

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

На тему Анализ финансовой устойчивости предприятия

Исполнитель Бориева Мержен
(фамилия, имя, отчество)

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

Петрова Екатерина Евгеньевна
(фамилия, имя, отчество)

**«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой**


(подпись)

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

Курочкина Анна Александровна
(фамилия, имя, отчество)

«1» июля 2021 г.

Санкт-Петербург
2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА.....	6
1.1 Сущность и значение финансового анализа организации.....	6
1.2 Методика анализа финансовой устойчивости для внутренних и внешних пользователей.....	10
2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ООО «ЭКСПОТУР».....	15
2.1 Характеристика деятельности ООО «Экспотур».....	15
2.2 Анализ основных показателей ООО «Экспотур».....	20
2.3 Отечественный и зарубежный опыт прогнозирования банкротства.....	33
3. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ООО «ЭКСПОТУР».....	38
3.1 Мероприятия по улучшению финансовой устойчивости	38
3.2 Применение инновационных технологий продаж товаров.....	43
3.3 АНАЛИЗ эффективности предложенного мероприятия.....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	61

ВВЕДЕНИЕ

Выбранная тема на сегодняшний день является очень актуальной в связи с тем, что переход к рыночной экономике требует от организаций увеличения эффективности производства, эффективных форм хозяйствования и управления производством, повышения конкурентоспособности продукции и услуг с применением достижений научно-технического прогресса, активизации предпринимательства, преодоления бесхозяйственности, инициативы и т. д.

В современных условиях, залогом эффективной деятельности предприятия является, умение руководства реально оценивать финансово-экономическое состояние как своей организации, так и состояние деловой активности партнеров и конкурентов.

Устойчивое финансовое состояние предприятия является основой успешной и стабильной работы организации. Оно является наиболее важной характеристикой надежности и деловой активности, определяет потенциал в деловом сотрудничестве, конкурентоспособность предприятия, дает возможность оценить степень гарантированных экономических интересов фирмы и контрагентов.

В условиях перехода к рынку к числу наиболее важных экономических проблем относится определение границ финансового состояния предприятий, так как если предприятие достаточно платежеспособно и финансово устойчиво, то перед другими предприятиями того же профиля оно имеет ряд преимуществ в выборе поставщиков и подборе квалифицированных кадров, в получении кредитов и привлечении инвестиций.

Значимость анализа финансово-экономического состояния предприятия трудно переоценить, так как именно он является той базой, которая является основой для разработки финансовой политики предприятия.

Целью ВКР является анализ финансовой устойчивости предприятия и разработка мероприятий по его улучшению.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Определить сущность термина финансового анализа
2. Рассмотреть методы анализа финансовой устойчивости в России и за рубежом.
3. Провести анализ организационно-экономической характеристики предприятия.
4. Провести анализ финансовой устойчивости предприятия.
5. Разработать мероприятия по улучшению финансовой устойчивости предприятия ООО «Экспотур».

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью «Экспотур» (далее ООО «Экспотур»).

Предметом для исследования являются показатели, дающие характеристику анализа финансов предприятия, на основе которых производится разработка управленческих решений.

Методологической и теоретической основой выпускной квалифицированной работы послужили положения, изложенные в трудах российских ученых экономистов и финансистов, таких как: А.И. Ковалев, В.В. Ковалева, И.Т. Балабанов, Л.В. Донцова, Г.В. Савицкая, А.Д. Шеремет.

Источниками информации исследования явились: нормативные акты, статьи ведущих экономистов по вопросам , анализа финансовой устойчивости предприятия, данные баланса предприятия за периоды с 01.01.2018 . по 31.12.2020 .

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА

1.1 Сущность и значение финансового анализа организации

Основой стабильного положения организации и залогом ее выживания в условиях рынка и служит его устойчивое финансовое состояние.

Оно отображает такое положение финансовых ресурсов, при котором предприятие, беспрепятственно распоряжаясь денежными средствами, путем эффективного их использования, имеет гарантии стабильного и бесперебойного процесса производства и реализации продукции, а также возможность его обновления и расширения.

В современной литературе по экономике в настоящее время еще не определен единый подход к формулировке сути финансового состояния и его взаимосвязи с инвестиционной привлекательностью и финансовой устойчивостью предприятия. Поэтому имеет смысл остановиться на мнении ведущих экономистов в этой области (табл. 1.1).

К определению понятия «финансовое состояние» существуют следующие подходы:

1. Под финансовым устойчивости понимается характеристика размещения средств предприятия и их динамика в процессе воспроизводства, которая отражает также способность предприятия к развитию в будущем (Маркарян Э.А., Шеремет А.Д., Баканов М.И., Савицкая Г.В.).
2. Финансовое состояние является как составной частью экономического потенциала предприятия, отображающее финансовые результаты его деятельности (Ковалев В.В.).
3. Учетно-аналитический подход к сущности финансового состояния определяется как совокупность показателей финансовой отчетности предприятия (Гиляровская Л.Т.).

4. Финансовое состояние понимают как показатель, характеризующий инвестиционную привлекательность организации, его конкурентоспособности на финансовом рынке (Любушин Н.П.).

Таблица 1.1

Методы определения понятия «финансового состояния»

Автор	Характеристика определения	Свойства определения
Маркарян Э.А.	Совокупность показателей, которые отражают способность предприятия погасить долговые обязательства	Финансовое состояние является результатом взаимодействия всех элементов системы финансовых отношений предприятия.
Шеремет А.Д., Баканов М.И.	Характеризует размещение и использование средств предприятия	Выражает рациональность структуры актива и пассива (имущества предприятия и его источников); эффективность использования средств организации, рентабельность продукции, уровень платежеспособности и ликвидности предприятия, степень его финансовой устойчивости.
Савицкая Г.В.	Экономическая категория, которая отражает состояние капитала в процессе его кругооборота и способность организации к саморазвитию на определенный момент времени	В процессе хозяйственной деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяется финансовое состояние предприятия, внешним проявлением которого выступает платежеспособность
Ковалев В.В.	Характеризуется финансовым и имущественным состоянием предприятия, результатами его хозяйственной деятельности, а также возможностями последующего развития	Рассматривает оценку финансовой устойчивости предприятия как составную часть оценки финансового состояния предприятия.
Гиляровская Л.Т.	Определенная совокупность показателей, которая отражает в балансе по состоянию на конкретный момент времени (начало и конец квартала, полугодия, девяти месяцев, года) остатки по определенным счетам или совокупности счетов бухгалтерского учета	Характеризует в общем виде динамику в структуре средств и источниках их покрытия (собственных или заемных) на конец периода по сравнению с их началом
Любушин Н.П.	Способность организации финансировать свою деятельность	Характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования, эффективным их использованием и целесообразным размещением, а так же финансовыми взаимоотношениями с прочими

		юридическими и физическими лицами и финансовой устойчивостью
--	--	--

Финансовой деятельности по мнению М.Н. Крейниной, является очень важным элементом любого экономического исследования. Под термином «финансовой деятельности предприятия», М.Н. Крейнина понимает экономическую такую категорию, которая отражает состояние капитала в процессе его кругооборота, и способность субъекта хозяйствования к развитию на определенный момент времени.

В международной практике под финансовой деятельности предприятия понимают набор индикаторов и форм финансовой отчетности, отражающих финансовую устойчивость, платежеспособность, деловую активность и рентабельность предприятия.

В условиях рыночной экономики финансовое состояние отображает итоговые результаты деятельности предприятия. Конечные результаты деятельности организации могут привлекать как работников этого предприятия, так и таких заинтересованных лиц, как партнеры по экономической деятельности, налоговые, государственные, финансовые органы и др. Все это обосновывает значимость проведения оценки финансового состояния организации и увеличивает роль такого анализа в экономическом процессе. Анализ финансовой деятельности является переменной составляющей как финансового менеджмента на предприятии, так и его экономических взаимосвязей с контрагентами, финансово - кредитной системой.

На основании итогов оценки финансовой деятельности обосновываются и разрабатываются различные управленческие решения. Финансовый анализ предшествует действиям и решениям, дает им обоснование и является базой научного управления организацией, обеспечивая его объективность и эффективность.

Цель анализа финансовой устойчивости-сравнение и оценка деятельности предприятия за разные промежутки времени, прошедших периодов и

деятельности на данный момент, а также прогноз будущего потенциала предприятия.

Результатом анализа финансовой устойчивости предприятия является:

1. Выявленные показатели финансового положения.
2. Установленная динамика финансового анализа компании в пространственно-временном аспекте.
3. Установленные основные факторы, вызывающие изменения в финансовом состоянии.
4. Выводы и прогнозирование по основным тенденциям динамики финансового состояния фирмы [10, с. 247–251].

В отечественной экономической литературе выделены основные группы задач внутреннего анализа финансового положения организации:

1. Идентификация финансового состояния предприятия.
2. Определение в пространственно-временном разрезе динамики финансового анализа предприятия.
3. Выявление основных факторов, которые повлияли на изменения финансового анализа.
4. Оперативное установление и устранение узких мест в финансовой деятельности и изыскание резервов улучшения финансового положения предприятия и его платежеспособности.
5. Прогнозирование вероятных финансовых результатов, экономической рентабельности, основанной на реальных условиях хозяйственной деятельности и присутствия собственных и заемных ресурсов, изыскание моделей финансового состояния при различных вариациях применения ресурсов.
6. Разработка комплекса мероприятий, направленных на улучшение финансовой деятельности организации и наиболее эффективное использование финансовых ресурсов предприятия.

Составляющие внешней оценки финансового анализа во многом зависят от сферы экономических интересов пользователей [4, с. 88–111].

Целью изучения анализа финансовой устойчивости предприятия является поиск дополнительных финансовых ресурсов для наиболее рационального и экономического ведения хозяйственной деятельности

1.2 Методика анализа финансовой устойчивости для внутренних и внешних пользователей

Внутренний анализ финансовой устойчивости проводится собственными силами предприятия, например, финансово-экономическим отделом, отделом внутреннего аудита, финансовыми консультантами. Исследование финансового состояния есть ничто иное, как изучение и оценка экономических показателей с целью планирования поступления финансовых ресурсов, рационального расходования средств на нужды предприятия, использования заемного и собственного капитала предприятия таким образом, чтобы обеспечить бесперебойную работу организации, увеличить эффективность использования имущества, ускорить оборачиваемость средств во времени, исключить вероятность банкротства. Достигнуть целей внутреннего анализа возможно, определив взаимосвязи набора аналитических задач:

- Анализ финансовой деятельности организации за определенный период, изучение динамики изменений этого уровня в сравнении с предшествующим периодом, пороговыми значениям и плановыми показателями организации;
- установление причинно-следственных связей между показателями, оценка характера и степени их влияния на изменения финансового состояния;
- изыскание резервов для улучшения финансового состояния предприятия, увеличения его финансовой устойчивости, платежеспособности и эффективности использования капитала и имущества;
- Принятие мер для разработки эффективных управленческих решений по поиску дополнительных резервов.

