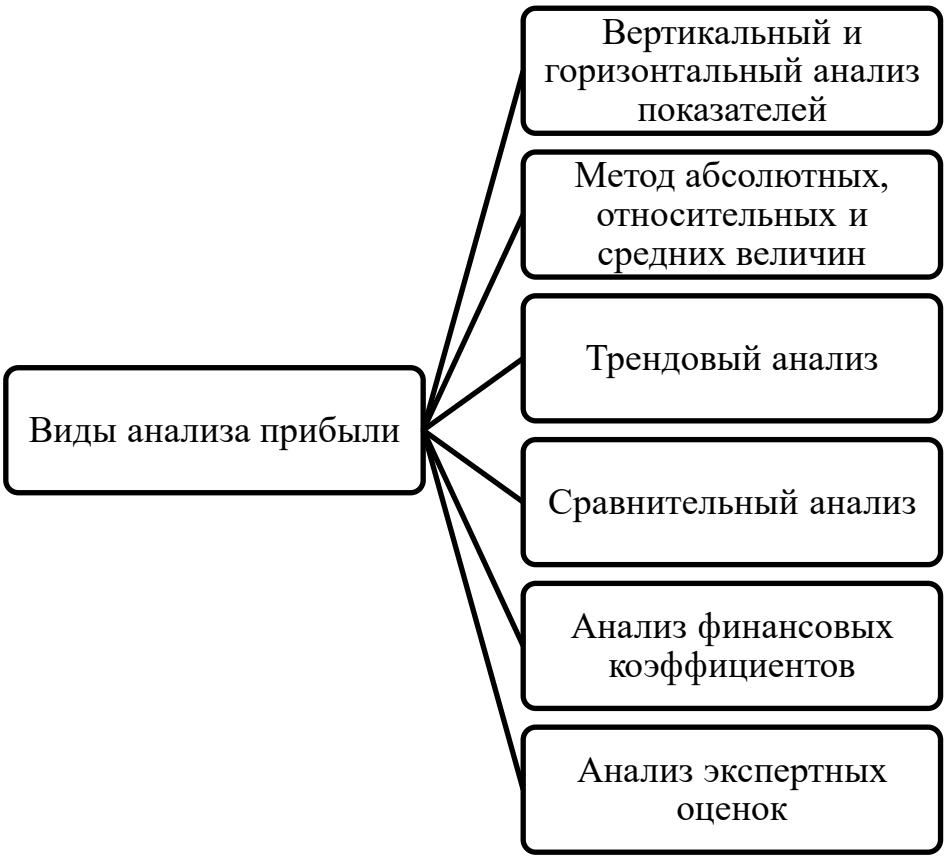

Рисунок 1.3 – Оценка видов анализа прибыли

В соответствии с представленным рисунком видно, что существуют различные способы оценки прибыли организации, но руководство каждой организации постоянно принимает самостоятельные меры для улучшения методов оценки и совершенствования показателей, например совершенствование видов услуг, что в дальнейшем повлияет на рост прибыли [22, с.10].

Каждый вид анализа имеет большое значение, так как благодаря ему можно исследовать в комплексе одно из направлений в работе с прибылью. Такая деятельность затрагивает не только внутреннее окружение организации, но и внешнее, характеризующее взаимодействие с другими предприятиями из данной отрасли, а также работу с органами власти.

При формировании прибыли организация составляет прогнозы на предстоящий год. Такая работа подвержена следующим этапам управления (рисунок 1.4).

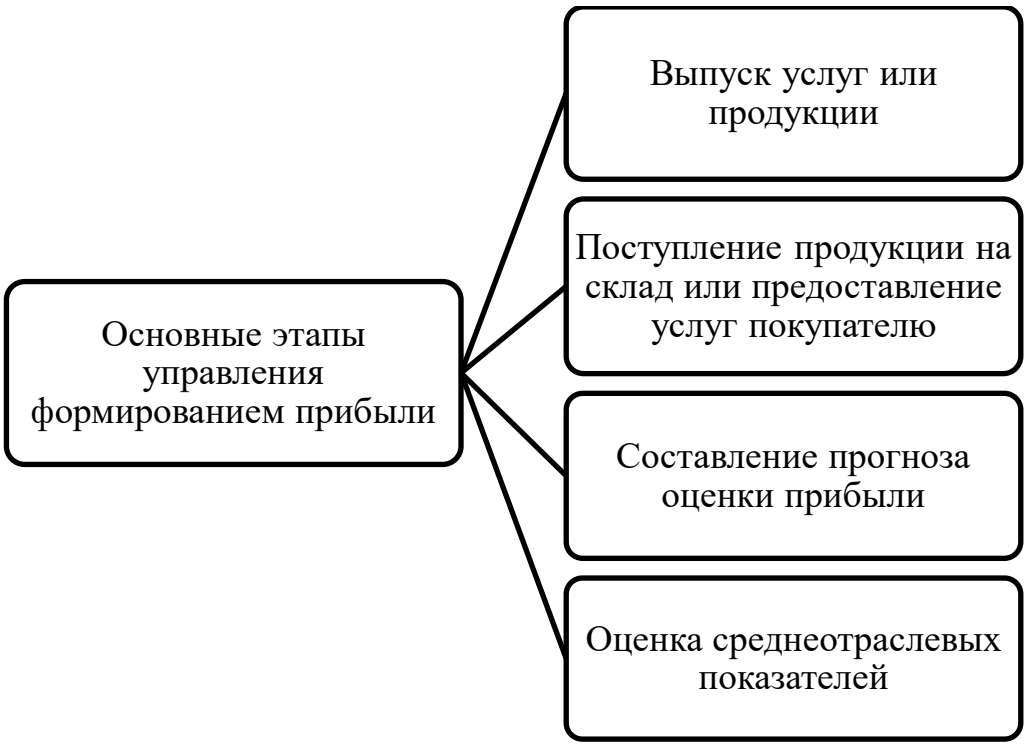

Рисунок 1.4 – Основные этапы управления формированием прибыли [39]

Рассмотренные этапы включают в себя выпуск продукции или услуг, продажу или предоставление услуг для клиентов, составление прогнозной оценки экономического состояния компании, а также проведение точных расчетов.

Руководящий орган в организации комплексно подходит к исследованию уровня прибыли в организации, что приводит к необходимости проведения комплексного анализа показателей. Данный анализ включает в себя не только динамическое изменение, но и структурные сдвиги.

Большое значение необходимо уделять методам анализа прибыли организации. Такие методы позволяют проверять сравнительную оценку показателей прибыли и динамику данных показателей. В процессе исследования внимание уделяется абсолютным и относительным показателям работы.

На рисунке 1.5 представлены методы анализа прибыли организаций.

Рисунок 1.5 - Методы анализа прибыли организации

Каждый из методов имеет значение в общем представлении об уровне прибыли в организации.

Данные анализа, как правило, используются в процессе текущего и перспективного (стратегического) планирования работы предприятия в будущем. В качестве основной цели анализа прибыли рентабельности выступает оценка результатов деятельности предприятия в целом.

Эта информация необходима не только руководству предприятия, но и его специалистам, которые отвечают за эффективность его развития. В процессе проведения анализа используется чаще всего дедуктивный способ, то есть движение от общих учетных данных и финансовых результатов к частным.

В целом санкции оказали как прямое, так и косвенное влияние на экономику России, и, соответственно, на российские предприятия. Прямое влияние санкций выражается в ограничении участия российских компаний в совместных нефтегазовых проектах, снижении экспорта, финансовом состоянии российских компаний.

Косвенное влияние проявилось в изменении экономической политике страны, ухудшении инвестиционного климата, ограничении долгосрочного роста:

— социальные и культурные факторы, оказывают влияние на стиль нашей жизни, работы, что отражается на деятельности практически каждого предприятия.

Новые тенденции создают новые потребности и новые типы потребителей, определяя, тем самым, новые стратегии предприятия:

— технологические факторы. Революционные технологические перемены и открытия несут, как большие возможности, так и серьезные угрозы, влияние которых менеджеры должны понимать.

Таким образом, формирование прибыли происходит под воздействием множества взаимосвязанных факторов, влияющих на финансовые результаты деятельности предприятия разнонаправлено: одни, оказывают положительное влияние, а другие – отрицательное. Кроме того, отрицательное влияние одних факторов может снизить или свести к нулю положительное влияние других.

Каждый вид прибыли можно проанализировать с помощью приемов, представленных на рисунке.

Рисунок 1.6 - Этапы проведения анализа прибыли в организации

С этой точки зрения коммерческую деятельность компании можно определить как достижение компанией определенного темпа роста, реализацию стратегических целей. Коммерческая деятельность компании в финансовом аспекте проявляется главным образом в скорости оборота ее средств. В этом смысле анализ коммерческой деятельности позволяет

выявить эффективность, с которой компания использует свои средства [31, с.106].

В первую очередь проводится оценка бухгалтерской отчетности компании, а именно изучается бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах, где указываются показатели выручки, себестоимости. валовой прибыли и другие за несколько отчетных периодов [30, с.42].

В первую очередь на основании отчетности в компании проводят горизонтальный анализ показателей, которые тесно связаны с уровнем прибыли. здесь рассматривается не только отчет о финансовых результатах, но и бухгалтерский баланс, а на основании данных отчетов формируется аналитическая записка с рассчитанными показателями ликвидности, деловой активности, а также финансовой устойчивости или рентабельности.

Кроме того, при рассмотрении показателей бухгалтерского баланса, значение уделяется нераспределенной прибыли (убытку), которая влияет на развитие организации.

В таких условиях руководство организации для получения более точных результатов может проводить факторный анализ показателя прибыли, а в дальнейшем составить суждение о необходимости внесения изменений в стратегию его работы.

Рассмотрим основные формулы, позволяющие определять прибыль организации за период. В первую очередь рассмотрим формулу определения доли операционной прибыли (1):

$$\text{Уд. вес}_{\text{п}} = \frac{\text{ПрП}}{\text{ПНО}} \quad (1)$$

где Уд.вес$_{\text{П}}$ - доля операционной прибыли в организациях;

ПрП - является прибылью от продаж;

ПНО - является прибылью до налогообложения.

Кроме того, определение доли операционной прибыли позволит

выявить уровень эффективности работы организации. Также аналитики рассматривают долю чистой прибыли организации в общей прибыли от продаж.

Долю чистой прибыли предприятий можно определить по следующей формуле (2):

$$\text{Уд. вес}_{\text{ЧП}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ПрП}} \quad (2)$$

где Уд.вес$_{\text{ЧП}}$ - доля чистой прибыли организации;

ЧП - является чистой прибылью.

Данный вид анализа позволяет определить структуру чистой прибыли компании, а также зависимость от иных факторов, которые связаны с внутренней и внешней средой.

Таким образом, предприятию рекомендуется проводить расчет влияния факторов на рентабельность собственного капитала, поскольку он позволяет определить силу влияния факторов и выявить отрицательное их воздействие с целью оптимизации управленческих решений, позволяющих исключить нежелательные тенденции [27. с.102].

Следует отметить, что использование факторного анализа представляет собой особую значимость при определении влияния факторов на изменение финансовых результатов в рамках операционного анализа. Именно операционный анализ является одним из эффективных методов управления предпринимательской деятельностью и позволяет выявить зависимость финансового результата производственно-коммерческой деятельности от изменения факторов: объема производства и реализации продукции, затрат, цен.

В процессе проведения динамического анализа, регулируется прибыль компании

Динамический анализ прибыли предполагает изучение показателей прибыли в динамике.

Кроме того, для более комплексного исследования, проводят оценку темпов роста или прироста показателей. Данный вид оценки позволяет регулировать изменение показателя за определенные периоды.

Процесс рассмотрения прибыли организации сводится к определению темпов роста балансовой прибыли, которую можно будет рассчитывать по такой формуле (3):

$$ТР_{БП} = \frac{БП_{отч}}{БП_{план.}} \quad (3)$$

где $Тр_{БП}$ - является темпом роста балансовой прибыли;

- $БП_{отч}$ - является балансовая прибыль отчетного периода;

- $БП_{план}$ - является балансовая прибыль планового периода.

При расчете показателей, если значение будет выше 1, можно говорить об повышении эффективности работы организации и темпах роста балансовой прибыли. Если же показатель не превышает единицу, то данный факт свидетельствует об снижении прибыли.

