



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
филиал ФГБОУ ВО «РГГМУ» в г. Туапсе

Кафедра «Экономики и управления на предприятии природопользования»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(бакалаврская работа)
по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
(квалификация – бакалавр)

На тему «Анализ и оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия»

Исполнитель Бабасян Эмма Араевна

Руководитель к.э.н., Беломестнова Ирина Васильевна

«К защите допускаю»

Руководитель кафедры _____

кандидат экономических наук

Майборода Евгений Викторович

«21» 01 2025 г.

Филиал Российского государственного гидрометеорологического университета в г. Туапсе	
НОРМОКОНТРОЛЬ ПРОЙДЕН	
« <u>20</u> » <u>01</u>	20 <u>25</u> г.
<u>Майборода Е.В.</u>	
ПОДПИСЬ	РАСШИФРОВКА ПОДПИСИ

Туапсе
2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта.....	5
1.1 Доход предприятия, его сущность и значение.....	5
1.2 Порядок и механизм формирования доходов хозяйствующего субъекта..	7
2 Анализ и оценка финансового состояния предприятия ООО «Каравелла»	27
2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого объекта ООО «Каравелла»	27
2.2 Расчет и анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Каравелла»	27
3 Мероприятия по улучшению финансового состояния на ООО «Каравелла» .	39
3.1 Совершенствования системы планирования на предприятии	39
3.2 Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия	46
Заключение	51
Список литературы	53

Введение

В рамках маркетинговой экономики, результативность действий предприятия в секторах производства, инвестирования и управления финансами отображается через финансовые показатели. Каждый экономический агент независимо определяет направление своей деятельности, разрабатывает ассортимент продукции, устанавливает расходы, ценообразование, отслеживает доходы от продаж, тем самым определяя прибыльность или дефицитность своих операций.

Получение прибыли представляет собой основную задачу экономической деятельности предприятия. Достижение этой задачи реализуется через производство и предложение товаров, выполнение работ и предоставление услуг, которые удовлетворяют специфические потребности населения и соответствуют его предпочтениям. Общество заинтересовано не в абстрактных финансовых показателях, а в обеспечении доступности вещественных благ и услуг. Продажа продукции, выполнение работ или предоставление услуг не только подразумевает коммерческий успех, но и служит доказательством признания со стороны общества. Однако факт совершения сделки и получения дохода от продажи не всегда является индикатором чистой прибыли предприятия.

Чтобы определить финансовый результат деятельности, необходимо сравнить доходы от продаж с издержками производства и реализации продукции. Особенности экономической деятельности предприятия влияют на его функционирование, а также на характер и структуру его активов, включая основные средства, что, в свою очередь, важно для формирования финансового результата.

Актуальность выбранной темы исследования заключается в том, что прибыль это важнейший показатель, отражающий финансовую устойчивость предприятия, свидетельствующий об эффективности производства, объеме и

качестве произведенной продукции, состоянии производительности труда, уровне расходов.

Таким образом, рассмотрение вопроса о сущности и формировании финансовых результатов хозяйствующего субъекта является важным и актуальным в условиях рыночной экономики.

Цель исследования — разработка комплекса мер по улучшению финансового состояния предприятия ООО «Каравелла».

Для достижения поставленной цели необходимо реализовать ряд задач:

- Раскрыть понятие и сущность финансового результата предприятия;
- Ознакомиться с организацией учета финансовых результатов в ООО «Каравелла»;
- Разработать мероприятия по повышению финансового результата деятельности на предприятии.

Выпускная квалификационная работа состоит из трех глав, первая из которых носит теоретический характер. В ней излагаются теоретические основы построения бухгалтерского учёта.

Во второй главе работы даётся организационно – экономическая характеристика ООО «Каравелла», раскрывается экономическая сущность основных показателей деятельности предприятия.

В третьей главе выпускной квалификационной работы сделаны выводы и рекомендованы конкретные предложения по увеличению финансового результата деятельности предприятия.

Объектом исследования являются финансовые результаты деятельности ООО «Каравелла».

Предметом исследования является механизм формирования и использования финансовых результатов предприятия.

1 Теоретические аспекты финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта

1.1 Доход предприятия, его сущность и значение

Финансовая результативность операционных действий, вложений в капитал и финансовых мероприятий проявляется через финансовые результаты. Определение финансового результата включает сопоставление выручки и затрат на изготовление и реализацию продукции: в случае превышения выручки над затратами финансовый результат свидетельствует о рентабельности.

При равенности доходов и расходов организация лишь покрывает издержки, прибыль не формируется, что лишает ее ресурсов для развития. Если расходы превосходят доходы, наступает убыточность, что ведет к финансовым трудностям и риску банкротства. Убытки указывают на неправильное распределение и использование ресурсов в процессах производства, управления и распределения. Напротив, прибыль демонстрирует успех и эффективность работы организации, стимулируя расширение производства и снижение издержек. Это способствует как достижению целей бизнеса, так и общественных интересов путем удовлетворения потребностей населения. Прибыль поднимает вопросы оптимального инвестирования и служит индикатором для аллокации капитала. Фактически, она представляет собой дополнительную стоимость, созданную на каждом этапе производственного цикла и формализующуюся при реализации продукции, выступая одним из ключевых источников чистого дохода в экономике вместе с акцизами и налогом на добавленную стоимость [10, с.25].

Размер и изменение прибыли подвержены влиянию как контролируемых, так и неконтролируемых предпринимателем факторов.

В управленческой деятельности исключительное внимание уделяется анализу и манипуляции элементами внутренней среды предприятия с целью оптимизации прибыльности. Сюда входят такие аспекты, как эффективность

управления ресурсами, профессионализм руководства, конкурентное положение товаров на рынке, уровень заработной платы работников, ценообразование на продукцию, а также структура и эффективность процессов производства и труда. Вне зоны прямого влияния предприятия находятся внешние факторы, включающие такие переменные, как стоимость необходимых ресурсов, действия и стратегии конкурентов, регуляторные и правовые ограничения, налоговая политика, а также влияние государственных структур и общественно-политической обстановки, в том числе социальных, культурных и религиозных факторов, на деятельность компании.

Уровень прибыльности организации тесно связан с ее сферами деятельности, включая производственную, торговую, инженерно-техническую, финансовую и социальную сферы. Прибыль служит показателем экономически успешной работы компании, становясь краеугольным камнем для ее экономического прогресса. Увеличение прибыли способствует формированию стабильного финансового основания, необходимого для самостоятельного финансирования, реинвестирования в производство, а также улучшения социально-экономических условий и материального благополучия сотрудников. Помимо этого, прибыль учреждения используется для выполнения обязательств перед государственным бюджетом, финансовыми учреждениями и прочими институтами [12, с.26].

Прибыль не просто отражает финансовые достижения, она также является ключевым компонентом финансовых активов предприятия. Это подчёркивает, что прибыль играет роль в восстановлении ресурсов, мотивации к улучшениям и распределении ресурсов. Она указывает на уровень коммерческой успешности и экономической стабильности компании.

Прибыль является показателем эффективности использования инвестированных ресурсов в активы, отражая доходность вложений.

В рамках рыночной экономики каждая экономическая единица стремится к максимизации прибыли или, по крайней мере, к достижению такого уровня доходов, который обеспечивал бы её устойчивое развитие и

конкурентоспособность. Это предполагает не только осознание тех факторов, которые способствуют формированию доходности, но и эффективное применение стратегий для оптимизации использования этих факторов. В этом контексте управление финансовыми результатами становится ключевым элементом финансовой стратегии организации, нацеленным на увеличение прибыли и расширение диапазона источников дохода.

Доход можно получить благодаря заимствованию доминирующего статуса на рынке или путем предложения уникального вида товаров и услуг. Эффективность этого подхода достигается через непрерывное обновление предлагаемой продукции, а также сохранение ведущих позиций в области производства и распространения. В то же время, критическое значение имеет осознание влияния нарастающей конкурентоспособности со стороны прочих участников рынка и правил, устанавливаемых антимонопольным законодательством. В условиях современной экономики ключевую роль в увеличении прибыли играет прогрессивная инновационная активность, подразумевающая акцент на улучшении характеристик и качества продукции, выполнения работ и предоставления услуг.

1.2 Порядок и механизм формирования доходов хозяйствующего субъекта

Критический элемент в процессе определения и налогового учета прибыли организации заключается в разграничении между поступлениями, полученными компанией как в начальной стадии ее формирования, так и в течение всего периода ведения экономической активности, в форме наличных и нематериальных активов, которые должны классифицироваться как облагаемые налогом доходы, и затратами, снижающими доходность организации. Регулирование перечня доходов и расходов для налогообложения осуществляется согласно положениям Налогового кодекса РФ (ч. II, глава 25), где подробно описана классификация финансовых потоков, детализированная в

дальнейшем. Доходы организации, включая выручку от продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, а также от сдачи в аренду имущества и прав на имущество, представляют собой основу для компенсации издержек, связанных с производством и сбытом товаров, а также нереализованных расходов и формирования чистой прибыли.

К доходам предприятия относятся финансовые поступления, документально удостоверенные первичными и налоговыми записями, включая выручку от реализации продукции, выполнения работ, предоставления услуг, а также прибыли от отчуждения активов, включая ценные бумаги, и прав собственности. Эти финансовые результаты рассчитываются исходя из полного объема компенсации за продажу продуктов, услуг или прав, причем они могут быть представлены как в финансовом, так и в товарном эквиваленте.

Доходы, которые не относятся к доходам от основной деятельности, классифицируются как внереализационные. К ним относятся следующие виды доходов:

- из владения долями в других компаниях;
- от транзакций покупки или продажи иностранной валюты, происходящих при обменном курсе, превышающем или уменьшающем официальный курс иностранной валюты к рублю, установленный Центральным банком Российской Федерации на день осуществления операции;
- через наложение финансовых взысканий, начисление неустоек, применение мер ответственности за договорные нарушения, а также компенсацию потерь и повреждений;
- от предоставления имущества в аренду или передачи его во временное пользование через договор субаренды;
- за предоставление лицензии на использование объектов интеллектуальной собственности, включая товарные знаки, патенты на изобретения, промышленные образцы, и другие формы защиты результатов интеллектуальной активности;

- в форме процентных доходов от кредитных соглашений, вкладов, активов на банковских счетах, инвестиций в депозиты, а также заработка на облигациях и других финансовых инструментах задолженности;
- при бесплатном получении активов, выполнении работ или предоставлении услуг, где доходы оцениваются на основе текущих рыночных стоимостей;
- в форме прибыли, распределяемой в пользу организации в рамках долевого участия в простом товариществе;
- как доход прошлых лет, обнаруженный в текущем отчетном периоде;
- в форме прибыли от курсовой разницы, возникающей в результате переоценки активов и пассивов, ценность которых указана в иностранной валюте, включая денежные средства на валютных счетах в финансовых учреждениях;
- как результат положительного эффекта от переоценки активов, выполненной для приведения их балансовой стоимости в соответствие с нынешней рыночной ценой;
- как совокупность долгов и обязательств перед кредиторами, аннулированных из-за просрочки исковой давности или иных причин;
- как прибыль от торговли производными финансовыми инструментами;
- как стоимостное выражение избыточных запасов продукции и материалов, обнаруженных при проведении инвентаризации [25, с.110].