Методика анализа финансовой устойчивости предприятия для внутренних пользователей включает следующие важнейшие этапы.

1. Сбор, оценка и обработка необходимой для аналитики информации – нормативная и законодательная документация, направленная на регулирование хозяйственной жизни предприятия; финансовая и бухгалтерская отчетность; показатели регистров бухгалтерского учета, первичной бухгалтерской документации; данных управленческого учета; нормативные плановые данные и данные бизнес-плана организации.

2. Проведение анализа финансовой устойчивости предприятия, включая:

- изучение бухгалтерской отчетности фирмы, т.е. рассмотрение основных источников средств предприятия, форм их вложения, притоков и оттоков денежных средств, источников прибыли, организационной структуры предприятия и направлений его деятельности, дивидендной политики и т.д.;
- оценку размера частных и обобщающих показателей, оценивающих финансовую деятельность предприятия, анализ изменений показателей;
- определение причин, повлекших негативное отклонения уровня финансовой деятельности предприятия от эталона и динамики показателей;
- Анализ размера влияния каждого из факторов на изменение уровня финансовых показателей;
- изыскание резервов для улучшения финансовой деятельности организации, поиска возможности увеличения эффективности использования капитала.

3. Формирование выводов о финансовой деятельности предприятия на основании данных анализа и предложении мероприятий для улучшения финансовых показателей.

Предлагаемый метод анализа финансовой устойчивости предприятия, направленный для внутренних пользователей имеет преимущества, которые дают возможность:

- четко определить границы анализа для необходимой и достаточной для оценки;
- достоверно и в полной мере исследовать финансовое состояние, основываясь на сравнения показателей ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости и эффективности использования имущества с их нормативными значениями;
- обеспечить проведение исследования состояния предприятия, опираясь на факторы, предложенные классификации показателей;
- вывести формулы расчета базовых значений и расчеты взаимосвязи показателей, посредством которых можно определить влияние факторов первого, второго, третьего и т.д. порядка на обобщающие показатели;
- оценить реальную платежеспособность предприятия на основании структуры доходов и расходов компании;
- рассчитать реальные доходы от мобилизации резервов улучшения финансового состояния предприятия.

Методика финансового анализа, предназначенного для внешних пользователей, принципиально отличается от методики для внутреннего использования, по методам исследования, объекту, цели и предельным нормативам. Для внутренних пользователей основной целью служит изыскание дополнительных резервов и определение факторов, влияющих на отклонение показателей от базисных значений. Для внешнего же использования основными целями служат:

- для кредиторов и инвесторов – оценка перспектив организации с точки зрения инвестиционной привлекательности ;

для налоговых органов, органов статистики, партнеров организации, – оценка финансовой состоятельности, определения признаков банкротства.

Объектом анализа для внутренних пользователей, как правило, является одна организация, а для внешних – может изучаться и ряд предприятий. Отличаются и применяемые методы оценки финансового состояния организации. Для внутренних пользователей прибегают к анализу по

техническим факторам и методу сравнения, а для внешних используют чаще сравнительный анализ. Внутренние пользователи при оценке применяют индивидуальные базисные показатели, рассчитанные на основании технических нормативов внутри предприятия, а для внешних пользователей базисными показателями служат расчеты мировых и отечественных экономистов.

Задачами анализа финансовой деятельности организации для внешних пользователей являются:

- объективное изучение уровня финансовой деятельности предприятия на определенный момент и оценка изменения этого уровня за изучаемый период;
- выявление причин отклонения уровня финансовой деятельности от базисных показателей и определение характера изменения финансового состояния организации в динамике;
- выводы и рекомендации с определением возможности и условий сотрудничества с анализируемой организацией.

Методика анализа финансового состояния для внешних пользователей состоит из следующих этапов:

1. Отбор и оценка достоверности необходимой для анализа информации. Достоверность может оцениваться при привлечении независимого аудитора;
2. Проведение аналитических расчетов для определения финансового состояния предприятия, таких как расчет индикаторов финансовой устойчивости, платежеспособности, ликвидности, эффективности использования капитала и имущества; сравнение рассчитанных показателей с нормативами для определения финансового состояния организации; изучение в динамике изменений показателей и оценку степени влияния факторов, повлекших эти изменения.
3. Определение возможности сотрудничества и условий взаимоотношений с изучаемым предприятием.

Предложенная методика анализа финансового состояния дает возможность для внешних пользователей:

- Провести обобщенный анализ финансовых показателей предприятия по данным бухгалтерской отчетности;
- выявить факторы первого и второго порядка, повлиявшие на изменение финансового состояния организации и установить степень их влияния;
- оценить уровень платежеспособности предприятий и их реальную возможность рассчитаться по своим долгам;
- использовать разработанную учеными систему базисных показателей финансового состояния, как норматив для оценки и сравнения финансового положения изучаемого предприятия.

Вывод

В современной экономической действительности субъекты хозяйствования находятся перед проблемой самостоятельного выбора стратегии развития, поиска источников финансирования, полностью ощущают бизнес-риски всех уровней – коммерческие, финансовые, валютные. В этих условиях очевидна значимость получения такой информации, которая позволила бы всесторонне обосновать стратегические и текущие финансовые решения, снизить риск при бизнес-планировании, выбрать надежных партнеров и предвидеть финансовые результаты своей деятельности. Решить эти задачи позволяет финансовый анализ. Он является методом оценки и прогнозирования финансового состояния предприятия на основе данных бухгалтерского учета и отчетности. Его задача – оценить финансовое состояние, выяснить возможности повышения эффективности работы предприятия с помощью рациональной финансовой политики, оценить направления развития предприятия, исходя из потребности в финансовых ресурсах. Проведение анализа дает возможность своевременного выявления и устранения недостатков в финансовой деятельности предприятия, нахождения резервов улучшения финансового состояния и платежеспособности.

2.АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ООО «ЭКСПОТУР»

2.1Характеристика деятельности ООО «Экспотур»

Компания ООО «Экспотур» (Строительная Керамика) специализируется на комплектации частных объектов строительства фасадными и кровельными материалами, а так же материалами для благоустройства ландшафта.

Фирменное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Экспотур». Сокращенное наименование: ООО «Экспотур».

Организационно правовой формой общества «Экспотур» является общество с ограниченной ответственностью. Основными документами, регулирующими деятельность ООО «Экспотур» являются Федеральный закон РФ от 08.02.1998 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» в ред. от 02.08.2009, Федеральный закон от 19.07.2009 №205-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», Федеральный закон от 30.12.2008 №312-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Обществом с ограниченной ответственностью (далее - общество) 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.

Адрес предприятия: 660135, г. Красноярск, ул. Весны, д. 6, офис 162.

Руководитель предприятия: Смирнов Сергей Владимирович.

Технологии в области производства строительных материалов развиваются из года в год, выпускаются новые строительные материалы с применением инновационных технологий. Наша компания идет в ногу со временем, постоянно пополняя свой ассортимент товаров, и предлагает ознакомиться и приобрести материалы для строительства, фасадные материалы, а так же материалы для кровли ведущих мировых и отечественных производителей:

- Лицевой кирпич российского и импортного производства;
- Теплую керамику, крупноформатные керамические блоки;
- Фасадную клинкерную плитку для облицовки зданий;
- Морозостойкую клинкерную плитку и ступени;
- Теплоизоляционную систему Termosit и комплектующие;
- Сухие строительные смеси, цветные кладочные растворы;
- Искусственный декоративный камень;
- Клинкерную брусчатку из Германии;
- Натуральная керамическая и цементно-песчаная черепица: таких производителей как, Laumans, Koramic (Германия)
- Гидроизоляционные и пароизоляционные материалы;
- Мансардные окна из Дании;
- Вентиляционные кровельные системы из Финляндии;
- Водосточные системы из ПВХ и металла Российского и импортного производства;
- Комплектующие для кровли и кровельные аксессуары;
- Мягкую кровлю «Kateral» из Финляндии, «Тегола» из России;
- Базальтопластиковую и стеклопластиковую арматуру;
- Крепеж для фасадов и химический анкер;

Основные принципы нашей работы:

- Чуткое отношение к каждому клиенту до полного выполнения обязательств по договору ;

- Высокое качество товаров и сопровождение сделок;
- Разумная ценовая политика, гибкая система скидок;
- Четко отлаженная система логистики;

Компания всегда открыта для сотрудничества, установления новых контактов делового партнерства для взаимовыгодных долгосрочных отношений.

На сегодняшний день ООО "Экспотур" занимает одну из лидирующих позиций на строительном рынке по предложению широкого ассортимента лицевого кирпича, керамических блоков POROTHERM и керамической черепицы в Сибирском Федеральном Округе.

С нами сотрудничают как частные, так и крупнейшие застройщики города Красноярска, специализирующиеся на монолитно-кирпичном и кирпичном домостроении: Строительная компания «Арбан», строительная компания «Культбытстрой», строительная компания «Енисейлесстрой», СК «Реставрация», ООО Управляющая Строительная Компания «Сибиряк», ООО Управляющая Строительная Компания «Новый город», ООО Жилищно Строительная Компания «Гранд» и другие.

Изначально ООО "Экспотур" специализировался на продаже керамической и цементно-песчаной черепицы, натурального камня, лицевого кирпича, цветных растворов для кладки кирпича, теплоизоляционных материалов, кирпича для каминных печей. Сегодня ассортимент компании насчитывает более 11 000 товарных позиций.

Коллектив организации – это настоящие профессионалы своего дела с многолетним опытом, квалифицированные специалисты в области организации дистрибуции строительных и отделочных материалов. Организация оказывает квалифицированную и качественную поддержку в решении самых сложных и на первый взгляд невыполнимых задач, стоящих перед заказчиками и партнерами.

Кровля это очень сложная конструкция и важный элемент здания, ее многослойная конструкция состоит из ряда компонентов, таких как пароизоляционная пленка, ветрозащита, утеплитель, гидроизоляция, кровельное покрытие (черепица, ондулин и т.д.) и ряда других элементов.

Если конструкция кровли здания спроектирована правильно, то она обеспечивает вентиляцию подкровельного пространства и надежную защиту от образования конденсата и теплопотерь.

Кровля – это самый верхний элемент покрытия, который предохраняет здание от проникновения атмосферных осадков и возможных механических воздействий. Если кровля вашего дома, коттеджа, здания или сооружения спроектирована и построена грамотно, с участием настоящих профессионалов, вы можете быть уверены в сохранности всего объекта, а также в сохранности внутренней отделки, элементов интерьера и оборудования. Так как основное назначение кровли защищать здание от атмосферных осадков и их воздействий, роль хорошей кровли очень высока и значима в современном строительстве домов, коттеджей, зданий и др.

Ведущие места по разнообразию продукции импортируемой из-за рубежа на рынок России, занимает Финляндия и Германия.

