



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
ООП/ОПОП Экономика и управление на предприятии

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРАНТА

Тема работы
<i>Управление финансовыми результатами автомобильного дилера</i>

УДК 658.14:005.511:339.372.84:629.33

Обучающийся

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ11	Михайленко Дарья Игоревна		

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Жданова А. Б.	К.Э.Н., доцент		

КОНСУЛЬТАНТЫ ПО РАЗДЕЛАМ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ст. преподаватель	Феденкова А.С.	-		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ст. преподаватель	Громова Т.В.	-		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП/ОПОП, должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Никулина И.Е.	д.э.н., профессор		

**Планируемые результаты освоения ООП/ОПОП
38.04.02 Менеджмент**

Код компетенции	Наименование компетенции
Универсальные компетенции	
УК(У)-1	Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК(У)-2	Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК(У)-3	Способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК(У)-4	Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК(У)-5	Способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК(У)-6	Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК(У)-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления
ОПК(У)-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач
ОПК(У)-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды
ОПК(У)-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций
ОПК(У)-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.
Профессиональные компетенции	
ПК(У)-1	Способен к стратегии управления процессами создания сетей поставок на стадии снабжения предприятия
ПК(У)-2	Способен управлять процессом финансового консультирования в организации (подразделении)
ПК(У)-3	Способен к стратегическому управлению персоналом организации
ПК(У)-4	Способен управлять маркетинговой деятельностью организации



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
ООП/ОПОП Экономика и управление на предприятии

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП/ОПОП
Никулина И.Е.
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

Обучающийся:

Группа	ФИО
ЗАМ11	Михайленко Дарья Игоревна

Тема работы:

<i>Управление финансовыми результатами автомобильного дилера</i>	
<i>Утверждена приказом директора (дата, номер)</i>	14.04.2023 № 104 - 18/с

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:	
--	--

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	<p>Объект исследования выпускной квалификационной работы магистранта – финансовые результаты деятельности автомобильного дилера</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Учебные и методические пособия по тематике управления финансами 2. Законодательные и нормативные документы 3. Материалы НИРМ и преддипломной практики 4. Информационные источники
Перечень разделов пояснительной записки подлежащих исследованию, проектированию и разработке	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность, значение и виды финансового анализа и финансовых моделей 2. Методика проведения анализа финансового состояния предприятия 3. Методы финансового планирования для развития и повышения финансовой эффективности предприятия 4. Статистика и аналитика автомобильного рынка в России 5. Краткая характеристика деятельности предприятия 6. Анализ финансового состояния предприятия 7. Описание финансовой модели планирования ключевых финансовых результатов компании 8. Формирование маржинальной прибыли ООО «Арсенал Моторс» 9. Финансовая модель планирования целевых значений операционной прибыли предприятия

<p>Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)</p>	<p>Рисунок – Нефинансовые факторы, влияющие на финансовое состояние предприятия Рисунок – Этапы финансового анализа по Шеремету А.Д. Рисунок – Схема подходов к организации бюджетного процесса Рисунок – Схема расчетно-аналитического метода планирования Рисунок – Лидеры и аутсайдеры российского авторынка в 1 квартале 2023 года Рисунок – Доля ввоза легковых автомобилей по странам Рисунок – Источники финансирования покупки следующего автомобиля Рисунок – Рынок новых китайских автомобилей в России Рисунок – Схема работы отдела маркетинга Рисунок – План, факт продаж автомобилей Kia за 2020-2022 гг. Рисунок – Структуры активов отчета о финансовом положении ООО «Арсенал Моторс» на отчетную дату 2019 г., 2020 г., 2021 г., 2022 г. Рисунок – Структуры пассивов отчета о финансовом положении ООО «Арсенал Моторс» на отчетную дату 2019 г., 2020 г., 2021 г., 2022 г. Рисунок – Данные по финансовым показателям ООО «Арсенал – Моторс» за 2019-2022 гг. Рисунок – Показатели рентабельности за 2019-2022 гг. Рисунок – Формирование маржинальной прибыли компании Рисунок – Структура маржинальной прибыли Рисунок – Модель методического подхода формирования прибыли компании Рисунок – Компоненты социальной ответственности корпорации</p>
--	---

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы

(с указанием разделов)

Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Феденкова А.С.
ВКР на английском языке	Лахотюк Л.А.
Название раздела, который должен быть написан на английском языке:	
Теоретические и методологические аспекты анализа финансового состояния предприятия Theoretical and Methodological Aspects of Financial Statement Analysis	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Жданова Анна Борисовна	К.Э.Н., доцент		

Задание принял к исполнению обучающийся:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ11	Михайленко Дарья Игоревна		



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
ООП/ОПОП Экономика и управление на предприятии
Уровень образования магистратура
Период выполнения весенний семестр 2022/2023 учебного года

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН
выполнения выпускной квалификационной работы**

Обучающийся:

Группа	ФИО
ЗАМ11	Михайленко Дарья Игоревна

Тема работы:

<i>Управление финансовыми результатами автомобильного дилера</i>
--

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:	
--	--

Дата контроля	Название раздела (модуля) / вид работы (исследования)	Максимальный балл раздела (модуля)
01.03.2023	Теоретические и методологические аспекты анализа финансового состояния предприятия	30
01.04.2023	Комплексный анализ финансового состояния предприятия ООО «Арсенал Моторс»	30
01.05.2023	Формирование финансовой модели расчета прибыли предприятия	30
15.05.2023	Корпоративная социальная ответственность	10
Итого	Итого баллов	100

СОСТАВИЛ:

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Жданова А.Б.	К.Э.Н., доцент		

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ООП/ОПОП

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Никулина И.Е.	Д.Э.Н., профессор		

Обучающийся

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ11	Михайленко Дарья Игоревна		

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 144 страницы, 23 рисунка, 25 таблицы, 54 источника, 5 приложений.

Ключевые слова: финансовый анализ, планирование, операционная прибыль, маржинальная прибыль, финансовая модель, результаты, автомобили.

Объектом исследования являются результаты финансового состояния деятельности автомобильного дилера.

Цель работы – разработка финансовой модели планирования ключевых финансовых показателей эффективности операционной деятельности предприятия.

В ходе работы проводились методы: теоретический анализ информационных источников, метод табличного анализа, статистический анализ, системный подход, расчетный и графический анализ.

Степень внедрения: предложена к внедрению на предприятии.

Область применения: результаты работы могут применяться на предприятиях автомобильной отрасли для своевременной оценки финансового состояния предприятия и процесса прогнозирования финансовых результатов.

Теоретическая значимость работы в предлагаемой финансовой модели расчета прибыли предприятия, оптимизирующей процесс планирования финансовых результатов предприятия, что расширяет теорию финансового менеджмента.

Практическая значимость работы состоит в том, что предложенная методика расчёта прибыли предприятия позволяет качественно и своевременно оценить финансовое состояние предприятия автомобильного дилера для процесса прогнозирования финансовых показателей его развития.

Определения, обозначения, сокращения

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

финансовый анализ: процесс оценки финансового состояния предприятия, который включает в себя анализ финансовых отчетов, оценку текущей финансовой ситуации и прогнозирование будущих финансовых показателей [1].

финансовое планирование: процесс разработки системы мероприятий, направленных на обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами для развития предприятия в будущем и повышения эффективности финансовой деятельности [26].

финансовое состояние: положение финансов предприятия, охарактеризованное комплексом показателей, отражающих процесс формирования и расходования его финансовых ресурсов.

финансовая модель планирования ключевых финансовых результатов компании: таблица со связанными показателями и аналитической запиской. В ней собрана вся информация, как, сколько и за счет каких показателей бизнес зарабатывает или будет зарабатывать деньги.

В работе были использованы следующие сокращения:

ФА – финансовый анализ,

ЦФО – центр финансовой ответственности,

АСУФ – автоматизированная система управления финансами,

ООО – Общество с ограниченной ответственностью,

МП – маржинальная прибыль.

Оглавление

Введение	10
1 Теоретические и методологические аспекты анализа финансового состояния предприятия	13
1.1 Сущность, значение, виды финансового анализа и финансовых моделей	13
1.2 Методика проведения анализа финансового состояния предприятия ...	24
1.3 Методы финансового планирования для развития и повышения финансовой эффективности предприятия	31
2 Комплексный анализ финансового состояния предприятия ООО «Арсенал Моторс»	41
2.1 Статистика и аналитика автомобильного рынка в России	41
2.2 Краткая характеристика деятельности предприятия	45
2.3 Анализ финансового состояния предприятия	52
3 Формирование финансовой модели расчета прибыли предприятия	72
3.1 Описание финансовой модели планирования ключевых финансовых результатов компании	72
3.2 Формирование маржинальной прибыли ООО «Арсенал Моторс»	75
3.3 Финансовая модель планирования целевых значений операционной прибыли предприятия	81
4 Корпоративная социальная ответственность	90
4.1 Сущность корпоративной социальной ответственности	90
4.2 Определение целей и задач программы КСО	94
4.3 Определение стейкхолдеров программы КСО	96
4.4 Определение элементов программы КСО	98
4.5 Затраты на программы КСО	100
4.6 Ожидаемая эффективность программ КСО	101
Заключение	104
Список публикаций обучающегося	106
Список использованных источников	107
Приложение А	
Раздел ВКР на английском языке	114
Приложение Б	
Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2019-2021 гг.	132

Приложение В	
Динамика и структура отчета о финансовом положении предприятия	139
Приложение Г	
Динамика и структура отчета о финансовых результатах предприятия	141
Приложение Д	
Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2022 г.	142

Введение

Актуальность темы исследования. Анализ финансового состояния предприятия является необходимым элементом эффективного управления бизнесом. В отрасли продажи автомобилей происходят сильные экономические колебания как в России, так и в мире. К основным проблемам отрасли можно отнести:

1) Снижение спроса на новые автомобили, что вызвано различными факторами, такими как экономические колебания, повышение цен на автомобили и топливо, выход из российского рынка европейских моделей.

2) Изменение паттернов потребления: в некоторых странах можно наблюдать рост популярности альтернативных форм мобильности, таких как каршеринг, общественный транспорт, велосипеды, электрические скутеры. Такие паттерны поведения также негативно влияют на автомобильный спрос.

3) Инновации и технологические изменения: быстрый темп развития технологий и инноваций в автомобильной отрасли создает давление на компании для постоянного обновления и модернизации своих моделей. Это требует значительных финансовых и технических ресурсов, чтобы соответствовать ожиданиям рынка и удовлетворять потребности потребителей.

4) Воздействие на окружающую среду: автомобильная отрасль сопряжена с негативным воздействием на окружающую среду по причине выбросов парниковых газов и загрязнением воздуха. В связи с этим, компании сталкиваются с требованиями по сокращению выбросов и поиску более экологически чистых решений, что может повлечь за собой дополнительные затраты, которые отражаются в более высокой стоимости автомобилей.