Определение выручки от продажи товаров и услуг играет критическую роль в формировании финансовых показателей предприятия, что делает его ключевым аспектом в бухгалтерском учете. Определять выручку можно двумя основными методами: первый — кассовый, когда доход учитывается в момент фактического получения платежей за товары и услуги, что может происходить как через безналичные платежи на банковский счет компании, так и через наличные в кассу. Этот метод обеспечивает непосредственное управление поступившими денежными средствами и удобен для мониторинга финансового потока. Второй метод — метод начисления, где доходы отражаются в момент

отгрузки товаров или оказания услуг независимо от поступления оплаты. Принцип основывается на переходе прав собственности на товар, что зачастую предполагает фиксацию доходов в отчетности еще до момента поступления денежных средств на счет, что может приводить к налоговым обязательствам без реального поступления средств, например, из-за задержек платежей или неплатежеспособности покупателя. Выбор метода учета доходов делается компанией на основе ее внутренних процессов, норм законодательства и условий контрактов. Независимо от выбранного метода, он должен быть зафиксирован в учетной политике предприятия на длительный период [6, с.63].

В рамках системы бухгалтерского учета и отчетности, применение метода начисления позволяет рассчитывать доходы от продажи продукции, выполнения работ или предоставления услуг на основании более ранней даты.

- внесения авансового платежа;
- поставки товаров, реализации проектов или предоставления сервисных услуг. В контексте поставок датой выполнения считается момент передачи товаросопроводительных документов, а в случае проектных работ или сервисных услуг - день, когда данные процессы были фактически доведены до завершения.

Таким образом, в процессе расчета налоговой базы встречается множество специфик, зависящих от применяемых подходов к учету выручки от продаж и общих доходов организации.

Метод начисления доходов предполагает:

- доходы учитываются в периоде их возникновения, не связываясь с моментом поступления денег, других активов, выполнения работ, оказания услуг и перехода имущественных прав (метод начисления).
- в ситуациях, когда соблюдение методов обложения налогом касается доходов, охватывающих несколько налоговых периодов, и когда прямая связь между полученными доходами и понесенными расходами либо не устанавливается, либо устанавливается только опосредованно, компании предоставляется право самостоятельно проводить распределение доходов,

руководствуясь общепринятым принципом систематичности в признании как доходов, так и расходов.

- в случае доходов, полученных от продажи, датой фиксации дохода является момент отгрузки товаров, выполнения работ или оказания услуг, передачи имущественных прав. Этот момент определяется как день, когда товары, работы, услуги были реализованы, вне зависимости от времени поступления оплаты за них.

- в контексте внереализационных доходов, момент учета полученного дохода устанавливается на дату, когда обе стороны оформляют и подписывают акт о приемке переданных материальных ценностей (или выполненных работ, услуг).

- когда финансовый агент зарабатывает, предоставляя финансирование через передачу прав требования кредитора, а также когда новый кредитор получает прибыль от предоставления финансовых услуг после приобретения такого требования, датой фиксации дохода является либо момент следующей передачи этих прав, либо момент, когда должник выполняет свои обязательства.

Когда компания, действуя в роли кредитора, переуступает своё право на взыскание долга другому субъекту, то моментом фиксации дохода от такой операции является день, когда все стороны формализуют своё согласие на переход прав через подписание акта о передаче. Это касается договоров сроком на один отчётный период и более, причём учитывать полученные средства нужно раз за квартал. Организация самостоятельно рассчитывает размер дохода, который приходится на каждый из кварталов, исходя из условий, зафиксированных в контракте, и прибавляет эту сумму к своим ежеквартальным доходам [24, с.75].

Процедура учета расходов по методу начисления:

- Для целей налогового учета расходы учитываются в том отчетном периоде, к которому они причисляются, не учитывая момент реальной выплаты средств или другого способа оплаты.

- Расходы отражаются в периоде их возникновения, в соответствии с условиями договоров, имеющих определенные сроки исполнения, а также согласно принципу систематического и пропорционального отражения доходов и расходов. Если же доходы генерируются на протяжении нескольких периодов и связь между доходами и расходами не устанавливается однозначно или устанавливается опосредованно, то распределение расходов осуществляется компанией на свое усмотрение, руководствуясь принципом равномерного распределения доходов и расходов.

-Расходы признаются в том отчетном периоде, в котором эти расходы возникают исходя из условий сделок (по сделкам с конкретными сроками исполнения) и принципа равномерного и пропорционального формирования доходов и расходов. При получении доходов в течение нескольких отчетных периодов и когда связь между доходами и расходами не может быть определена четко или определяется косвенным путем, расходы распределяются предприятием самостоятельно с учетом принципа равномерности признания доходов и расходов.

- При учете материальных расходов в бухгалтерском учете датой их признания является момент передачи сырья и материалов в производственный процесс, относительно тех объемов, которые были использованы в процессе изготовления продукции (выполнения работ, оказания услуг). В случае расходов на услуги и работы производственного типа, речь идет о моменте оформления акта приемки-передачи выполненных услуг и работ между предприятием и исполнителем.

Амортизация учитывается как расход, распределяемый ежемесячно на основании начисленной амортизационной суммы.

Расходы на заработную плату учитываются как ежемесячные расходы.

Затраты на восстановление основных фондов учитываются как расходы в тот же отчетный период, когда они произведены, независимо от момента выполнения платежа.

Расходы, связанные с платежами по страхованию (как обязательному, так и добровольному) и взносами в частные пенсионные фонды, отражаются в бухгалтерской отчетности компании в тот же отчетный период, когда были произведены соответствующие финансовые операции, то есть когда компания выполнила финансовые обязательства по этим договорам, осуществив платежи для покрытия страховых и пенсионных взносов.

В контексте финансовых и аналогичных договоров, охватывающих период дольше одного финансового (налогового) года без предписания разделения затрат на этапы, учет издержек осуществляется ежемесячно и эти издержки включаются в общий список расходов организации. Расчет этих издержек проводится компанией на основе процентной доли издержек, установленной условиями договора для соответствующего месяца. В отношении расходов, выраженных в виде процентов или доли накопленного купонного (процентного) дохода, их признание происходит в момент выплаты процентов или при реализации ценной бумаги, в зависимости от того, какое событие наступит раньше.

В соответствии с кассовым методом учета, доходы должны учитываться в момент их фактического поступления, а расходы - когда происходит их оплата. Критерием поступления дохода служит не только физическое поступление денежных средств наличными или зачисление на банковский счет, но также передача имущества, прав собственности на имущество или получение авансов от контрагентов. С точки зрения расходов, они фиксируются в момент осуществления платежа, будь то наличный расчет из кассы предприятия или безналичный перевод с его расчетного счета, либо в момент выбытия активов. Отдельно стоит отметить, что авансы, выдаваемые за будущие поставки, не могут учитываться как расходы до момента получения фактических товаров и соответствующей документации, подтверждающей поставку.

При использовании кассового метода учета, определенные категории доходов и расходов подлежат регистрации согласно уникальным правилам. В частности, затраты на приобретение сырья и материалов могут быть заявлены в

качестве расходов, уменьшающих налог на прибыль, лишь после их фактической оплаты, списания в процесс производства и их использования в рамках производственной деятельности к конечному сроку отчетного месяца, как указано в пункте 5 статьи 254 и подпункте 1 пункта 3 статьи 273 Налогового кодекса Российской Федерации. Стоит отметить, что детализированные условия определения отдельных категорий доходов и расходов при выборе кассового метода учета зафиксированы в статье 273 Налогового кодекса Российской Федерации.

По сравнению с методом начисления, кассовый метод бухгалтерского учета доступен не для всех предприятий.

Согласно действующему налоговому законодательству Российской Федерации, установлены определенные критерии для использования кассового метода учета доходов и расходов. В частности, этот метод разрешается к применению компаниям, чей объем средней выручки за предыдущие четыре квартала не превосходит порог в один миллион рублей, данный показатель рассчитывается без включения налога на добавленную стоимость (НДС), согласно положениям пункта 1 статьи 273 Налогового кодекса РФ. Из данного правила выделяется исключение для участников инновационного центра «Сколково», для которых предел выручки, позволяющий использовать кассовый метод учета, не применяется.

Второй пункт заключается в определении списка субъектов, на которых распространяется запрет использования кассового метода учета доходов, несмотря на объем их выручки.

К ним, в частности, относятся:

банки;

потребительские кредитные объединения;

микрофинансовые организации;

лица, осуществляющие контроль за деятельностью иностранных контролируемых компаний;

компаний, обладающие правами эксплуатации новых подводных полезных ископаемых;

компаний-операторы новых подводных запасов;

участники товарищества по простой сделке и инвестиционного партнёрства;

Субъекты договоров доверительного управления имуществом, в соответствии с пунктами 1 и 4 статьи 273, а также пунктом 1 статьи 275.2 Налогового кодекса РФ.

Организации имеют право самостоятельно определять момент учета доходов и расходов на основе кассового метода, если их выручка от реализации товаров, выполнения работ или оказания услуг, за вычетом НДС и акцизных сборов, в каждом из последних четырех кварталов не превосходит один миллион рублей.

Доход признается заработанным в момент поступления денег на счет в банке, пополнения кассы, либо когда происходит владение другим активом или правами собственности, согласно кассовому методу бухгалтерского учета.

Расходами предприятия признаются только фактически погашенные затраты. Этот процесс происходит в момент расчета за товары и услуги и включает в себя не только получение продукции, но и выполнение работ, предоставление услуг, а также переход прав собственности, снимая тем самым финансовые обязательства перед поставщиком.

В этом контексте, расходы рассчитываются с принятием во внимание следующих характеристик:

- материальные затраты и оплата труда признаются расходами при фактическом снятии денег с банковского счета организации, выплатах наличными или при других формах урегулирования обязательств на этапе их осуществления.

- амортизационные отчисления рассматриваются как часть издержек и рассчитываются за фискальный период. Разрешается учет амортизации

исключительно на активы, приобретенные за счет средств предприятия и эксплуатируемые в хозяйственной деятельности;

- оплата налогов и сборов относится к разделу расходов предприятия на основании их реальной уплаты. Если появляется долг по налогам и сборам, затраты на его урегулирование включаются в расходы до уровня суммы, которая была фактически погашена, и отражаются в финансовой отчетности за те периоды, в которые было выполнено погашение данных обязательств.

- когда компания, выбравшая кассовый метод для расчета своих доходов и расходов, превышает установленный лимит дохода от продаж в рамках налогового года, она должна переключиться на метод начисления для определения своих финансовых результатов, причем изменение должно применяться ретроспективно с начала того налогового периода, когда произошло это превышение.

Получение прибыли выступает как основной мотиватор для основания и расширения бизнеса. Эта мотивация стимулирует предпринимателей к поиску более продуктивных методов управления ресурсами, разработке инновационных товаров с потенциальным спросом, внедрению организационных и технологических усовершенствований для повышения производственной эффективности. Рентабельно функционирующие компании способствуют экономическому прогрессу, увеличивают национальное богатство и повышают уровень жизни граждан[10, с.45].