При проведении динамического анализа необходимо обращать внимание на такие аспекты в работе организации:

- оценивать изменения в показателях прибыли на протяжении отчетного периода;

- проводить сравнительную оценку показателей прибыли организации и выявлять направления для ее роста.

Рассмотренная методика деятельности организаций по управлению прибылью достаточно часто используется главный бухгалтером организации при составлении финансовых планов на отчетный период. Поэтому необходимо обращать внимание на изменение факторов, которые оказывают воздействие на уровень прибыли организации [35, с.108].

Благодаря своевременной реализации продукции и услуг в организации налаживаются финансовые потоки после ее продажи, а также направлении в торговые точки.

В таблице 1.2 представлена методика расчета показателей рентабельности.

Таблица 1.2 – Показатели рентабельности [35, с.109]

Показатель	Формула для расчета	Расшифровка обозначений	Нормативы
Рентабельность продаж ($R_п$)	$R_п = \frac{ПР}{V}$ (4)	ПР-прибыль от продаж; V-выручка	От 1 до 5 % - низкая; От 5 до 20 % - средне-стабильная; От 20 до 30 % - высокая
Рентабельность основной деятельности (затрат) ($R_{од}$)	$R_{од} = \frac{ПР}{З}$ (5)	З-затраты	От 1 до 5 % - низкая; От 5 до 20 % - средне-стабильная; От 20 до 30 % - высокая
Рентабельность собственного капитала ($R_{ск}$)(ROE)	$R_{ск} = \frac{ЧП}{СК}$ (6)	ЧП-чистая прибыль; СК-собственный капитал	Более 10 %

В результате реализованной продукции организация покрывает свои затраты, которые при производстве складывались в общую себестоимость и себестоимость единицы произведенной продукции, тем самым улучшая финансовое состояние.

1.3 Направления максимизации прибыли предприятия

В настоящее время организации прилагают достаточные усилия для того, чтобы добиться максимизации прибыли, которая является целью

построения работы организации. Многие руководители используют три способа работы в данном направлении:

- снизить издержки;
- повысить цену на продукцию или услуги;
- повысить объем продаж.

Современные условия хозяйствования организаций во время нестабильной экономической и политической ситуации делают организации зависимыми от экономических и политических проблем. Эти организации работают в условиях жесткой конкуренции, что неизбежно приводит к финансовым рискам и делает нестабильным их финансовое положение [26, с.317].

Тем не менее, прогноз должен выполняться совместно со стратегией работы, так как в большинстве случаев при повышении цен на продукцию не получится добиться повышения объема продаж. Такое направление требует более тщательного исследования.

Прогнозы составляются в соответствии с учетными данными за предыдущие периоды работы организации, что позволяет рассматривать показатели в динамике. Такие процессы необходимы для того, чтобы избежать проблем в процессе ведения текущей деятельности.

Банкротство предприятия рассматривается как наиболее опасная угроза его экономической безопасности. Своевременное выявление этой угрозы – одна из ведущих задач экономической службы предприятия [22, с.196].

Зачастую решение по повышению прибыли лежит на поверхности. В силу стереотипов компании упускают прибыль по следующим причинам, которые представим на рисунке 1.7.

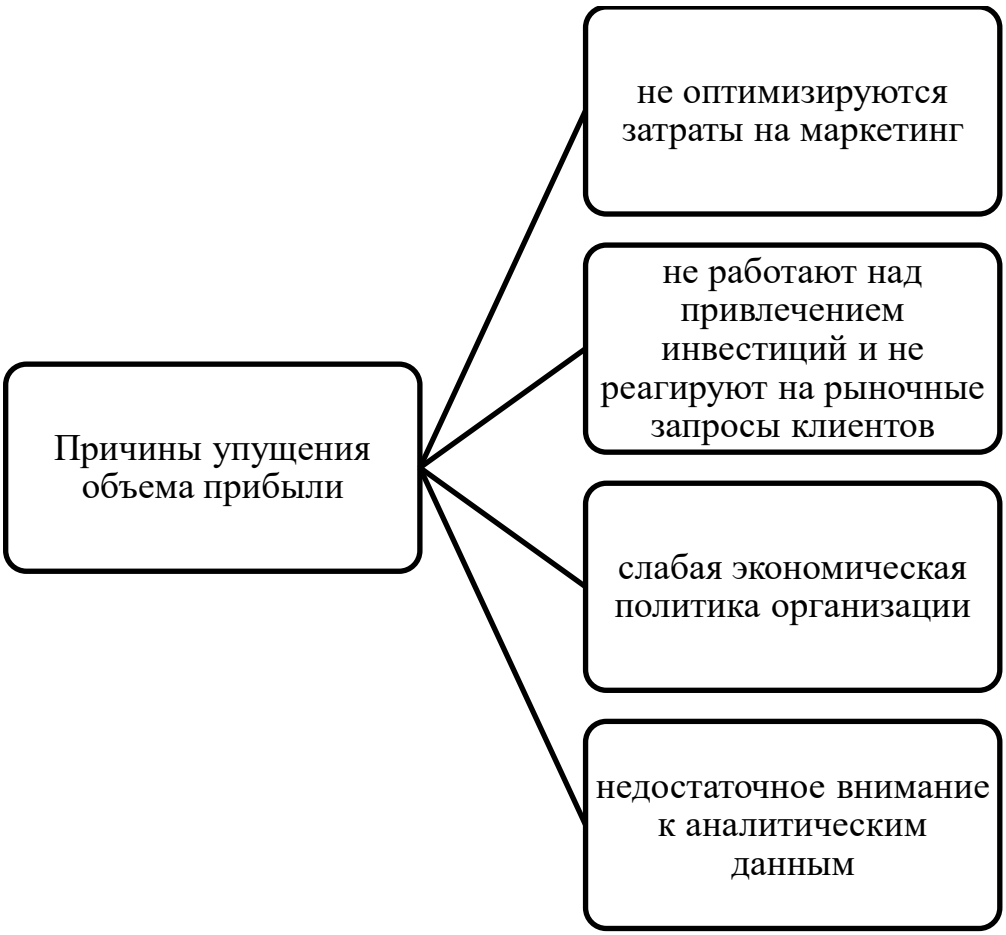

Рисунок 1.7 - Причины упущения объема прибыли

Как следствие, у компании нет четкой стратегии, и работа отдела маркетинга может быть похожа, скорее, на решение текущих задач.

Оптимизация производства заключается в комплексном анализе, где, например, оценивается работа сотрудников, используемых программ обеспечения, производство и так далее. Этот способ является одним из самых действенных, однако, и самым тяжелым, так как чем больше организация, тем больше времени придется уделить для его оценки. На сколько банально бы не звучало, но снижение трат – это тоже один из способов увеличения прибыли. Пересмотр финансовых операций, определение тех областей, где допустима экономия средств полезно скажется для разработки политики повышения прибыли [34, с.245].

Кроме того, в последующем формируется система, которая связывает все элементы в системе 4 Ps. Маркетинговая стратегия опирается на

различные теории спроса и предложения, оценку рыночного положения предприятия.

Общая связь каждой части маркетинговой стратегии должна заключаться в том, как бизнес решает проблему или отвечает потребностям лучше, чем кто-либо другой.

Информация, содержащаяся в маркетинговой стратегии, должна включать все исследования, проведенные в анализе рынка. Стоит убедиться в том, что есть четкое представление о том, кто идеальные клиенты, что им нравится, что им нужно и чего они ожидают. Это сделает маркетинговую стратегию более точной и применимой к целевой аудитории.

Организации, ведущие свою деятельность, регулируют потоки объемов прибыли путем расширения не только своей деятельности, но также с использованием инструментов маркетинга, которые направляются на привлечение клиентов.

Рассмотрим ниже основные способы оповещения клиентов о расширении ассортимента услуг и продукции в организации:

- ведение рассылок по электронной почте;

- создание контекстной рекламы, которая направлена на своих клиентов, а также на потенциальных клиентов;

- введение в работе баннерной рекламы, которая является наиболее масштабной;

- внедрение таргетированной рекламы.

Приведенные способы являются достаточно эффективными, позволяют расширить клиентскую базу и поток прибыли в компанию в результате повышения объемов продаж.

Кроме того, современные предприятия перенимают опыт из за рубежа, поэтому часто используется выставочная деятельность, где представляют образцы продукции и услуг, что в краткосрочной перспективе позволяет принимать решение о покупке.

Многие клиенты могут иметь сомнения в отношении приобретения той или иной услуги, но выставочная реклама является залогом успеха организации [40].

Существующие условия ставят организации в ограничения на рынке сбыта, поэтому на максимизацию прибыли также может оказать воздействие использование программ лояльности для постоянных клиентов, что позволит удерживать клиента в своей компании, тем самым сохранить имеющийся покупательский поток.

Программы имеют благоприятное влияние на прибыльность и рентабельность организации и помогают увеличивать объемы продаж даже при имеющемся уровне ценовой политики.

Достаточно важным направлением в максимизации прибыли является работа с расходами организации, которые часто бывают выше объемов выручки за отчетный период. Поэтому такая динамика требует от руководства пересмотра политики управления расходами. В организациях может использоваться технология, называемая - бережливое производство, которая позволяет активно регулировать производственную деятельность и управлять текущей работой.

Оптимизация деятельности по данному направлению будет направлена на снижение потери ресурсов организации и комплексного управления деятельностью организации. Руководство должно управлять всеми показателями и ресурсами. К таким ресурсам можно отнести следующие [30, с.42]:

- наличие запасов, которые не реализуются в установленные договорами сроки;

- избыточные затраты рассматриваемой организации на производство и оказание услуг;

- потеря рабочего времени в организации, прогулы сотрудников организации;

- поломки в оборудовании, которое необходимо для выполнения текущей работы;

- высокие затраты на сырье, материалы, оборудование и ремонт оборудования;

- выполнение работы, которая напрямую не связана с осуществлением деятельности организации;

- наличие брака, что может свидетельствовать об ухудшении качества продукции и услуг.

Таким образом, все перечисленные затраты имеют негативное воздействие на работу организации, что требует постоянного контроля со стороны аналитиков и бухгалтерии организации.

Снижение затрат при ведении работы должно быть четко обоснованным и продуманным для того, чтобы не изменилось качество выпущенной продукции или предоставляемых услуг. При высоких издержках и работе с поставщиками, необходимо находить проверенных контрагентов, которые имеют аналогичное качество, но цену более приемлемую [40].

Выявленная ошибка, связанная с потерями рабочего времени и прогулами может быть компенсирована внедрением в кадровой системе штрафов. Некоторые сотрудники могут быть не заинтересованы в выполнении трудовых функций в связи с низким уровнем оплаты труда. В таких условиях организациям необходимо уделять внимание и данному вопросу.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что процесс максимизации прибыли является системным, что свидетельствует о внесении даже небольших изменений, которые в последующем окажут воздействие на уровень прибыли.

Во второй главе планируется провести исследование прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Счастье».

2 Анализ прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Счастье»

2.1 Организационная характеристика ООО «Счастье»

Организация ООО «Счастье» располагается по адресу: 196244, г. Санкт-Петербург, ул. Типанова, д. 29, литер А, помещ. 6-Н.

Общество с ограниченной ответственностью «Счастье» создано в соответствии с Федеральным законом №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» в целях получения прибыли и насыщения рынка товарами и услугами.

Обществом с ограниченной ответственностью признается созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

Участники организации, не полностью оплатившие доли, несут солидарную ответственность по обязательствам общества в пределах стоимости неоплаченной части принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

ООО «Счастье» имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Организация может иметь гражданские права и нести гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами, если это не противоречит предмету и целям деятельности, определенно ограниченным уставом общества.

ООО «Счастье» самостоятельно заключает и контролирует исполнение хозяйственных и других договоров со всеми видами организаций, а так же с частными лицами.

В соответствие с уставом организации, основной целью создания организации является осуществление коммерческой деятельности для извлечения прибыли.

Основным видом деятельности ООО «Счастье» является Торговля розничная мебелью в специализированных магазинах. Отдельными видами деятельности организация может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

Основные принципы деятельности ООО «Счастье» следующие:

1.Поддержание всегда широкого ассортимента услуг.

2.Мгновенное реагирование на требования физических и юридических лиц.

3.Быстрота приема документов.