Российский авторынок – это особый сектор экономики. Уход западных автомобилей с российского рынка привел к существенным изменениям на российском автомобильном рынке. Китайские бренды начали активно занимать освободившиеся ниши. Для того, чтобы оценить текущее состояние

рынка, необходимо проанализировать различные показатели. В условиях изменчивой экономической ситуации и усиления конкуренции на рынке особенно важно иметь детальное понимание о финансовом состоянии предприятия и путях его улучшения.

Целью магистерской работы является разработка финансовой модели планирования ключевых финансовых показателей эффективности операционной деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели определен перечень **задач**, подлежащих выполнению:

- 1) рассмотреть теоретические и методологические аспекты анализа финансового состояния предприятия,
- 2) привести статистику и аналитику автомобильного рынка в России,
- 3) дать краткую экономическую характеристику предприятия,
- 4) провести финансовый анализ действующего предприятия,
- 5) разработать модель планирования ключевых финансовых результатов автомобильного дилера.

Объектом исследования в данной работе являются финансовые результаты деятельности автомобильного дилера.

Предметом исследования выступают методы финансового анализа и процесс планирования финансовых результатов предприятия.

Методами исследования в выпускной квалификационной работе стали: обобщение статистических данных, методы финансового анализа и финансового планирования, систематизация полученной информации, изучение и анализ специальной литературы, а также статистических отчетов, посвященных теме финансового управления.

Теоретической основой послужили разработки ученых и специалистов, учебные и методические пособия по тематике управления финансами. Значительный информационный материал получен из официальной отчетности и документов ООО «Арсенал Моторс» за 2019-2022 гг.

Теоретическая значимость исследования в предлагаемой финансовой модели расчета прибыли предприятия, оптимизирующей процесс планирования финансовых результатов предприятия, что расширяет теорию финансового менеджмента.

Практическая значимость работы состоит в том, что предложенная методика расчёта прибыли предприятия позволяет планировать объемы и ассортимент продаж с учетом маржинальности в целях повышения эффективности предприятия.

Новизна исследования заключается в следующих положениях:

1. Разработана финансовая модель формирования операционной прибыли предприятия с учетом особенностей автомобильного дилера, которая предполагает планирование объемов продаж в заданном ассортименте.
2. Предложен организационный механизм управления ассортиментом продаж для повышения эффективности операционной деятельности.

1 Теоретические и методологические аспекты анализа финансового состояния предприятия

1.1 Сущность, значение, виды финансового анализа и финансовых моделей

Важным аспектом финансового анализа является его применение в принятии управленческих решений. Результаты финансового анализа могут помочь предпринимателям и менеджерам в принятии решений о финансовых вопросах, таких как инвестиции, расширение бизнеса, управление дебиторской задолженностью и управление запасами.

Финансовый анализ – это процесс оценки финансового состояния предприятия, который включает в себя анализ финансовых отчетов, оценку текущей финансовой ситуации и прогнозирование будущих финансовых показателей. Цель финансового анализа – определить, как предприятие использует свои финансовые ресурсы и как можно улучшить его финансовое состояние [1].

Для проведения финансового анализа необходимо иметь финансовые отчеты, такие как отчет о прибылях и убытках, отчет о финансовом положении (балансовый отчет) и отчет о движении денежных средств. Анализ этих отчетов позволяет выявить финансовые проблемы, определить сильные и слабые стороны предприятия, а также определить эффективность использования ресурсов.

Методы финансового анализа могут варьироваться в зависимости от целей анализа и доступных данных. Некоторые из методов, используемых в финансовом анализе, включают анализ вертикальных и горизонтальных финансовых показателей, анализ финансовых коэффициентов, анализ сравнительных показателей и анализ сезонности.

Таким образом, финансовый анализ является неотъемлемой частью финансового менеджмента, который помогает предприятиям оценить свою

текущую финансовую ситуацию и принять решения для улучшения своего финансового положения.

Финансовый анализ имеет огромное значение для предприятий в условиях современной экономики. Он позволяет оценить финансовое состояние предприятия, выявить сильные и слабые стороны, определить уровень эффективности использования ресурсов и принять решения для улучшения финансового положения.

Одной из главных задач финансового анализа является выявление причин, которые могут привести к снижению финансовой устойчивости предприятия. Он помогает выявить риски и возможные проблемы в управлении финансами, что позволяет устранить их до того, как они приведут к серьезным последствиям.

Финансовый анализ также помогает предприятиям определить свои финансовые возможности и потенциал. Анализ финансовых показателей может помочь в разработке стратегии развития предприятия и планировании инвестиций. Он позволяет оценить финансовые риски и прогнозировать будущие финансовые результаты, что является важным элементом управления финансами.

Без финансового анализа предприятие не сможет контролировать свои финансы и управлять ими эффективно. Он является необходимым инструментом для принятия управленческих решений и планирования бизнеса. Более того, финансовый анализ является неотъемлемой частью процесса управления рисками, что позволяет предотвратить финансовые кризисы и сохранить стабильность бизнеса.

Финансовый анализ может быть проведен в разных направлениях и формах. Виды финансового анализа отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Описание видов финансового анализа

Вид финансового анализа	Характеристика
Внешний	Анализ проводится по публичным отчётам в рамках стандартных методик, оценивается финансовое положение предприятия
Внутренний	Анализ основан на бухгалтерской и управленческой отчетности, нормативных и плановых данных
Перспективный (прогнозный, предварительный) анализ	Анализ результатов хозяйственной деятельности с целью определения их будущей потенциальной стоимости. Позволяет стратегически оценить будущую эффективность бизнеса [2]
Оперативный анализ	Обычно проводится по следующим целевым группам: отгрузка и реализация продукции; использование рабочей силы, производственного оборудования и материальных ресурсов: себестоимость; прибыль и рентабельность; платёжеспособность. При оперативном анализе проводится исследование натуральных показателей, в расчётах допускается относительная неточность, так как нет завершённого процесса [3]
Текущий (ретроспективный) анализ	Осуществляется по результатам деятельности за определенный период. Основывается на бухгалтерских отчетах и статистике. Наиболее полный анализ, объединяет результаты оперативного анализа и составляет основу перспективного анализа. Позволяет оценить работу предприятия и подразделения за определённый период времени [4]

Для проведения финансового анализа могут использоваться различные методы, такие как метод вертикального и горизонтального анализа, метод коэффициентов и метод сравнительного анализа. Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки и может использоваться в зависимости от целей анализа и доступности данных.

Таким образом, виды финансового анализа зависят от целей, которые перед ним ставятся, а также от доступности данных. Каждый из методов имеет свои особенности и может использоваться в зависимости от конкретной ситуации.

Преимущества финансового анализа:

- позволяет оценить текущее финансовое состояние предприятия и выявить его сильные и слабые стороны,
- помогает выявить тенденции развития предприятия и прогнозировать его будущее финансовое состояние,
- позволяет выявить причины изменения финансовых показателей и определить необходимые меры по улучшению финансового состояния предприятия,
- помогает оценить эффективность управленческих решений и принять решения по управлению финансами предприятия [5].

Недостатки финансового анализа:

- не учитывает нефинансовые факторы, такие как репутация предприятия, качество продукции, уровень конкуренции и так далее,
- не дает полной картины о финансовом состоянии предприятия, так как не учитывает некоторые аспекты, такие как финансовые риски и потенциальные проблемы,
- требует доступности и достоверности финансовой отчетности предприятия, что может быть затруднительно, если финансовые отчеты не подготовлены или подготовлены неправильно,
- не учитывает изменения в экономической среде, такие как изменение рыночной конъюнктуры, что может повлиять на финансовое состояние предприятия.

По итогу, финансовый анализ имеет свои преимущества и недостатки, которые необходимо учитывать при его применении. Для более полной оценки финансового состояния предприятия необходимо учитывать не только финансовые, но и нефинансовые факторы, а также изменения в экономической среде.

Нефинансовые факторы, которые могут влиять на финансовое состояние предприятия, могут быть различными, отражены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Нефинансовые факторы, влияющие на финансовое состояние предприятия

Нефинансовые факторы:

- Качество продукции и услуг, предлагаемых предприятием. Если продукция или услуги низкого качества, это может отразиться на продажах и, соответственно, на финансовом состоянии предприятия.
- Репутация предприятия в обществе. Если у предприятия плохая репутация, это может повлиять на его продажи и, следовательно, на финансовое состояние.
- Уровень конкуренции на рынке. Если на рынке сильная конкуренция, это может привести к снижению цен и прибыли для предприятия.
- Технологический уровень и инновации. Если предприятие не следит за новыми технологиями и не развивается инновационно, то это может снизить его конкурентоспособность и прибыльность.

Изменения в экономической среде также могут повлиять на финансовое состояние предприятия. Некоторые из них могут быть следующими:

- изменения в макроэкономической среде, такие как изменение уровня инфляции, уровня безработицы, ставок налогов и так далее,
- политические и правовые изменения, которые могут повлиять на бизнес-среду, например, изменения в законодательстве, регулировании,
- изменения в технологиях и инновациях, которые могут повлиять на бизнес-среду и конкурентоспособность предприятия,

– изменения в спросе на продукцию и услуги, вызванные социальными или демографическими изменениями в обществе [6].

Тем самым, значимость финансового анализа для предприятий трудно переоценить. Он является важным инструментом для оценки финансового состояния и принятия решений в сфере управления финансами.

Финансовый анализ и финансовые модели являются взаимосвязанными инструментами, которые используются для понимания и прогнозирования финансовых результатов компании. Финансовый анализ обеспечивает информацию и понимание о текущем финансовом состоянии компании, в то время как финансовые модели позволяют прогнозировать и планировать будущие финансовые результаты на основе различных сценариев и переменных.

Сущность финансовых моделей заключается в использовании математических и статистических методов для представления и анализа экономического состояния объекта или его элементов как по компании в целом, так и отдельно по отделам. Финансовые модели помогают прогнозировать будущие доходы, расходы, потоки денежных средств и другие финансовые показатели предприятия. Они также используются для оценки рисков и принятия решений о финансовых инвестициях [7].

Преимущества использования финансовых моделей заключаются в возможности улучшить качество финансовых прогнозов и принимать более обоснованные решения на основе точных и актуальных данных. Кроме того, они помогают предотвращать ошибки в управлении финансами и максимизировать выгоду для предприятия и его акционеров.

Недостатки финансовых моделей заключаются в том, что они могут быть очень сложными и требовать специализированных знаний и навыков для их создания и интерпретации. Также, они могут быть неправильно настроены или учитывать неверные предположения, что может привести к неточным результатам. Кроме того, финансовые модели не учитывают все нефинансовые факторы, которые могут повлиять на финансовое состояние

предприятия, такие как изменения в экономической и политической обстановке.

Тем не менее, при правильном применении финансовые модели могут значительно улучшить анализ финансового состояния предприятия и помочь в принятии важных бизнес-решений. Важно помнить, что при использовании финансовых моделей необходимо учитывать все факторы, которые могут повлиять на финансовые результаты, и оценивать достоверность и точность полученных данных.

Функции финансовой модели:

1) Анализ финансового положения предприятия в настоящее и будущее время, оценка фактических показателей и сопоставление их с ожиданиями, а также согласование работы отделов для достижения установленных целей.

2) Определение возможностей по более эффективному использованию ресурсов, имеющихся в распоряжении компании.