Финский климат приближен к климату России. Поэтому финские строительные материалы способны выдерживать суровые морозы, и устойчивы к частым оттепелям, заморозкам и атмосферным осадкам. Кровельные материалы, произведенные в странах с теплым климатом, не предсказуемы при эксплуатации в наших погодных условиях, и именно поэтому предприятие предлагает применять сертифицированные материалы, прошедшие не одни технические испытания, имеющие гигиенические сертификаты и имеющие высокие эксплуатационные показатели.

А клинкерный кирпич, поставляемый от немецких производителей, имеет высокую марку прочности, минимальное водопоглощение всего лишь 3%, высокую морозостойкость и при всех высоких технических показателях имеет широкое разнообразие цветов, оттенков и фактурных поверхностей.

Предприятие является представителем крупнейших производителей фасадных материалов и производителей кровельных материалов, таких как Feldhaus Klinker, ABC Klinker, Winerberger, Laumans, Tegola и др.

Для возведения несущих стен строительных объектов предприятие предлагает поризованные керамические блоки Porotherm Австрийского концерна Winerberger, стены из таких блоков не требуют утепления, что позволяет сократить расходы на применение различных утеплителей, сокращается расход кладочного раствора, при этом сохраняется энергоэффективность и экологичность конструкции стен зданий.

Корпоративные ценности компании это:

Профессионализм, ответственность, опыт и компетентность. Все те кто сотрудничает с компанией, получает максимальное внимание к поставленным нам задачам и потребностям. Клиенты компании не делятся на категории более важные и не очень. Все и всегда могут рассчитывать на высококвалифицированную помощь, и получает квалифицированные консультации ведущих специалистов.

Стабильность компании. Не ставит перед собой задачу добиться краткосрочного успеха и получить максимальную прибыль. Приоритеты - это установление долгосрочных отношений с надежными партнерами и взаимовыгодное сотрудничество.

Надежность и качество предлагаемых предприятием материалов подтверждено сертификатами соответствия, протоколами технических испытаний и паспортами качества. По собственной инициативе организация провела дополнительные испытания в лицензионном сертификационном центре ЗАО Красноярск ПромстройНИИпроект на ряд строительных материалов. Компания ценит свою заслуженную репутацию, выполняли, выполняем, и будем выполнять взятые на себя обязательства перед заказчиками, партнерами и поставщиками. Им доверяют, и они не могут потерять это доверие.

Социальная ориентированность, одна из главных ценностей предприятия. Сотрудникам компании предоставлены все условия для полной реализации их способностей, повышение профессиональных навыков, а именно предоставление возможности посещения различных семинаров и

тренингов, а также обеспечение достойного вознаграждения за высокие показатели результатов труда. Успех каждого сотрудника – это составляющая часть успеха, развития и процветания всей компании.

Этический Кодекс организации подразумевает следующие нормы:

- Соблюдение действующего законодательства Российской Федерации и Конституции РФ, установленных правовых норм, норм нравственности и правил делового этикета;
- Безукоризненное соблюдение взятых на плечи компании обязательств и гарантирование высокого качества товаров и услуг;
- Ответственность за качество и результаты своей работы;
- Порядочная конкуренция;
- Отказ от сотрудничества с юридическими и физическими лицами с сомнительной репутацией;
- Компания признает право и необходимость контроля деятельности со стороны надзорных органов и всегда действует в рамках действующего законодательства.

2.2 Анализ основных показателей ООО «Экспотур»

Изучение финансовых результатов деятельности начинается с анализа валового дохода, так как он является основным источником формирования прибыли и является добавленной стоимостью, созданной ею. Валовой доход – это прибылеобразующий показатель. За счет валового дохода покрываются затраты и образуется прибыль.

Анализ валовой прибыли, предполагает изучение факторов только прибыли, в частности изменения объема реализации, затрат на производство и сбыт реализованной продукции, цен на товары. Формирование валовой прибыли рассмотрим в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Структура валовой прибыли предприятия

	Наличие, тыс. руб.	Изменение
--	--------------------	-----------

Состав основных средств	2018	2019	2020	2019к 2018	2020 к 2019
Выручка (нетто) от продажи товаров, работ, услуг	11166	81261	73189	70095	-8072
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	7344	46346	50259	39002	3913
Валовая прибыль	3822	34915	22930	31093	-11985
Коммерческие расходы	3399	29882	19267	26483	-10615
Управленческие расходы	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	423	5033	3663	4610	-1370

Как видно из таблицы 2.1 валовая прибыль (прибыль от реализации) в отчетном периоде сократилась на 11985 тыс. руб.

Важнейшим фактором, влияющим на величину прибыли от реализации продукции, является изменение объема производства и реализации продукции.

Чем больше объем реализации в конечном счете, тем больше прибыли получит предприятие, и наоборот, в нашем случае выручка от продажи товаров, работ, услуг сократилась на 8072 тыс. руб.

Зависимость прибыли от этого фактора при прочих равных условиях прямо пропорциональная.

Вторым, не менее важным фактором, влияющим на величину прибыли от реализации товарной продукции, является изменение уровня себестоимости продукции. Если изменение объема реализации влияет на сумму прибыли прямо пропорционально, то связь между величиной прибыли и уровнем себестоимости обратная.

Себестоимость увеличилась на 3913 тыс. руб., что является отрицательным фактором для предприятия.

Объектом особого внимания на предприятии является прибыль от продаж продукции (продукции, работ услуг).

Проведение факторного анализа прибыли от продаж позволяет:

- оценить резервы повышения эффективности производительности производства;

- наметить управленческие решения по использованию производственных факторов.

По данным таблицы 2.1 величина прибыли от продаж продукции, товаров, работ, услуг в 2019 году составила 5033 тыс. руб. За 2020 год прибыли от продажи продукции составила 3663 тыс. руб. Снижение прибыли от продаж продукции предприятия произошло за счет снижения выручки от продажи продукции.

При проведении вертикального анализа в первую очередь необходимо определяют структуру показателей для изучения. Выручка от реализации уменьшается на затраты на приобретение товара (себестоимость), на управленческие, коммерческие и прочие расходы, на оплату начисленных налогов и, в итоге, в распоряжении предприятия остается нераспределенная (чистая) прибыль. Поэтому, структуру показателей отчетности будем определять как удельный вес рассматриваемого показателя в выручке от продаж. Для того, чтобы получить более четкую структуру, некоторые показателя объединим в одну группу (табл.2.2).

Определив структуру данных отчета о прибылях и убытках, мы можем провести анализ и определить изменения в структуре как положительные, так и отрицательные.

Таблица 2.2

Вертикальный анализ отчета о прибылях и убытках

Состав основных средств	Структура, %			Изменение	
	2018	2019	2020	2019к 2018	2020 к 2019
Выручка (нетто) от продажи товаров, работ, услуг	100	100	100	0	0

Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	65,77	57,03	68,67	-8,74	11,64
Валовая прибыль	34,23	42,97	31,33	8,74	-11,64
Коммерческие расходы	30,44	36,77	26,32	6,33	-10,45
Прибыль от продаж	3,79	6,19	5,00	2,41	-1,19
Прочие доходы	0	0,01	0,11	0,0062	0,103
Прочие расходы	0,04	0,05	0,04	0,012	-0,004
Прибыль (убыток) до налогообложения	3,75	6,15	5,07	2,40	-1,081
Чистая прибыль	3,00	4,92	4,06	1,921	-0,86

Из таблицы 2.2 видно, что наибольший удельный вес в выручке от продаж занимает себестоимость проданных товаров, в 2020 году она составляла 68,67 %. А наименьший удельный вес в выручке от продаж занимают прочие расходы, в 2018 году они составили 0,04 %.

Коммерческие расходы в 2020 году составили 26,32 %. Чистая прибыль в 2020 году составила 4,06 %.

Рассматривая структуру показателей в динамике заметно, что в целом по предприятию происходит снижение удельного веса всех показателей.

Снижение показателя прибыли от продаж свидетельствует об уменьшении рентабельности продукции и относительном увеличении издержек производства и обращения.

Увеличение удельного веса себестоимости в выручке от продаж на 11,64 % вызвано прежде всего увеличением затрат на реализацию, менее эффективного использования имеющихся мощностей, приобретение низколиквидных товаров, затоваривание складов и рост издержек на их хранение. Это увеличение является для предприятия отрицательным направлением.

За счет того, что увеличился удельный вес себестоимости в выручке от продаж, уменьшился соответственно и удельный вес валовой прибыли на 11,64%. Удельный вес коммерческих расходов снизился на 10,45 %.

В процессе анализа стало заметно, что на предприятии происходит уменьшение удельного веса прибыли на всех этапах расчета чистой прибыли.

Так произошло уменьшение удельного веса валовой прибыли на 11,64%, прибыли от продаж на 1,19% и снижение прибыли до налогообложения на 1,081% и чистой прибыли на 0,86%.

Смысл любой хозяйственной деятельности состоит в достижении положительного экономического эффекта в виде абсолютного показателя - прибыли или относительно - рентабельности. Тем самым рентабельность выступает главным объектом и целью финансового менеджмента предприятия.

Чем больше уделяется внимание рентабельности, тем успешнее функционирует предприятие.

Показатель рентабельности собственного капитала является наиболее важной характеристикой деятельности предприятия с точки зрения его акционеров (собственников) (табл. 2.3).

Изменение значений коэффициента рентабельности собственного капитала может быть вызвано, например, ростом или падением котировок акций предприятия на бирже, однако следует учитывать, что учетная цена акций не всегда соответствует их рыночной цене.

Таблица 2.3

Исходные данные для расчета и анализа рентабельности предприятия

Код строк и	Показатели	2019 г.	2020 г.	Изменения (+,-)
		Тыс. руб.	Тыс. руб.	Тыс. руб.
1.	Выручка от продажи продукции (без НДС)	81261	73189	-8072
2.	Себестоимость проданных товаров	46346	50259	3913
3.	Прибыль (убыток) от продаж	5033	3663	-1370
4.	Прибыль до налогообложения	4999	3711	-1288

5.	Чистая прибыль	3999	2969	-1030
6.	Внеоборотные активы	497	384	-113
7.	Оборотные активы	44955	15417	-29538
8.	Источники собственных средств (собственный капитал)	2160	5979	3819
9.	Рентабельность затрат, %	10,78	7,38	-3,4
10.	Рентабельность продаж по налогооблагаемой прибыли, %	6,15	5,07	-1,08
11.	Рентабельность продаж по прибыли от продаж, %	6,19	5	- 1,19
12.	Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	04,92	4,05	- 0,87
13.	Рентабельность имущества, %	8,78	18,78	-10
14.	Рентабельность собственного капитала, %	185,13	49,65	- 135,48

Как видно из таблицы 2.3, рентабельность продаж, рассчитанная по чистой прибыли, снизилась на 0,87 %, основными факторами ее снижения являются: рост затрат на реализацию продукции; падение объемов реализации.