В настоящее время организация ООО «Счастье» руководствуется следующими нормативно-правовыми актами:

1.Конституция РФ;

2.Гражданский кодекс РФ;

3.Трудовой кодекс РФ;

4.Налоговый кодекс РФ;

5.Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью»;

6.Устав организации ООО «Счастье»;

7.Учетная политика организации;

8.Положения по ведению бухгалтерского учета и отчетности.

Федеральный закон определяет в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации правовое положение общества с ограниченной ответственностью, права и обязанности его участников, порядок создания, реорганизации и ликвидации общества.

В соответствии с законодательством РФ основным учредительным документом ООО «Счастье» является - Устав. Он содержит набор обязательных сведений о наименовании и местонахождении организации, размере уставного капитала, составе органов управления, правах и обязанностях участников.

В соответствии с Уставом организация несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

Общество не отвечает по обязательствам своих участников.

Именно в Уставе прописывается порядок управления юридическим лицом, порядок взаимодействия между компанией и внешней средой, а также между участниками ООО «Счастье». В Уставе фиксируются права и обязанности участников и порядок распределения прибыли между ними, процедура выхода из ООО, а также передачи своей доли другому лицу.

Организация вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами.

Общество имеет печать, содержащую его полное наименование на русском языке. Общество вправе иметь штампы и бланки со своим наименованием, собственную эмблему, а также зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации.

Организация является собственником принадлежащего ему имущества и денежных средств и отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

Кроме того, во многих организациях используется договор об учреждении общества с ограниченной ответственностью.

Особенности правового положения, порядка создания, реорганизации и ликвидации обществ с ограниченной ответственностью определяются федеральными законами.

В организации осуществляется розничная торговля следующей продукцией:

1.Кухонные гарнитуры;

2.Мебель для гостиной;

3.Предметы обстановки для спальни;

4.Мебель для детей;

5.Комплекты мебели для прихожей;

6.Мебель для офиса.

Данная мебель реализуется через непосредственно офис организации, в специализированных магазинах, а также точки продаж.

В таблице 2.1 проведем анализ структуры продаж товаров по отдельным товарным группам.

Таблица 2.1 - Анализ динамики и структуры продаж товаров ООО «Счастье»

Товарная группа	2022 год		2023 год		2024 год	
	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %
Мебель для кухни	388,9	14,34	341,5	14,40	120,4	19,02
Мебель для гостиной (диваны, кресла)	400,1	14,75	371,4	15,66	98,1	15,50
Мебель для спальни (кровати, шкафы, комоды)	690	25,44	599,1	25,27	299,9	47,38
Детская мебель (кровати, диваны)	520	19,17	558	23,53	82	12,95
Комплекты мебели для прихожей	341,5	12,59	380,6	16,05	22,4	3,54
Мебель для офиса (столы, стулья, стеллажи)	371,5	13,70	120,4	5,08	10,2	1,61
Итого	2712	100,00	2371	100,00	633	100,00

Неравномерность развития объема продаж в динамике привела к изменению его структуры, которая характеризуется удельным весом (долей) отдельных товарных групп и товаров в общем объёме товарооборота.

Наибольший удельный вес в 2024 году в общей структуре товарооборота предприятия занимают:

– мебель для спальни - 47,38 %;

– мебель для кухни - 19,02 %;

– мебель для гостиной - 15,50 %.

Проведем АВС-анализ продаж товаров ООО «Счастье». Для анализа выберем позиции в ассортименте в порядке убывания доли в структуре товарооборота. В таблице 2.2 представлены исходные данные для проведения анализа по продаже товаров.

Таблица 2.2 - Формирование исходных данных по ООО «Счастье» в целях проведения АВС-анализа объема продаж

№ ассортиментной позиции	Наименование вида товара	Объем реализации (тыс.руб)
1	Мебель для кухни	120,4
2	Мебель для гостиной (диваны, кресла)	98,1
3	Мебель для спальни (кровати, шкафы, комоды)	299,9
4	Детская мебель (кровати, диваны)	82
5	Комплекты мебели для прихожей	22,4
6	Мебель для офиса (столы, стулья, стеллажи)	10,2
7	Итого	633

Проведем дифференциацию ассортимента по группам АВС, т.е. определим долю реализации каждой ассортиментной позиции в общем объеме реализации товаров (таблица 2.3).

Таблица 2.3 - Дифференциация ассортимента ООО «Счастье» по группам АВС

№ ассортиментной позиции	Наименование товара	Доля товара в общем объеме реализации
1	2	3
1	Мебель для спальни (кровати, шкафы, комоды)	47,38
2	Мебель для кухни	19,02
3	Мебель для гостиной (диваны, кресла)	15,50

Окончание таблицы 2.3

1	2	3
4	Детская мебель (кровати, диваны)	12,95
5	Комплекты мебели для прихожей	3,54
6	Мебель для офиса (столы, стулья, стеллажи)	1,61
7	Итого	100,00

Кроме того, необходимо вычислить долю каждой ассортиментной позиции нарастающим итогом (таблица 2.4).

Таблица 2.4 - Ранжирование ассортимента ООО «Счастье» в целях проведения АВС-анализа

Наименование	Доля в объеме продаж, %	Доля нарастающим итогом, %	Группа АВС
Мебель для спальни (кровати, шкафы, комоды)	47,38	47,38	A
Мебель для кухни	19,02	66,4	A
Мебель для гостиной (диваны, кресла)	15,50	81,9	B
Детская мебель (кровати, диваны)	12,95	94,85	B
Комплекты мебели для прихожей	3,54	98,39	C
Мебель для офиса (столы, стулья, стеллажи)	1,61	100,00	C
Итого	100,00	-	

В таблице найдем товар, для которого доля нарастающим итогом ближе всего к 80%, что является нижней границей группы А, а верхней границей группы А — первая позиция в списке. Таким образом, к товарам группы А относятся следующие товарные группы: мебель для спальни (кровати, шкафы, комоды); мебель для кухни.

Товары, для которых доля нарастающим итогом ближе всего к 95% (80%+15%), относятся к группе В. К товарам группы В относятся следующие товарные группы: мебель для гостиной, детская мебель.

Все товары, которые расположены ниже, относятся к группе С. Таким образом, к товарам группы С относятся следующие товарные группы: комплекты мебели для прихожей, мебель для офиса.

Таким образом, в отчетном периоде мебель для спальни и мебель для кухни продаются наиболее стабильно и выгодно. Они востребованы, а потому постоянно должны быть в наличии.

Мебель для гостиной и детская мебель также являются востребованными товарами, но спрос на них не постоянный.

Комплекты для прихожей и мебель для офиса приносят организации хорошую выручку, но при этом продаются недостаточно стабильно. Чтобы обеспечить их постоянное наличие, необходимо чтобы товар закупался с запасом и всегда присутствовал на складе. Основой целью ООО «Счастье» является предоставление товаров и услуг высокого качества, что позволит расширять границы рынка и увеличивать масштабы работы.

ООО «Счастье» постоянно заботится о расширении своей деятельности, а также старается соответствовать требованиям своих клиентов, предлагая новые востребованные на рынке работы и услуги.

Большое влияние на показатели работы организации имеет эффективное ее управление, а именно организационная структура.

На рисунке 2.1 представлена организационная структура управления предприятием ООО «Счастье». Тип организационной структуры организации - линейно-функциональный.

Данная структура объединяет в себе линейную и функциональную структуры. Такая структура связана с тем, что руководители устанавливают задачи линейным сотрудникам.

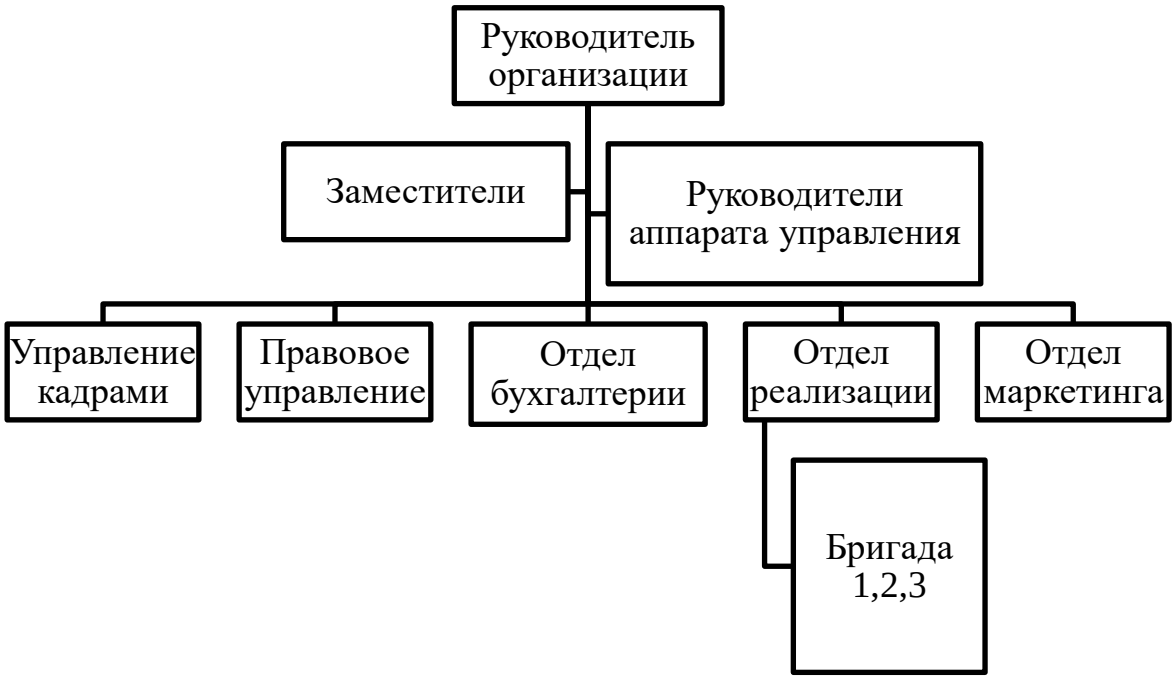

Рисунок 2.1 – Организационная структура управления предприятием ООО «Счастье»

Заместители в организации осуществляют контроль над ведением рабочего процесса в организации. Принимают решения о наращивании ресурсного потенциала организации и улучшения уровня конкурентоспособности.

Главный бухгалтер регулирует финансовую деятельность в организации, управляет бухгалтерским учетом и регистрами учета, составляет отчетность и отчитывается перед компетентными органами по результатам отчетного года.

Бухгалтер находится под непосредственным руководством главного бухгалтера, выполняет его поручения. В отделе по работе с клиентами ведется основная работа по достижению цели деятельности. Формируются и составляются проекты по работе с клиентами, учитываются их потребности.

Отделом маркетинга управляет начальник отдела. В его подчинении находятся заместитель начальника отдела, маркетолог, менеджер по маркетингу, а также аналитик, которые выполняют все поручения начальника отдела.

От уровня образования персонала зависит эффективность работы специалистов с населением, уровень оказания услуг и надежность в лицах иных органах власти.

В первую очередь необходимо провести оценку численности персонала в учреждении и его динамику, таблица 2.5.

Таблица 2.5 - Оценка численности персонала ООО «Счастье», чел.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Отклонение 2024 к 2022 гг.	
				Абсолютное, +/-	Относи-тельное, %
Руководители	1	1	1	0	100
Специалисты	13	15	15	2	115
Рабочие	10	15	13	3	130
Итого	24	31	29	5	121

На протяжении сравниваемых периодов в учреждении наблюдалась не постоянная тенденция в численности. Постоянство состава прослеживается лишь в категории руководители – 1 человек в 2022-2024 гг.

Общая численность сотрудников в данном учреждении увеличивается в 2024 году на 5 человек (21 %). Такой рост численности связан с высвобождением вакантных должностей и недостатка специалистов, что требовало увеличение ставок.

Так, можно отметить, что в учреждении количество специалистов возросло на 2, что составляет 15 % от предыдущей численности. Количество рабочих увеличивается на 3 человека (30 % от численности).

Для того, чтобы налаживать рабочие и трудовые процессы в организации, необходимо уделять внимание планированию труда и заработной платы, что позволит улучшить взаимоотношения, как в коллективе, так и с гражданами, обращающимися в учреждение.

Каждая организация, осуществляющая предпринимательскую деятельность, сталкивается с разными угрозами и проблемами.

2.2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Счастье»

С целью управления финансовым состоянием, проведем исследование ликвидности в организации. Такие показатели учитывают объем денежных средств, наличие или отсутствие финансовых вложений в работе, а также показатель дебиторской задолженности.