3) Выявление критических показателей, при которых компания или ее элементы утрачивают экономическую ценность (например, точки безубыточности, рентабельность).

4) Оценка уровня рисков и выявление критических показателей бизнеса для их контроля.

5) Предоставление информации о том, как оперативно реагировать на изменение внешних и внутренних факторов.

6) Анализ эффективности внедрения новых областей бизнеса и инвестиционных проектов (IRR, NPV, DPP и др.).

Таблица 2 – Цели построения финансовой модели

Цель	Описание цели
Обоснование концепта компании	Модель наглядно отображает источники доходов и расходов, объем рынка и другие показатели деятельности организации. Это позволяет более глубоко понимать внутренние и внешние бизнес-процессы
Привлечение инвестиций	На основе бизнес-плана и финансовой модели осуществляется оценка стоимости компании инвесторами, принимается решение о необходимости и размере инвестиций

Продолжение таблицы 2

Разработка стратегии компании	Модель показывает слабые и сильные стороны компании, основные экономические факторы, влияющие на рост бизнеса, фокусируется на ключевых показателях эффективности (KPI). Анализ помогает оптимизировать и повысить эффективность деятельности, быстро реагировать на изменения рынка
Бенчмаркетинг	Сравнение результатов работы компании с показателями успешных конкурентов для улучшения своей деятельности
Прогнозирование	Анализ доходов и расходов помогает определить, при каких объемах бизнес станет прибыльным (то есть достигнет точки безубыточности). План показывает, как быстро компания тратит деньги и обоснованы ли эти затраты

Виды финансовых моделей могут быть разнообразными и зависят от того, какие аспекты финансовой деятельности предприятия будут анализироваться. Одним из наиболее распространенных видов финансовых моделей является бюджетирование, которое позволяет оценить финансовые возможности предприятия в будущем на основе анализа текущих показателей. В рамках бюджетирования могут быть разработаны следующие виды моделей: балансовая модель, которая отражает финансовое положение предприятия на конкретную дату; модель финансовых потоков, которая отображает денежные потоки предприятия в будущем; модель прибыли и убытков, которая позволяет оценить ожидаемые доходы и расходы предприятия. Более подробно об основных видах финансовых моделей описано в таблице 3.

Таблица 3 – Основные виды финансовых моделей

№	Вид финансовой модели	Определение	Преимущества финансовой модели	Недостатки финансовой модели	
1	Модель трех отчетов	метод построения финансовой модели, который использует три основных финансовых отчета: баланс, отчет о прибылях и убытках и отчет о движении денежных средств	является стандартной формой финансовой отчетности, что делает ее удобной для сравнения и анализа компаний [8]	не всегда отражает все аспекты финансовой деятельности компании, например, управленческий учет и операционные затраты	
			помогает выявить ключевые финансовые показатели, такие как прибыльность, ликвидность и финансовую устойчивость		иногда может быть недостаточно гибкой, чтобы отразить специфические аспекты компании или ее отрасли
			позволяет лучше понимать финансовое состояние компании и ее финансовые потоки		требует высокой квалификации в области финансового анализа для правильного использования и интерпретации
2	DCF-модель (Discounted Cash Flow)	используется для оценки инвестиционной привлекательности проекта или компании путем расчета приведенной стоимости будущих денежных потоков	учитывает время и стоимость денег в будущем	может быть чувствительна к изменению предположений и прогнозов, которые были сделаны на основе прошлых данных и текущей ситуации	
			позволяет увидеть, насколько инвестиция будет прибыльной в будущем	требует довольно много времени и ресурсов для разработки и поддержки	
			является широко распространенным инструментом для оценки компаний и проектов	оценка приведенной стоимости зависит от выбора подходящей ставки дисконтирования, что может вызывать неопределенности	
3	Модель слияния и поглощения (M&A модель)	финансовая модель, которая используется для оценки стоимости и потенциальной выгоды при слиянии или поглощении компаний	позволяет определить стоимость и потенциальные выгоды при поглощении или слиянии компаний	достаточно сложна и требует большого количества данных и высокой квалификации аналитика, что может затруднить ее применение для некоторых компаний	
			позволяет учитывать множество различных факторов, включая ожидаемые изменения в индустрии, конкурентную среду, законодательные изменения и другие факторы	может быть не совсем точной из-за необходимости принимать во внимание несколько факторов, которые могут изменяться в будущем	
			позволяет определить критические показатели успеха сделки	не учитывает возможные риски и препятствия, которые могут возникнуть в процессе слияния или поглощения компаний	

Продолжение таблицы 3

4	IPO (Initial Public Offering)	модель, используемая компаниями при выходе на биржу для продажи своих акций	IPO может обеспечить компании значительные средства для финансирования ее деятельности и расширения бизнеса	выход на биржу требует значительных затрат на организацию и проведение IPO, включая юридические, бухгалтерские, маркетинговые и другие расходы
			выход на биржу повышает видимость компании и может привлечь новых клиентов и партнеров	компания должна предоставить много информации о своей деятельности, что может повысить риски конкуренции и копирования
			инвесторы получают возможность купить акции компании и зарабатывать на их росте	после выхода на биржу компания должна регулярно сообщать о своих финансовых результатах и операциях, что может создать дополнительные затраты на отчетность и аудит
5	LBO (Leveraged Buyout)	это модель финансирования приобретения компании с использованием большого количества заёмных средств	позволяет осуществить приобретение компании при отсутствии достаточного количества собственных средств	связана с высоким уровнем риска, поскольку инвестиции основаны на предположении о будущей прибыльности компании и возможности выплаты кредита в будущем
			увеличивает финансовый рычаг и потенциальную доходность инвестиции для инвесторов	увеличение долговой нагрузки на компанию, что может привести к снижению финансовой стабильности и риску дефолта
			улучшает эффективность управления компанией путем увеличения процента собственности у менеджмента	требует высокого уровня управления рисками и финансовых навыков
6	Модель суммирования стоимости	это модель, используемая для оценки компаний на основе анализа их финансовых показателей	простота и понятность, поскольку она использует привычные метрики, такие как P/E (цена/прибыль) и EV/EBITDA (стоимость компании/прибыль до уплаты процентов, налогов, амортизации и начисления по дивидендам) [9]	может недооценить или переоценить компанию, если используемые метрики не применяются должным образом не учитывает будущие потоки денежных средств, что может быть особенно важным при оценке компаний в развивающихся отраслях
7	Консолидированные финансовые модели	предназначены для объединения данных финансовых отчетов нескольких компаний в единую модель	позволяет оценить эффективность сделок слияний и поглощений	сложность в разработке и обновлении модели
			дает возможность получить общую картину финансового состояния компаний группы	требует больших затрат времени и ресурсов на сбор и анализ данных
			упрощает учет дочерних компаний	не учитывает особенности каждой компании в группе, что может привести к неточностям в прогнозах и решениях
			позволяет сделать выводы о финансовых результатах группы в целом	

Продолжение таблицы 3

8	Модель бюджетирования	это финансовая модель, используемая для планирования и контроля бюджета компании	позволяет управлять финансами компании, определять приоритеты, распределять ресурсы и оценивать результаты деятельности	не учитывает возможные неожиданные изменения на рынке, что может привести к несоответствию реальности и запланированного бюджета
			дает возможность определить, сколько ресурсов необходимо для достижения поставленных целей [10]	может быть сложно учесть все факторы, влияющие на бюджет, особенно в больших компаниях
			создает своего рода "карту пути", которая помогает определить, какие меры необходимо предпринять для достижения целей в будущем	некоторые критерии могут быть упущены, что приведет к неточности планирования бюджета
			позволяет определить критические точки, на которых необходимо сосредоточиться для эффективного управления финансами компании	модель бюджетирования может быть неподходящей для компаний, которые работают в динамичной и нестабильной среде
9	Модель прогнозирования	это финансовая модель, которая используется для прогнозирования будущих финансовых результатов компании	помогает принимать решения на основе будущих результатов компании	результаты прогноза зависят от точности входных данных, которые могут быть неточными или недостаточными
			увеличивает понимание текущей ситуации и предоставляет информацию для управления рисками	прогноз может быть недостаточно гибким и не учитывать возможные изменения на рынке
			позволяет увидеть долгосрочные тенденции и рассчитать проекты будущих инвестиций	сложность в расчёте и использовании для некоторых компаний, особенно для тех, кто не имеет опыта работы с финансовыми моделями
10	Модель расчета цены опционов (Option pricing model)	это математическая модель, которая используется для определения теоретической цены опционов на основе различных факторов, таких как цена базового актива, срок исполнения, волатильность базового актива и другие факторы	позволяет оценить цену опциона на основе различных факторов, что может быть полезно при принятии инвестиционных решений	основана на нескольких допущениях, которые могут не соответствовать реальности
			может помочь инвесторам и трейдерам определить оптимальную стратегию для защиты своих инвестиций	не учитывает неопределенность и риски, связанные с изменением цены базового актива, волатильностью рынка и другими факторами, которые могут повлиять на цену опциона

Финансовые модели являются важным инструментом для анализа финансового состояния предприятия. Они помогают прогнозировать будущие финансовые результаты и принимать обоснованные решения, основываясь на математических расчетах и статистических данных.

Каждая финансовая модель имеет свои плюсы и минусы, и выбор конкретной модели зависит от целей анализа, доступности данных и других факторов. Например, модель DCF подходит для оценки инвестиционной привлекательности проекта, но она требует большого количества вводных данных и точных прогнозов.

Модель бюджетирования позволяет контролировать расходы и доходы предприятия на краткосрочном и долгосрочном периодах, но может быть неприменимой в условиях быстро меняющейся экономической ситуации. Модель M&A помогает анализировать возможности слияний и поглощений, но может быть сложной и требует высокой экспертизы.

В целом, понимание различных финансовых моделей и их применение в анализе финансового состояния предприятия позволяет принимать обоснованные решения, повышать эффективность управления и обеспечивать стабильность бизнеса.

1.2 Методика проведения анализа финансового состояния предприятия

При проведении финансового анализа основным источником информации выступает бухгалтерская финансовая отчетность, которая обладает достаточно высоким уровнем информативности и содержит в себе данные о показателях деятельности предприятия за отчетный год.

Полученный при проведении финансового анализа результат является информативным, если была применена правильная методика расчета показателей. Под методикой следует понимать систему приемов и методов, на основании которых проводится анализ.

Одной из наиболее распространенных методик проведения финансового анализа выступает методика Шеремета А.Д. [11]. Она состоит из семи основных этапов, представленных на рисунке 2.