Проводить анализ финансового состояния на основании данных бухгалтерского баланса достаточно трудоемко и малоэффективно, так как в нем содержится слишком большое количество оценочных показателей, затрудняющих выделение основных составляющих финансового состояния фирмы¹. В связи с этим, используют сравнительный аналитический баланс для определения структуры и динамики финансового состояния предприятия, который получают путем уплотнения и дополнения отдельных статей исходного баланса, а также определением динамики изменений структуры. (таблица 2.4).

¹ См. Приложение 1,2.

Таблица 2.4

Сравнительный аналитический баланс актива

Сравнительный аналитический баланс	Абсолютные величины, тыс. руб.			Удельные веса, %			Изменения 2020 к 2018	
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	В абсолютных величинах, тыс. руб.	в удельных весах, %
1. Имущество, всего	9420	45452	15801	100	100	100	6381	х
1.1. Внеоборотные активы	0	497	384	0,00	1,09	2,43	384	2,43
1.2. Оборотные активы	9420	44955	15417	100,00	98,91	97,57	5997	-2,43
1.2.1. Запасы и затраты	990	2598	2691	10,51	5,72	17,03	1701	6,52
1.2.2. Дебиторская задолженность	7230	38435	6363	76,75	84,56	40,27	-867	-36,48
1.2.3. Денежные средства и ценные бумаги	323	2152	1	3,43	4,73	0,01	-322	-3,42

Анализируя данные таблицы 2.4 за 2018-2020гг. можно сказать о том, что всего имущество предприятия увеличилось на 6381 т.р., при этом внеоборотные активы выросли на 384 т.р., оборотные – на 5997 т.р., запасы - на 1701 т.р.

Дебиторская задолженность снизилась на 867 тыс. руб., денежные средства снизились на 322 т.р.

В структуре актива баланса произошли следующие изменения: доля внеоборотных активов увеличилась на 2,43 %, денежные средства снизились на 3,42%, дебиторская задолженность уменьшилась – на 36,48%, Доля оборотных активов уменьшилась на 2,43%, запасов возросла на 6,52%.

Это говорит о том, что на предприятии хорошо работает отдел сбыта, юридический отдел и отдел управления закупками.

В абсолютных величинах имущество увеличилось на 6381 тыс. руб., внеоборотные активы – на 384 тыс. руб., оборотные активы – на 5997 тыс. руб., запасы - на 1701 тыс. руб., при этом дебиторская задолженность снизилась на 867 тыс.руб., денежные средства – на 322 тыс. руб.

Величина собственных средств в обороте, равная разности итогов разделов III и I баланса, увеличилась на 4861 тыс. руб.

Анализируя баланс пассива (таблица 2.4) можно сказать следующее: всего источники имущества увеличились на 6381 т.р., при этом собственный капитал увеличился на 5245 т.р., заемный капитал увеличился на 1136 т.р., долгосрочных обязательств у предприятия нет, краткосрочные займы и кредиты - возросли на 384 т.р., а кредиторская задолженность увеличилась - на 752 тыс.руб.

В структуре пассива снизилась доля заемного капитала на 30,05%, доля краткосрочных займов увеличилась на 2,03%.

Доля собственного капитала увеличилась на 30,05% и уменьшилась доля кредиторской задолженности – на 32,07%.

Таблица 2.4

Сравнительный аналитический баланс пассива

Пассив	Абсолютные величины, тыс. руб.			Удельные веса, %			Изменения 2020 к 2018	
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	в абсолютных величинах, тыс. руб.	в удельн ых весах, %
1. Источники имущества, всего	9420	45452	15801	100	100	100	6381	х
1.1. Собственный капитал	734	2160	5979	7,79	4,75	37,84	5245	30,05
1.2. Заемный капитал	8686	43292	9822	92,21	95,25	62,16	1136	-30,05
1.2.1. Долгосрочные обязательства	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00
1.2.2. Краткосрочные кредиты и займы	94	94	478	1,00	0,21	3,03	384	2,03
1.2.3. Кредиторская задолженность	8592	41222	9344	91,21	90,69	59,14	752	-32,07

Наряду с абсолютными величинами для оценки ликвидности предприятия рассчитывают и анализируют следующие относительные показатели: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент критической оценки, коэффициент абсолютной ликвидности. Оценить платежеспособность предприятия можно, воспользовавшись таблицей 2.5.

Таблица 2.5

Анализ платежеспособности предприятия

Показатели	2019 г.	2020 гг.	Норматив
Исходные данные, тыс.руб.			
1. Общая сумма текущих активов	44955	15417	
2. Быстрореализуемые активы	2151	1	
3. Наиболее ликвидные активы	2151	1	
4. Наиболее срочные обязательства	41222	9344	
5. Краткосрочные пассивы	43292	9822	
6. Внеоборотные активы	497	3894	
7. Источники собственных средств (собственный капитал)	2160	5979	
Расчетные показатели			
Коэффициент текущей ликвидности	1,04	1,57	>2
Коэффициент критической оценки	0,05	0,0001	>1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,02	0,01	>0,2
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,03	0,36	≥ 0,1
Коэффициент утраты платежеспособности	0,9		>1

Структура баланса предприятия признается неудовлетворительной, а предприятие - неплатежеспособным, если выполняется одно из следующих условий:

- коэффициент текущей ликвидности на конец отчетного периода имеет значение менее 2;
- коэффициент обеспеченности собственными средствами на конец отчетного периода имеет значение менее 0,1.

Принято считать, что базисное значение коэффициента текущей ликвидности является завышенным - у большинства предприятий этот коэффициент ниже 2, хотя их платежеспособность вне сомнений.

Признание предприятия неплатежеспособным, не означает признание его несостоятельным и не влечет за собой наступление гражданско-правовых последствий для собственника. Поэтому эталонные значения показателей установлены таким образом, чтобы обеспечить должный контроль над финансовым состоянием организации своевременно принять меры для недопущения финансового краха, а также стимулировать организацию к самостоятельному выходу из кризисного состояния.

В случае, если хотя бы один из рассчитанных нами коэффициентов не соответствует нормативным значениям, рассчитывается коэффициент утраты (восстановления) платежеспособности за предстоящий период (6 месяцев). Если коэффициент обеспеченности собственными средствами больше или равен 0,1, а коэффициент текущей ликвидности больше или равен 2, то рассчитывается коэффициент утраты (восстановления) платежеспособности за предстоящий период, равный трем месяцам. При расчетах определяется реальная возможность организации полностью восстановить или утратить платежеспособность в течение заранее назначенного периода. Выяснить это предоставляется возможным при помощи коэффициента восстановления (утраты) платежеспособности.

$$K_{\text{утраты}} = \frac{K_{\text{мл}}^{\text{к}} + \frac{3}{12}(K_{\text{мл}}^{\text{к}} - K_{\text{мл}}^{\text{н}})}{2},$$

где $K_{\text{мл}}^{\text{к}}$ – коэффициент текущей ликвидности на конец года; $K_{\text{мл}}^{\text{н}}$ – коэффициент текущей ликвидности на начало года.

Таким образом, рассчитав коэффициент утраты платежеспособности можно сказать, что этот показатель близок к нормативу и предприятие за 3 месяца не утратит свою платежеспособность.

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость во многом зависят от оптимальной структуры источников капитала, оптимальности структуры активов предприятия и в первую очередь от соотношения основных и оборотных средств.

Проанализировать структуру источников предприятия и оценить степень финансовой устойчивости можно с помощью расчета коэффициентов, представленных в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Анализ финансовой устойчивости

Показатели	2018	2020	Нормативное значение
Исходные данные, тыс.руб.			
1. Источники собственных средств (собственный капитал)	2160	5979	
2. Долгосрочные обязательства	0	0	
3. Краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность и прочие краткосрочные обязательства	43292	9822	
4. Внеоборотные активы	497	384	
5. Общая сумма текущих активов	44955	15417	
6. Валюта баланса	45452	15801	
7. Наличие собственных оборотных средств	1663	5595	
Коэффициенты			
- финансовой независимости	0,04	0,37	>0,6
- финансовой зависимости	0,95	0,62	<0,4
- финансового риска	20,04	1,64	<0,67
- финансовой устойчивости	0,04	0,37	>0,75
- обеспеченности собственными оборотными средствами	0,03	0,36	>0,1
- маневренности	0,76	0,93	>0,5

Анализируя финансовую устойчивость (таблица 2.6) предприятия необходимо отметить произошедшие изменения в соотношении собственного и заемного капитала.

Как нам показывает коэффициент независимости, удельный вес собственного капитала в общей сумме не является достаточным ($0,04 < 0,37 < 0,6$), но его доля за 2020 г приобрела существенную тенденцию к росту, если к началу периода она составляла 4%, то к концу года она равно 37%, т.е. увеличилась на 26%. Это свидетельствует о том, что организация становится более независимой от привлечения капитала, принадлежащего сторонним организациям.

Об этом же говорит снижение показателя Коэффициента финансовой зависимости предприятия от внешних инвесторов с 0,95 до 0,62, т.е. на 33%.

Изменение коэффициента финансового риска также свидетельствует об уменьшении доли заемного капитала в общей сумме, снижение этого показателя за год составило 18,4 пункта, что является положительной тенденцией для предприятия, так как он близок к нормативу. Динамика коэффициента финансового риска зависит, прежде всего, от снижения доли обязательств предприятия.

Коэффициент финансовой устойчивости имеет тенденцию к росту, за год он увеличился на 0,33 пункта и приближается к нормативному значению, что говорит об более эффективном использовании собственного капитала в 2016 году.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами превышает нормативный уровень, что свидетельствует о наличии собственных средств для обеспечения финансовой устойчивости. За год этот показатель так же возрос, изменение составило 0,33 пункта.

Коэффициент маневренности увеличился на 0,17 пункта и превышает норматив, что говорит о росте доли средств в мобильной форме на предприятии.

2.3 Отечественный и зарубежный опыт прогнозирования банкротства

В настоящее время хозяйство ООО «Экспотур» находится в затруднительном финансовом состоянии. Взаимные неплатежи между хозяйствующими субъектами, высокие налоговые и банковские процентные ставки привели к тому, что предприятие оказалось на грани неплатежеспособности.

С целью прогнозирования банкротства анализ и оценка структуры баланса проводится по следующим показателям:

Коэффициент текущей ликвидности;

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;

Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности.

Коэффициент текущей ликвидности на конец 2020 года составил $1,57 < 2$, следовательно, предприятие ООО «Экспотур» имеет риск невыполнения своих обязательств и может ставиться вопрос о признании предприятия неплатежеспособным. Поэтому необходимо рассчитать коэффициент восстановления платежеспособности за период, равный 6 месяцев:

$$K_B = [K_{\text{тлф}} + 6/T (K_{\text{тлф}} - K_{\text{тлн}})] : 2 = [1,57 + 6/12 (1,57 - 1,04)] : 2 = 0,91$$

Рассчитанный показатель близок к нормативу, следовательно, у предприятия ООО «Экспотур» имеется реальная возможность восстановить свою платежеспособность за период, равный 6 месяцев.