В таблице 2.6 проведем расчет показателей ликвидности организации ООО «Счастье».

Таблица 2.6 - Анализ показателей ликвидности организации

Наименование показателя	Норматив	На 31.12. 2022 г.	На 31.12. 2023 г.	На 31.12. 2024 г.	Изменение 2023 г. к 2022 г.(+/-)	Изменение 2024 г. к 2023 г., +/-
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2 - 0,5	1,18	0,23	0,01	-0,95	-0,22
Коэффициент быстрой ликвидности	0,8 - 1	4,53	2,24	3,12	-2,29	0,88
Коэффициент текущей ликвидности	1-2	7,44	3,21	4,46	-4,22	1,24

Рассчитанные показатели ликвидности свидетельствуют о том, что в организации имеется недостаточное количество денежных средств и дебиторской задолженности для того, чтобы регулировать краткосрочные обязательства.

В отчетном периоде коэффициент абсолютной ликвидности находится ниже нормативного значения, что означает отсутствие возможности расчета с кредиторами в ближайший период времени.

Коэффициент быстрой ликвидности находится выше рекомендуемого значения. Такой показатель свидетельствует о возможности покрытия краткосрочных обязательств в ближайший период времени.

Также коэффициент текущей ликвидности превышает рекомендуемое значение в отчетном периоде составляет - 4,46. Такой показатель может свидетельствовать об неэффективном использовании активов организации.

В организации отмечен небольшой рост показателей быстрой и текущей ликвидности в сравнении с 2023 годом, но этого недостаточно для управления финансовыми потоками.

Для более точной оценки, необходимо провести оценку деловой активности организации при помощи показателей по запасам, дебиторской и кредиторской задолженности (таблица 2.7).

Таблица 2.7 - Оценка показателей деловой активности предприятия

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Отклонение 2023г. к 2022г., +/-	Отклонение 2024г. к 2023г., +/-
Оборачиваемость запасов	15,07	10,00	2,96	-5,06	-7,05
Период оборачиваемости запасов	24	36	123	12	87
Оборачиваемость дебиторской задолженности	13,04	4,83	1,27	-8,21	-3,56
Период оборачиваемости дебиторской задолженности	28	76	287	48	211
Оборачиваемость кредиторской задолженности	43,74	9,72	3,96	-34,02	-5,76
Период оборачиваемости кредиторской задолженности	8	38	92	29	55

Оборачиваемость запасов в компании имеет большое значение, так как если товары залеживаются на складах организация не получает своевременно

денежные средства. В компании данный показатель снижается на7,05 оборота, а период возрос на 87 дней.

Проведенная оценка такого показателя, как период оборачиваемости дебиторской задолженности показывает, что в организации увеличивается задолженность дебиторов. Период увеличился на 211 дней, а непосредственно коэффициент сокращается на 3,56 оборота в 2024 году.

Такая тенденция требует от руководства принятия немедленных решений по улучшению расчетов с дебиторами, позволившее высвободить из оборота дополнительные ресурсы.

Оборачиваемость кредиторской задолженности также имеет стремительное снижение на 5,76 оборота. Также период оборота увеличивается на 55 дней. Выявленные результаты работы предприятия показывают, что необходимо эффективно управлять всеми показателями функционирования.

После проведения исследования текущей работы организации, ее организационной структуры, необходимо выявить динамику показателей отчета о финансовых результатах. Данный вид исследования финансовых результатов представим в таблице 2.8.

Таблица 2.8 - Оценка финансовых результатов деятельности в 2022-2024 гг., тыс.руб.

Наименование	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Отклонение 2023г. к 2022г., +/-	Отклонение 2024г. к 2023г., /-	Относи-тельное отклоне-ние 2023 г. к 2022 г. %	Относительное отклонение 2024г. к 2023г., %
1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка	2712	2371	633	-341	-1738	87	27
Расходы по обычной деятельности	2519	2205	614	-314	-1591	88	28
Валовая прибыль (убыток)	193	166	19	-27	-147	86	11

Окончание таблицы 2.8

1	2	3	4	5	6	7	8
Прибыль (убыток) от продаж	193	166	19	-27	-147	86	11
Прочие доходы	0	0	0	0	0	0	0
Прочие расходы	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	193	166	19	-27	-147	86	11
Налоги на прибыль	0	25	6	25	-19	0	24
Чистая прибыль (убыток)	193	141	13	-52	-128	73	9

Расчет показателей динамики финансовых показателей показывает, что в компании прослеживается снижение выручки в рассматриваемых периодах. В 2023 году в сравнении с 2022 годом снижается на 341 тыс.руб. (или на 13%), в сравнении с 2023 годом на1738 тыс.руб. (или на 73 %), что показывает ухудшение работы в отчетном периоде. Можно отметить, что в организации снижается прибыль в результате изменения себестоимости организации, а также цен на услуги, клиентская база снижается, что негативно отражается на финансовых результатах организации.

Отчетный период также показывает снижение расходов по обычной деятельности компании за 2022-2024 гг. в 2023 году в сравнении с 2022 годом на 12 %, в 2024 году в сравнении с 2023 годом на 72 %. Рассмотренные периоды показывают быстрое снижение показателя.

В организации также отмечается снижение чистой прибыли в 2023 году в сравнении с 2022 годом на 52 тыс.руб. или на 27 %. Также при рассмотрении динамики в 2024 году в сравнении с 2023 годом снизился показатель на 128 тыс.руб., что в относительном отклонении составляет 91 %. Объем чистой прибыли снижается в результате высоких прочих расходов организации.

Организации необходимо постоянно проводить мониторинг работы с клиентами, составлять суждение о работе компании, а также проводить анализ экономической безопасности организации.

2.3 Оценка прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Счастье»

Прибыль является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства. Основными факторами, влияющими на прибыль, являются объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень цен и себестоимости. Вместе с тем она оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства при любой форме собственности.

Анализ влияния факторов на прибыль ООО «Счастье» помогает наиболее точно оценить ее финансово-хозяйственную деятельность и управление показателями функционирования. Руководствуясь такой оценкой, можно планировать дальнейшую деятельность предприятия и ее взаимодействие с контрагентами. Конечный результат предпринимательской деятельности, которым является прибыль, представляет собой разницу между выручкой от реализации продукции и себестоимостью реализованной продукции. Финансовый результат – конечный экономический итог хозяйственной деятельности предприятия выражается в форме прибыли или убытка. Для анализа финансового результата используются данные отчета о финансовых результатах ООО «Счастье» в 2022-2024 гг. Данный отчет позволяет выявить динамику показателей, а также темпы роста и прироста за отчетные периоды работы.

Главная цель анализа – своевременно выявлять и устранять недостатки в финансово-хозяйственной деятельности и определить резервы улучшения финансового состояния предприятия, ликвидности и финансовой устойчивости и его платежеспособности.

Составим дерево целей организации ООО «Счастье».

Рисунок 2.2 - Дерево целей организации

После составленного дерева целей рассмотрим первую подцель, связанную с проведением анализа прибыли организации.

1.В первую очередь необходимо исследовать динамику прибыли организации ООО «Счастье».

В процессе анализа финансовых результатов деятельности ООО «Счастье» используются следующие показатели бухгалтерской прибыли:

- валовая прибыль;
- прибыль (убыток) от продаж;
- прибыль (убыток) до налогообложения;
- чистая прибыль (убыток).

В таблице 2.9 представлена динамика прибыли организации ООО «Счастье».

Таблица 2.9 - Динамика показателей прибыли организации, тыс.руб.

Наименование	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абсолютное отклонение 2023 г. к 2022 г., +/-	Абсолютное отклонение 2024 г. к 2023 г., +/-	Относительное отклонение 2023 г. к 2022 г. %	Относительное отклонение 2024 г. к 2023 г., +/-
1	2	3	4	5		6	
Валовая прибыль (убыток)	193	166	19	-27	-147	86	11
Прибыль (убыток) от продаж	193	166	19	-27	-147	86	11
Прибыль (убыток) до налогообложения	193	166	19	-27	-146	86	11
Чистая прибыль (убыток)	193	141	13	-52	-128	73	9

Вывод: на основании представленных данных видно, что в организации прослеживаются аналогичные показатели валовой прибыли, прибыли от продаж и чистой прибыли, что свидетельствует об отсутствии в организации коммерческих и управленческих расходов, необходимых для развития текущей внутренней деятельности в организации и поддержки управленческого состава.

Показатели сокращаются в 2023 году в сравнении с 2022 годом на27 тыс.руб. или на 14 %. В 2024 году в сравнении с 2023 году показатели сокращаются на 147 тыс.руб., что в относительном отклонении составляет 89 %. Можно отметить, что чистая прибыль организации в 2023 году в сравнении с 2022 годом сократилась на 52 тыс.руб. или на 27 %. В 2024 году в сравнении с 2023 годом отмечено сокращение показателя на 128 тыс.руб. или на 91 %.

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных уровней направлений деятельности (производственной, коммерческой, инвестиционной).

Рентабельность – это относительный показатель, характеризующий эффективность хозяйственной деятельности и отражающий уровень прибыльности относительно определенной базы. Предприятие рентабельно, если суммы выручки от реализации продукции достаточно не только для покрытия затрат на производство и реализацию, но и для образования прибыли. Анализ рентабельности и финансовых показателей в целом имеет существенное значение для определения стратегии развития ООО «Счастье», критериев повышения эффективности деятельности и окупаемости вложений в активы.

В последующем необходимо обратить внимание на динамику показателей рентабельности организации.

Таблица 2.10 - Анализ рентабельности компании, %

Показатели рентабельности	2022 год	2023 год	2024 год	Изменение 2023 г. к 2022 г., +/-	Изменение 2024 г. к 2023 г., +/-
1. Рентабельность продаж	7,12	7,00	3,00	-0,12	-4,00
2. Рентабельность основной деятельности	0,08	0,07	0,03	-0,01	-0,04

Показатель рентабельности продаж характеризует важнейший аспект деятельности компании – реализацию основной деятельности. Рентабельность продаж в 2023 году в сравнении с 2022 годом имела тенденцию к снижению на 0,12 %. Кроме того, в 2024 году в сравнении с 2023 годом прослеживается сокращение на 4 %.

В организации ООО «Счастье» рентабельность основной деятельности в 2023 году в сравнении с 2022 годом снизилась на 0,01 %. При рассмотрении динамики в 2024 году прослеживается уменьшение показателя на 0,04 %.

Такая тенденция сложилась в результате того, что в 2024 году прослеживались невысокие показатели прибыли от продаж.

2.Во-вторых, проведем факторный анализ прибыли в организации ООО «Счастье».

В таблице 2.11 представлены исходные данные для проведения факторного анализа прибыли организации.

Таблица 2.11 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж в организации за 2024 год

Показатель	2022 г.	Реализация услуг 2024 г. по ценам и затратам 2023 г.	2024 г.
Выручка, тыс.руб.	2712	2371	633
Себестоимость, тыс.руб.	2519	2205	614
Прибыль от продаж, тыс.руб.	193	166	19
Темп роста выручки от продаж, рассчитанный в ценах предыдущего года, %	26,70 %		

Цены компании в 2024 году снизились на 73,30 %, а в сравнении с 2022 годом на 76,6 %.

Произведем общий расчет влияния различных факторов на прибыль от продаж за 2024 г. на основе данных таблицы 2.12.

Таблица 2.12 – Факторный анализ прибыли от продаж в ООО «Счастье» за 2024 год, тыс.руб.

Фактор	Расчет	Оценка влияния фактора на прибыль от продаж
1	2	3
Общее изменение прибыли от продаж	19 - 193 = -174	-174
В том числе за счет факторов		
Изменение объема продаж	(19 * (26,70 - 100))/100 = -13,93	-13,93

Окончание таблицы 2.12

1	2	3
Изменение себестоимости	614 - 2205 = -1591	-1591
Изменение цен на услуги	633 - 2371 = -1738	-1738
Изменение структурных сдвигов в объеме продаж	166 - ((193 * 26,70 %))/100 = 114,47	114,47
Совокупное влияние факторов на прибыль от продаж	-	-1738

Таким образом, на формировании прибыли от продаж в компании ООО «Счастье» отрицательно сказались объемы продаж предприятия в целом и структурные сдвиги в объеме продаж. Негативный вклад внесло и изменение себестоимости, в то же время изменение цен на услуги отрицательно отразилось на прибыли от продаж.