Прибыль играет ключевую роль в экономике, являясь показателем рентабельности и эффективности деятельности компаний. Этот финансовый результат, определяемый как разница между доходами и расходами, напрямую влияет на способность предприятий осуществлять самостоятельное финансирование, развивать производственные мощности и улучшать социальные условия. Глубокое понимание прибыли и ее оптимальное распределение обеспечивают успешное применение инструментов экономического регулирования, таких как ценообразование и коммерческий

расчет, что в значительной мере определяет конкурентоспособность и стабильность на рынке.

Учитывая обозначенные аспекты, роль «анализа» прибыли в деятельности предприятия в настоящее время оказывается наиболее значительной. Такой анализ предоставляет возможность идентифицировать ключевые движущие силы роста прибыли, рациональное управление активами, потенциал развития организации, а также оценить воздействие внешних и внутренних элементов на прибыль.

Прибыль представляет собой финансовое отражение большинства средств, накапливаемых компаниями всевозможных форм владения. В качестве экономического показателя она отражает финансовый исход деятельности компании.

Прибыль – ключевой экономический индикатор, который комплексно отображает производственную эффективность, объем и качественные характеристики выпущенной продукции, продуктивность трудовых ресурсов, а также структуру и уровень производственных затрат. Она также играет важную роль в стимулировании экономической активности, способствуя развитию рыночных отношений и повышению эффективности производственных процессов в различных секторах экономики.

Использование прибыли позволяет финансировать инновационные и социально-экономические программы на предприятиях, а также способствует росту заработной платы сотрудников. Прибыль означает разность между валовым доходом и совокупными издержками на изготовление и продажу товаров, учитывая возможные убытки от операционной деятельности. Это финансовый результат, который складывается из множества факторов, имеющих как положительное, так и отрицательное влияние.

Прибыль, ключевой элемент рыночной экономики, обладает специфическими функциями:

Во-первых, прибыль является комплексным показателем, охватывающим эффективность производственного процесса, объем и качество выпущенной

продукции, уровень производительности труда и затраты на производство. Прибыльные показатели играют ключевую роль в анализе производственной и финансовой деятельности организации, отражая её коммерческую успешность и финансовое состояние. Они позволяют оценивать эффективность использования инвестированных средств и доходность инвестиций. Кроме того, прибыль стимулирует к совершенствованию хозяйственного учета, ускорению темпов производственной активности.

Вторым аспектом является мотивационная роль прибыли. Суть данной функции заключается в ее двойной роли: прибыль не только отражает финансовый успех предприятия, но и является ключевым источником для его финансирования. Размер получаемой прибыли напрямую влияет на возможности самофинансирования, подразумевая переориентацию значительной части чистой прибыли на внутренние нужды после исполнения налоговых и прочих обязательств. Эти средства предназначены для обновления производственных мощностей, инвестирования в научные разработки и технологический прогресс, а также для улучшения социальной сферы организации и эффективной мотивации сотрудников через материальные стимулы.

Увеличение прибыли усиливает возможности компании для развития, способствует активизации её деловой деятельности и обеспечивает основу для инвестирования своих средств, расширения производства и удовлетворения социальных и материальных потребностей персонала. Подъем прибыльности дает простор для финансирования инвестиций в обновление и углубление производственных процессов, привнесение инноваций, улучшение условий труда в коллективе и поддержку наукоемких проектов предприятия.

Кроме того, доходность критически ценится потенциальными инвесторами при анализе перспектив предприятия и отражает эффективность ресурсопользования, т. е. необходима для оценки деятельности фирмы и ее возможностей в будущем.

В-третьих, прибыль играет ключевую роль в процессе бюджетообразования на различных уровнях государственного управления. Этот финансовый ресурс пополняет государственную казну через налогообложение и, наряду с прочими элементами доходной части бюджета, направляется на реализацию публичных интересов, обеспечение осуществления государственных функций, финансирование инвестиционных, социальных проектов и программ, а также вкладывается в создание бюджетных и благотворительных структур. Эти средства также задействуются для погашения долговых обязательств фирм перед государством, банковскими и финансовыми учреждениями, а также другими компаниями и организациями.

Прибыль служит основой для удовлетворения финансовых потребностей как самого бизнеса, так и государственных нужд. В этой связи, критически важным является определение составляющих прибыли организации. Суммарный доход организации охватывает концепцию валового дохода, который подвержен влиянию многообразия различных элементов, как напрямую связанных с предпринимательской активностью, так и тех, что находятся вне ее контроля.

Для углубленного изучения прибыльности важно применять бухгалтерскую информацию, содержащуюся в первичной учетной документации о финансовых итогах работы компании.

Разделение и использование прибыли представляют собой ключевой элемент экономической деятельности, способствующий не только удовлетворению потребностей предприятий, но и генерации доходов для бюджета Российской Федерации. Система деления прибыли должна быть организована так, чтобы она активно способствовала улучшению производительности труда и поддерживала инновации и внедрение новых экономических моделей.

С течением времени, учитывая объективные особенности социально-экономического процесса на разных этапах развития российской экономики, механизмы распределения прибыли претерпевали трансформации и

усовершенствования. Одна из ключевых дилемм такого распределения, которая оставалась актуальной как до так и после перехода к рыночной экономике, заключается в поиске баланса между долей прибыли, направляемой в государственный бюджет, и той, что остается под управлением предпринимателей. В эпоху активной приватизации и акционирования, предприятия стали более свободны в вопросах распределения заработанных средств, за исключением сегмента, предписанного к обязательным отчислениям, налогообложению и другим финансовым обязательствам согласно действующему законодательству.

Следовательно, возникает потребность в разработке строгой механики распределения доходов на этапах, предшествующих формированию нетто-прибыли, то есть дохода, который остается в использовании компании или учреждения.

Методы разделения доходов можно изложить так:

- прибыль, сгенерированный объектом бизнеса через операционные и финансовые операции, делится между государством и компанией в качестве экономического агента;

- государственная прибыль формируется через налоговые поступления и обязательные платежи, размеры которых подлежат регулированию. Законодательно определяются категории налогов, их ставки, механизмы расчета и порядок перечисления средств в бюджет.

- размер чистой прибыли организации после налогообложения должен стимулировать стремление к расширению производства и повышению эффективности экономической и финансовой работы;

- прибыль, оставшийся у компании, в первую очередь идет на капитальные накопления для поддержания последующего прогресса, и лишь затем распределяется на текущие расходы.

Механизм распределения прибыли

Система распределения прибыли, основанная на принципах экономической эффективности, должна в первую очередь обеспечивать полное

покрытие налоговых и прочих платежей в бюджет, а также гарантировать адекватное финансирование производственных процессов, инвестиций в материально-техническую базу и социальную сферу на предприятиях и в организациях. Рассмотрим механизмы коррекции чистой прибыли при её распределении.

При расчете балансовой прибыли происходит уменьшение её на величину доходов, подлежащих налогообложению по дифференцированным ставкам. Кроме того, осуществляются вычеты на формирование резервных и прочих сопоставимых фондов, а также производится исключение прибыли, на которую распространяются налоговые вычеты.

После проведения соответствующих финансовых корректировок, остаточная балансовая прибыль превращается в налогооблагаемую базу. На этапе определения налогооблагаемой прибыли компания определяет сумму, подлежащую налогообложению. По итогам уплаты налогов формируется чистая прибыль. Эти финансовые средства, ставшие результатом всех вычетов, находятся в полной ведомости и использовании самой организации для её дальнейшего развития и расширения деятельности.

После уплаты в государственную казну положенного налога на прибыль, за вычетом примененных налоговых льгот, компания получает право распоряжаться остатком дохода, известного как чистая прибыль. Эти средства могут быть использованы для самостоятельного управления и инвестирования в будущее бизнеса. Решения о том, каким образом вкладывать эти средства, влияют на динамику рыночной среды, включая направления для вложений, определенные в зависимости от текущих потребностей и перспектив развития рынка. Стимулирование конкурентоспособности зачастую требует от предприятий расширения производственных мощностей, инновационной модернизации, а также уделять внимание социальным и материальным потребностям своих сотрудников в целях повышения производительности труда.

В соответствии с этим, с приходом финансов, чистая прибыль компании ассигнуется на финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), а также деятельность по разработке, освоению и внедрению инновационной техники, на улучшение технических процессов и организации производственных процессов; на модернизацию технологического оборудования, повышение качественных характеристик продукции; техническое обновление, реконструкцию имеющегося производства. Чистая прибыль служит ключевым элементом для пополнения имеющихся оборотных активов. Помимо прямого вложения в производственные потребности, чистая прибыль также выступает в качестве источника для выплаты процентов по заемным средствам, привлеченным для покрытия дефицита оборотных активов, приобретения основных фондов, а также по платежам по просроченным и отсроченным займам. В дополнение к финансированию производственного роста, прибыль, оставшаяся в распоряжении предприятия, распределяется на удовлетворение индивидуальных, потребительских и социальных нужд сотрудников.

Для удовлетворения производственных, материальных и социальных нужд из средств, полученных в виде чистой прибыли, компания должна нацелиться на достижение баланса между аккумулятивными ресурсами и расходами, принимая во внимание текущие тенденции и колебания на рынке, и одновременно мотивировать и вознаграждать своих сотрудников за их вклад в трудовой процесс.

Предприятие может распоряжаться чистой прибылью, создавая специализированные финансовые резервы или прямо инвестируя эти средства в покрытие текущих расходов.

Чистая прибыль, оставшаяся после уплаты налогов и других обязательных платежей, играет ключевую роль в финансовой самостоятельности предприятия. Она используется не только для расширения деловой активности и поощрения сотрудников, но и для покрытия штрафов и санкций за нарушения законодательства. При несоблюдении экологических

требований или правил санитарии, а также при установлении цен выше установленных регулятором норм, организации обязаны компенсировать нарушения за счет собственной прибыли.

С переходом к рыночной экономике компании сталкиваются с необходимостью распределения финансов для покрытия потенциальных убытков, вызванных рискованными транзакциями, что может привести к уменьшению доходов. В этой связи, формирование финансовых резервов из чистой прибыли, таких как рисковые (резервные) фонды, становится обоснованным действием для организаций.

Компании формируют резервные фонды для обеспечения финансовой стабильности и управления рисками в ситуации прекращения операционной деятельности, а также для обеспечения погашения долгов перед кредиторами. Для юридических лиц, таких как акционерные общества, кооперативы и предприятия с участием иностранного капитала, наличие такого фонда носит обязательный характер. В контексте акционерных обществ, резервный фонд также пополняется за счет доходов от выпуска акций выше их номинальной стоимости. Эта дополнительная прибыль, получаемая как результат разницы между рыночной и номинальной стоимостью акций, ограничена в использовании и может быть направлена только на покрытие убытков от их продажи ниже номинальной стоимости. В случаях, когда прибыль акционерного общества оказывается недостаточной для выплаты по облигациям и дивидендов по привилегированным акциям, именно резервный фонд выступает источником финансирования данных обязательств [9, с.12].