В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос оценки кредитоспособности с помощью Z-индекса Альтмана, Z-индекса Лиса, Z-индекса Таффлера и Тишоу с целью прогнозирования возможного банкротства предприятия.

Чаще всего для оценки вероятности банкротства предприятия не размещающих свои акции на биржевом рынке, используется пятифакторная модель Э. Альтмана (табл. 2.7):

$$Z = 0,717x_1 + 0,847x_2 + 3,107x_3 + 0,42x_4 + 0,995x_5$$

где x_1 – собственный оборотный капитал / сумма активов;

x_2 – нераспределенная прибыль / сумма активов;

x_3 – чистая прибыль / сумма активов;

x_4 – балансовая стоимость собственного капитала / заемный капитал;

x_5 - объем продаж (выручка) / сумма активов.

Z на начало года = $0,717*0,037 + 0,847*0,088 + 3,107*0,110 + 0,42*0,050 + 0,995*1,788 = 2,242$;

Z на конец года = $0,717*0,354 + 0,847*0,188 + 3,107*0,235 + 0,42*0,609 + 0,995*4,632 = 6,007$;

Таблица 2.7

Расчет Z-счета Альтмана

Показатели	2020год	
	на начало	на конец
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	4999	3711
Выручка от реализации товаров, работ, услуг, тыс. руб.	81261	73189
Собственный капитал, тыс. руб.	2160	5979
Заемный капитал, тыс. руб.	43292	9822
Нераспределенная прибыль, тыс. руб.	3999	2969
Общая сумма активов, тыс. руб.	45452	15801
Собственный оборотный капитал, тыс. руб.	1663	5595
Значения коэффициентов:		
X1	0,037	0,354
X2	0,088	0,188
X3	0,110	0,235
X4	0,050	0,609
X5	1,788	4,632
Z-счет Альтмана	2,242	6,007

Для предприятий не размещающих свои акции на биржевом рынке предельное значение Z-счета равно 1,23. Вероятности банкротства предприятия ООО «Экспотур» по показателю Альтмана оценивается на начало и нет, так как полученное значение гораздо выше норматива, следовательно, организация отличается исключительной надежностью. Так же

выявлена тенденция в сторону улучшения финансового состояния ООО «Экспотур».

Далее определим индекс кредитоспособности, рассчитанный Ф. Лисом. (табл. 2.8):

Таблица 2.8

Расчет Z-счета Лиса

Показатели	2020 год	
	на начало	на конец
Прибыль от реализации, тыс. руб.	5033	3663
Собственный капитал, тыс. руб.	2160	5979
Заемный капитал, тыс. руб.	43292	9822
Нераспределенная прибыль, тыс. руб.	3999	2969
Общая сумма активов, тыс. руб.	45452	15801
Оборотный капитал, тыс. руб.	44955	15417
Значения коэффициентов:		
X1	0,989	0,976
X2	0,111	0,232
X3	0,088	0,188
X4	0,050	0,609
Z-счет Лиса	0,078	0,094

$$Z = 0,063x_1 + 0,092x_2 + 0,057x_3 + 0,001x_4,$$

где – x_1 – оборотный капитал / сумма активов;

x_2 – прибыль (убыток) от реализации / сумма активов;

x_3 – нераспределенная прибыль / сумма активов;

x_4 – собственный капитал / заемный капитала.

Пограничное значение Z-счета =0,037 (если его значение ниже этого предела, то вероятность банкротства велика, если выше – мала)

$$Z \text{ на начало года} = 0,063*0,989 + 0,092*0,111 + 0,057*0,088 + 0,001*0,50 = 0,078$$

$$Z \text{ на конец года} = 0,063*0,976 + 0,092*0,232 + 0,057*0,188 + 0,001*0,609 = 0,094$$

Результаты расчетов, систематизированные в таблице 2.8, свидетельствуют о том, что данное предприятие находится в зоне стабильного финансового состояния, характеризующегося отсутствием угрозы банкротства в ближайшую перспективу.

Следующая модель диагностики банкротства разработана аналитиками Р.Таффлером и Г. Тишоу и получила название Z-индекс Таффлера (табл. 2.9):

$$Z = 0,53x_1 + 0,13x_2 + 0,18x_3 + 0,16x_4,$$

где – x_1 – прибыль (убыток) от реализации / заемный капитал;

x_2 – собственный капитал / сумма активов

x_3 – заемный капитал / сумма активов;

x_4 – выручка от реализации / сумма активов.

если $Z > 0,3$, то вероятность банкротства мала;

если $0,2 < Z < 0,3$, то вероятность банкротства средняя;

если $Z < 0,2$, то вероятность банкротства велика.

$$Z \text{ на начало} = 0,53*0,116 + 0,13*0,048 + 0,18*0,952 + 0,16*1,788 = 0,525$$

$$Z \text{ на конец} = 0,53*0,373 + 0,13*0,378 + 0,18*0,622 + 0,16*4,632 = 1,1$$

Таблица 2.9

Расчет Z-счета Таффлера

Показатели	2020год	
	на начало	на конец
Прибыль от реализации, тыс. руб.	5033	3663
Собственный капитал, тыс. руб.	2160	5979
Заемный капитал, тыс. руб.	43292	9822
Выручка от реализации, тыс. руб.	81261	73189
Общая сумма активов, тыс. руб.	45452	15801
Значения коэффициентов:		
X1	0,116	0,373
X2	0,048	0,378
X3	0,852	0,622
X4	1,788	4,632
Z-счет Таффлера	0,525	1,1

Z-счет Таффлера, рассчитанный по данным таблицы 2.9, свидетельствует о том, что банкротство на предприятии ООО «Экспотур» мало чем вероятно.

Следовательно, можно сделать заключение, что в организации ООО «Экспотур» вероятность банкротства отсутствует. Причем однозначно по всем моделям финансовое благополучие предприятия стабильное и продолжает улучшаться.

Вывод

Проводя анализ финансового состояния компании ООО «Экспотур», мы видим изменение показателей рентабельности в сторону снижения. Рентабельность - один из важнейших показателей, характеризующий прибыльность деятельности предприятия. Факторами, повлекшими снижение показателей рентабельности на предприятии явились уменьшение объемов продаж и рост себестоимости, что, в свою очередь повлекло уменьшение прибыли. Однако, ООО «Экспотур» получает прибыль, значит оно считается рентабельным. Оценивая платежеспособность и финансовую устойчивость, мы обнаружили, что рассчитанные нами, показатели пока не достигают нормативов и предприятие зависит от заемного капитала, но динамика изменений на конец рассматриваемого периода говорит нам о существенном улучшении положения предприятия. Практически все рассчитанные показатели максимально приблизились к нормативу, а такие как Коэффициент обеспеченности собственными средствами, Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, Коэффициент маневренности даже превысили нормативное значение. Так же мы видим, что для предприятия нет риска стать банкротом.

На сегодняшний день ООО "Экспотур" способно своевременно осуществлять платежи и финансировать свою деятельность и в целом, его финансовое состояние можно назвать удовлетворительным, однако предприятию можно рекомендовать принять ряд мер для его улучшения.

3. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ООО «ЭКСПОТУР»

3.1 Мероприятия по улучшению финансовой устойчивости

Существуют способы оперативно улучшить финансовую устойчивость. Для незамедлительного увеличения показателя чистых активов, можно все способы поделить условно на общехозяйственные и документальные. К общехозяйственным способам относят реально существующие операции, которые пополняют актив баланса и создают увеличение чистых активов. К документальным способам можно отнести такие формы сделок, которые хоть и дают немедленный рост необходимого показателя, но либо лишь на какое-то время, либо посредством перераспределение сумм по статьям баланса.

1. Первый способ увеличения показателя активов регламентируется статьей 31 Федерального закона от 26.10.02 №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)». Он гласит, что кредиторы и учредители имеют право предоставлять финансовую помощь предприятию без права на встречное обязательство. В этом случае не будет наблюдаться увеличения пассива, но желаемое увеличение актива в результате произойдет. Данный способ возможно применять в том случае, если обязательства не будут исполнены в течение трёх месяцев.

2. Второй способ применяют к Обществам с ограниченной ответственностью. Для этого участники в имущество общества вносят вклады, но со стороны общества не может быть встречных обязательств (ст. 27 Федерального закона от 08.02.98 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»). Внесенные участниками вклады включаются в состав внереализационных доходов (ст.250НК РФ). Исключением будут являться случаи, если передающая сторона владеет более чем половиной долей в уставном капитале получателя либо, наоборот, получатель владеет более чем половиной долей в уставном капитале передающей стороны.

3. Суть третьего способа заключается в реализации ценных бумаг (облигаций, акций, векселей) по цене, превышающей номинал. В данном случае можно реализовать и уже принадлежащие обществу ценные бумаги, так и специально для данной цели эмитированные (выпущенные). Цену продажи возможно предварительно согласовывать с приобретателями ценных бумаг, которыми, наряду с прочими могут являться участники (акционеры). Чаще всего дополнительной эмиссии подлежат облигации и акции. При реализации ценных бумаг не возникает налоговой базы по НДС (подп. 12 п.2 ст.149 НК РФ), но данные операции подлежат обложению налогом на прибыль.

4. В качестве четвёртого способа можно рассмотреть переоценку собственного имущества предприятия, увеличивая его балансовую стоимость. Этот способ желательно применять для повышения инвестиционной привлекательности предприятия, повышение показателей является в этом случае долгосрочным. Как следствие, это приведет к увеличению налоговой базы по налогу на имущество (ст.375 и 376 НК РФ). Для целей налога на прибыль изменений базы не произойдет (абз. 6 п. 1 ст. 257 НК РФ).

5. Кроме переоценки основных средств, возможна и их реализация. Продажа имущества также будет способствовать росту чистых активов. И это будет являться пятым способом.

6. Прирост чистых активов за счёт уменьшения пассивов - суть шестого способа. Его возможно применить в случае, если у предприятия имеются пред кредиторами непогашенные долги, которые эти кредиторы согласны простить (ст.415 ГК РФ). Для этих целей оформляется соответствующее соглашение. В некоторых случаях долги у партнеров может выкупить третья организация, которая в последующем и простит долг. У бывшего должника возникает внереализационный доход (ст. 250 НК РФ).

Следовательно, существует шесть основных способов оперативно повысить финансовое состояние.

Также существуют другие меры по улучшению структуры бухгалтерского баланса и его основных показателей.

Инкассация дебиторской задолженности. Инкассация дебиторской задолженности (от англ. Collection of debts) – сбор или получение предприятием денежных средств от его дебиторов (должников).