В организации прибыль от продаж снижается за счет изменения цен на услуги на 1738 тыс.руб. Кроме того, прослеживается значительное влияние себестоимости на показатель прибыли, а также изменение цен на услуги в организации. Объемы продаж также негативно влияют на объемы прибыли организации.

Рассмотренные показатели свидетельствуют о том, что в организации необходимо управлять прибылью для того, чтобы достигать цели деятельности. По итогам отчетного года прослеживается низкое значение чистой прибыли, требующее от руководства комплексного проведения мероприятий по максимизации прибыли.

3 Разработка предложений по максимизации прибыли ООО «Счастье»

3.1 Проблемы в управлении прибылью организации ООО «Счастье»

В настоящее время для того, чтобы эффективно управлять прибылью необходимо добиться изучения современного положения предприятия на рынке. Такая деятельность требует комплексного подхода, поэтому оценке подлежат различные аспекты работы организации.

Основной задачей развития является продажа качественной мебели, а также повышение спроса на товар.

Основной целью на 2024 год ООО «Счастье» считает увеличение дохода от реализации. При достижении поставленной цели проводится ряд мероприятий, а именно:

- осуществляет деятельность по продвижению своей продукции под собственным логотипом;

- проводит конкретные действия, способствующие увеличению дохода от продаж.

Стимулирование продаж в ООО «Счастье» требует определенных финансовых затрат, для которых в первое время выделяются средства из бюджета. В дальнейшем данный маркетинговый инструмент составляет определенную долю в общем бюджете предпринимателя.

В организации был использован метод анкетирования для того, чтобы оценить рекламные предпочтения населения. Исследованием занимался маркетолог организации, который провел очный опрос населения г.Санкт-Петербурга. Была проведена случайная выборка испытуемых, проживающих в территориальной близости с организацией ООО «Счастье».

В таблице 3.1 представлены результаты анкетного опроса населения. Было опрошено 100 респондентов в возрасте от 21 до 65 лет.

Таблица 3.1 - Результаты анкетного опроса населения

Вопросы	Уровень удовлетворенности результатом (%)
1	2
1.Какая реклама для Вас наиболее предпочтительна?	
-Телевидение	29
-Газеты	19
-Профессиональные издания	4
-Листовки, брошюры	12
-Радио	10
-Билборды	8
-Реклама в транспорте	18
2.Какие качества рекламы для Вас наиболее важны?	
-Побудить к покупке	30
-Разобраться в ассортименте	15
-Креативность рекламы	25
-Не интересует реклама	30
3.Хотели бы Вы обратиться в организацию ООО «Счастье» для приобретения мебели?	
-Да	20
-Нет	80

На основании данной таблицы рассмотрим, как распределились ответы на представленные вопросы в ООО «Счастье».

При ответе на первый вопрос «Какая реклама для Вас наиболее предпочтительна?», результаты представлены на рисунке 3.1.

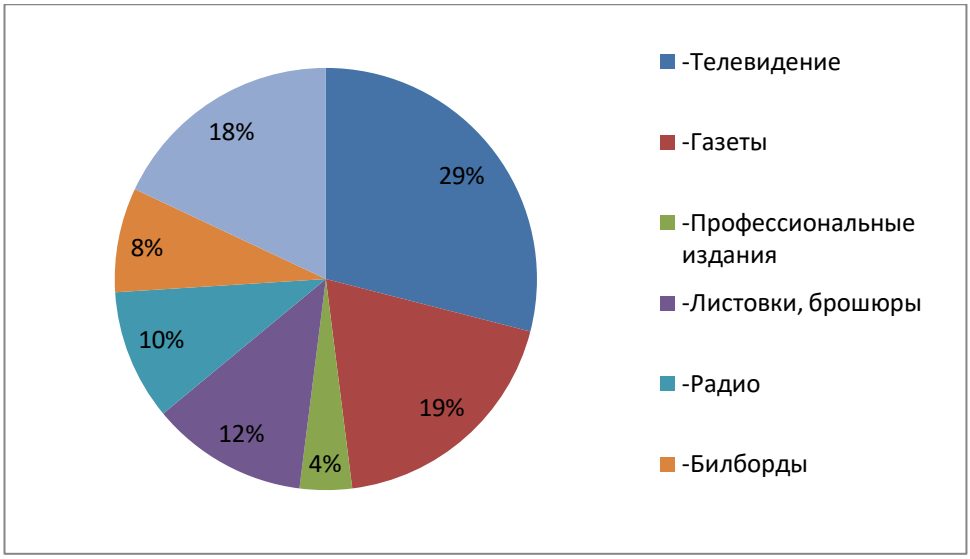

Рисунок 3.1 – Ответы на вопрос: «Какая реклама для Вас наиболее предпочтительна?»

На основании опроса выявлено, что большая часть опрошенных считают, что наиболее эффективна телевизионная реклама - 29 %. 19 % опрошенных считают эффективной рекламу в газетах. Кроме того, 18 % отмечают эффективность рекламы в транспорте, а 12 % опрошенных отметили эффективность рекламы в виде листовок, брошюр.

При ответе на второй вопрос «Какие качества рекламы для Вас наиболее важны?», результаты представим на рисунке 3.2.

Рисунок 3.2 – Ответы на вопрос: «Какие качества рекламы для Вас наиболее важны?»

На основании данного опроса выявлено, что большая часть клиентов считают важными качествами рекламы - побуждение к покупке (30%). Кроме того, 30 % опрошенных не интересуются рекламой товаров.

25 % опрошенных считают важность креативности рекламы, а 25 % респондентов интересует разобраться в ассортименте организации.

При ответе на третий вопрос «Хотели бы Вы обратиться в организацию ООО «Счастье» для приобретения мебели?», результаты представлены на рисунке 3.3.

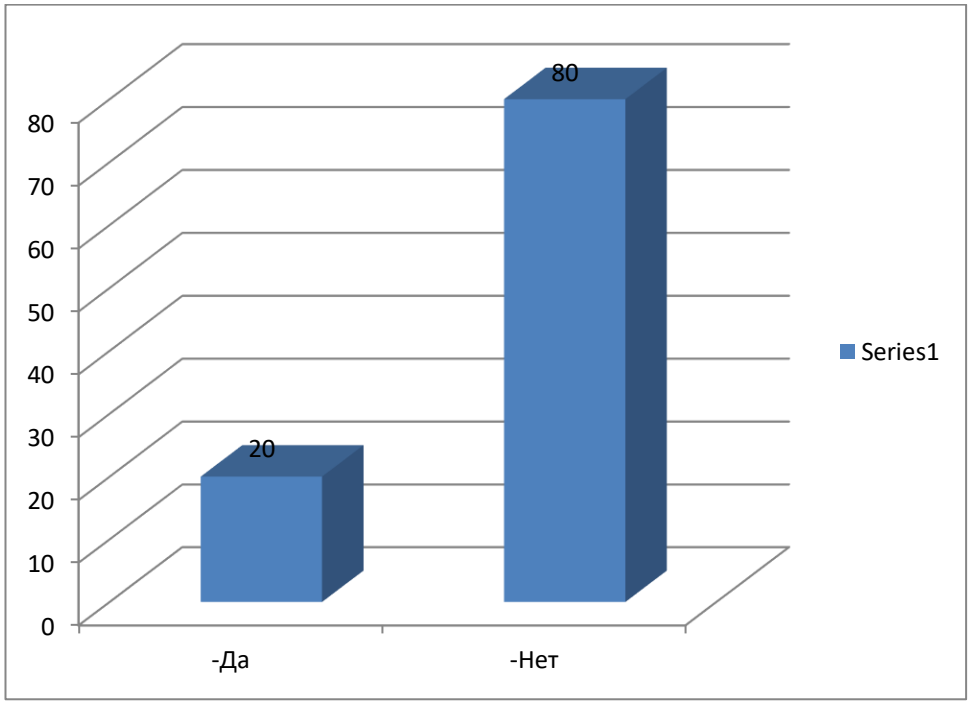

Рисунок 3.3 – Ответы на вопрос: «Хотели бы Вы обратиться в организацию ООО «Счастье» для приобретения мебели?»

По результатам ответов можно сделать вывод о том, что 80 % респондентов ответили, что не интересует организация ООО «Счастье». Кроме того, 20 % хотели бы обратиться в организацию за покупками.

В таблице 3.2 представим анализ бюджета на рекламу за 2022-2024 гг. в организации

Таблица 3.2 - Анализ бюджета на рекламу в компании, тыс.руб.

Наименование	2022г.	2023г.	2024г.	Изменения, +/-
Затраты на рекламу на радио	28	22	6	-22
Затраты на рекламу в сети Интернет	86	74	14	-72
Затраты на рекламу в транспорте	12	18	2	-10
Итого	126	114	22	-104

Таким образом, на основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что в организации стремительно сокращаются затраты на рекламу на 104 тыс.руб. в сравнении с 2022 годом. Данные изменения касаются, как рекламы на радио, которая сократилась на 22 тыс.руб., затрат на рекламу в сети Интернет, сократившихся на 72 тыс.руб., а также на рекламу в транспорте (-10 тыс.руб.)

Анализируемое предприятие задумывается о размещении рекламы на телевидении. Видим, что реклама с использованием телевидения достаточно популярна и занимает первую позицию рейтинга. По сравнению с билбордом эта реклама эффективнее, а по сравнению с газетами – многим более массовая.

На рисунке 3.4 представлена динамика выручки организации и затраты на рекламные мероприятия.

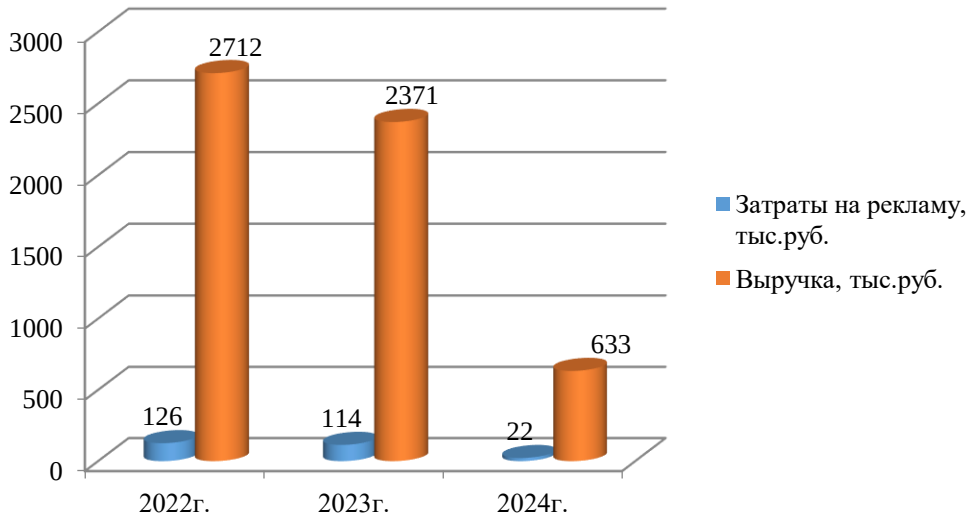

Рисунок 3.4 – Динамика выручки организации и затрат на рекламу, тыс.руб. [на основании данных приложения 1]

Показателями оценки в данном случае выступают данные выручки организации, а также расходы организации на рекламу.

На основании представленных данных видно, что в организации снижается как выручка, так и затраты на рекламу. В отчетном периоде затраты в общем объеме выручки составляли 3,5 %, а в 2022 году 5 % от выручки. К отчетному периоду затраты на рекламные мероприятия сокращаются, что могло быть следствием снижения объема выручки.

В условиях экономической нестабильности необходимо уделять значительно больше внимания клиентоориентированной рекламной деятельности, которая является основой роста продаж услуг и доходов.

Организация PR в ООО «Счастье» играет важную роль, сопутствуя рекламной деятельности.

Стоит отметить, что компания активно использует в рекламной деятельности такие инструменты привлечения клиентов, как скидки.

Проблемы, тормозящие развитие маркетинговой стратегии:

1.Низкая активность рекламной деятельности предприятия и ограниченность каналов рекламы и PR;

2.Отсутствие рекламной активности в сети Интернет;

3. Наличие высокой конкурентоспособности на рынке данной отрасли;

4. В организационной структуре отсутствует персонал, в функции которого входила бы рекламная деятельность предприятия;

5.Небольшой уровень клиентской базы.