Размер фонда резервов должен быть не меньше 15% от объема уставного капитала компании. В его пополнение из годовой прибыли, оставшейся после налогообложения, направляется минимум 5%. Функции такого резерва весьма многообразны: от компенсации потенциальных финансовых потерь, связанных с предпринимательской деятельностью, до инвестиций в развитие производственных мощностей и социальной сферы. Это включает инвестирование в научно-технический прогресс, обновление оборудования и

технологий, увеличение оборотных активов, а также покрытие дефицита средств и финансирование мер, направленных на улучшение социально-экономических условий работы персонала.

Целевые фонды, такие как фонды накопления и потребления, формируются согласно положениям, указанным в учредительной документации. Фонд накопления служит капитализированным резервом финансовых активов для экономического агента, централизующим прибыль и различные финансовые источники с целью финансирования расширения имущественного портфеля, приобретения активов длительного пользования, запасов и прочего. Он отображает укрепление финансового положения и рост собственного капитала экономического агента. При этом транзакции покупки и наращивания активов не влияют напрямую на фонд накопления. Уменьшение объема фонда накопления происходит по ряду причин:

- отражение расходов, связанных с формированием новых активов, которые согласно регламентированным инструкциям не подлежат включению в исходную стоимостную оценку данных активов (включая обучение персонала);
- его распределение между учредителями - юридическими лицами;
- погашение годового убытка, обнаруженного в финансовой отчетности предприятия.

Фонд потребления является резервом финансов и материальных активов организации, выделенным для реализации социальных программ и материального стимулирования работников. В его состав входят различные формы выплат:

- средства, выделенные на заработную плату персонала (ФОТ);
- доходы в виде дивидендов и процентов по акциям и вкладам, вложенным членами трудового коллектива в собственность предприятия, предназначенные к распределению среди работников;
- объемы трудовых и социальных льгот, предоставленных предприятием, в том числе материальной поддержки.

Трудовые и социальные привилегии включают:

- выплата за дополнительные отпуска, предусмотренные коллективным договором для сотрудников, включая матерей, занимающихся воспитанием детей;

- повышения пенсионных выплат и однократные финансовые вспомоществования для лиц, выходящих на заслуженный отдых с статусом ветерана труда.

- компенсация стоимости билетов для семьи сотрудника на поездку к месту отдыха и возврат.

- выплаты студентам и учащимся, направленным предприятием на образование в университеты и колледжи, осуществленные за счет финансов предприятия;

- финансирование работодателем затрат на лечебно-оздоровительные путевки, отдых, образовательные поездки и туристические мероприятия для сотрудников и их потомков за счет ресурсов предприятия;

- возмещение расходов на повышение цен за питание в кафетериях, столовых и санаториях;

- издержки по возврату займов, предоставленных персоналу для улучшения жилья, купли дачных построек.

В условиях развития спонсорства, доля доходов организации может быть выделена на поддержку социально значимых инициатив, включая благотворительность, поддержку театральных трупп, проведение арт-выставок и прочие направления. Оптимизация финансовых результатов достигается через координацию экономических механизмов. Важнейшую роль здесь играет эффективность товарооборота.

Прежде всего, это связано с тем, что на рынке в момент реализации товаров осуществляется компенсация ранее вложенных в процесс производства ресурсов.

Во-вторых, коммерциализация продукции означает этап, на котором разработанный товар утверждается на рынке [8, с.29].

Поскольку прибыль является интегральным показателем результативности производственной, коммерческой и инвестиционной деятельности компании, это подразумевает, что объемы прибыли отражают влияние всех аспектов хозяйственной деятельности организации.

2 Анализ и оценка финансового состояния предприятия ООО «Каравелла»

2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого объекта ООО «Каравелла»

Полное название организации общество с ограниченной ответственностью «Каравелла». Сокращенное название ООО «Каравелла». Английское название Karavella Limited Liability Company.

Дата регистрации 28.11.2002.

Адрес: Краснодарский кр., Туапсинский район, г. Туапсе, Морской, д. 2.

Уставный капитал 10 000 руб.

ОКФС Частная собственность

ОКОПФ Общества с ограниченной ответственностью

ОКОГУ Организации, учрежденные юридическими лицами или гражданами, или юридическими лицами и гражданами совместно

ИНН 2322026367

ОГРН 1022303280262

КПП 232201001

ОКАТО Краснодарский край, Туапсе

ОКПО 36600595

ОКТМО Краснодарский край, Муниципальные районы Краснодарского края, Туапсинский мун. р-н, Городские поселения Туапсинского муниципального района, Туапсинское, г Туапсе

Руководитель Ерков Дмитрий Дмитриевич, генеральный директор (с 15 сентября 2017 г.)

Учредители ТМТП, АО

Основной вид деятельности по ОКВЭД: 55.10 Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания

Строительство гостинично-административного комплекса было начато в январе 1995 и окончено в декабре 1998 годов. Строительство вела швейцарская фирма «Смелт». Гостинично-административный комплекс состоит из гостиничного и административного зданий.

С января 2003 года Гостиничный комплекс стал отдельным предприятием - ООО «Каравелла». Единственным участником общества с ограниченной ответственностью «Каравелла» является акционерное общество «Туапсинский морской торговый порт» (100% уставного капитала).

Сооружение гостиничного комплекса расположено по ул. Морской бульвар, 2. Расположенная в центре г. Туапсе, 3-х звездочная гостиница «Каравелла», построенная по европейским стандартам и имеющая оригинальный дизайн, гармонично вписывается в архитектурный ансамбль города [13, с. 23].

Сегодня гостиница «Каравелла» это современный и удобный гостиничный комплекс, расположенный в центральной части города Туапсе.

Основным видом деятельности является предоставление гостиничных услуг, но осуществляет также иные виды хозяйственной деятельности:

- организация и проведение ярмарок, выставок;
- оказание услуг общественного питания, в том числе столовых, кафе, ресторанов;
- оказание услуг прачечной и химчистки;
- бизнес-центр с конференц-залом, услуги международной связи, парикмахерская.

Информационные технологии организации служат стратегическим целям бизнеса, используются для контроля активности структур и объектов, финансовых, информационных, материальных потоков, рабочих мест и групп людей.

Организационная структура ООО «Каравелла» представлена на рисунке 1.

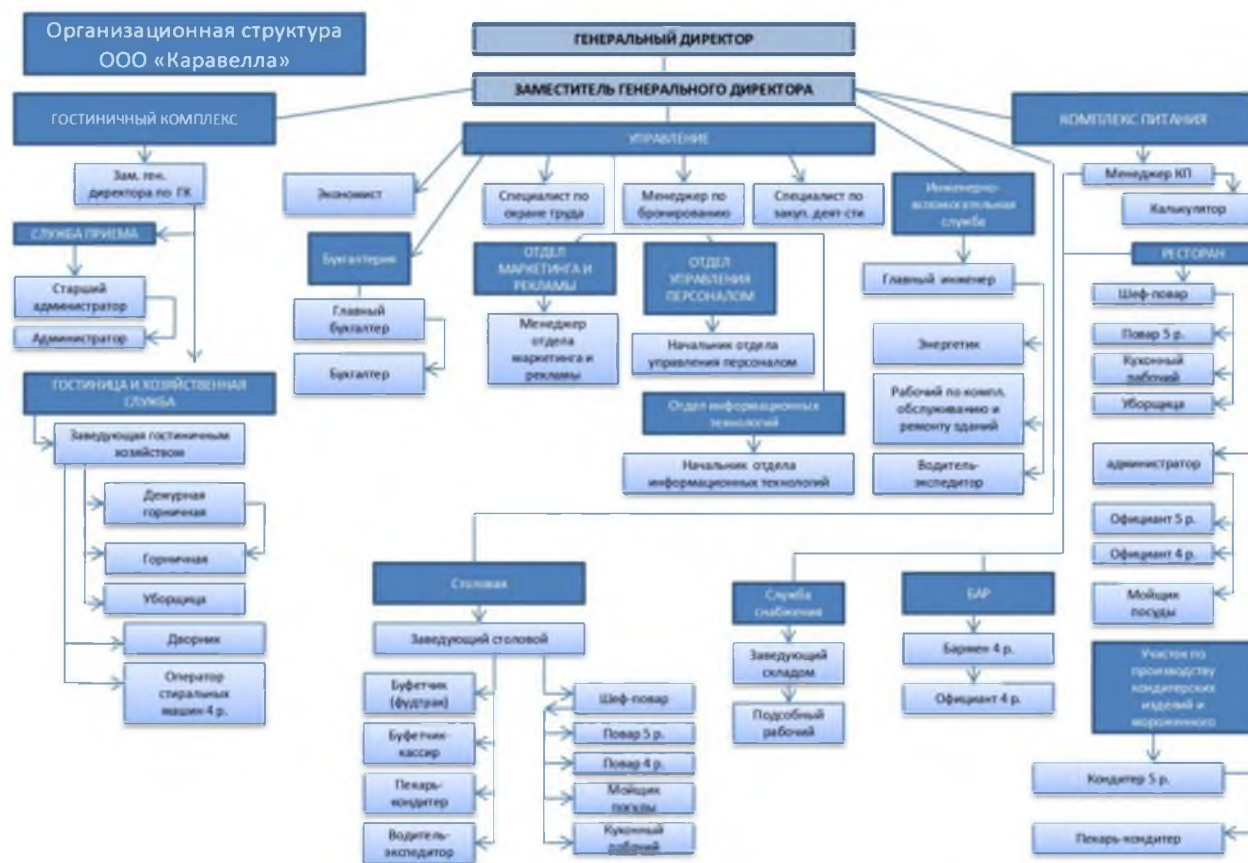


Рисунок 1- Организационная структура ООО «Каравелла»

В 2023 году среднесписочная численность работников ООО «Каравелла» составила 72 человека.

Одним из способов повышения организационной культуры в редакции можно рассмотреть формирование фирменного стиля сотрудников, как средство создания и поддержание образа редакции в целом.

Сюда можно отнести фирменные бланки, конверты, визитные карточки и бейджи для корреспондентов и фотокорреспондентов.

Папки для деловой документации и рекламных материалов, а также сувенирная и рекламная продукция. Это способствует персоналу организации

испытывать чувство гордости, самоуважения и удовлетворение от работы. Ощущать собственную значимость и сопричастность к общему делу. Организации это позволит повысить положительное общественное мнение и укрепить доверие потребителя.

В ООО «Каравелла» преобладает демократический вид организационной культуры.

Рационально распределяются обязанности между всеми членами коллектива, осуществляется делегирование полномочий, коллегиально принимаются ключевые решения, в организации преобладает принцип двухсторонней обратной связи.

Одним из важнейших условий успешного функционирования и развития любой организации является ее положительный имидж в глазах общественности.

А создание благоприятного внешнего образа невозможно без внутренней согласованности между членами коллектива, соблюдения всеми сотрудниками служебного этикета и поддержания единого корпоративного стиля [8, с. 150].