В современных условиях жесткой конкуренции между предприятиями вопрос контроля над дебиторской задолженностью и стремление снизить ее уровень имеет важнейшее значение для увеличения эффективности управления оборотными активами любой организации. Компании, инвестируя значительную часть своих финансовых ресурсов в дебиторскую задолженность, уменьшают свою собственную финансовую мобильность и возможность осуществлять инвестиционную деятельность, снижая показатели ликвидности. Вопросы управления дебиторской задолженностью возможно решить, разработав кредитную политику организации, где будут рассмотрены условия предоставления товарного кредита, срок предоставления и критерии для потенциальных претендентов среди партнеров. Грамотно разработанная кредитная политика дает возможность довести до максимума денежные потоки и минимизировать риски ухудшения финансовых показателей, что в итоге приведет к росту благосостояния компании.

Для увеличения скорости инкассации дебиторской задолженности, как правило, принимаются следующие меры:

- за снижение сроков погашения задолженности покупателям предоставляются скидки, с целью побудить их оплачивать счета до истечения срока оплаты;
- с покупателями оформляется сделка с применением коммерческого векселя с получением определенного процента за отсрочку платежа;
- назначение штрафных санкций за просрочку платежа;
- реализация товаров покупателям на условиях предоплаты;
- использование механизма факторинга и т.д.

Рассмотрим эффективность внедрения мероприятия по инкассации

дебиторской задолженности на ООО «Экспотур» .

Инкассация дебиторской задолженности предполагает следующий алгоритм:

1. Анализ дебиторской задолженности.
 - 1.1. Расчет в составе текущих активов удельного веса дебиторской задолженности.
 - 1.2. Изучение состояния расчетов с покупателями и заказчиками.
 - 1.3. Ранжирование дебиторской задолженности в соответствии со сроками образования, выявление просроченных задолженностей.
2. По каждому конкретному покупателю выбор эффективного размера скидки
3. Выход на покупателя с предложением при ускорении платежа, возможности предоставления скидки
4. Заключение договора о предоставлении скидки
5. Поступление денег (высвобождение оборотных средств)

Анализируя текущие активы, особенно состояние дебиторской задолженности, необходимо иметь понимание, что итогом любой просрочки платежа в условиях инфляции будет такой результат, при котором предприятие - производитель (продавец) может реально получить лишь часть стоимости реализованной продукции.

Для того чтобы улучшить финансовое состояние предприятия и поддерживать хозяйственную деятельность необходимо применить следующие меры:

1. Организационные меры – совершенствование структуры управления и состава внутрихозяйственных подразделений, укрепление трудовой и технологической дисциплины, улучшение организации труда, изменения в структуре производства и специализации предприятия, организация новых производств.
2. Технологические меры – совершенствование технологии производства, уточнение севооборотов, изменение в структуре посевных площадей,

улучшение работы по семеноводству сельскохозяйственных культур и племенному делу, увеличение применения минеральных удобрений и средств защиты растений.

3. Инвестиционные меры – экономия затрат от передачи жилищно-коммунальных хозяйств на баланс других организаций, освоение более совершенных форм внутрихозяйственного расчета, поиск выгодных рынков сбыта, стимулирование трудовой активности, привлечение внешних источников для расширения производства.

4. Практика показала, что перечисленные выше мероприятия дают большой эффект. Прирост денежной выручки за год составляет 20 %. Затраты на оплату труда, горючего и прочие растут медленнее. На 1 % прироста денежной выручки приходится 0,6-0,65 % прироста затрат.

5. Для контроля за финансовым состоянием на предприятии следовало бы ориентировать самостоятельную финансовую службу, отслеживающую финансовое состояние, финансовую устойчивость, эффективность использования ресурсов.

6. Действенным методом для улучшения показателей финансового состояния является распределение активов предприятия по различным видам деятельности, или диверсификация производства. В этом случае возможные убытки, возникающие в одних структурных подразделениях, могут быть покрыты за счет из прибыли других, а внутренний оборот между ними не будет облагаться налогом на добавленную стоимость.

7. Одним из резервов финансового оздоровления предприятия является изыскание инвестиций для финансирования прибыльных проектов, способных принести предприятию высокий доход.

8. Снизить недостаток собственного капитала возможно за счет увеличения его оборачиваемости, например, сократив сроки производственного цикла, сроки строительства, излишки остатков запасов и товаров, незавершенного производства.

Проводя инвентаризацию дебиторской задолженности предприятия, следует понимать, что дебиторская задолженность, в отличие от незавершенного производства или товарных запасов, которые не могут быть резко изменены, представляет собой легко изменяемую и переменную часть оборотных средств, во многом зависящую от принятой самой фирмой политики в отношении своих деловых партнеров. Так как дебиторская задолженность является, по сути, обездвиженными собственными оборотными средствами, т.е. ее наличие крайне не выгодно для организации, то можно сделать вывод о необходимости ее максимально возможного сокращения. Каждое предприятие должно стремиться свести дебиторскую задолженность до минимума.

3.2 Применение инновационных технологий продаж товаров

Применение инновационных технологий продаж товаров. Сюда относится организация продаж через веб-сайт (электронная коммерция).

Не затрагивая установившихся инструментов для повышения эффективности веб-сайта (рекламные акции, рассылка по электронной почте, брошюры и т.п.), рассмотрим наиболее привлекательные инструменты. Целью маркетинга сайта в интернете является аккумуляция спроса на бронирования на собственном сайте магазина – больше посещений, кликов – и, следовательно, максимизацию доходов при минимальной стоимости продаж.

У значения выражения «электронная коммерция» нет традиционного общепринятого значения. В широком понимании он может трактоваться, как электронный метод продвижения деловой активности с посредством применения телекоммуникационных информационных и технологий. Часто под значением «электронная коммерция» понимается продажа и покупка товаров услуг и информации через интернет. Приобретения в дальнейшем могут быть доставлены покупателю курьером, почтой или другим обычным

способом, либо способом с использованием сетей, как, например, программный продукт, текстовая информация и т.д.

Структуру электронной коммерции можно представить как, прежде всего компьютерную сеть, соединяющую между собой определенное количество компьютеров и других электронных устройств с помощью телекоммуникационных средств связи. Пользователям предоставляется возможность использовать информацию, которая хранится в разных местах, сотрудничать и общаться между собой, находясь при этом возле собственных компьютеров в режиме реального времени.

Не все пользователи компьютеров являются вместе с тем и пользователями сети. Большая часть применяют глобальную сетевую среду, именуемую Интернет, и / или Интранет (корпоративные сети, основанные на технологиях Интернета).

Уже более 20 лет система электронного обмена данными (EDI) является неотделимой частью новой цифровой экономики, но не смотря на это, данную систему использует лишь малая часть бизнес-среды. Недостижимость мощных приложений позволяющих учесть все нюансы деловых отношений и отсутствие открытой глобальной инфраструктуры, приводит к падению заинтересованности к интерорганизационным приложениям информационных технологий типа EDI.

В настоящее время предприниматели применяют интернет в качестве канала доставки EDI-документов, что позволяет многим компаниям улучшить свою деловую активность.

Почему у организаций в приоритетах применение электронной коммерции? Существует, как минимум, несколько причин. Во-первых, электронная коммерция в частности и информационные технологии в общем на сегодняшний день становятся основными средствами проведения деловой активности. Во-вторых, электронная коммерция является также неким катализатором фундаментальных управленческих, структурных и операционных изменений в процессах бизнеса.

Электронная коммерция является системой, описывающей процесс покупки, продажи или взаимного обмена товарами или услугами (в том числе информацию) с помощью компьютерных сетей, включая интернет.

Электронную коммерцию можно рассмотреть с точки зрения:

- осуществления связей: электронная коммерция – это способ предоставления товаров, услуг, информации и платежей с посредством компьютерных сетей, телефонных линий или прочих электронных средств;
- бизнес-процессов: электронная коммерция – это технология, с помощью которой операции в бизнесе возможно автоматизировать;
- услуг: электронная коммерция – способ, который позволяет компании, менеджерам и покупателям снизить издержки, ускорить доставку и повысить качество товаров и услуг;
- времени: электронная коммерция дает возможность приобретать и реализовывать товары, информацию и услуги в сети Интернет в режиме реального времени (совершать сделки в течение 24 часов в сутки) онлайн;
- пространства: общедоступная инфраструктура Интернета создает среду (сеть), в которой реализуют себя сделки в электронной коммерции, глобальной (безграничной).

Значение «электронная коммерция», рассматриваемое как операции, которые проводятся между деловыми партнерами, может, на первый взгляд, показаться узким понятием, поэтому иногда применяется термин «электронный бизнес».

Данное понятие относится к более обширному определению электронной коммерции. Это означает не только покупку и продажу, но и обслуживание клиентов, сотрудничество с бизнес-партнерами, с государственными и правительственными учреждениями, а также проведение

электронных операций внутри самой компании. Большинство пользователей термин «электронная коммерция» приравнивается к понятию «электронный бизнес».

Электронная коммерция может проявляться в различных формах в зависимости от того, в какой мере продаваемый товар / услугу, поставщика / посредника и процесс проведения сделки можно представить в цифровой и электронной форме.

Цифровым или физическим (информационным, электронным) могут быть продукт / товар, процесс, либо субъект рынка. В случае если мы пользуемся термином «цифровой», мы подразумеваем, что товар (услуга) и т.д. может быть обозначен с помощью цифровой технологии кодами и в таком виде распространяться через сеть Интернет.

Если в общепринятом понимании коммерции (офф-лайн) все части – товар / услуга, процесс, субъект – физические, то в понимании электронной коммерции (он-лайн) все измерения являются цифровыми. Прочие вариации являются смешанной формой коммерции. В случае, когда мы имеем хотя бы один электронный (цифровой) компонент, мы можем трактовать данное действие, как частичную электронную коммерцию. Например, приобретение книги в электронном магазине www.busy.ru не является чистой, в связи с тем, что книга доставляется посредством обычных средств или по почте. Но приобретение программного обеспечения в компании Egghead (www.egghead.com) – является процессом чистой электронной коммерции, потому что все компоненты - товар, процесс (доставка, платеж) и агент являются электронными (цифровыми).

Электронная коммерция представляет собой некую сеть, основанную на программных приложениях, интернет-протоколах, и человеческих ресурсов. Субъекты рынка (предприятия и организации, правительственные органы, домашние хозяйства и отдельные граждане), которые продают, либо приобретают и товары и услуги напрямую или с помощью посредников,

являются пользователями информационных сетей и программных приложений для осуществления сделок в режиме реального времени

Таким образом, в электронной коммерции можно определить два основных ранжированных уровня: инфраструктура и экономическая деятельность.

Понятие инфраструктуры, в свою очередь, может быть разделено на инфраструктуру Интернета и инфраструктуру приложений Интернета.

Инфраструктура Интернета – это физическое составляющее электронной коммерции. К ней можно отнести организации, производящие персональные компьютеры, программные обеспечения, оптико-волоконные линии связи, серверы, сетевые устройства, интернет-провайдеры и т.д.

К инфраструктуре приложений Интернета относятся программные приложения и программное обеспечение, обучение, консультации, обслуживание сетей и прочие интегрированные услуги. Этот уровень занимают компании по интеграции коммерческих приложений Интернета, интернет-консультанты, разработчики программного обеспечения, разработчики поисковых систем, мультимедийных приложений, специалисты по обучению в режиме реального времени, коммерческих приложений Интернета и т.д.