Таким образом, предприятию необходимо развивать маркетинговую стратегию, что позволит эффективнее осуществлять все виды деятельности, а в дальнейшем будет направлена на повышение конкурентоспособности.

В процессе проведения исследования на предприятии выявляются различные проблемы, которые мешают эффективному развитию маркетинговой стратегии.

Рассматривая в отдельности инструменты рекламных коммуникаций, в ООО «Счастье» можно назвать следующие:

- наружная реклама;
- реклама в печатных СМИ.

Уже на этом этапе анализа стоит отметить отсутствие разнообразия каналов рекламы в продвижении продукции ООО «Счастье». Это объясняет относительно небольшое количество самого материала по рекламной деятельности для анализа.

Продвижению товаров ООО «Счастье» помогают и различные акции, посвященные:

- государственным праздникам;
- юбилеям компании.

В таблице 3.3 представлены проблемы организации ООО «Счастье».

Таким образом, только комплексное решение выявленных проблем позволит предприятию осуществлять все намеченные планы, а также добиться повышения конкурентоспособности в дальнейшем.

Для того, чтобы обеспечить максимизацию прибыли данному предприятию приходится прилагать значительные усилия для поддержания платежеспособности, ликвидности и кредитоспособности.

Таблица 3.3 - Проблемы организации

Наименование проблемы	Причина возникновения	Ожидаемые последствия
1.В организации имеется низкий бюджет по рекламным мероприятиям	1.1Маленький бюджет на рекламную деятельность;	1.1Снижение узнаваемости компании среди клиентов
2.У организации имеется отрицательное влияние показателей себестоимости	2.1Высокие темпы роста себестоимости в организации	2.1Ухудшение показателей организации
3.Наличие высокой конкурентоспособности на рынке данной отрасли	3.1Ухудшение качества продукции; 3.2Конкуренты привлекают покупателей, поэтому клиенты выбирают другую компанию	3.1Снижение доли рынка, что приведет к ухудшению финансового положения
4.Небольшой уровень клиентской базы	4.1Клиенты не замечают организацию, что приводит к потере конкурентоспособности 4.2 Неудовлетворенность продукцией компании	4.1Потеря потенциальных клиентов
5.Повышение цены на продукцию	5.1 Изменение цен на услуги имеет отрицательное влияние на прибыль от продаж в организации	5.1Сокращение продаж

Такая ситуация требует от руководства организации принятия мер по улучшению деятельности, активно управлять прибылью, составлять прогнозы на предстоящий период.

3.2 Мероприятия по максимизации прибыли организации ООО «Счастье»

Для наиболее успешного развития предприятий необходимо иметь четкую маркетинговую стратегию развития предприятия, а чтобы этого достичь требуется точно представлять окружающую среду и внутренний потенциал предприятия.

С учетом специфики реализации продукции на прогнозных сегментах рынка формируются резервы финансовых результатов.

Из проблем вытекают рекомендации, часть из них являются конкретными мероприятиями, они описываются максимально подробно и по ним идет расчет экономической целесообразности.

В таблице 3.4 представлены мероприятия по максимизации прибыли организации.

Таблица 3.4 - Мероприятия по максимизации прибыли в организации ООО «Счастье»

Мероприятия	Название мероприятия	Сущность мероприятия	Экономическое обоснование
Мероприятие 1	Провести рекламные мероприятия	Разработать комплекс рекламных мероприятий, направленных на привлечение клиентов в организации.	Выявить увеличение клиентской базы организации; - Выявить уровень среднего чека в организации; - Рассчитать увеличение финансовых результатов.
Мероприятие 2	Работать с дебиторской и кредиторской задолженностью	Управлять задолженностью дебиторов для того, чтобы повысить уровень работы организации.	-Рассчитать прогноз оборачиваемости дебиторской задолженности; - Рассчитать прогноз кредиторской задолженности.

Мероприятие 1. Название мероприятия - «Провести рекламные мероприятия».

Сущность мероприятия. Очень важным является тот факт, что постоянные клиенты делают хорошую рекламу, благодаря распространению информации о качестве продукции предприятия.

С помощью рекламы ООО «Счастье» сможет проинформировать покупателей о своей продукции, акцентируя внимания на том, что она имеет высокое качество, а также напомнить о самой компании.

В целях развития маркетинговой стратегии предприятия предлагаются следующие рекламные мероприятия:

1.Изготовить профессиональный ролик о новом виде товаров предприятия;

2. Показ ролика на региональных телевизионных каналах;

3. Показ ролика в крупных супермаркетах в течение года.

Экономическое обоснование. Потребность в использовании средств реализации была выражена в виде сметы планируемых затрат на реализацию предложений для ООО «Счастье» (таблица 3.5).

Таблица 3.5 - Смета затрат на реализацию предложений предприятия

Статья затрат	Сумма, тыс.руб.
Затраты на рекламные мероприятия: - показ ролика на региональных телевизионных каналах с 18:00 до 24:00 (лучшее время для воздействия на целевую аудиторию, так называемый прайм-тайм) каждые полчаса в течение месяца; - показ ролика в крупных супермаркетах в течение года (300 показов в течение дня); - издержки, связанные с организацией рекламного мероприятия (транспортные расходы, услуги связи)	60 35 65
Итого	160

Таким образом, на реализацию выбранных предложений в предприятие ООО «Счастье» потратит 160 тыс.руб.

Мероприятие 2. Название мероприятия - «Управление дебиторской и кредиторской задолженностью».

Сущность мероприятия. В ООО «Счастье» выявлены негативные показатели в текущей деятельности. В первую очередь было отмечено, что в компании стремительно возрастает дебиторская задолженность на 289 тыс.руб. (в 2,4 раза) и кредиторская задолженность в 2,6 раза. Такие условия свидетельствуют об необходимости проведения мероприятий по совершенствованию финансового состояния или улучшения работы с дебиторами и кредиторами.

В результате проведения мероприятия по улучшению данного направления работы можно добиться совершенствования деятельности, а средства, которые будут получены направить в наращивание ресурсной базы и повышение конкурентных преимуществ. Известно, что в результате роста дебиторской задолженности организации не хватает денежных средств для

того, чтобы рассчитываться с налоговыми органами, с персоналом по оплате труда, с внебюджетными фондами.

Экономическое обоснование. В таблице 3.6 представим новый регламент, в соответствии с которым организация будет взыскивать дебиторскую задолженность.

Таблица 3.6 - Регламент по взысканию дебиторской задолженности

Этапы работы с дебиторской задолженностью	Процедура	Ответственное лицо
1	2	3
Срок оплаты долга еще не наступил	Организация рассматривает договор с клиентом, а в дальнейшем отправляет уведомление о необходимости оплаты по своему договору в определенный срок. Также сотрудники организации могут звонить в бухгалтерию покупателя	Бухгалтер организации
Срок оплаты наступит через одну неделю	Организация направляет компании требование о том, что срок оплаты уже наступает (крайний срок). В договоре чаще всего прописано требование об оплате долга не позднее недели до срока оплаты организация	Бухгалтер организации
Организация имеет просрочку по платежу в течение недели	В организации ответственный сотрудник проводит обзвон должников о выявлении причин не своевременной оплаты	Бухгалтер организации
	Организация может расторгнуть договор с клиентом в одностороннем порядке, а также прекратить поставку продукции	Бухгалтер организации и руководитель
	Секретарь организации ведет обзвон контрагентов и напоминает о необходимости срочной оплаты. Сотрудник может согласовать сроки оплаты просроченной задолженности без прекращения договора	Бухгалтер организации, руководитель
Просрочен платеж на 30 - 60 дней	В организации менеджер разрабатывает политику по взысканию с должника необходимой суммы для того, чтобы избежать расходов на судебный процесс	Менеджер организации
	В организации юрист составляет претензию на руководителя контрагента, который должен денежные средства организации.	Юрист организации

Окончание таблицы 3.6

1	2	3
Просрочен платеж у должника - контрагента на более 90 дней	У организации юридический отдел составляет соответствующее судебное предупреждение о начале судебного производства	Юридический отдел организации
Просрочен платеж на период более 180 дней	В юридическом отделе компании составляются документы на передачу дел в суд	Юрист

Составим матрицу управления дебиторской задолженностью в организации.

Таблица 3.7 - Матрица управления дебиторской задолженностью в организации ООО «Счастье»

Сумма / Вероятность	A	B	C	Д
1	2	3	4	5
A	Надежные клиенты, приносящие существенную выгоду -срок задолженности до 30 дней	Крупные клиенты, которым можно предложить оптимальные условия и скидки: -271 тыс.руб.; -54,53%. -срок задолженности 30 дней	Мелкие предприниматели или начинающие сотрудничество с организацией, которые можно перевести на опт: -15 тыс.руб. -3,02 %. -срок задолженности более 90 дней	Незначительное количество клиентов -срок задолженности свыше 90 дней
B	Выгодные клиенты -срок задолженности до 30 дней	Выгодные клиенты с незначительными финансовыми трудностями -срок задолженности до 60 дней	Организации, которые необходимо стимулировать для работы: -78 тыс.руб. -15,69 %. -срок задолженности до 60 дней	Незначительная клиентура с финансовыми трудностями: -22 тыс.руб.; -4,43%. -срок задолженности 60 дней

Окончание таблицы 3.7

1	2	3	4	5
С	Крупные клиенты, но имеющие временные финансовые затруднения: - 63 тыс.руб.; -12,68 %. -срок задолженности до 30 дней	Крупные перспективные клиенты, которые могут перейти на оптовую закупку - срок задолженности до 30 дней	Мелкие клиенты, которые могут быть переведены работать как на оптовую, так и на розничную торговлю -срок задолженности до 90 дней	Высоко-рискованное сотрудничество: -48 тыс.руб.; -9,65 %. -срок задолженности до 30 дней

Таким образом, на основании представленной матрицы видно, что организации необходимо работать с организациями, которые необходимо стимулировать для работы. Объем такой задолженности составляет 15,69 %.

Использование новых условий работы с дебиторами позволит защитить организацию от потери денежных средств, сокращать объем долгосрочной дебиторской задолженности.

Организация будет использовать следующие способы управления работой с дебиторами:

- вести оценку платежеспособности покупателя (оцениваются данные, расположенные в открытом доступе о вероятности ликвидации или реорганизации);

- вести мониторинг уровня дебиторской задолженности для того, чтобы своевременно принять меры по управлению данным процессом;

- пересмотреть условия сотрудничества с клиентами (условий договора). Проводится анализ договоров с контрагентами и осуществляется их корректировка для ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности;

- оптимизация процессов взыскания, позволяющая внедрить эффективные процедуры взыскания до обращения в суд;

- определение дат погашения долгов и напоминание о них. Четкое определение сроков погашения долгов и систематическое напоминание контрагентам об этих сроках помогает избежать просрочки платежей.

Активная работа с дебиторами организации позволит снизить дебиторскую и кредиторскую задолженность на 45 дней.

Проведем расчет эффективности мероприятий на предприятии в следующем параграфе.

3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий

Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий проводится для того, чтобы узнать, целесообразны ли рекомендации для применения на данном предприятии.

1.Первым мероприятием было предложено провести стимулирование объема продаж путем рекламы.

После проведенного мероприятия в организацию обратились 60 человек, которых заинтересовала рекламная компания организации. На основании проведенной оценки общения с клиентами были получены следующие результаты:

- 20 человек хотели бы обратиться в организацию за приобретением мебели - 33 %;

- 16 человек не устраивает стоимость мебели в организации - 27 %;

- 24 человека сравнили цены в данной организации с конкурентами - 40 %.

Таким образом, количество клиентов в организации увеличится в результате мероприятия на 20 человек, а также ежегодно количество клиентов будет увеличиваться.

В результате проведения рекламной компании в ООО «Счастье» был получены следующие результаты, представленные в таблице 3.8.

Таблица 3.8 - Эффективность от мероприятия

Показатели	До мероприятия	После мероприятия	Изменение, +/-
Количество клиентов, чел.	35	55	+20
Средний чек, тыс.руб.	18,09	18,09	-
Выручка, тыс.руб.	633	994,95	+361,95

Определим какой эффект будет получен на предприятии от реализации мероприятия:

Эф = 361,95 – 160 = 201,95 тыс.руб.

Можно сделать вывод о том, что общие затраты предприятия на проведение мероприятия в прогнозном периоде составят 160 тыс.руб., выручка будет достигать 361,95 тыс.руб., а эффективность от мероприятия составляет 201,95 тыс.руб.