2.2 Расчет и анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Каравелла»

Уставный капитал ООО «Каравелла» составляет 10 тыс. руб. Это минимальный уставный капитал для организаций, созданных в форме ООО.

В приведенной ниже таблице 1 обобщены основные финансовые результаты деятельности ООО «Каравелла» за рассматриваемый период.

Изучая расходы по обычным видам деятельности, следует отметить, что организация как и в прошлом году учитывала общехозяйственные (управленческие) расходы в качестве условно-постоянных, относя их по итогам отчетного периода на счет реализации.

Таблица 1 - Основные финансовые результаты деятельности ООО «Каравелла»

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.		Изменение показателя		Средне- годовая величина, тыс. руб.
	2022 г.	2023 г.	тыс. руб. (гр.3 - гр.2)	± % ((3-2) : 2)	
1. Выручка	79 120	107 319	+28 199	+35,6	93 220
2. Расходы по обычным видам деятельности	72 074	94 188	+22 114	+30,7	83 131
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	7 046	13 131	+6 085	+86,4	10 089
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	319	1 941	+1 622	+6,1 раза	1 130
5. EBIT (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	7 365	15 072	+7 707	+104,6	11 219
6. Проценты к уплате	–	–	–	–	–
7. Налог на прибыль, изменение налоговых активов и прочее	-2 449	-2 997	-548	↓	-2 723
8. Чистая прибыль (убыток) (5-6+7)	4 916	12 075	+7 159	+145,6	8 496
Справочно: Совокупный финансовый результат периода	4 916	12 075	+7 159	+145,6	8 496

Из представленной таблицы видно, что за год организация получила прибыль от продаж в размере 13 131 тыс. руб., что составляет 12,2% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года прибыль от продаж выросла на 6 085 тыс. руб., или на 86,4%.

По сравнению с прошлым периодом в текущем увеличилась как выручка от продаж, так и расходы по обычным видам деятельности (на 28 199 и 22 114 тыс. руб. соответственно). Причем в процентном отношении изменение выручки (+35,6%) опережает изменение расходов (+30,7%)

В 2023 году организация получила выручку в сумме 107,3 млн руб., что на 28,2 млн руб., или на 35,6%, больше, чем годом ранее.

Прибыль от прочих операций в течение анализируемого периода составила 1 941 тыс. руб., что на 1 622 тыс. руб. (в 6,1 раза) больше, чем прибыль за аналогичный период прошлого года. При этом величина прибыли

от прочих операций составляет 14,8% от абсолютной величины прибыли от продаж за анализируемый период.

Представим изменение выручки на рисунке 2.

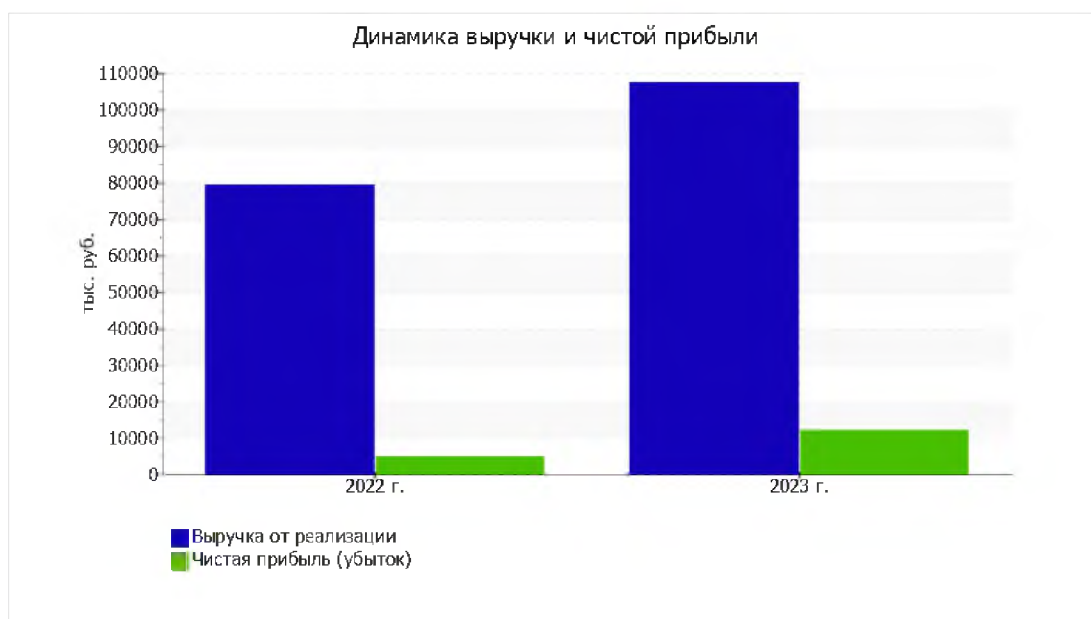


Рисунок 2 – Изменение показателя выручка

В таблице 2 приведен расчет показателей рентабельности.

Таблица 2 - Расчет и динамика показателей рентабельности

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)		Изменение показателя	
	2022 г.	2023 г.	коп., (гр.3 - гр.2)	± % ((3-2) : 2)
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: 9% и более.	8,9	12,2	+3,3	+37,4
2. Рентабельность продаж по ЕВІТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	9,3	14	+4,7	+50,9
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение: 6% и более.	6,2	11,3	+5,1	+81,1
Справочно: Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг)	9,8	13,9	+4,1	+42,6

Данные о рентабельности, отображенные в таблице за прошедший год, указывают на прибыльный результат деятельности предприятия ООО «Каравелла». Эти показатели производственно-финансовой эффективности основываются на значениях прибыли от продаж и чистой прибыли.

Рентабельность как финансовый индикатор отражает общую эффективность операций предприятия. Она предоставляет более комплексное понимание экономической деятельности, нежели только прибыль, поскольку оценивает соотношение полученных результатов к затраченным ресурсам или издержкам.

Потенциал для расширения расходов на социальные инициативы значительно сужен, и применение методов стимуляции работников оказывается недостижимым. Чтобы стабилизировать финансовое состояние организации, критически важно реформировать систему корпоративного управления и планирования [10, с, 265].

Представим изменение рентабельности продаж на рисунке 3.



Рисунок 3 – Изменение показателя рентабельности продаж

Предприятию не хватает отлаженного и организованного механизма планирования для эффективной работы. В результате, при не эффективном использовании ресурсов на предприятии увеличиваются расходы.

Также, в таблице 3 представим показатели, характеризующие рентабельность использования, вложенного в предпринимательскую деятельность капитала [4, с. 115].

Таблица 3 - Показатели, характеризующие рентабельность использования, вложенного в предпринимательскую деятельность капитала

Показатели	Формула	Значение		Нормативное ограничение
		2022	2023	
1. Рентабельность собственного капитала (ROE)	Отношение чистой прибыли к средней величине собственного капитала	26,9	39,7	Нормальное значение: не менее 20%
2. Рентабельность активов (ROA)	Отношение чистой прибыли к средней стоимости активов	16,4	31,6	Нормальное значение: 9% и более

Рентабельность активов за последний год демонстрирует вполне соответствующее нормальному значению, равное 31,6 %.

Процентное отношение прибыли, полученной от продаж, к общим доходам от этих продаж [5, с. 203], описывает уровень рентабельности товаров, определяемый через прибыль от реализации товаров, которая составила -2.57%.

В анализируемый период величина чистой прибыли составила отрицательные 2.57% от общего объема выручки.

Данный аналитический подход обеспечивает интегральную оценку функционирования компании, охватывая аспекты конкурентных преимуществ (посредством анализа маржинальности) и управленческой продуктивности (через показатели оборотности) [12, с. 331].

Поскольку рост рентабельности активов произошел за счет всех показателей, то эффективность финансового менеджмента данной организации можно оценить на высоком уровне. Рассмотрим резервы роста для повышения рентабельности.

Следовательно, анализируя экономические показатели деятельности компании, отчет за исследуемый период показывает, что общая балансовая прибыль составила 956 тысяч рублей. Однако коэффициент рентабельности активов (ROA), рассчитанный на основе чистой прибыли к окончанию рассматриваемого временного промежутка, указывает на относительно низкий уровень эффективности в управлении ресурсами предприятия.

Рынок гостиничных услуг в Туапсе отличается ограниченным разнообразием. Большинство предложений приходится на небольшие частные гостиницы, уступающие компании «Каравелла» в аспектах качества сервиса, уровня комфорта, наличия инфраструктуры, расположения и других сопутствующих услуг.

По данным Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края в настоящее время (на 01.01.2024 г.) в Туапсинском районе насчитывается 54 гостиницы и иных средств размещения, прошедших классификацию.

Основными конкурентами ООО «Каравелла» в этой отрасли являются другие гостиницы, отели и др., прежде всего те, которые расположены недалеко от рассматриваемого предприятия. Данные компании давно работают на данном рынке и заняли определенную нишу, имеют свою клиентскую базу.

Конкурентное окружение ООО «Каравелла» на региональном рынке санаторно-курортных услуг представлено многочисленными представителями туристской отрасли города Туапсе и Туапсинского района.

В Туапсе роскошное размещение предлагают такие объекты, как курортный комплекс «Молния-Ямал» в Небуге, а также отели «Русь» и «Rosa Del Viento». Хотя город насчитывает и другие престижные гостиницы, указанные объекты выделяются официальным признанием в виде звезд.

Поскольку отель предлагает аренду своего ресторана, необходимо учитывать конкуренцию среди ресторанов. В городе множество заведений для проведения банкетов, в числе которых выделяется ресторан «Rosa Del Viento».

Основными клиентами отеля выступают «Росморпорт» и управление образования Туапсе (см. рис. 4) [15, с.10].



Рисунок 4 – Заказчики гостиницы «Каравелла»

Поставщиком гостиницы является «Южный порт».

Рост деловой активности в г. Туапсе за счет строительства новых промышленных объектов и ранее имевшихся позволяет быть ООО «Каравелла» привлекательным и востребованным [15, с.25].

Далее представим в таблице рассчитаны показатели анализа структуры баланса.

Таблица 4 – Показатели анализа структуры баланса за 2023 год

Показатель	Значение показателя		Изменение (гр.3-гр.2)	Нормативное значение	Соответствие фактического значения нормативному на конец периода
	на начало периода (31.12.2022)	на конец периода (31.12.2023)			
1. Коэффициент текущей ликвидности	1,3	4,03	+2,73	не менее 2	соответствует
2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	-1,5	0,32	+1,82	не менее 0,1	соответствует
3. Коэффициент утраты платежеспособности	x	2,36	x	не менее 1	соответствует

Исследование структуры баланса проведено за интервал времени с начала 2023 года до 31 декабря 2023 года.

Учитывая, что к 31 декабря 2023 года первые два финансовых коэффициента соответствовали установленным нормам, был рассчитан третий индикатор – коэффициент потенциального риска ухудшения платежеспособности. Этот коэффициент помогает оценить вероятность нарушения оптимальной структуры баланса компании и снижения её способности к своевременному исполнению финансовых обязательств в случае продолжения тенденций, наблюдавшихся для первых двух коэффициентов. С показателем в 2,36, риск существенного ухудшения финансового состояния и платежеспособности компании «Каравелла» оценивается как невысокий.