Категория экономической деятельности также может быть рассмотрена как две составляющие: сделки в режиме реального времени (онлайн) и интернет-посредники.

Сделки в режиме реального времени осуществляют компании, реализующие товары и услуги организациям или частным покупателям через сеть Интернет. К фирмам, работающим в этом сегменте, принадлежат производители компьютерного оснащения и программного обеспечения, продающие свой товар, компании розничной торговли (электронные магазины), туристические фирмы, транспортные компании, и многие другие участники рыночных отношений.

Интернет-посредники увеличивают эффективность электронных рынков, помогая находить друг друга продавцам и покупателям, способствуя их взаимодействию. При осуществлении сделок в режиме реального времени они играют роль катализаторов инвестиций в интернет-приложения и инфраструктуру. К интернет-посредникам относятся порталы, рекламные агенты, онлайн-брокеры и т.д.

Базой электронной коммерции можно назвать телекоммуникационные сети. В мире, на сегодняшний день, более 80% всех существующих компьютеров соединены в различные информационно-вычислительные сети от небольших локальных сетей в офисах компаний до глобальных сетей типа Интернета.

Всемирные предпосылки к объединению компьютеров в сети обусловлена такими существенными причинами, как возможность быстрого обмена информацией между пользователями, необходимость ускорения передачи информационных сообщений, возможность незамедлительного получения любой информации из любой точки мира, получение и передача сообщений, не отходя от рабочего места.

Интернет является наиболее всеобъемлющей и мощной сетью. Он представляет собой первую реализацию освоенной компьютерными пользователями гипермедийной среды, обладающей непревзойденными маркетинговыми характеристиками. Это иерархическая децентрализованная сеть, не имеющая единого органа управления и представленная в качестве двух основных элементов: во-первых, как масштабный виртуальный электронный рынок, не имеющий каких-либо временных или территориальных ограничений, во-вторых, как новое средство коммуникации.

Число пользователей Интернета постоянно расширяется. В настоящее время одним из самых эффективно развивающихся сегментов глобальной сети является российская часть Интернета (Рунет).

Исследования РОЦИТ, показывают, что число активных пользователей сети в 2017 г. составило более двух миллиоов. По сравнению с европейскими

странами и США этот показатель крайне мал, но этого достаточно для использования Интернета в коммерческих целях.

Как коммуникативное средство, Интернет имеет достаточно преимуществ:

1. Возможность использовать коммуникации в интерактивном ключе.
2. Модель коммуникации, лежащая в основе Интернета, является многофункциональной «многие – многим» и включает в себя такие модели, как «один – многим» и «один – одному», что дает возможность реализовывать широкий диапазон видов коммуникационного взаимодействия, исходя из потребностей пользователей.
3. Возможность контролировать поиск и получение информации дает возможность клиентам быть более активными в коммуникационном процессе.
4. Интернет имеет широкий диапазон форматов представления информации: звук, текст, видеоизображение, анимация, графика.
5. Высокая масштабируемость и гибкость .
6. Возможность осуществлять поиск информации нелинейно, благодаря гипермедийному способу ее представления.
7. Возможность заключать сделки интерактивного в режиме реального времени.

Последнее свойство Интернета дает возможность использовать его среду как глобальную платформу для ведения электронной коммерции. В качестве основных характеристик рынка Интернета можно отметить:

- активную позицию пользователей;
- достаточно низкий объем вложенных фирмами средств, для выхода на рынок;
- масштабный, глобальный характер рынка;
- независящая от времени суток доступность рынка;
- возможность получить необходимый объем информации пользователями.

Помимо сети Интернет существуют также и другие сети, которые используются для электронной коммерции. Прежде всего, это интранет или интрасети. Их обычно используют для обмена информацией в пределах одной организации. Совместно работающие фирмы, у которых есть необходимость постоянно обмениваться информацией, используют общие сети (экстранет).

В качестве примера можно привести банковские сети, используемые для перевода денежных средств со счетов. Сети интранет и экстранет, в отличие от Интернета, недоступны для посторонних потребителей, но если возникнет необходимость, то они могут быть открыты для обмена информацией с деловыми партнерами.

Положительный экономический эффект от участия в электронной коммерции может быть рассмотрен с точки зрения покупателей, отдельных фирм, занимающихся торговлей и общества в целом.

Экономическая выгода от электронной коммерции с точки зрения отдельных торговых компаний:

- электронная коммерция дает возможность расширить торговое пространство до национальных и интернациональных масштабов. С минимумом капитальных затратами организация имеет возможность привлечь легко и быстро большое число клиентов;
- электронная коммерция уменьшает затраты на разработку, производство, распространение и хранение товаров и услуг, снижает затраты на документооборот и ускоряет процесс прохождения документов;
- методы электронной коммерции дают возможность развивать высокоспециализированное предпринимательство;
- электронная коммерция дает возможность снизить затраты на инвентаризацию товаров и косвенные расходы путем применения системы поставок, организованных так, что процесс начинается с оформления заявки (заказа) покупателя и оканчивается изготовлением этого заказ;

- электронная коммерция уменьшает затраты на телекоммуникации: стоимость Интернета гораздо ниже, чем стоимость прочих средств коммуникаций;
- электронная коммерция провоцирует развитие реинжиниринговых проектов путем изменения процессов и методов продаж, эффективности деятельности продавцов, увеличения качества трудовых ресурсов и т.д.;
- электронная коммерция снижает затраты на финансирование проектов за счет уменьшения времени между вложением и получением конечного продукта в виде товаров и услуг;
- прочие элементы положительного эффекта от применения электронной коммерции: рост продуктивности, улучшение обслуживания покупателей, укрепление имиджа, сокращение транспортных расходов, сокращение времени поставок, расширение пространства делового сотрудничества, облегчение доступа к информации, процедурные упрощения, исключение из процесса лишнего бумагооборота, повышение гибкости в ведении бизнеса.

Экономическая выгода от электронной коммерции с позиции покупателей:

- электронная коммерция дает возможность покупателям осуществлять приобретения и другие операции круглосуточно почти из любой точки земного шара;
- электронная коммерция, в сравнении с традиционным бизнесом, предоставляет покупателям более масштабный выбор продавцов и товаров, они могут осуществлять поиск, сравнение и выбор между различными продавцами и товарами;
- электронная коммерция зачастую дает возможность покупателям приобрести более дешевые товары и услуги, позволяя им быстро просматривать и сравнивать условия различных магазинов;

- в некоторых случаях, чаще всего при покупке цифрового продукта, электронная коммерция дает возможность почти неотлагательно доставлять товар приобретателю;
- покупатели могут быть проинформированы детально и в нужном объеме о продукте в кратчайшие сроки;
- электронная коммерция позволяет покупателям принимать участие в виртуальных аукционах;
- электронная коммерция дает возможность покупателям состоять в электронных сообществах, обмениваться информацией друг с другом и делиться идеями и опытом;
- электронная коммерция увеличивает конкуренцию в бизнесе, что сказывается на стоимости товаров и услуг в виде предоставления скидок.

Польза для общества в целом:

- электронная коммерция позволяет огромному количеству людей совершать покупки и работать дома, это приводит к снижению загруженности транспорта и загрязнения окружающей среды за счет уменьшения использования автотранспорта;
- электронная коммерция позволяет снижать стоимость некоторых реализуемых товаров, что позволяет сделать их доступными для менее обеспеченного населения, таким образом, повышая общий уровень жизни;
- электронная коммерция дает возможность людям из стран с неразвитой экономикой или из стран третьего мира получать услуги и товары, которые в ее отсутствие были бы им недоступны, включая возможность обучения и получения профессии посредством сети Интернет;
- электронная коммерция способствует росту в таких сферах услуг, как медицинское обслуживание, образование, развитие государственных социальных программ, снижает их стоимость и повышает качество.

Электронная коммерция имеет также технические ограничения:

- некоторые программные обеспечения электронной коммерции могут быть несовместимы определенными типами оборудования или не подходить к некоторым операционным системам и их компонентам;
- торговые фирмы могут нуждаться в специальных веб-серверах и прочих инфраструктурах, помимо сетевых серверов;
- Интернет и программное обеспечение электронной коммерции сложно совмещать с уже существующими базами данных и приложениями;
- инструменты для производства программного обеспечения изменяется слишком стремительно;
- недостаточно широкие телекоммуникационные пространства.

3.3 Анализ эффективности предложенных мероприятий

Снижение покупательной способности денег за период можно охарактеризовать, используя коэффициент, обратный величине индекса цен. Далее рассмотрим более подробно эффективность внедрения данных мероприятий. Рассмотрим эффективность внедрения мероприятия по инкассации дебиторской задолженности.

Комплекс мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния предприятия, представим в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Комплекс мероприятий, направленных на улучшение финансовой устойчивости в ООО «Экспотур»

№	Перечень мероприятий	Решения по реализации мероприятий	Затраты, тыс.руб.
1.	Инкассация дебиторской задолженности	Внедрение в организационную структуру предприятия юридического отдела по претензионной работе	413,2
		Усиление стимулирования работников	100,4
		Внедрение системы нормирования закупок	6,47
3.	ИТОГО		520,07
4.	Экономический эффект		14117,73

В результате внедрения рекомендуемых мероприятий предполагается, что выручка ООО «Экспотур» увеличится на 20%.

Рассчитаем планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием:

$$73189 + (73189 * (20/100)) = 87826,8 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем эффект от предложенного комплекса мероприятий по улучшению финансового состояния в ООО «Экспотур»:

$$(87826,8 - 520,07) - 73189 = 14117,73 \text{ тыс. руб.}$$

В целях увеличения продаж предлагается приобрести систему для электронной коммерции Smart Cart™ BASE как наиболее отвечающую распространённому требованию потребителей - сбалансированность цены и качества (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 Система для электронной коммерции Smart Cart™ BASE v.2.0 и разовое обновление до текущей версии

Система для электронной коммерции Smart Cart™ BASE v.2.0 – представляет собой конечный готовый продукт, созданный с применением новейших технологий разработки и управления в электронной торговле и не требующий вложений и доработок. Скрипт интернет-магазина имеет современный функционал, интеллектуальный интерфейс и устойчивость к высоким нагрузкам.

Скрипт интернет-магазина - скрипт для развертывания на сайте полнофункционального интернет-магазина с корзиной товаров и отправкой заявок на электронную почту.

Возможности системы администрирования:

- Визуальное управление расположением и выводом блоков информации на страницах.
- Предустановленные темы.
- Быстрое изменение темы в административной панели.

- Возможность создания при помощи визуального редактора собственных HTML страниц.
- Предоставление скидки для определенных групп потребителей.
- Настраиваемая регистрационная форма для сбора и обработки дополнительной информации о потребителе.
- Возможность самостоятельной настройки и изменений всех бланков электронных писем магазина.
- Возможность регистрации в кратчайшие сроки.
- Возможность самостоятельной блокировки потребителей.
- Управление подпиской и новостями.