Расчет экономических результатов внедрения мероприятий и их влияние на рентабельность представлен в таблице 3.9.

Таблица 3.9 - Экономические результаты внедрения мероприятий в организации ООО «Счастье»

Наименование показателя	Отчетный период	Прогноз	Абсолютное изменение, тыс.руб.	Темп роста, %
Выручка, тыс.руб.	633	995	362	157
Себестоимость годового выпуска, тыс.руб.	614	774	160	126
Валовая прибыль	19	221	202	1163
Прибыль от продаж, тыс.руб.	19	221	202	1163
Прибыль до налогообложения	19	221	202	1163
Налог на прибыль, тыс.руб.	6	44	38	737
Чистая прибыль, тыс.руб.	13	177	164	1360

На основании представленной таблицы можно сделать вывод о том, что на предприятии ООО «Счастье» наблюдается увеличение выручки после мероприятия на 362 тыс.руб.

Кроме того, можно отметить увеличение себестоимости продаж в результате проведения мероприятий на 160 тыс.руб.

Конечным результатом деятельности является чистая прибыль организации, которая в прогнозном периоде будет составлять 177 тыс.руб. Можно отметить, что в сравнении с отчетным периодом показатель возрос на 164 тыс.руб. или в 13 раз.

В таблице 3.10 представлен прогноз показателей рентабельности после проведения мероприятий.

Таблица 3.10 - Прогноз показателей рентабельности в организации ООО «Счастье», %

Наименование показателя	Отчетный период	Прогноз	Изменение, %
Рентабельность продаж, %	3,00	22,21	19,21
Рентабельность основной деятельности, %	3,09	28,55	25,45

Рентабельность продаж в прогнозных периодах имеет тенденцию к увеличению на 19,21 %, что также показывает эффективность принятия мероприятий.

При исследовании показателей рентабельность продукции в прогнозных периодах возросла на 25,45 %.

В первую очередь необходимо определить каким образом изменится кредиторская задолженность учреждения на основании выручки.

Δ ДЗ = 45 * 633/ 365 = 78 тыс.руб.

Рассчитанные показатели позволяют определить, что кредиторская задолженность в данной организации будет сокращаться на 78 тыс.руб. и позволит улучшить дальнейшую работу с показателями.

Рассчитаем, как изменится дебиторская задолженность в прогнозном году:

ДЗ = 497 - 78 = 419 тыс.руб.

В прогнозном году дебиторская задолженность составит 419 тыс.руб. Поэтому в дальнейшем сведем данные для анализа для того, чтобы определить как изменятся показатели оборачиваемости.

В таблице 3.11 представлены необходимые данные для последующего анализа.

Таблица 3.11 - Данные для расчета экономического эффекта

Показатели	До мероприятий	После мероприятий	Изменение
Выручка, тыс.руб.	633	633	-
Дебиторская задолженность, тыс.руб.	497	419	-78
Число дней в году	365	365	-
Оборачиваемость ДЗ, в оборотах	1,27	1,51	0,24
Период оборота ДЗ, в днях	287	241	-45
Высвобождение денежных средств		-156199	-156199

Динамика рассчитанных показателей показывает о том, что в процессе проведенного мероприятия высвободятся средства в объеме 78 тыс.руб. Кроме того, в прогнозе значение коэффициента оборачиваемости возрастет на 0,24 раз и в прогнозном году составит 1,51 раз. Срок оборачиваемости сократится на 45 дней.

От успешного управления кредиторской задолженностью также можно рассчитывать на работу с дебиторской задолженностью.

Данные для проведения анализа по прогнозу предложенного мероприятия рассмотрим в следующей таблице.

Динамика рассчитанных показателей показывает о том, что в процессе проведенного мероприятия высвободятся средства в объеме 78 тыс.руб. Кроме того, в прогнозе значение коэффициента оборачиваемости возрастет

на 3,76 раз и в прогнозном году составит 7,72 раз. Срок оборачиваемости сократится на 45 дней.

Таблица 3.12 - Прогнозные данные после мероприятия

Показатели	До предложенного мероприятия	После предложенного мероприятия	Изменение (+, -)
Выручка, тыс.руб.	633	633	-
Кредиторская задолженность, тыс.руб.	160	82	-78
Период, дней	365	365	-
Продолжительность оборота дебиторской задолженности, дней	92	47	-45
Коэффициент оборачиваемости, количество раз	3,96	7,72	3,76

Таким образом, предложенное мероприятие, связанное с повышением уровня финансового состояния в организации будет целесообразным и эффективным, позволит управлять расчетами с дебиторами и кредиторами, а также получать от этого процесса дополнительные денежные средства.

Благодаря выстраиванию эффективных способов воздействия на прибыль организации, управления дебиторской задолженностью в организации можно добиться достижения высоких показателей в работе и управления всеми ресурсами.

На рисунке 3.5 представим какой эффект получит организация от предложенных мероприятий по совершенствованию максимизации прибыли, как главной цели финансово-хозяйственной деятельности организации.

Рисунок 3.5 - Эффект в организации от совершенствования максимизации прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности организации

На основе полученных данных можно отметить, что в организации достаточно финансовых ресурсов, которые могли бы позволить эффективно вести текущую деятельность. Данная ситуация свидетельствует об эффективности ведения деятельности организации и повышению не только экономических успехов в работе, но и социальной значимости для клиентов.

Такая деятельность будет способствовать налаживанию взаимоотношений с клиентами, получать обратную связь от клиентов, что будет направлено не только на внутреннюю среду организации, но и на внешнее взаимодействие.

Предложенные мероприятия позволят управлять прибылью организации, повысят стабильность, помогут в дальнейшем улучшить реализацию продукции и получать от этого наибольший экономический эффект, что окажет положительное воздействие на многие показатели организации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе было проведено исследование максимизации прибыли как главной цели финансово-хозяйственной деятельности организации ООО «Счастье».

Основным видом деятельности ООО «Счастье» является Торговля розничная мебелью в специализированных магазинах.

Основой целью ООО «Счастье» является предоставление товаров и услуг высокого качества, что позволит расширять границы рынка и увеличивать масштабы работы.

В результате проведенной оценки товаров организации при помощи АВС анализа было выявлено, что к товарам группы А относятся следующие товарные группы:

-мебель для спальни (кровати, шкафы, комоды);

- мебель для кухни.

К товарам группы В относятся следующие товарные группы:

- мебель для гостиной;

- детская мебель.

К товарам группы С относятся следующие товарные группы: комплекты мебели для прихожей, мебель для офиса.

Таким образом, в отчетном периоде мебель для спальни и мебель для кухни продаются наиболее стабильно и выгодно. Они востребованы, а потому постоянно должны быть в наличии. Мебель для гостиной и детская мебель также являются востребованными товарами, но спрос на них не постоянный. Комплекты для прихожей и мебель для офиса приносят организации хорошую выручку, но при этом продаются недостаточно стабильно. Чтобы обеспечить их постоянное наличие, необходимо чтобы товар закупался с запасом и всегда присутствовал на складе.

ОО «Счастье» постоянно заботится о расширении своей деятельности, а также старается соответствовать требованиям своих клиентов, предлагая новые востребованные на рынке работы и услуги.

Заместители в организации осуществляют контроль над ведением рабочего процесса в организации. Принимают решения о наращивании ресурсного потенциала организации и улучшения уровня конкурентоспособности.

Коммерческий директор осуществляет операционную, консультационную, координационную и финансовую работу, включая административное управление предприятием в целом или его основными структурными подразделениями.

Главный бухгалтер регулирует финансовую деятельность в организации, управляет бухгалтерским учетом и регистрами учета, составляет отчетность и отчитывается перед компетентными органами по результатам отчетного года.

На протяжении сравниваемых периодов в учреждении наблюдалась не постоянная тенденция в численности. Постоянство состава прослеживается лишь в категории руководители – 1 человек в 2022-2024 гг.

Общая численность сотрудников в данном учреждении увеличивается в 2024 году на 5 человек (21 %). Такой рост численности связан с высвобождением вакантных должностей и недостатка специалистов, что требовало увеличение ставок.

Так, можно отметить, что в учреждении количество специалистов возросло на 2, что составляет 15 % от предыдущей численности. Количество младших сотрудников увеличивается на 3 человека (30 % от численности).

Рассчитанные показатели ликвидности свидетельствуют о том, что в организации имеется недостаточное количество денежных средств и дебиторской задолженности для того, чтобы регулировать краткосрочные обязательства.

В организации отмечен небольшой рост показателей, но этого недостаточно для управления финансовыми потоками.

Оборачиваемость запасов в компании имеет большое значение, так как если товары залеживаются на складах организация не получает своевременно денежные средства. В компании данный показатель снижается на7,05 оборота, а период возрос на 87 дней.

Проведенная оценка такого показателя, как период оборачиваемости дебиторской задолженности показывает, что в организации увеличивается задолженность дебиторов. Период увеличился на 211 дней, а непосредственно коэффициент сокращается на 3,56 оборота в 2024 году.

Такая тенденция требует от руководства принятия немедленных решений по улучшению расчетов с дебиторами, позволившее высвободить из оборота дополнительные ресурсы.

Оборачиваемость кредиторской задолженности также имеет стремительное снижение на 5,76 оборота. Также период оборота увеличивается на 55 дней. Выявленные результаты работы предприятия показывают, что необходимо эффективно управлять всеми показателями функционирования для того, чтобы повысить уровень финансового состояния и наращивать экономический потенциал перед конкурентами.

Расчет показателей динамики финансовых показателей показывает, что в компании прослеживается снижение выручки в рассматриваемых периодах. В 2023 году в сравнении с 2022 годом снижается на 341 тыс.руб. (или на 13%), в сравнении с 2023 годом на1738 тыс.руб. (или на 73 %), что показывает ухудшение работы в отчетном периоде.

Отчетный период также показывает снижение расходов по обычной деятельности компании за 2022-2024 гг. в 2023 году в сравнении с 2022 годом на 12 %, в 2024 году в сравнении с 2023 годом на 72 %. Рассмотренные периоды показывают быстрое снижение показателя.

В организации также отмечается снижение чистой прибыли в 2023 году в сравнении с 2022 годом на 52 тыс.руб. или на 27 %. Также при

рассмотрении динамики в 2024 году в сравнении с 2023 годом снизился показатель на 128 тыс.руб., что в относительном отклонении составляет 91 %.

Организации необходимо постоянно проводить мониторинг работы с клиентами, составлять суждение о работе компании, а также проводить анализ экономической безопасности организации.

На основании представленных данных видно, что в организации прослеживаются аналогичные показатели валовой прибыли, прибыли от продаж и чистой прибыли, что свидетельствует об отсутствии в организации коммерческих и управленческих расходов, необходимых для развития маркетинговой деятельности и поддержки управленческого состава.

В организации к 2024 году снижаются показатели прибыли, что негативно характеризует деятельность организации и требует кардинальных решений по улучшению деятельности данной организации.

Показатель рентабельности продаж характеризует важнейший аспект деятельности компании – реализацию основной деятельности. Рентабельность продаж имела тенденцию к снижению на 4,11 %. Рентабельность основной деятельности снизилась на 0,05 % и составила в отчетном периоде 0,03 %.

Такая тенденция сложилась в результате того, что в 2024 году прослеживались невысокие показатели прибыли от продаж.

В условиях экономической нестабильности необходимо уделять значительно больше внимания клиентоориентированной рекламной деятельности, которая является основой роста продаж услуг и доходов.

Таким образом, только комплексное решение выявленных проблем позволит предприятию осуществлять все намеченные планы, а также добиться повышения конкурентоспособности в дальнейшем.

В процессе проведения исследования на предприятии предлагается провести следующие мероприятия по максимизации прибыли организации:

1.Провести рекламные мероприятия;

2.Управлять дебиторской и кредиторской задолженностью.

В результате проведения мероприятия по улучшению данного направления работы можно добиться совершенствования деятельности, а средства, которые будут получены направить в наращивание ресурсной базы и повышение конкурентных преимуществ.

Можно сделать вывод о том, что общие затраты предприятия по первому мероприятию в прогнозном периоде составят 160 тыс.руб., выручка будет достигать 361,95 тыс.руб., а эффективность от мероприятия составляет 201,95 тыс.руб.