Большинство клиентов гостиничного комплекса «Каравелла» составляют бизнесмены, посещающие промышленные предприятия в Туапсе в командировочных целях, в то время как иностранные туристы также регулярно выбирают для пребывания именно гостиницу ООО «Каравелла».

Сегодняшний рынок гостиничного бизнеса разделяется на три ключевые группы потребителей услуг отелей. Первую группу формируют корпоративные клиенты из промышленности, такие как нефтеперерабатывающие компании и портовые администрации, что включает в себя примеры ООО «РН-Туапсенефтепродукт», ООО «РН-Туапсинский НПЗ», АО «Туапсинский Морской Коммерческий порт». Вторая группа - официальные органы управления, включая районные и городские структуры, которым требуются услуги размещения для встреч, бизнес-визитов и работающих специалистов. Третья группа охватывает сферу туризма и событийного маркетинга, включая туристические агентства и компании-туроператоры, организующие отдых и специальные мероприятия.

Компания выделяет 3 больших сегмента:

- промышленные организации;
- районная и городская администрация;
- турагентства и туроператоры.

В качестве потенциальных потребителей услуг, предоставляемых гостиничным комплексом, выступают:

1. Исходя из социально-демографического портрета:
 - россияне (до 90%)
 - иностранцы (до 10%).
2. Исходя из социально-профессионального статуса:
 - бизнесмены - 20%;
 - руководители высшего звена - 15%;
 - руководители среднего звена - 30%;
 - предприниматели - 10%;
 - госслужащие - 12%; - другое - 13%.
3. По полу 76% - мужчины, 24% - женщины.
4. По возрасту - от 30 до 65 лет.

Для стимулирования продаж и привлечения клиентов применяются разнообразные стратегии, включая методы ценовой мотивации.

Ключевым элементом является внедрение системы скидок для привлечения клиентов с высокой ценовой чувствительностью, при этом стандартный ценовой уровень для остальной части клиентской базы остается неизменным [3, с. 262].

Разные категории цен формируются в зависимости от специфики целевых аудиторий и особенностей сектора рынка, на котором действует компания. Предусматривается применение стратегии лояльности, мотивирующей постоянных покупателей через систему вознаграждений [7, с. 89].

Также, программа лояльности для постоянных клиентов способствует формированию обширной клиентской базы, что является фундаментом для детального анализа потребностей покупателей.

Использование этой базы данных дает преимущество в виде непрерывного и прямого мониторинга взаимодействий с покупателями.

Это обеспечивает предложение продукции или услуг, максимально адаптированных под конкретные требования каждого клиента. Одновременно, программа «Частый гость» способствует увеличению перечня услуг, что стимулирует рост числа деловых партнеров как в пределах отрасли, в которой действует отель, так и среди предприятий, представляющих прочие сектора экономики.

Основная задача экономической стратегии в сфере гостеприимства и общественного питания состоит в максимализации доходов и расширении рынка предоставляемых услуг.

Для реализации поставленной цели необходимо применение результативного менеджмента экономического блока и формирование благоприятных условий, как во внешней среде, так и в корпоративной культуре внутри самой компании.

Ключевое достоинство гостиницы «Каравелла» заключается в исключительном качестве услуг, превосходстве локации и оказываемом сервисе.

Достоинством комплекса является высокое качество обслуживания и благоприятная стоимостная политика.

Основная проблематика для ООО «Каравелла» заключается в ограниченном портфолио предложений и не достаточно развитой репутации, что сказывается на привлекательности для отдыхающих.

Выгодное положение «Каравеллы» определяется конкурентоспособными ценами на проживание, интеграцией инновационных систем управления и высокой профессиональностью сотрудников.

Далее проведем анализ на риск банкротства ООО «Каравелла»:

Индикатор риска неплатежеспособности предприятия, Z-счет Альтмана, определяется по формуле, выбранной для анализа ООО «Каравелла», используя четырехфакторную версию для частных компаний не производственного сектора:

$$Z\text{-счет} = 6,56T_1 + 3,26T_2 + 6,72T_3 + 1,05T_4, \text{ где}$$

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2023	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
T ₁	Отношение оборотного капитала к величине всех активов	0,36	6,56	2,35
T ₂	Отношение нераспределенной прибыли к величине всех активов	0,61	3,26	2
T ₃	Отношение ЕВІТ к величине всех активов	0,32	6,72	2,13
T ₄	Отношение собственного капитала к заемному	1,76	1,05	1,85
Z-счет Альтмана:				8,33

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Альтмана составляет:

- 1.1 и менее – высокая вероятность банкротства;
- от 1.1 до 2.6 – средняя вероятность банкротства;
- от 2.6 и выше – низкая вероятность банкротства.

На основании проведенных расчетов Z-счет для компании ООО «Каравелла» на последнюю дату 2023 года, а именно 31 декабря, был определен как 8,33.

Этот уровень показателя указывает на минимальный риск несостоятельности предприятия ООО «Каравелла».

Британские исследователи Ричард Таффлер и ХалдейнТишоу представили альтернативный подход к оценке риска банкротства, который является адаптацией к результатам приложения модели Эдварда Альтмана к последующему временному отрезку. В отличие от изначального метода Альтмана, модель Таффлера интегрирует четыре ключевых показателя:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4, \text{ где}$$

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2023	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
1	2	3	4	5
X ₁	Прибыль до налогообложения / Краткосрочные обязательства	1,8	0,53	0,96
X ₂	Оборотные активы / Обязательства	1,47	0,13	0,19
X ₃	Краткосрочные обязательства / Активы	0,18	0,18	0,03
X ₄	Выручка / Активы	2,26	0,16	0,36
Итого Z-счет Таффлера:				1,54

Вероятность банкротства по модели Таффлера:

- Z больше 0,3 – вероятность банкротства низкая;
- Z меньше 0,2 – вероятность банкротства высокая.

Поскольку в данном случае значение итогового коэффициента составило 1,54, вероятность банкротства можно считать низкой.

Другой методикой диагностики возможного банкротства предприятий, адаптированной для условий российской экономики, является модель Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова. Данная пятифакторная модель выглядит следующим образом:

$$R = 2K_1 + 0,1K_2 + 0,08K_3 + 0,45K_4 + K_5, \text{ где}$$

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2023	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
K_1	Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,32	2	0,64
K_2	Коэффициент текущей ликвидности	3,04	0,1	0,3
K_3	Коэффициент оборачиваемости активов	2,32	0,08	0,19
K_4	Коммерческая маржа (рентабельность реализации продукции)	0,12	0,45	0,06
K_5	Рентабельность собственного капитала	0,5	1	0,5
Итого (R):				1,69

Согласно модели Сайфуллина-Кадыкова, если значение итогового показателя $R < 1$ вероятность банкротства организации считается высокой, если $R > 1$, то вероятность низкая. Из анализа выше видно, что значение итогового показателя составило 1,69. Это значит, что вероятность банкротства мала, финансовое положение организации можно считать устойчивым.

3 Мероприятия по улучшению финансового состояния на ООО «Каравелла»

3.1 Совершенствования системы планирования на предприятии

Трансформация социально-экономических систем страны вызывает глубокие структурные изменения, направленные на повышение производственной эффективности. Это, в свою очередь, приводит к стабильному увеличению денежных активов и, прежде всего, укреплению прибыльности компаний разнообразных форм владения.

Прибыль является ключевым показателем, отображающим финансовую успешность. Она отражает результативность производственного процесса, масштаб и качество выпущенных товаров, производительность труда и затраты. Этот показатель также подвержен влиянию как внутренних, так и внешних факторов.

Многие аспекты, влияющие на деятельность предприятия, такие как общая экономическая ситуация на рынке, колебания цен на сырье и энергоресурсы, а также установленные ставки амортизации, находятся вне зоны его контроля. В то же время, предприятие имеет определенную степень влияния на формирование стоимости своей продукции и политику оплаты труда сотрудников.

К внутренним факторам, определяющим успех предприятия, причисляют качество управленческого процесса, профессионализм управленческого состава, уровень конкурентности товаров и услуг, структурирование и эффективность рабочих процессов, производительность труда, а также состояние и результативность стратегического и финансового планирования.

Для анализа динамики прибыли предприятия принято учитывать два главных кластера факторов: экстернальные (внешние) и интернальные (внутренние). В рамках внутренних факторов различают основные и вспомогательные (неосновные) элементы, оказывающие влияние на прибыльность. Ключевые позиции среди основных захватывают общую

выручку и доходы от коммерческой активности, включая величину продаж, затраты на производство и сопутствующие издержки, ассортиментную политику и стратегию расходов, нормы амортизации и ценообразование товаров. В то время как в категорию вспомогательных факторов попадают преимущественно аспекты, связанные с нарушениями в управленческой и производственной сферах, в том числе ценовая политика, соблюдение рабочих условий и стандартов качества продукции, вызывающие применение штрафных санкций или экономических взысканий.

Ко внешним факторам, определяющим доходность предприятия, можно отнести социально-экономическую обстановку, стоимость сырья и материалов, степень развития международных экономических отношений, условия транспортировки и экологические аспекты. Прибыль организации в большей степени формируется за счет выручки от реализации товаров или услуг, минус издержки, включая расходы на ресурсы, рабочую силу и прочие финансовые обязательства, связанные с производственно-коммерческой деятельностью. В эпоху экономических реформ ключевым критерием эффективности предприятия выступает показатель объема продаж, вызывая заинтересованность коллективов в повышении не только количества, но и качества выпускаемой продукции, что предполагает изготовление товаров, востребованных на рынке и соответствующих ожиданиям покупателей.

Основными мероприятиями увеличения прибыли являются:

1. Увеличение объема реализованной продукции;
2. Снижение себестоимости;
3. Повышение цены;
4. Повышение качества продукции.

Одним из мероприятий по увеличению прибыли является выявление упущенных возможностей снижения себестоимости.

Источники резерва снижения себестоимости можно разделить на две группы:

во-первых, это эффективное использование производственной

мощности, обеспечивающей увеличение объема производства;

во-вторых, это сокращение затрат на производство за счет роста производительности труда, сокращения непроизводительных расходов, сокращение потерь рабочего времени.

На снижение себестоимости влияют организационно-технические мероприятия, к которым относятся: улучшение организации производства и труда, внедрение прогрессивных технологий.

Решающее влияние на снижение себестоимости продукции оказывает повышение производительности труда (применение новейшего высокопроизводительного оборудования, правильное перераспределение функций, делегирование полномочий).

Рост производительности труда вызывает относительное уменьшение потребного контингента работников и фонда оплаты труда.

Следующий шаг - это определение потенциала для уменьшения расходов на управление активами путем продажи, аренды или списания излишних, неэффективных и невостребованных объектов недвижимости, оборудования и транспортных средств.