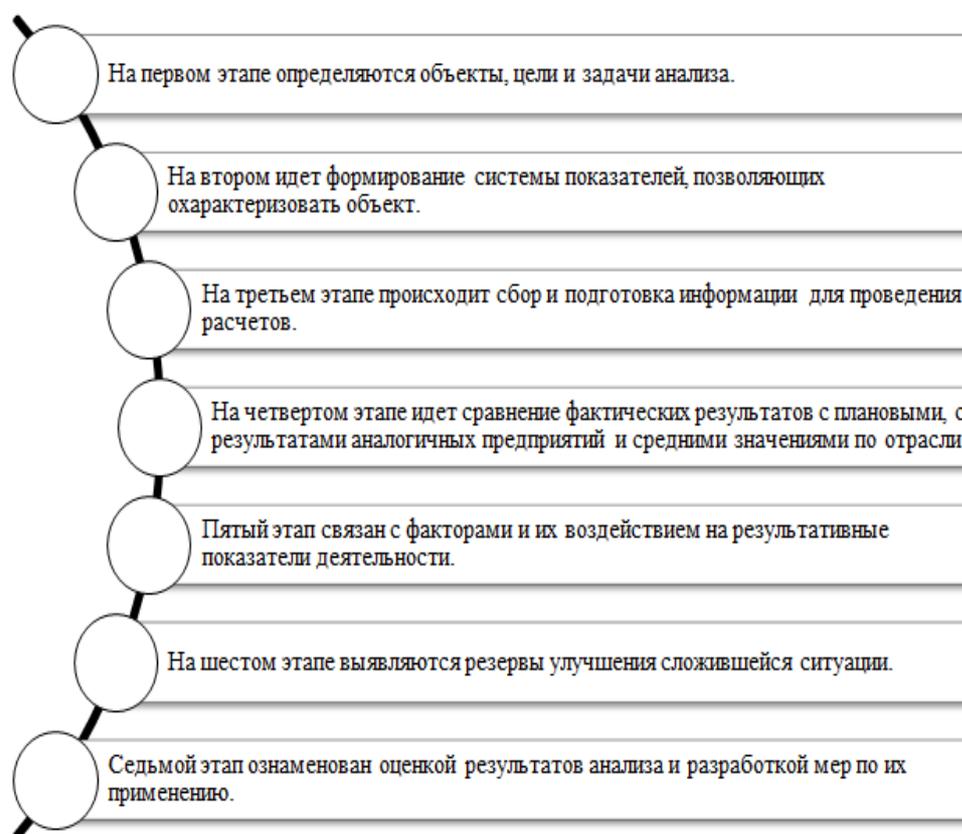


Рисунок 2 – Этапы финансового анализа по Шеремету А.Д.

Методами финансового анализа выступают такие методы, как: вертикальный анализ, горизонтальный, сравнительный, интегральный, трендовый и метод коэффициентов.

Вертикальный анализ. Он направлен на определение доли каждой статьи в общем балансе и сравнение этого со значением предыдущего периода. Вертикальный анализ может быть проведен на основе исходной отчетности. Этот метод позволяет изучить соотношения между активами, собственным и заемным капиталом, а также выявить структуру капитала по отдельным элементам [12].

Горизонтальный анализ. Он направлен на определение изменения значений различных статей отчета за определенный период времени и последующую оценку этих изменений. Для проведения горизонтального

анализа необходимо создать таблицу анализа, включающую абсолютные показатели и показатели относительного темпа роста или снижения. Для этого используется базовые темпы роста или снижения за несколько периодов [13].

Сравнительный анализ. Этот метод финансового анализа основан на вертикальном и горизонтальном. Аналитические сравнения проведены по трем группам показателей:

- а) структуры баланса,
- б) динамики баланса,
- в) структурной динамики баланса.

Сравнительный анализ часто применяется для анализа структуры имущества и источников его формирования [14].

Интегральный анализ. Это процесс изучения влияния отдельных факторов на общий показатель. В этом анализе используются как детерминированные, так и статистические методы исследования. Интегральный анализ может быть прямым или обратным. Что же касается обратного анализа, то он не является простым анализом, а скорее синтезирует отдельные его элементы в единое целое [15].

Трендовый анализ. Метод анализа тренда заключается в расчете относительного отклонения отчетных показателей от базового уровня. По сути, трендовый анализ представляет собой разновидность горизонтального анализа. Он перспективен, поскольку позволяет прогнозировать изменения различных показателей [16].

Метод коэффициентов. Метод предполагает вычисление отношений между различными показателями отчетности (финансовыми коэффициентами) и определение их взаимосвязей [17].

Финансовые коэффициенты характеризуют следующие стороны экономической деятельности предприятия:

- а) платежеспособность,
- б) финансовая зависимость или финансовая автономия,
- в) деловая активность,

- г) эффективность работы,
- д) рыночные характеристики организации [18].

Финансовые коэффициенты измеряют многие аспекты бизнеса, но не используются без финансовой отчетности. Они традиционно являются составной частью анализа финансовой отчетности. Коэффициенты позволяют сравнивать:

- компании,
- отрасли,
- различные периоды деятельности одной и той же компании,
- результаты деятельности компании со средними по отрасли.

Для оценки текущего состояния предприятия используют несколько финансовых коэффициентов по сравнению с нормативами или средними значениями показателей других сопоставимых предприятий. Если коэффициенты превышают рекомендуемые пределы или наоборот, это указывает на «слабости» компании. Обычно коэффициенты для фирм из разных отраслей, сталкивающихся с разными рисками, капиталовложениями и уровнями конкуренции, не подлежат сравнению и анализу.

Коэффициенты, которые дают полное понимание ликвидности предприятия:

- 1) коэффициент текущей ликвидности,
- 2) коэффициент абсолютной ликвидности,
- 3) коэффициент быстрой ликвидности [19].

В таблице 4 представлены формулы расчета трех важных коэффициентов ликвидности и их нормативные значения.

Таблица 4 – Коэффициенты ликвидности

Коэффициенты	Формула	Норматив
Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент текущей ликвидности = $\frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	>2
Коэффициент абсолютной ликвидности	Коэффициент абсолютной ликвидности = $\frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	>0,2
Коэффициент быстрой ликвидности	Коэффициент быстрой ликвидности = $\frac{\text{Оборотные активы} - \text{Запасы}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	>1

Наиболее распространенным из всех коэффициентов является коэффициент текущей ликвидности, который инвесторы используют для оценки ликвидности компании. Поставщиков интересует абсолютный коэффициент ликвидности, который показывает способность компании погасить свою задолженность перед поставщиками. Кредиторы рассчитывают коэффициент быстрой ликвидности, чтобы оценить способность быстрой платежеспособности предприятия при предоставлении займов.

Далее рассмотрим три основных фактора финансовой устойчивости. Основное отличие коэффициентов ликвидности от коэффициентов финансовой устойчивости состоит в том, что первая группа (ликвидности) имеет краткосрочную платежеспособность, а вторая группа (финансовая устойчивость) - долгосрочный период. Однако, оба коэффициента отражают платежеспособность предприятия и его способность выплачивать свои долги [20].

В данную группу показателей входит три коэффициента:

- 1) коэффициент автономии,
- 2) коэффициент капитализации,
- 3) коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

В таблице 5 представлены формулы расчета трех важных коэффициентов финансовой устойчивости и их нормативные значения.

Таблица 5 – Коэффициенты финансовой устойчивости

Коэффициенты	Формула	Норматив
Коэффициент автономии	Коэффициент автономии = Собственный капитал/Активы	>0,5
Коэффициент капитализации	Коэффициент капитализации = (Долгосрочные обязательства + Краткосрочные обязательства)/Собственный капитал	>0,7
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами = (Собственный капитал — Внеоборотные активы)/Оборотные активы	>0,5

Коэффициент автономии (финансовой независимости) используется финансовыми аналитиками для собственной диагностики своего предприятия на финансовую устойчивость [21].

Коэффициент капитализации актуален для инвесторов, поскольку он используется для оценки инвестиций различных компаний. Компания с высоким коэффициентом капитализации считается более подходящей для инвестиций. Однако крайне высокое значение этого коэффициента не всегда является хорошим признаком для инвестора, так как может свидетельствовать о снижении прибыльности предприятия и, как следствие, об уменьшении дохода инвестора. Кроме того, этот коэффициент рассчитывается также кредиторами, и чем он ниже, тем более предпочтительным является предоставление кредита [22]. Арбитражные управляющие используют коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

Коэффициенты рентабельности отражают эффективность управления на предприятии. К показателям этой группы относятся коэффициенты:

- 1) рентабельность активов (ROA),
- 2) рентабельность собственного капитала (ROE),
- 3) рентабельность продаж (ROS) [23].

В таблице 6 представлены формулы расчета трех важных коэффициентов рентабельности и их нормативные значения.

Таблица 6 – Коэффициенты рентабельности

Коэффициенты	Формула	Норматив
Рентабельность активов (ROA)	Коэффициент рентабельности активов = Чистая прибыль / Активы	>0
Рентабельность собственного капитала (ROE)	Коэффициент рентабельности собственного капитала = Чистая прибыль / Собственный капитал	>0
Рентабельность продаж (ROS)	Коэффициент рентабельности продаж = Чистая прибыль / Выручка	>0

Финансовые аналитики используют коэффициент рентабельности активов (ROA) для оценки эффективности компании с точки зрения

доходности. Он показывает финансовую отдачу, которую компания получает от использования своих активов.

Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE) интересен для владельцев бизнеса и инвесторов. Он отражает эффективность использования капитала, вложенного в предприятие.

Коэффициент рентабельности продаж (ROS) интересен руководителям отдела продаж, инвесторам и собственникам предприятия. Он отражает эффективность реализации основной продукции предприятия и позволяет определить долю себестоимости в общих продажах [24]. Важно отметить, что не только объем продаж предприятия имеет значение, но и чистая прибыль.

Коэффициенты деловой активности (оборачиваемости). Отличие этой группы коэффициентов от группы коэффициентов рентабельности заключается в том, что они показывают нефинансовую эффективность деятельности предприятия.

В данную группу показателей входит три коэффициента:

- 1) коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности,
- 2) коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности,
- 3) коэффициент оборачиваемости запасов [25].

В таблице 7 представлены формулы расчета трех важных коэффициентов деловой активности и их нормативные значения.

Таблица 7 – Коэффициенты деловой активности

Коэффициенты	Формула	Норматив
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности = Выручка от продаж/Средняя сумма дебиторской задолженности	анализ динамики
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности = Себестоимость реализованной продукции/Средняя величина кредиторской задолженности	анализ динамики
Коэффициент оборачиваемости запасов	Коэффициент оборачиваемости запасов = Себестоимость реализованной продукции /Средняя величина запасов	анализ динамики

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности применяется генеральным директором, финансовым директором, финансовыми менеджерами, коммерческим директором, руководителем отдела продаж, менеджерами по продажам. Этот коэффициент отражает эффективность взаимодействия предприятия с его контрагентами.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности в основном используется для поиска способов увеличения ликвидности компании и является привлекательным для собственников и кредиторов. Он показывает, сколько раз предприятие погасило свои долги перед кредиторами в отчетном периоде (как правило, за месяц, квартал, год).

Коэффициент оборачиваемости запасов может использоваться коммерческим директором, руководителем отдела продаж и менеджерами по продажам. Он определяет эффективность управления запасами на предприятии.

Результаты финансового анализа позволяют сделать вывод о ресурсном обеспечении предприятия и эффективности их использования. Эти результаты являются базой и основой для принятия управленческих решений.