Возможности каталога продукции:

1. Оформление заказа без регистрации.
2. Навигация по просмотренным товарам.
3. Возможность отключения «корзины».
4. Добавление сопутствующих товаров.
5. Возможность задания нескольких значений характеристики товара.
6. Размещение виджетов товаров на любом сайте в Интернет.
7. Каталоги товаров с неограниченным уровнем вложений.
8. Возможность дополнять поля для описания товаров.
9. Возможность указания цены в различной валюте с приведением к одной валюте на витрине (мультивалютность).
10. Применение режимов «Старая / новая» цена, «Новинка»,.
- 11.«Умный» редактор заголовков для оптимизации под поисковые системы.
- 12.Возможность импорт товара из Excel /1С (CSV).
- 13.Встроенная интеграция с Яндекс Маркет.

Исходя из расчета экономического эффекта по предложениям, представим прогноз экономических показателей на 2014 г. в таблице 3.2.

В таблице 3.1 приведены результаты расчета показателей внедрения интернет-магазина в ООО «Экспотур» за период 2019-2020 гг.

Таблица 3.2

Прогноз развития ООО «Экспотур» на 2020 г.

Наименование показателя	2019 г. (факт)	2020 г. (план)	Темп изменени й, %
1. Выручка (нетто) от продажи товаров, работ, услуг	73189	87826,8	120,0
2. Себестоимость проданной продукции	50259	65337	130,0
3. Валовая прибыль	22930	29809	130,0
4. Коммерческие расходы	19267	23120	120,0
5. Управленческие расходы	0	0	0
6. Прибыль (убыток) от продаж	3663	6689	200,0
7. Рентабельность продаж	0,05	0,07	140,0

Из таблицы 3.2 видно, что мероприятия по инкассации дебиторской задолженности и внедрение интернет-магазина позволят повысить существенно прибыль от продаж, выручку и снизить себестоимость.

Таким образом, в плановом 2020 г. ООО «Экспотур» может увеличить выручку и сократить расходы, что приведет к более устойчивому финансовому положению предприятия.

Вывод

Проведение мероприятий по улучшению финансового состояния предприятия в конечном итоге приводит снижению себестоимости, что позволяет значительно снизить цены на товар. Это не может не сказаться на конкурентоспособности товара, что приведет к росту продаж, а следовательно к увеличению показателей выручки и прибыли, наращиванию собственного капитала. Мероприятия по инкассации дебиторской задолженности позволят минимизировать временное отвлечение средств из оборота фирмы. В конечном итоге все это позволит улучшить структуру баланса, увеличить

финансовые показатели, сделать предприятие более финансово-устойчивым и платежеспособным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для того, что бы иметь возможность обеспечить выживаемость предприятия в условиях современного мирового экономического кризиса, управленцу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных и реальных конкурентов.

Финансовой деятельности определяет потенциал предприятия в деловом сотрудничестве, его конкурентоспособность, дает возможность оценить, в какой степени защищены в финансовом и производственном отношении экономические интересы самой фирмы и ее партнёров.

Основная цель каждого коммерческого предприятия - получение максимальной прибыли, что не предоставляется возможным без эффективного управления капиталом. Изыскания резервов для увеличения прибыльности предприятия составляют основную задачу управленческого персонала.

Несомненно, что от эффективности управления финансовыми ресурсами и предприятием зависит результат деятельности всего предприятия. Если стиль управления в новых рыночных условиях не меняется, а дела при этом на предприятии идут самотеком, то борьба за выживание становится непрерывной.

Цель изучения финансовой устойчивости предприятия состоит в изыскании дополнительных фондов денежных средств для наиболее рационального и экономического ведения хозяйственной деятельности.

В современной практике хозяйственной деятельности зарубежных организаций для оценки вероятности банкротства наиболее широкое применение получили модели, разработанные Э. Альтманом, Р. Таффлером, Г. Тишоу, У. Лисом и У. Бивером. Однако, как отмечают российские авторы, предпринятые попытки применения иностранных моделей в отечественных

условиях не принесли точных результатов. Были предложены различные способы адаптации зарубежных моделей к российским условиям. В частности «Z - счета» Э. Альтмана и двухфакторной модели.

Кроме того, появились новые методики диагностики финансового состояния, предназначенные специально для отечественных предприятий и разработанные А.Д. Шереметом, Р.С.Сайфуллиным, О.П. Зайцевой, Г.В. Савицкой, Л.В. Донцовой и Н.А. Никифоровой.

Компания ООО «Экспотур» специализируется на комплектации частных объектов строительства фасадными и кровельными материалами, а так же материалами для благоустройства ландшафта.

На сегодняшний день ООО "Экспотур" занимает одну из лидирующих позиций на строительном рынке по предложению широкого ассортимента лицевого кирпича, керамических блоков POROTHERM и керамической черепицы в Сибирском Федеральном Округе.

Анализируя данные актива баланса за 2018-2020 гг. можно сказать о том, что всего имущество предприятия увеличилось на 6381 т.р., при этом внеоборотные активы выросли на 384 т.р., оборотные – на 5997 т.р., запасы - на 1701 т.р.

Дебиторская задолженность снизилась на 867 тыс. руб., денежные средства снизились на 322 т.р.

В структуре актива баланса произошли следующие изменения: доля внеоборотных активов увеличилась на 2,43 %, денежные средства снизились на 3,42%, дебиторская задолженность уменьшилась – на 36,48%, Доля оборотных активов уменьшилась на 2,43%, запасов возросла на 6,52%.

Это говорит о том, что на предприятии хорошо работает отдел сбыта, юридический отдел и отдел управления закупками.

Анализируя баланс пассива можно сказать следующее: всего источники имущества увеличились на 6381 т.р., при этом собственный капитал

увеличился на 5245 т.р., заемный капитал увеличился на 1136 т.р., долгосрочных обязательств нет, краткосрочные займы и кредиты - на 384 т.р., а кредиторская задолженность снизилась - на 752 тыс. руб.

В целях улучшения финансового состояния на ООО «Экспотур» предлагается внедрить следующие мероприятия:

1. Инкассация дебиторской задолженности.
2. В целях увеличения продаж предлагается приобрести систему для электронной коммерции Smart Cart™ BASE как наиболее отвечающую распространённому требованию потребителей - сбалансированность цены и качества.

В результате внедрения рекомендуемых мероприятий предполагается, что выручка ООО «Экспотур» увеличится на 20% и составит 87826,8 тыс. руб.

Эффект от предложенного комплекса мероприятий по улучшению финансового состояния в ООО «Экспотур» в связи с этим составит 14117,73 тыс. руб.

Таким образом, в плановом 2020 г. ООО «Экспотур» увеличивает выручку и сокращает расходы, что приведет к более устойчивому финансовому положению предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс РФ, часть первая, от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ (ред. от 02.11.2013)//Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 02.12.2013) // СПС Консультант Плюс.
3. Налоговый кодекс РФ (часть первая) от 31.08.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // "Собрание законодательства РФ", № 31, 03.08.1998, ст. 3824.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // "Собрание законодательства РФ", 07.08.2000, № 32, ст. 3340.
5. Абрютин, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Учебно-практическое пособие. / М.С. Абрютин. - М.: Издательство «Дело и сервис», 2009. – 520 с.
6. Алексеев, К. С. Методика анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ К. С. Алексеев // Справочник экономиста. – 2012. – № 1. – С.14-25.
7. Алтухова, М. В. Финансовая диагностика и поддержка управленческих решений/ М. В. Алтухова // Справочник экономиста. – 2012. – № 2. – С.39-49.
8. Артеменко, В.Г. Финансовый анализ. / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – М.: ДИС, 2010. –205 с.
9. Басовский, М.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / М.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2009. –366 с.
10. Берзинь, И. Э. Экономика предприятия: Учебник для вузов / И.Э. Берзинь, С.А. Пикунова, И.И. Савченко, С.Г. Фалько; Под ред. С.Г. Фалько. — М.: Дрофа, 2009. — 368 с.
11. Бланк, И. А. Экономика агропромышленного комплекса : учебник / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр Эльга, 2009. – 357 с.

12. Васильева, Л.С. Финансовый анализ: Учебник / Л.С. Васильева, М.В. Метровская. — М.: КНОРУС, 2009. — 544 с.
13. Волков, О.И., Скляренко, В.К. Экономика предприятия: Курс лекций. — М.: ИНФРА-М; 2017. — 280 с.
14. Горфинкель, В. Я. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ— ДАНА, 2017. — 718 с.
15. Зайцев, И. Л. Экономика организации: Учебник для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. / И.Л. Зайцев. — М.: Издательство «Экзамен», 2010. — 642 с.
16. Ковалев, А. И. Анализ хозяйственного состояния предприятия. / А. И. Ковалев. - Изд. 3-е, испр. и доп. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2011. —415 с.
17. Макарьева, В.И., Андреева, Л.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 264 с.
18. Парушина, Н. В. Основные направления анализа и прогнозирования финансового состояния по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций/ Н. В. Парушина // Международный бухгалтерский учет. — 2012. — № 2. — С.55-63.
19. Пелих, А.С. Экономика предприятия (фирмы). — Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2012. — 512 с.
20. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. / Г.В. Савицкая. — Минск: ООО «Новое знание», 2017. - 688 с.
21. Симионов, Р. Ю. Методы анализа финансовых результатов и финансового состояния строительного предприятия/ Р. Ю. Симионов // Бухучет в строительных организациях. — 2012. — № 3. — С.39-44
22. Соколова Л.С., Юдин Р.А. Моделирование оценки ликвидности и платежеспособности предприятия// Справочник экономиста, №5, май, 2011, с. 14-с.18

23. Соколова Л.С. Финансовое состояние предприятия: оценка и моделирование механизма управления.// "Справочник экономиста", №9, 2009, с14-22
24. Федорова Г.В. Учет и анализ банкротств: учебное пособие.- 2-е изд. стер.- М.: Омега-Л, 2010.- 248 с.
25. Финансовый менеджмент: теория и практика/ под ред. Е.С. Стояновой.- 6-е изд.- М.: Перспектива.- 2017.- 656 с.
26. Чурсина, Ю. А. Оценка методик, применяемых для анализа кредитоспособности предприятия/ Ю. А. Чурсина, А. И. Гайнуллин; // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – № 2. – С.170-176
27. Шабалин, Е. М. Мифы реальной оценки финансового состояния российских предприятий/ Е. М. Шабалин, М. В. Карп // Финансы и кредит. – 2012. – № 17. – С.30-34.
28. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: учебник 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М.- 2011.- 367 с.
29. Шеремет А.Д., Ионова А.Ф. Финансы предприятий: менеджмент и анализ: учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2018.- 479 с.
30. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческой организации.- М.: ИНФРА-М, 2018.- 208 с.