На предприятии будет прослеживаться увеличение выручки после мероприятия на 362 тыс.руб. Кроме того, можно отметить увеличение себестоимости продаж в результате проведения мероприятий на 160 тыс.руб.

Конечным результатом деятельности является чистая прибыль организации, которая в прогнозном периоде будет составлять 177 тыс.руб. Можно отметить, что в сравнении с отчетным периодом показатель возрос на 164 тыс.руб. или в 13 раз.

Рентабельность продаж в прогнозных периодах имеет тенденцию к увеличению на 19,21 %, что также показывает эффективность принятия мероприятий.

При исследовании показателей рентабельность продукции в прогнозных периодах возросла на 25,45 %.

В результате эффективного управления работой с дебиторами в организации высвободятся средства в объеме 78 тыс.руб. Кроме того, в прогнозе значение коэффициента оборачиваемости возрастет на 0,24 раз и в прогнозном году составит 1,51 раз. Срок оборачиваемости сократится на 45 дней.

Динамика рассчитанных прогнозных показателей управления кредиторской задолженностью показывает, что значение коэффициента оборачиваемости возрастет на 3,76 раз и в прогнозном году составит 7,72 раз. Срок оборачиваемости сократится на 45 дней.

Таким образом, предложенные мероприятия позволят получить организации высокие объемы прибыли, управлять прибылью и способствовать наращиванию экономического потенциала, что позволит получить социальный и экономический эффект.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский Кодекс РФ от 30.11.1994 г. №51-ФЗ (Часть 2) СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 25.05.2025).

2. Налоговый Кодекс РФ от 05.08.2000 № 117 – ФЗ (Часть 2) СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_ LAW_28165/ (дата обращения 25.05.2025)

3. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (дата обращения 25.05.2025)

4. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» // СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/ (дата обращения 26.05.2025)

5. Расходы организации: Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) // КонсультантПлюс. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/0463b359311dddb34a4b799a3a5c57ed0e8098ec/ (дата обращения 28.05.2025)

6. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Приказ Минфина России от 04.10.2023 N 157н (ред. от 21.03.2024) // КонсультантПлюс. Режим доступа:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_472684/552e4f85ef02bf4fd75d2ee6d478849e354d4dc9/ (дата обращения 28.05.2025)

7. Учетная политика организации: Положение по бухгалтерскому учету от 6 октября 2008 г. № 106н (ред. от 07.02.2020) // КонсультантПлюс. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_81164/2d52707f5a4d5314b9e470a9bf59cb826ec848dd/ (дата обращения 28.05.2025)

8. Абдрахманова, Э. Р. Рекомендации по увеличению прибыли от продаж коммерческих предприятий / Э. Р. Абдрахманова // Актуальные

вопросы современной экономики. – 2022. – № 11. – С. 507-511.

9. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия) : учебник / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. - 6-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2023. - 290 с.

10. Басалаева, Ю. В. Финансовое планирование в организации в условиях неопределенности / Ю. В. Басалаева // Интернаука. – 2022. – № 26 (249). – С. 52-54.

11. Грибов В.Д. Экономика предприятия: учебник. Практикум. - М.: Курс, 2023. -448 с.

12. Клопков, К. А. Финансовое планирование и прогнозирование: теоретико-методологические подходы / К. А. Клопков, М. Б. Ахильгов, Л. М. Ужахова // Russian Economic Bulletin. – 2022. – Т. 5. – № 4. – С. 111-118.

13. Кнышова, Е. Н. Экономика организации : учебник / Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2025. — 335 с.

14. Липатова, Н. Н. Экономика организации : практикум / Н. Н. Липатова. - Кинель : ИБЦ Самарского ГАУ, 2022. - 131 с.

15. Маевская Е.Б. Экономика организации: учебник. - Москва: НИЦ Инфра - М, 2023. - 351 с.

16. Маслевич, Т. П. Экономика организации : учебник / Т. П. Маслевич. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2023. - 339 с.

17. Мельник М.В. Теория экономического анализа: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2025. -225 с.

18. Мухина И.А. Экономика организации (предприятия). Учебное пособие. М.: Флинта, 2022. -320 с.

19. Мущак, М. А. Методы финансового планирования / М. А. Мущак, И. А. Рыбина // Бенефициар. – 2022. – № 114. – С. 8-10.

20. Нгуен К.Т. Методические подходы к анализу финансового состояния предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Т. 13, № 3-1. С. 424-432.

21. Осипов В.И. Контроль и аудит деятельности коммерческой организации: внешний и внутренний. - Москва: НИЦ Инфра - М, 2024. -221 с.

22. Подлесных В.И., Кузнецов Н.В. Теория организации: учебное пособие. - Москва: НИЦ Инфра - М, 2024. - 345 с.

23. Пласкова Н.С., Проданова Н.А. Экономический анализ: учебник. М.: ИНФРА-М, 2023. 324 с.

24. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2024.-512 с.

25. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – Москва: Инфра - М, 2025. - 378 с.

26. Сапрунова Е.А., Волошин В.А. Совершенствование методики оценки вероятности наступления банкротства коммерческих организаций // Вестник академии знаний. - № 4, 2024. - С.317-321.

27. Саранцева, Е. Г. Анализ финансовых результатов в принятии управленческих решений / Е. Г. Саранцева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2024. – № 10-1. – С. 101-105.

28. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами. Учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. - 640 с.

29. Сорокина Е.М. Теоретические основы финансового состояния предприятия // Славянский форум. 2022. № 4(38). С. 376-379.

30. Столярова, А. Н. Финансовое планирование как ключевой показатель эффективности деятельности предприятия / А. Н. Столярова, Д. М. Алумянц // Вестник Государственного социально-гуманитарного университета. – 2022. – № 2(46). – С. 42-51.

31. Супаева Г.Т., Мурсаканова Г.М., Кенжалыева Н.Р., Абдыкеримов М.К. Оценка финансового состояния и вероятности банкротства компании // В сборнике: Успехи в науке и образовании 2024. сборник статей III

Международного научно-исследовательского конкурса. Пенза, 2024. - С.102-108.

32. Ткачева Ю.В. К вопросу о содержании анализа и оценки финансового состояния предприятия // Финансовый вестник. 2023. № 1(60). С. 25-30.

33. Фридман, А. М. Экономика организации. Практикум : учебное пособие / А.М. Фридман. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. — 180 с.

34. Халиуллина, Д. Я. Разработка политики повышения прибыли и рентабельности организации: направления и пути максимизации / Д. Я. Халиуллина, А. С. Колышев // Потенциал устойчивого инновационного развития: концепции, модели и практическое приложение : Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Пермь, 15 июня 2023 года. – Стерлитамак, 2023. – С. 243-246.

35. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.: ИНФРА-М, 2025. - 208 с.

36. Экономика организации : учебник / О.В. Девяткин, А.В. Быстров, Н.Б. Акуленко [и др.] ; под ред. канд. экон. наук, доц. О.В. Девяткина, д-ра техн. наук, проф. А.В. Быстрова. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 952 с.

37. ООО «Счастье» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://checko.ru/company/schastye-1167847273043

38. Попова Н.А. Прибыль и рентабельность предприятия / Н.А. Попова // Институт экономики и антикризисного управления: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ieay.ru/nauka-v-ieau/nauchnye-trudyieau/finansovye-problemy-ozdorovleniya-ekonomiki-gosudarstva-i-predpriyatij-vrynochnyh-usloviyah/pribyl-i-rentabelnost-predpriyatiya/.

39. Прибыль как показатель эффективности хозяйственной деятельности предприятия // NiceFinances.ru – разборчиво о финансах: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nicefinances.ru/ereads-106-1.html

40. Трясцина Н.Ю. Трясцин Н.А. Факторный анализ финансовых результатов как инструмент управления организацией. [Электронный источник] Московский экономический журнал // URL - http://qje.su/otraslevaya-i-regionalnayaekonomika/tryastsina-n-yu-tryastsin-n-a-faktornyj-analiz-finansovyh-rezultatov-kakinstrument-upravleniya-organizatsiej/

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Отчет о финансовых результатах ООО «Счастье»

ИНН 7816332194 **Форма по КНД 0710096**

КПП 781001001 **Форма по ОКУД 0710002**

Отчет о финансовых результатах

Пояснения[6]	*Наименование показателя*	*Код строки*	*На 31 декабря 2024 года.*	*На 31 декабря 2023 года.*
1	*2*	*3*	*4*	*5*
	Выручка[7]	2110	633	2 371
	Расходы по обычной деятельности[8]	2120	(614)	(2 205)
	Проценты по уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	-	-
	Прочие расходы	2350	(-)	(-)
	Налоги и прибыль (доходы)[9]	2410	(6)	(25)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	13	141

[6] Указывается номер соответствующего пояснения к отчету о финансовых результатах.

[7] За минусом налога на прибыль.

[8] Включая себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы.

[9] Включая текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов.

Информация сформирована с использованием сервиса «Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности», размещенного на официальном сайте ФНС России в сети Интернет по адресу: https://bo.nalog.ru

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
УСИЛЕННОЙ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 475925666418402782743685465113061318968
Владелец: ФНС России
Действителен: с 30.01.2025 до 30.04.2026

ИНН 7816332194 **Форма по КНД 0710096**

КПП 781001001 **Форма по ОКУД 0710002**

Отчет о финансовых результатах

Пояснения[6]	*Наименование показателя*	*Код строки*	*На 31 декабря 2023 года.*	*На 31 декабря 2022 года.*
1	*2*	*3*	*4*	*5*
	Выручка[7]	2110	2 371	2 712
	Расходы по обычной деятельности[8]	2120	(2 205)	(2 519)
	Проценты по уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	-	-
	Прочие расходы	2350	(-)	(-)
	Налоги и прибыль (доходы)[9]	2410	(25)	(-)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	141	193

[6] Указывается номер соответствующего пояснения к отчету о финансовых результатах.

[7] За минусом налога на прибыль.

[8] Включая себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы.

[9] Включая текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов.

Информация сформирована с использованием сервиса «Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности», размещенного на официальном сайте ФНС России в сети Интернет по адресу: https://bo.nalog.ru

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
УСИЛЕННОЙ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 475925666418402782743685465113061318968
Владелец: ФНС России
Действителен: с 30.01.2025 до 30.04.2026

Бухгалтерский баланс организации ООО «Счастье»

ИНН 7816332194
КПП 781001001

Форма по КНД 0710096
Форма по ОКУД 0710001

Бухгалтерский баланс

Пояснения[1]	*Наименование показателя*	*Код строки*	*На 31 декабря 2024 года*	*На 31 декабря 2023 год*	*На 31 декабря 2022 года*
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*
	АКТИВ				
	Материальные внеоборотные активы[2]	1150	-	-	-
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы[3]	1170	-	-	-
	Запасы	1210	214	237	180
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	2	56	73
	Финансовые и другие оборотные активы[4]	1230	497	491	208
	БАЛАНС	1600	713	784	461
	ПАССИВ				
	Капитал и резервы[5]	1300	553	540	399
	Целевые средства	1350	-	-	-
	Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды	1360	-	-	-
	Долгосрочные заемные средства	1410	0	-	-
	Другие долгосрочные обязательства	1450	-	-	-
	Краткосрочные заемные средства	1510	0	-	-
	Кредиторская задолженность	1520	160	244	62
	Другие краткосрочные обязательства	1550	-	-	-
	БАЛАНС	1700	713	784	461

[1] Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу.
[2] Включая основные средства, незавершенные капитальные вложения в основные средства.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

АНКЕТА

«РЕКЛАМНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ»

Данная анкета разработана, чтобы помочь Вам оценить рекламные предпочтения населения. Она поможет в дальнейшей разработке рекомендаций, направленных на повышение уровня прибыли организации.

Отметьте ответ, который наиболее соответствует Вашему мнению.

Вопрос 1. Какая реклама для Вас наиболее предпочтительна?

Ответы:

А.Телевидение

Б.Газеты

В.Профессиональные издания

Г.Листовки, брошюры

Д.Радио

Е.Билборды

Ж.Реклама в транспорте

Вопрос 2. Какие качества рекламы для Вас наиболее важны?

Ответы:

А.Побудить к покупке

Б.Разобраться в ассортименте

В.Креативность рекламы

Г.Не интересует реклама

Вопрос 3. Хотели бы Вы обратиться в организацию ООО «Счастье» для приобретения мебели?

Ответы:

А.Да

Б.Нет

Спасибо за уделенное время!