1.3 Методы финансового планирования для развития и повышения финансовой эффективности предприятия

В условиях современного рынка существует неотъемлемая потребность в финансовом планировании. Без него невозможно достичь значимых результатов на рынке.

Финансовое планирование – это процесс разработки системы мероприятий, направленных на обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами для развития предприятия в будущем и повышения эффективности финансовой деятельности [26].

В литературе по планированию на предприятиях обычно выделяют две основные схемы организации работ по составлению бюджетов: метод «сверху-

вниз» (break-down) и метод «снизу-вверх» (build-up) [27], это отражено на рисунке 3.

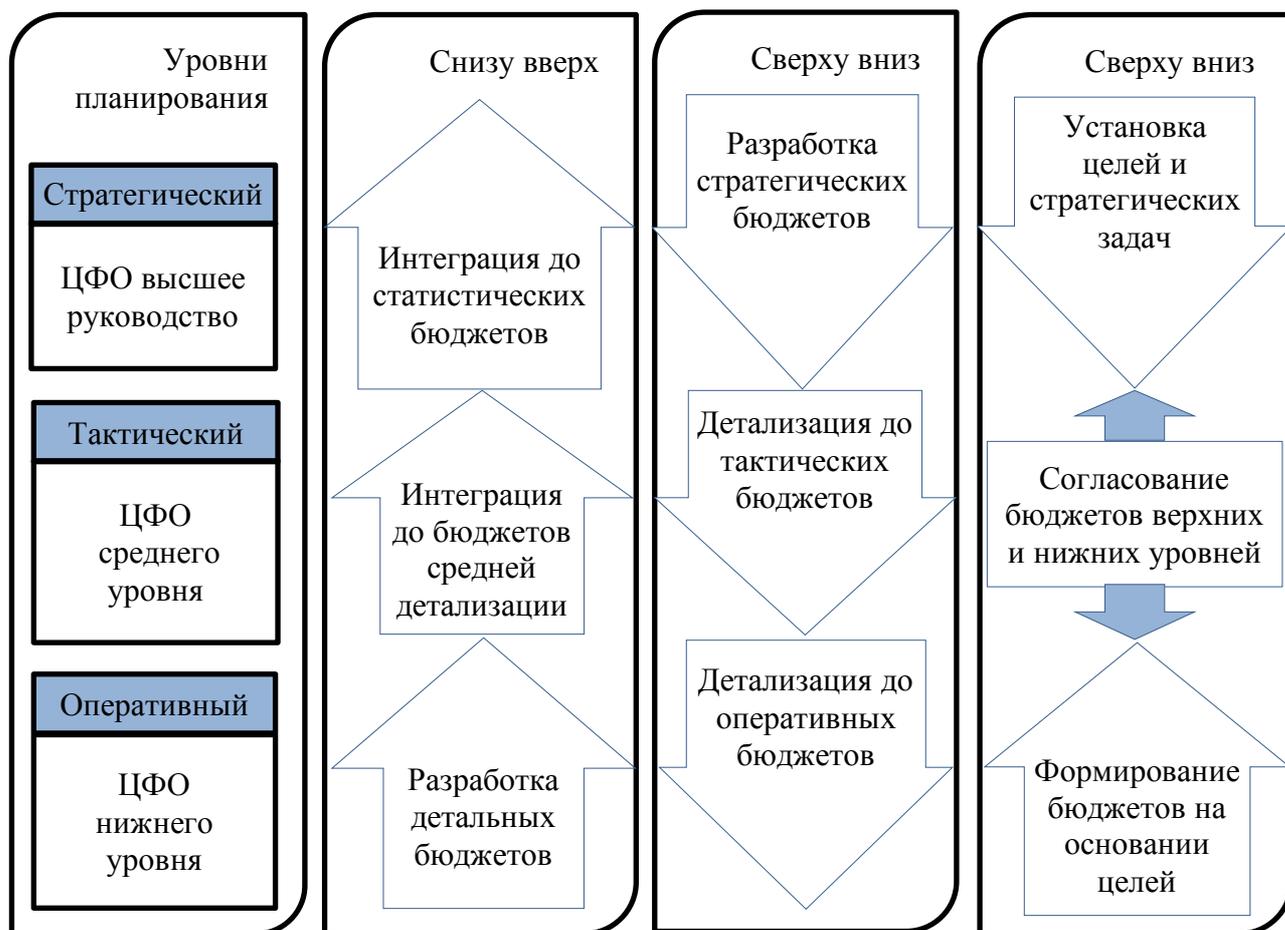


Рисунок 3 – Схема подходов к организации бюджетного процесса компании

Центр финансовой ответственности (ЦФО) является организационной единицей внутри компании, которая несет ответственность за управление и контроль над финансовыми ресурсами и результатами в определенной области или подразделении. ЦФО является ключевым инструментом децентрализации финансового управления и позволяет более эффективно управлять бюджетами, контролировать расходы и максимизировать финансовые результаты.

При использовании метода "сверху-вниз" составление бюджетов начинается с руководства предприятия, которое определяет цели и задачи, включая плановые показатели прибыли. Затем эти показатели постепенно уточняются на более детальных уровнях структуры предприятия в планах подразделений. В методе "снизу-вверх" процесс идет в обратном направлении.

Например, отдельные отделы по сбыту начинают с расчета показателей реализации, а затем руководитель отдела собирает эти показатели в единый бюджет или план, который впоследствии может стать частью общего бюджета или плана предприятия.

Методы "сверху-вниз" и "снизу-вверх" представляют собой противоположные подходы, и использовать на практике только один из них не оптимально. Планирование и составление бюджета – это непрерывный процесс, который требует постоянной координации между бюджетами различных подразделений [28].

Целью финансового планирования является определение потенциального объема финансовых ресурсов, капитала и резервов на основе прогнозирования финансовых показателей. Эти показатели включают собственные оборотные средства, амортизационные отчисления, устойчивую кредиторскую задолженность, прибыль и налоги, связанные с прибылью.

Составление финансовых планов осуществляется с использованием определенных методов. Методы планирования представляют собой конкретные способы и техники расчета показателей. При планировании финансовых показателей могут применяться следующие методы: нормативный, расчетно-аналитический, балансовый, метод оптимизации плановых решений, экономико-математическое моделирование и бюджетирование [29].

Нормативный метод планирования финансовых показателей заключается в расчете потребности хозяйствующего субъекта в финансовых ресурсах и их источниках на основе заранее установленных норм и технико-экономических показателей. Такие нормативы могут включать ставки налогов, тарифные взносы, амортизационные отчисления и потребность в оборотных средствах [30].

В процессе финансового планирования применяется целая система норм и нормативов, которая включает: федеральные нормы, региональные

(краевые, областные, автономных образований) нормы, местные нормы, отраслевые нормы и нормы конкретного хозяйствующего субъекта.

Федеральные нормативы являются общими для всей Российской Федерации, для всех отраслей и хозяйственных субъектов. Они включают в себя ставки федеральных налогов, нормы амортизации для различных видов основных фондов, ставки тарифных взносов на государственное социальное страхование и другие показатели [31].

Региональные (краевые, областные, автономных образований) нормы, а также местные нормы применяются в отдельных субъектах РФ. Это ставки региональных и местных налогов, тарифных взносов и сборов.

Расчетно-аналитический метод планирования финансовых показателей заключается в определении плановой величины показателя на основе анализа его текущего значения, принятого за базу, и показателей его изменения в плановом периоде. Этот метод широко используется в случаях, когда отсутствуют технико-экономические стандарты, и связь между показателями может быть установлена косвенно на основе анализа их динамики и взаимосвязей [32].

В основе этого метода лежит экспертная оценка, рисунок 4.

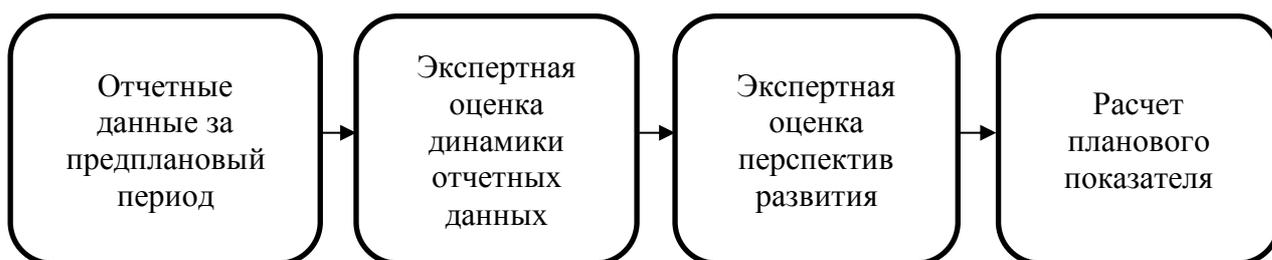


Рисунок 4 – Схема расчетно-аналитического метода планирования

Расчетно-аналитический метод широко используется при планировании общей суммы прибыли и доходов, определении размера отчислений от прибыли в различные фонды, такие как фонды накопления, потребления и резервный, а также при планировании использования различных финансовых ресурсов.

Балансовый метод планирования финансовых показателей заключается в том, что путем составления балансов достигается соответствие между имеющимися финансовыми ресурсами и фактическими потребностями в них. Балансовый метод в основном используется для планирования распределения прибыли и других финансовых ресурсов, а также при планировании потребности в поступлениях средств в различные финансовые фонды, такие как фонд накопления, фонд потребления и другие [33].

Метод оптимизации плановых решений заключается в разработке нескольких вариантов плановых расчетов с целью выбора наиболее оптимального. При этом могут использоваться различные критерии выбора, такие как минимизация приведенных затрат, максимизация приведенной прибыли, минимизация вложений капитала при достижении наибольшей эффективности результата, минимизация текущих затрат, минимизация времени оборота капитала (то есть ускорение оборачиваемости средств), максимизация дохода на вложенный капитал, максимизация прибыли на вложенный капитал и максимизация сохранности финансовых ресурсов (то есть минимизация финансовых или валютных рисков) [34].

Смысл экономико-математического моделирования в планировании финансовых показателей заключается в возможности выявления количественной связи между финансовыми показателями и факторами, которые их определяют. Эта связь представляется через экономико-математическую модель, которая является точным математическим описанием экономического процесса. Она описывает факторы, характеризующие структуру и закономерности изменения данного экономического явления, используя математические символы и методы (уравнения, неравенства, таблицы, графики). В модель включаются только основные факторы, определяющие процесс [35]. Модель может строиться по функциональной или корреляционной связи. Функциональная связь выражается уравнением вида:

$$Y=f(x), \quad (1)$$

где

Y - показатель; x - факторы.

Алгоритм разработки планового показателя может быть представлен в виде следующей схемы, рисунок 5.