Оптимизация общехозяйственных расходов через анализ их фактического отклонения от бюджетных показателей представляет собой стратегию повышения рентабельности предприятия. Аналитический процесс включает в себя детальное исследование каждого элемента затрат с целью выявления потенциальных сбережений. В фокусе анализа оказываются в первую очередь те категории расходов, для которых установлены бюджетные нормативы, например, расходы на командировки и представительские мероприятия.

Соблюдение режима экономии на всех участках производственно-хозяйственной деятельности предприятия, которое проявляется в уменьшении затрат материальных ресурсов на единицу продукции, и других непроизводительных расходов.

Таким образом, прибыль предприятия формируется под воздействием следующих основных факторов: валовых доходов предприятия, дохода предприятия от продажи продукции, валовых расходов предприятия, уровня действующих цен на продаваемую продукцию и величины амортизационных отчислений.

Важнейшим из них является величина валовых расходов. Количественно в структуре цены расходы занимают значительный удельный вес, поэтому снижение расходов очень заметно сказывается на росте прибыли при прочих равных условиях.

В анализе факторов, влияющих на величину прибыли, лежат резервы увеличения прибыли предприятия, основными из которых являются:

1. Обеспечение роста объема производства продукции на основе технического его обновления и повышения эффективности производства.
2. Улучшение условий продажи продукции, в том числе за счет совершенствования расчетно-платежных отношений между предприятиями.
3. Изменение структуры производимой и продаваемой продукции за счет увеличения доли более рентабельной.
4. Снижение валовых расходов на производство и обращение продукции.
5. Установление реальной зависимости уровня цен от качества производимой продукции, ее конкурентоспособности, спроса и предложения аналогичной продукции другими производителями.
6. Увеличение прибыли от прочей деятельности предприятия (от продажи основных фондов, иного имущества предприятия, валютных ценностей, ценных бумаг и т. д.) [21, с.89].

Для руководства ООО «Каравелла» предлагается ряд рекомендаций, который поможет не только устоять в кризис, но и повысит коэффициент рентабельности.

На данный момент план заключается в следующем:

- поиск клиентов в сфере группового туризма;
 - увеличение различных скидок и бонусов для постоянных клиентов;
 - снижение затрат по всем статьям и жесткий контроль за исполнением;
 - поиск новых поставщиков продукции с более низкой ценой ;□
- пересмотр кадровой политики организации.

Центральной проблемой ООО «Каравелла» является невысокий уровень репутации и небольшой ассортимент услуг, что в свою очередь влияет на привлечение туристов.

Стратегическим преимуществом ООО «Каравелла» является стоимость услуг проживания, автоматизация и высокий уровень квалификации персонала.

Для совершенствования системы планирования на предприятия предлагаются следующие меры:

1. Создать на предприятии планово -экономический отдел;
2. Внедрить на предприятии ERP -систему.

Создание планово-экономического отдела. Основные задачи планово-экономического будут заключаться в следующем:

проведение работ по экономическому планированию деятельности ООО Каравелла;

проведение работ по учету и анализу результатов производственно - хозяйственной деятельности;

подготовка управленческой отчетности;

методическое обеспечение соответствующих вопросов;

участие в рассмотрении разрабатываемых планов и программ.

Таким образом, все процессы, касающиеся разработки экономических стратегий и планов на корпоративном уровне, будут централизованно реализовываться под эгидой отдела экономического планирования и анализа.

Отдел экономического планирования возьмёт на себя разработку исходных данных, критически важных для создания плановых материалов. В процессе дополнительной проработки, согласования и официального одобрения данных планов, к участию будут привлекаться не только сотрудники этого отдела, но и высшее руководство ООО «Каравелла», включая генерального директора, главного бухгалтера, коммерческого и технического директоров, обеспечивая тем самым соблюдение устоявшихся в организации методов и процессов планирования.

Реализация ERP-систем является ключевым аспектом для автоматизации процессов внутри организации. Эти системы классифицируются как ERP (Enterprise Resource Planning), или системы планирования ресурсов предприятия, и предназначены для комплексной автоматизации финансовых, учетных и операционных процессов. ERP-системы произошли из более узко направленных систем планирования - MRP (Material Requirement Planning) для материальных потребностей и MRP II (Manufacturing Resource Planning) для ресурсов производства. Современные ERP-платформы обладают расширенными возможностями для поддержки производственного планирования, управления потоками заказов и анализа их выполнимости на различных этапах производства и сбыта, интегрируя разноплановые процессы предприятия в единую информационную среду.

Определение системы управления ресурсами предприятия (ERP) для ООО «Каравелла» предполагает рассмотрение программного продукта «1С:Предприятие 8» как предпочтительного варианта.

Внедрение запланированного пакета действий позволит компании «Каравелла» улучшить результативность своей работы и адаптироваться к будущим колебаниям на рынке.

Исследование реальных практик и личный опыт свидетельствуют о том, что во многих предприятиях финансовое управление еще не стало неотделимым элементом корпоративной управленческой структуры. Этот аспект активно освещается в академических работах. В контексте

возрастающей роли вопросов продаж и финансирования, как подчеркивают эксперты, значительно усиливается важность и обязанности служб по маркетингу и подразделений, занимающихся финансовым управлением. Это ведет к увеличению роли как оперативного, так и долгосрочного планирования внутри компании.

Многие ведущие российские компании еще не полностью ориентированы на современные подходы управления и экономии ресурсов. Они продолжают полагаться на классические стратегии ответов на вызовы окружающей сферы, в то время как текущая ситуация требует инновационных решений для решения вопросов, с которыми они ранее не сталкивались.

Упрощение финансового менеджмента через применение административных мер для регулирования капитала, обращения средств и денежного потока, игнорируя внешние экономические и финансовые процессы, лишь усугубляет проблемы, ведет к финансовым искажениям и снижает эффективность управления.

Комплексное реформирование необходимо для системы финансового менеджмента компании, причём критическим аспектом здесь выступает значительная величина операционных расходов. Эксперты часто связывают эту проблему с высокой стоимостью энергоресурсов, первичных материалов, запасных частей, а также с повышенными ставками налогов на импорт и железнодорожные фрахтовые сборы и тому подобное. И в самом деле, эти факторы отражают реальное положение дел.

Опыт показывает, что несмотря на неотложную потребность в адаптации государственной поддержки под интересы сферы гостеприимства, существенные улучшения необходимо внедрять и в непосредственной работе отельного бизнеса. Важнейшим аспектом здесь является внедрение эффективного управления затратами и улучшение финансовой отчетности. Значительное количество отелей столкнулось с реформами, не имея опыта успешной конкуренции. Проблемой остается

приверженность устаревшим методам финансового управления, которые не соответствуют динамике рыночной экономики, характеризующейся изменчивостью цен, разнообразными способами расчетов, коммерческими рисками и так далее.

В текущем экономическом климате, особенно в деле финансового управления предприятия, критически важно придавать глубокое значение аналитике. Особое внимание требуется направить на мгновенный и организованный мониторинг ключевых финансовых показателей, что позволит всесторонне наблюдать за денежными потоками, наличием и гибкостью оборотного капитала, а также за актуальным состоянием и эффективностью распределения финансовых ресурсов, их обновлением и использованием.

Таким образом, для совершенствования финансовой политики необходимо:

- своевременно контролировать наличие и движение финансовых потоков;
- отслеживать обеспеченность собственными оборотными средствами и их маневренность;
- контролировать уровень собственных финансовых ресурсов, их использование и пополнение;
- обеспечить действенный контроль за производственными издержками, финансовыми показателями.

Реализация указанных мероприятий позволит своевременно отслеживать уровень собственных финансовых ресурсов, их использование и пополнение, что приведет к повышению деловой активности.

3.2 Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия

Перед внедрением маркетинговых стратегий в корпоративную культуру, фокус компаний преимущественно был направлен на

минимизацию издержек производства вместо оптимизации ценообразования. В условиях современного рынка, маркетинговая концепция выдвигает на первый план необходимость учета предпочтений и финансовых возможностей целевой аудитории при формировании цен. В связи с этим, финансовое планирование в ООО «Каравелла» должно осуществляться с учетом динамики и трендов рынка сбыта.

Маркетинговые исследования рынка товаров и услуг включают в себя:

- определение значений показателей, характеризующих спрос на товары и услуги, производимые предприятием, на выбранный момент времени;
- сравнение полученных значений показателей спроса со значениями, определенными ранее для предшествующего момента времени, и определение темпов их роста или снижения;
- определение доли предприятия на рынке производимых им товаров и услуг по сравнению с конкурентами и ее изменения за выбранный интервал времени, т.е. сегментацию рынка;
- сравнение цен на продукцию, производимую предприятием, с ценами на аналогичную продукцию конкурентов и определение изменения цен за выбранный интервал времени, т.е. ценовую политику;
- изучение мнений потребителей о деятельности предприятия, качестве и ценах производимых им товаров и услуг, об используемых способах их доставки, о возможных новых видах (новом качестве) товаров и услуг, которые они хотели бы получить или которые предлагает предприятие, и приемлемом уровне цен на них, о деятельности и продукции конкурентов и др.;
- изучение влияния различных факторов на спрос на товары и услуги, производимые предприятием, и прогнозирование будущего спроса;
- изучение методов и приемов деятельности конкурентов по продвижению своих товаров и услуг.

Таким образом, теперь можно определить более конкретно цели

маркетинга в ООО «Каравелла»:

- максимизация потребления, максимизирующая производство, уровень занятости, а следовательно, и благосостояние общества;
- максимизация степени удовлетворения потребителей. Здесь более важным является не увеличение потребления, а достижение роста степени удовлетворенности потребителей;
- следуя максимизации выбора потребителей, необходимо обеспечить такое разнообразие товаров, чтобы потребители могли иметь возможность найти: товары, в точности, удовлетворяющие их потребности;
- максимизация качества жизни. Согласно этой цели, маркетинг должен обеспечить не только количество, качество, разнообразие и доступность товаров по приемлемым ценам, но также качество культурной и физической среды обитания людей.

ООО «Каравелла» необходимо ввести в штат маркетолога. Заработная плата маркетолога составит 35000 руб. Фонд оплаты труда с начислениями загод составит:

$$35000 \text{ руб.} \times 12 \text{ мес.} \times 1,3 = 546000 \text{ руб.}$$

Основная задача маркетолога в строительной компании заключается в разработке и поддержании непрерывно функционирующей системы для сбора, анализа и распределения достоверных данных среди всех отделов организации, что является ключом к стабильному, прогнозируемому и контролируемому процессу продаж услуг.

Опираясь на данные маркетинговых анализов, специалист по маркетингу в компании «Каравелла» должен формировать стратегические направления, касающиеся определения миссии и ключевых задач фирмы в аспекте торговли произведенными товарами или предоставляемыми услугами.

Это охватывает рекомендации по повышению качества и актуальности предлагаемых товаров и услуг, анализируя желания клиентов, формирование эффективной ценовой стратегии, оптимизацию логистики и

расширение торговых каналов, а также разработку маркетинговой стратегии для роста узнаваемости и спроса на продукцию в текущем рыночном контексте. При получении одобрения данного плана от управленческого состава, предприятие приступает к реализации необходимых действий для эффективного продвижения товаров и услуг среди конкурентов на рынке.