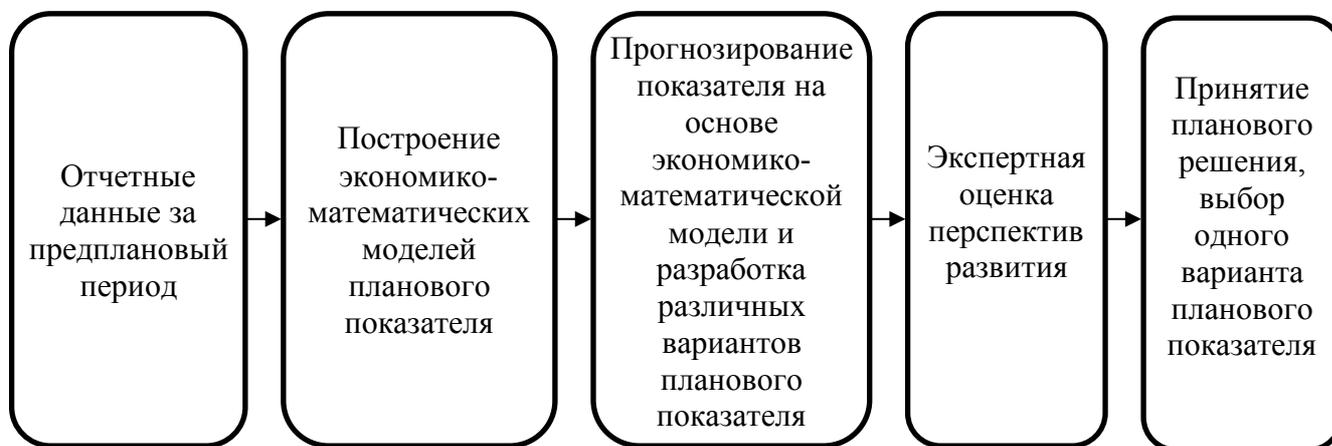


Рисунок 5 – Процесс разработки планового показателя с применением экономико-математической модели

Экономико-математическая модель должна содержать только основные факторы. Качество моделей проверяется на практике. Использование моделей в практике показывает, что сложные модели с множеством параметров часто не подходят для практического использования. Планирование основных финансовых показателей на основе экономико-математического моделирования является базой для функционирования автоматизированной системы управления финансами (АСУФ).

Для создания на предприятии эффективной системы анализа и планирования денежных потоков, соответствующей требованиям рыночных условий, рекомендуется внедрение современной системы управления финансами, основанной на разработке и контроле исполнения иерархической системы бюджетов предприятия.

За счет создания системы бюджетов будет осуществляться строгий контроль за поступлением и расходованием средств, что создаст реальные условия для разработки эффективной финансовой стратегии.

В общем случае в процессе бюджетирования выполняются следующие задачи:

- оценка эффективности работы предприятия, за счет сравнения достигнутых результатов с плановыми,
- установление перспективных целей и их выполнение в текущих планах развития предприятия, на основе долгосрочного прогнозирования,
- контроль и анализ деятельности отдельных подразделений предприятия на основе показателей, устанавливаемых для каждого подразделения,
- контроль и анализ, деятельности всего предприятия в целом на основе общефирменных целевых показателей,
- планирование и контроль денежных потоков предприятия [36].

Обычно выделяют два типа планирования: краткосрочное и долгосрочное. Некоторые решения имеют долгосрочное значение и применяются на протяжении долгого времени. Это относится, например, к решениям в областях приобретения основных активов, кадровой политики и определения ассортимента продукции. Такие решения определяют деятельность предприятия на многие годы вперед и должны быть учтены в долгосрочных планах или бюджетах, которые обычно не детализированы достаточно точно. Долгосрочные планы должны быть структурированы таким образом, чтобы включать в себя краткосрочные планы. В основном на предприятиях используется краткосрочное планирование, где плановый период равен одному году. Это обусловлено тем, что за такой период происходят все типичные события предприятия, и в течение этого времени сглаживаются сезонные колебания конъюнктуры. Годовой бюджет (план) может быть разделен на месячные или квартальные бюджеты (планы).

Финансовый план предприятия является частью бизнес-плана и тесно связан с другими его разделами, на которых он основывается.

Финансовый план состоит из следующих разделов:

1. Прогноз объемов реализации. Основная цель состоит в представлении о той доле рынка, которую планируется захватить новым продуктом. Рекомендуется составлять такой прогноз на период в три года с разбивкой по годам:

- первый год – данные приводятся ежемесячно,
- второй год – данные приводятся поквартально,
- третий год – приводится общей суммой продаж за 12 месяцев.

2. Баланс денежных расходов и поступлений. Основная задача – проверить соответствие поступления и расходования денежных средств, а также оценить будущую ликвидность предприятия при реализации данного проекта. Полученная информация служит основой для определения общей стоимости проекта. Баланс денежных потоков требует тщательного проработки при его составлении, где отражаются статьи и суммы вложения средств и их поступления от продажи продукции: для первого года – данные приводятся ежемесячно, для второго года – данные приводятся поквартально, для третьего года – предоставляется общая сумма продаж за 12 месяцев.

3. Таблица доходов и затрат. Цель этого документа состоит в показе, как будет формироваться и изменяться прибыль.

Среди анализируемых показателей выделяются:

- доходы от продаж товаров,
- издержки производства товаров,
- суммарная прибыль от продаж,
- непроизводственные (коммерческие, управленческие),
- затраты по финансированию бизнеса,
- затраты по налогам
- чистая прибыль.

4. Сводный баланс активов и пассивов предприятия. Основная цель – оценка специалистами сумм, которые планируется вложить в различные типы активов и какие пассивы предприниматель собирается использовать для

финансирования создания или приобретения этих активов. Рекомендуется составлять на начало и конец первого года реализации продукции.

5. График достижения безубыточности. Это схема, иллюстрирующая влияние объемов производства, цены продажи и себестоимости продукции (с разделением на постоянные и переменные издержки) на прибыль. С помощью этого графика можно определить точку безубыточности, то есть объем производства, при котором кривая, отражающая изменение выручки от продаж (при заданной цене), пересекается с кривой, показывающей изменение себестоимости продукции. Возможны несколько вариантов такого графика, соответствующих различным уровням цен на продукцию [37].

Основные этапы подготовки бюджета:

- 1) подготовка прогноза продаж,
- 2) определение ожидаемого объема производства,
- 3) расчет производственных затрат и эксплуатационных расходов,
- 4) определение движения денежных средств и других финансовых показателей,
- 5) составление планируемых финансовых отчетов.

Прогноз объемов реализации (план сбыта) играет важную роль в составлении основного бюджета, так как планируемый объем продаж оказывает влияние на все его составляющие. План сбыта обычно определяет количество единиц каждого продукта, которое компания планирует продать. Это число умножается на ожидаемую цену единицы продукта, чтобы составить план сбыта. План сбыта также включает оценку ожидаемых денежных поступлений от кредитных продаж, которые затем будут учтены в кассовом плане. Прогноз объемов реализации помогает определить долю рынка, которую компания планирует захватить своими продуктами.

После подготовки плана сбыта разрабатывается производственный план, который определяет количество единиц продукта, которое планируется произвести, чтобы удовлетворить планируемые продажи и потребности в товарно-материальных запасах. Ожидаемый объем производства

рассчитывается путем вычитания оцененных запасов готовой продукции на складе в начале периода из общего числа предлагаемых к продаже единиц продукта и желаемого объема готовой продукции на складе в конце периода [38].

В результате, методы планирования представляют собой конкретные способы и приемы плановых расчетов. Планирование финансовых показателей осуществляется с использованием различных методов. Каждая компания стремится выбрать методы финансового планирования, которые максимально соответствуют прогнозу и обеспечивают наилучший результат. Немаловажно подчеркнуть, что максимальную эффективность можно достичь только при последовательном выполнении всех этапов процесса финансового планирования, так как они взаимосвязаны.

2 Комплексный анализ финансового состояния предприятия ООО «Арсенал Моторс»

2.1 Статистика и аналитика автомобильного рынка в России

За первые три месяца нынешнего года в России было продано 171,3 тыс. новых легковых автомобилей. Как сообщают эксперты агентства «АВТОСТАТ», это на 35,1% меньше, чем в 1 квартале 2022 года. Свыше трети (37%) от этого количества пришлось на отечественную марку LADA – за отчетный период в нашей стране было реализовано 63,4 тыс. таких легковых машин (+21,3% к уровню годичной давности) [39], рисунок 6.

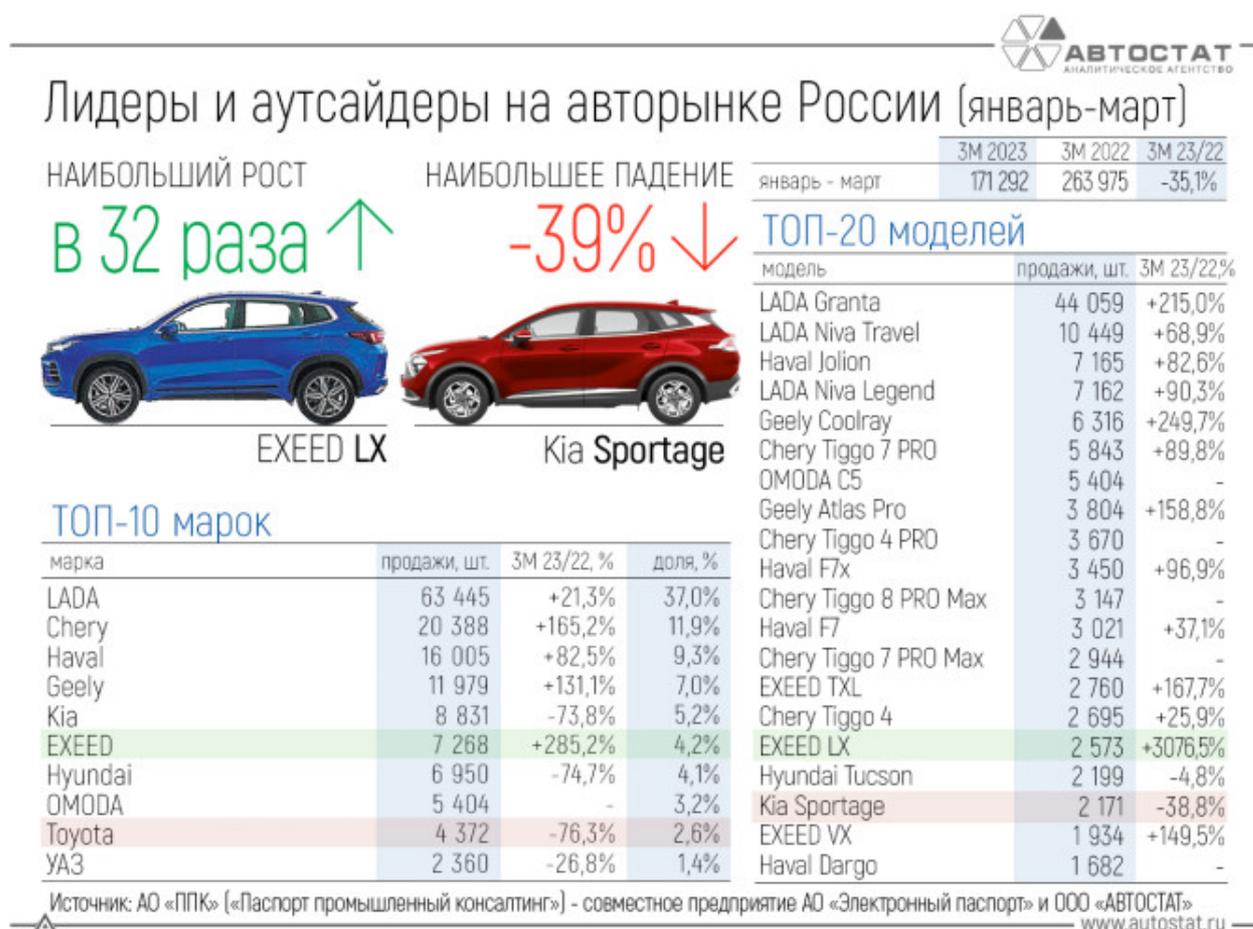


Рисунок 6 – Лидеры и аутсайдеры российского авторынка в 1 квартале 2023 года

Примерно каждый восьмой проданный автомобиль принадлежит китайскому бренду Chery (20,4 тыс. шт.), который демонстрирует рост в 2,7 раза. Положительную динамику показывают и другие китайские бренды, а

сильнее всего выросли объемы реализации у EXEED – в 3,9 раза. У трех представленных марок (Kia, Hyundai, Toyota) продажи снизились более чем на 70%. Самым популярным автомобилем в РФ по-прежнему остается LADA Granta – с января по март было реализовано 44,1 тыс. машин данного семейства. Это в 3,2 раза больше, чем в 1 квартале прошлого года. В тройку лидеров здесь также попали внедорожник LADA Niva Travel (10,4 тыс. шт.; +68,9%) и кроссовер Haval Jolion (7,2 тыс. шт.; +82,6%). Стоит отметить, что в ТОП-20 падение продаж показывают лишь корейские модели Hyundai Tucson (-4,8%) и Kia Sportage (-38,8%), а самый большой рост наблюдается у китайского EXEED LX (в 32 раза).

В марте 2023 года в нашу страну было ввезено более 77 тыс. легковых автомобилей. Из них 37,2 тыс. – новые машины и 39,9 тыс. автомобилей с пробегом. Такая информация была оглашена в ходе прошедшего онлайн-эфира «АВТОСТАТ Оперативная информация по авторынку России. Итоги марта 2023 года» [40], рисунок 7.

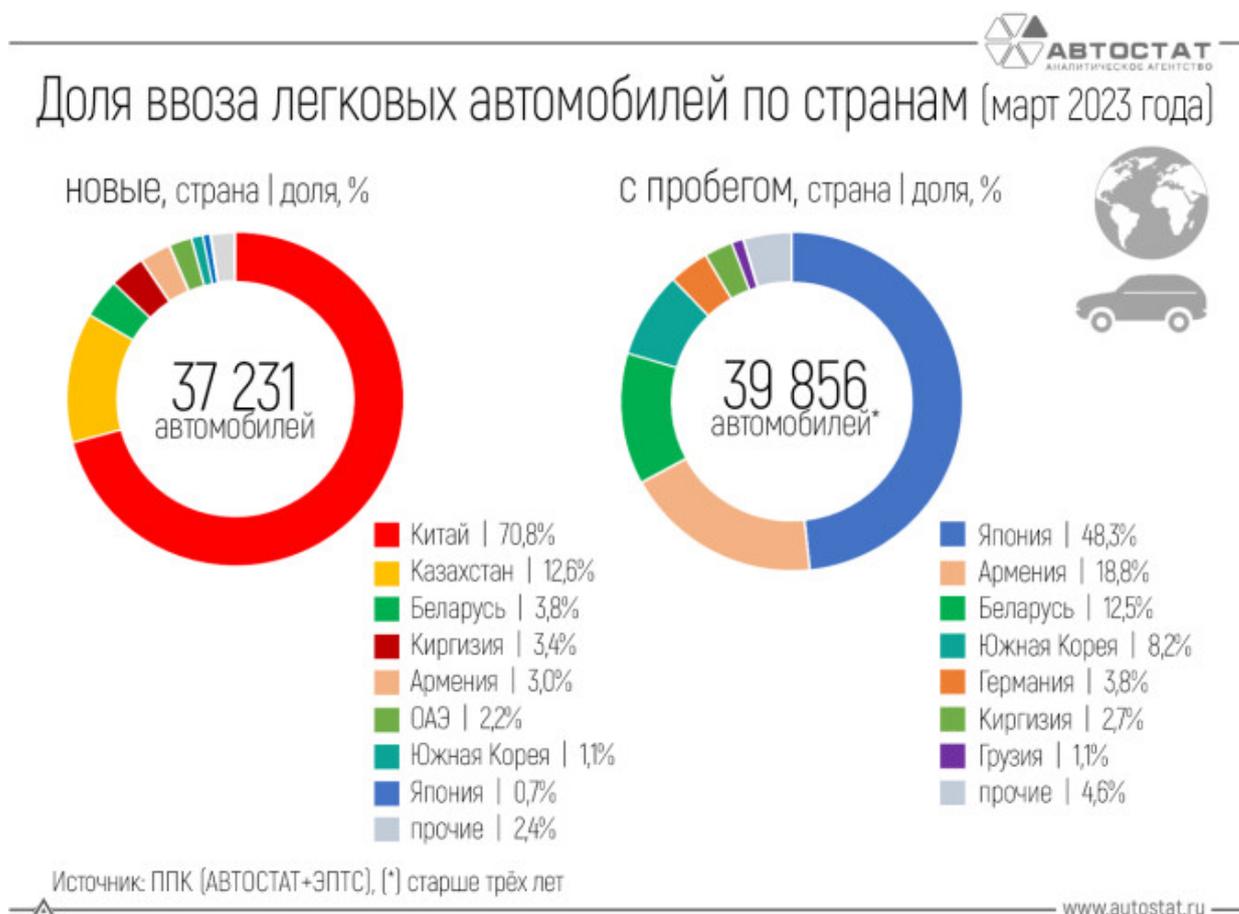
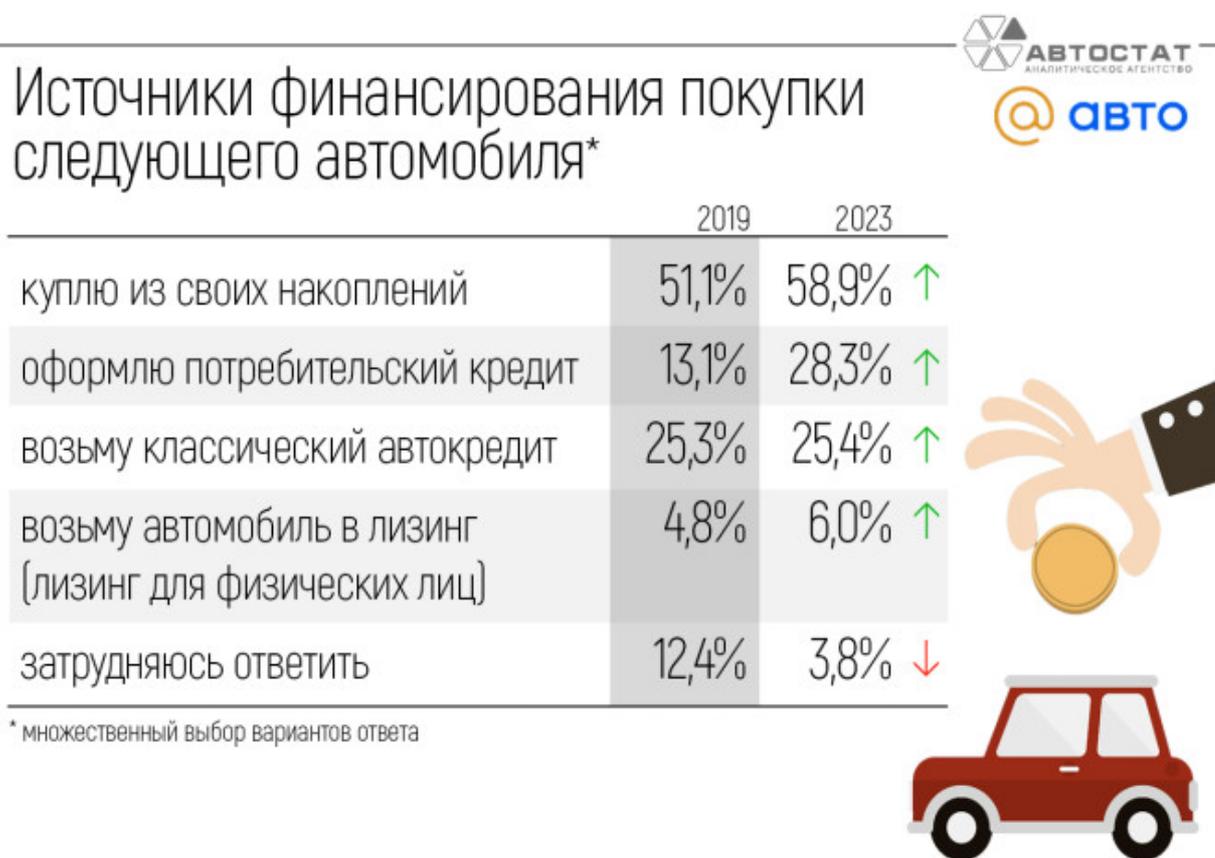


Рисунок 7 – Доля ввоза легковых автомобилей по странам

Более 70% новых легковых автомобилей ввезено в Россию из Китая. Доля Казахстана в марте составила 12,6%, то есть каждый восьмой автомобиль. Беларусь занимает третье место по импорту новых автомобилей с результатом в 3,8%. В пятерку стран-импортеров вошли еще Киргизия и Армения (3,4% и 3% соответственно). Подержанные автомобили по-прежнему часто импортируются из Японии. Однако ее доля снижается и по состоянию на март 2023 года составляет менее половины от общего объема (48,3%). На втором месте Армения с 18,8%. Беларусь снова на третьем месте (12,5%). В пятерку стран по доле ввозимых подержанных автомобилей входят Южная Корея (8,2 %) и Германия (3,8 %).

Также эксперты агентства «АВТОСТАТ» решили узнать, какие источники финансирования планируют использовать жители нашей страны при покупке следующего автомобиля. С этой целью в 2023 году совместно с Авто Mail.ru был проведен соответствующий опрос, итоги которого сравнили с аналогичными результатами 4-летней давности [41], рисунок 8.



Источник: АВТОСТАТ и АВТО Mail.ru, более 3 500 автовладельцев (опросы 2019, 2023 гг.)

www.autostat.ru

Рисунок 8 – Источники финансирования покупки следующего автомобиля

Как оказалось, в настоящее время выросла доля тех, кто собирается покупать автомобиль за счет собственных накоплений: если в 2019 году она составляла 51,1%, то в 2023-м уже достигла 58,9%. Еще существеннее (более чем вдвое) увеличилась доля потенциальных покупателей, готовых использовать потребительский кредит – с 13,1% до 28,3%. Также стало больше тех, кто планирует купить автомобиль в лизинг (для физических лиц). Четыре года назад таковых было 4,8%, а теперь – 6%. А вот доля россиян, которые возьмут для покупки машины классический автокредит, осталась на том же уровне – это по-прежнему каждый четвертый респондент.