Следовательно, в общем плане, работа маркетолога в компании ООО «Каравелла» охватывает две ключевые сферы:

- исследование рыночной ситуации в сфере предоставляемых услуг (анализ рынка).
- процесс, направленный на стимулирование сбыта продукции и услуг компании на рыночной арене с учетом конкурентной среды.

Реклама занимает ключевую роль в стратегии маркетинга.

Популяризация деятельности организации представляет собой интегральную часть маркетингового набора стратегий, направленную на создание информационной взаимосвязи с целевой аудиторией.

Эффективно организованная рекламная кампания способна значительно ускорить и обеспечить непрерывность продаж продукции. Однако, чтобы рекламные усилия принесли ожидаемый результат, крайне важно учитывать уникальные аспекты маркетинговой стратегии компании. Игнорирование этих особенностей приведет к тому, что рекламные акции станут неэффективными.

Важно активно использовать элементы наружной рекламы в качестве ключевого компонента предложенной рекламной стратегии, учитывая её важность для формирования и поддержания позитивного имиджа бренда.

В эпоху цифровых технологий пренебрежение интернетом недопустимо.

Компании «Каравелла» требуется разработать корпоративный сайт с ключевыми данными, а также активно присутствовать на платформах, посвященных гостиничной индустрии.

Необходимо реализовать отправку электронных писем потенциальным

клиентам, содержащих предложения о партнерстве. Основное достоинство такой массовой отправки заключается в том, что материалы, от презентаций услуг до поздравлений с праздниками, будут представлены не в виде обыденных текстов с вложениями, а как эффектные, иллюстрированные презентации, созданные в соответствии с фирменным стилем.

Современные технологии предоставляют возможность превратить email в креативный, интерактивный инструмент коммуникации, эффективно демонстрирующий предложения компании через веб-страницу непосредственно в почтовом ящике клиента, применяя последние тенденции в области веб-дизайна.

Применение контекстной рекламы и рекламы в формате баннеров могло бы способствовать эффективному достижению запланированных целей. Однако, из-за ограничений в бюджете, реализация таких методов рекламы в настоящее время выходит за рамки финансовых возможностей. Впрочем, в случае улучшения финансового состояния компании, эта возможность может быть пересмотрена для интеграции в будущие рекламные стратегии.

Общие затраты на рекламу через медиаканалы предварительно оцениваются в 50500 рублей, охватывая различные компоненты этих расходов.

- размещение модульной рекламы на внутренних полосах газеты «Кубанские вести» (цена размещения 2500 руб.);
- размещение телевизионной рекламы (цена размещения 48000 руб.).

Расходы на наружную рекламу составят 28000 руб. Они включают в себя установку рекламного щита (цена 28000 руб.). Все затраты на рекламную компанию ООО «Каравелла» составят:

$$78500 \text{ руб.} + 546000 \text{ руб.} = 624500 \text{ руб.}$$

Выручка от оказания услуг гостиницы увеличится как минимум на 980000 руб.

Экономический эффект от совершенствования маркетинговой

деятельности ООО «Каравелла» представлен в таблице 5.

Таблица 5- Экономический эффект от совершенствования маркетинговой деятельности ООО «Каравелла», тыс.руб.

Показатели	2023	2024	Изменения
1, Выручка, V	107319,0	108299,00	980,0
2, Себестоимость реализованной продукции	94188,00	94812,5	624,5
3, Прибыль (убыток) от продаж	13131,00	13487,0	356,0
4, Прибыль до налогообложения	15072,00	15481,00	409,0
5, Чистая прибыль	12075,00	12225,00	150,0
6, Средняя стоимость производственных активов	15371	15371	0
7, Собственный капитал	12351	12351	0

Таким образом, совершенствование финансовой деятельности приведет к увеличению выручки на 980,0 тыс. руб., прибыли от продаж на 356,0 тыс. руб.

Заключение

Клиентская база гостиничного комплекса «Каравелла» преимущественно состоит из бизнесменов, направляющихся в Туапсе для встреч и работы с местными промышленными предприятиями. Однако и зарубежные путешественники также регулярно выбирают «Каравеллу» для своего проживания.

В компании «Каравелла» преимущественно развивается демократический стиль управления, подразумевающий справедливое распределение задач среди сотрудников, делегирование ответственностей, и коллективное принятие важных решений. Действует система активного обмена мнениями и предложениями, основанная на принципе взаимной обратной связи.

Ключ к успешной работе и росту любой организации заключается в наличии высокой репутации среди населения. Этот благоприятный общественный образ можно достичь только через гармонию внутри коллектива, строгое следование служебным правилам поведения каждым работником и единообразие в корпоративной культуре.

В течение 2023 года компания заработала 13 131 тыс. руб. чистой прибыли от коммерческой деятельности, что равно 12,2% от общих поступлений. Это на 6 085 тыс. руб., или 86,4%, превышает результат прошлого аналогичного периода.

В нынешнем отчётном периоде, по сравнению с предыдущим, наблюдается рост как доходов от продаж, так и затрат на операционную деятельность, составив 28 199 и 22 114 тыс. рублей соответственно. Особо отмечается, что темп роста доходов (+35,6%) превышает динамику возрастания затрат (+30,7%).

В 2023 году доход компании составил 107,3 млн рублей, превысив показатель предыдущего года на 28,2 млн рублей или 35,6%.

Доход от неосновной деятельности за рассматриваемый период достиг 1 941 тыс. руб., показывая рост в 6,1 раза, или на 1 622 тыс. руб., по сравнению

с таким же периодом предыдущего года. При этом, доход от данных операций формирует 14,8% от общего объема доходов от продаж в течение этого периода.

Рентабельность как показатель отображает общую эффективность операций предприятия, предоставляя более полную картину, чем просто прибыль. Это связано с тем, что рентабельность определяется через соотношение полученного результата к затраченным ресурсам или затратам.

Для совершенствования финансовой политики необходимо:

- своевременно контролировать наличие и движение финансовых потоков;
- отслеживать обеспеченность собственными оборотными средствами и их маневренность;
- контролировать уровень собственных финансовых ресурсов, их использование и пополнение;
- обеспечить действенный контроль за производственными издержками, финансовыми показателями.

Реализация указанных мероприятий позволит своевременно отслеживать уровень собственных финансовых ресурсов, их использование и пополнение, что приведет к повышению деловой активности.

Таким образом, совершенствование финансовой деятельности приведет к увеличению выручки на 980,0 тыс. руб., прибыли от продаж на 356,0 тыс. руб.

Список литературы

1. Алексеев, Н.С. и др. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: учеб. пособие для студентов ВУЗов. - М.: Экономика, 2021. – 295 с.
2. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий / под ред. Белобородовой В.А. – М.: Анкил, 2020. – 219 с.
3. Анализ хозяйственной деятельности / под ред. Белобородовой В.А. – М.: Анкил, 2021. – 183 с.
4. Богатин, Ю.В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия. – М.: Стандарт, 2022. – 439 с.
5. Василик, И.С. Оценка эффективности деятельности предприятия. – М.: Бизнесинформ, 2022. – 271 с.
6. Вершигора, Е.Е. Менеджмент: учеб. пособие для учащихся специальных учебных заведений экономического профиля. - М.: ИНФРА-М, 2021. – 256 с.
7. Виханский, О.С., Наумов, А.И. Менеджмент. – М.: Гардарика, 2022. – 528 с.
8. Владимирова К.И. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. 2 – е. изд., перераб. и доп. – М.: Инфра – М, 2022. – 326 с.
9. Воложанин, В.В. Совершенствование методов экономической оценки производственной деятельности предприятий в системе отраслевого развития: 4 – е. изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2022. – 276 с.
10. Галицкая, С.В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятий., 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2022. – 180 с.
11. Герчикова, И.Н. Менеджмент: учеб. для студентов вузов - 2-е изд. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2022. - 480 с.
12. Горбачева, Л.А. Анализ прибыли и рентабельности. – М.: Экономика, 2021. – 345 с.

13. Грузинов, Г.В., Грибов, В.Д. Экономика предприятия: учеб. пособие. 2 – е. издание, перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2022. – 321 с.
14. Зудилин, А.П. Анализ хозяйственной деятельности развитых стран. – М.: 2022. – 342 с.
15. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Проспект, 2021. - 429 с.
16. Крейнина, М.Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле. – М.: Перспектива, 2023. – 193 с.
17. Круглов, М.И. Стратегическое управление компанией. – М.: Русская деловая литература, 2021. – 172с.
18. Лиференко, Г.Н. Финансовый анализ предприятия: Теоретические основы финансового анализа; Анализ финансовых результатов предприятия; Анализ структуры стоимости предприятия; Анализ динамики и структуры источников формирования имущества; Оценка финансового состояния. – М.: Экзамен, 2022. – 462 с.
19. Мазуров, И.И. Анализ хозяйственной деятельности. – М.: Финансы, 2021. – 312 с.
20. Мазуров, И.И., Лекции по анализу хозяйственной деятельности предприятий. – СПб.: СПбУЭФ, 2023. – 173 с.
21. Маслов, Е.В. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие. - М.: Изд-во МГУ, 2021. - 312 с.
22. Менеджмент организации: учеб. пособие / под ред. З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина. - М.: ИНФРА-М, 2022. - 429 с.
23. Методика экономического анализа деятельности промышленного предприятия. Под. Ред. А.И. Бужинского, А.Д. Шеремета. – М.: Финансы и Статистика, 2022. – 212 с.
24. Методы экономического анализа в условиях реформы. Под ред. Бариленко В.И. и др. – Саратов: Сарат. универ., 2020 – 210с.
25. Мишин, Ю.А., Учёт и анализ: проблемы качественной обработки

учётной информации. – М.: Экономика, 2021. – 176 с.

26. Мухин, С.А. Прибыль в новых условиях хозяйствования. – М.: Финансы и статистика, 2022. – 117 с.

27. Новодворский, В.Д. Балансовое обобщение как метод бухгалтерского учёта. – М.: Дело, 2021. – 136 с.

28. Поисков, В.В. Финансовые проблемы стабилизации российской экономики. – М.: Инфра, 2021. – 118 с.

29. Резников, А.Л. Финансовое состояние и финансовая политика производственных предприятий. – М.: Финансы, 2021. – 211 с.

30. Родионова, В.М. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции. – М.: Дело, 2023. – 150 с.

31. Рязанова, В.А., Широкопад, Л. Общественные основы микроэкономики, переходная экономика: – М.: Дело, 2021. – 98 с.

32. Сотникова, Л.В. О формировании финансовых результатов. – М.: Инфра, 2021. – 223 с.

33. Цыгичко, А.Н. Новый механизм формирования эффективности. – М.: Экономика, 2021. – 231 с.

34. Чечета, А.И. Информация о финансовых результатах и ее анализ. – М.: Финансы, 2022. – 75 с.

35. Шеремет, А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятий. – М.: Экономика, 2021. – 118 с.

36. Ширяева, Р. Финансовое состояние промышленности. – М.: Экономист, 2021. – 322 с.