Анализируя статистику о покупке новых китайских легковых автомобилей у жителей РФ во втором полугодии 2022 года ушло более трети (36,6%) от общей суммы потраченных денег. Между тем, в первом полугодии этот показатель был втрое меньше – 11,4%. Таким образом, с января по июнь 2022-го россияне потратили на покупку легковых автомобилей китайских брендов 105 млрд рублей, а с июля по декабрь – 209 млрд рублей, то есть вдвое больше, рисунок 9.

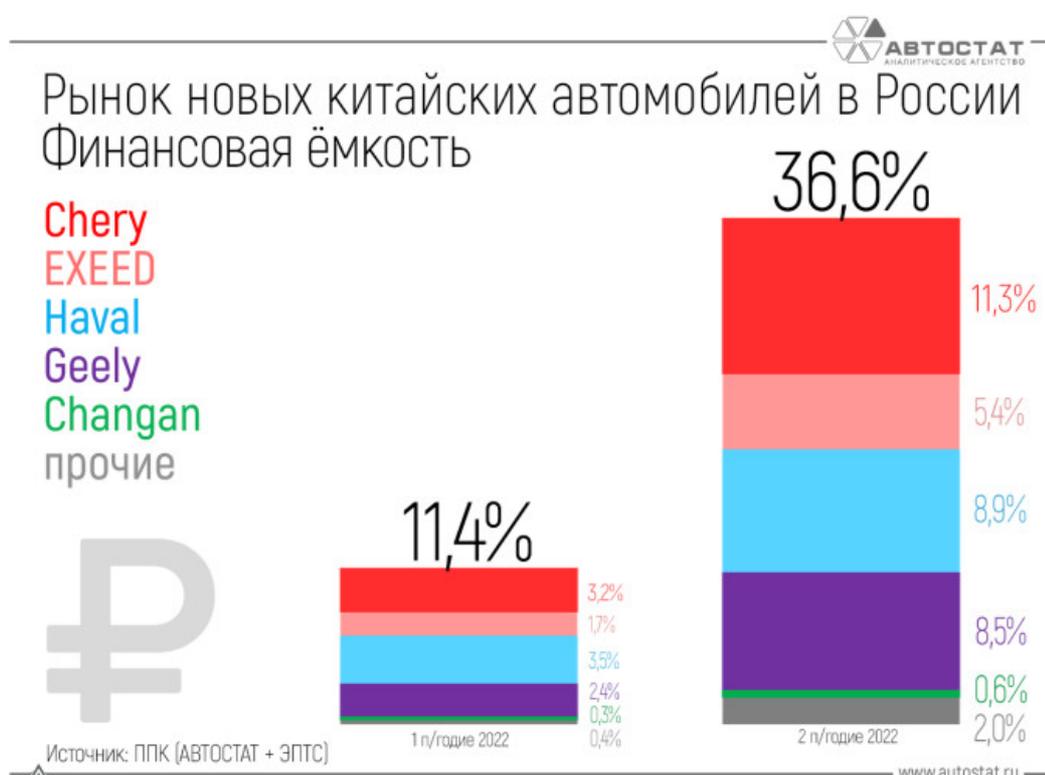


Рисунок 9 – Рынок новых китайских автомобилей в России

Получается, что за весь прошлый год их общие траты на автомобили из КНР составили 314 млрд рублей, что соответствует 21% от всей финансовой емкости рынка (1,5 трлн рублей). Большая доля всех денег приходится на пять китайских брендов, среди которых: Chery, Haval и Geely. Если в первом полугодии лидерство здесь принадлежало Haval, то во втором его уже опередил Chery. Geely – третий, EXEED – на четвертом месте, а замыкает ТОП-5 Changan [42].

К концу 2022-го года российский рынок лишился следующих марок: концерн General Motors, Jaguar, Land Rover, Mazda, Mercedes-Benz, Nissan, Renault, Toyota и Lexus, Volvo, а также коммерческих Ford (легковые ушли с рынка ещё в 2019 году).

2.2 Краткая характеристика деятельности предприятия

Организация общество с ограниченной ответственностью «Арсенал Моторс» зарегистрирована 26.03.2004 г. в городе Томск. Основным видом деятельности компании является: торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах. Также ООО «Арсенал Моторс» работает еще по 16 направлениям [43].

Дополнительные направления деятельности:

- торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, кроме деятельности агентов,
- торговля оптовая прочими потребительскими товарами, не включенными в другие группировки,
- торговля оптовая прочими автотранспортными средствами, кроме пассажирских, за вознаграждение или на договорной основе,
- аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом,

- торговля оптовая легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами за вознаграждение или на договорной основе,
- деятельность стоянок для транспортных средств,
- торговля оптовая прочими автотранспортными средствами, кроме пассажирских,
- торговля розничная прочими автотранспортными средствами, кроме пассажирских, в специализированных магазинах,
- аренда и лизинг легковых автомобилей и легких автотранспортных средств,
- торговля розничная автомобильными деталями, узлами и принадлежностями,
- торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами прочая,
- торговля розничная прочими автотранспортными средствами, кроме пассажирских, прочая,
- торговля оптовая легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами,
- техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей и легких грузовых автотранспортных средств,
- торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями; техническое обслуживание и ремонт мотоциклов,
- торговля розничная непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах.

Организационно-правовая форма (ОПФ) – общество с ограниченной ответственностью. Среднесписочная численность (ССЧ) работников организации – 49 человек.

Организация ООО "Арсенал Моторс" выступала в роли поставщика в 21 контракте на общую сумму 9 660 329 рублей. В таблице 8 представлен список самых крупных её заказчиков.

Таблица 8 – Крупные заказчики организации ООО "Арсенал Моторс"

Наименование заказчика	Город/ район	Сумма по договорам, руб.	Заключено договоров, шт.
ГКУ "ЦОК ЖК И ДК КУЗБАССА"	г. Кемерово	2 627 250	1
ОГАУ "ТОМСКОЕ РАЙВЕТУПРАВЛЕНИЕ"	р-н Томский	1 389 841	2
УПРАВЛЕНИЕ РОСПОТРЕБНАДЗОРА ПО ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ	г. Томск	1 296 000	2
ВЕРХНЕОБСКОЕ ТУ РОСРЫБОЛОВСТВА	г. Новосибирск	1 071 338	5
МКУ "АДМИНИСТРАЦИЯ ТРУБАЧЕВСКОГО СЕЛЬСКОГО ПОСЕЛЕНИЯ"	р-н Шегарский	650 000	1
ОГАУЗ "КРИВОШЕЙНСКАЯ РБ"	р-н Кривошеинский	645 000	1
АО "СВЯЗЬТРАНСНЕФТЬ"	г. Москва	637 221	1

На рисунке 10 отражены доли контрактов с заказчиками ООО "Арсенал Моторс"

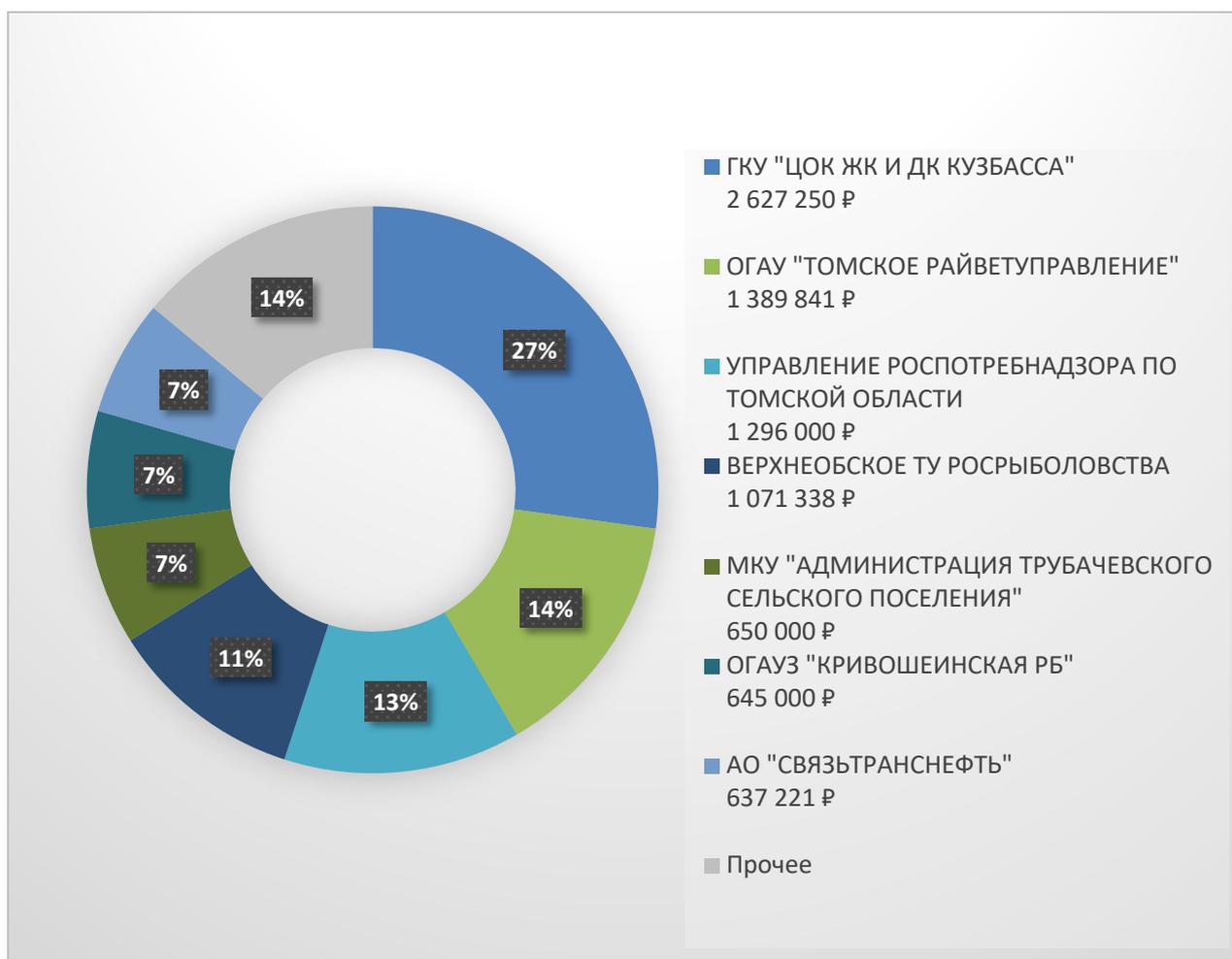


Рисунок 10 – Доли контрактов с заказчиками ООО "Арсенал - Моторс"

Конкурентами ООО "Арсенал Моторс" являются ООО "СИБИНПЭКС", г. Кемерово, основной вид деятельности – «Торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах», ООО "АДС-Ф", г. Томск, основной вид деятельности – «Торговля оптовая легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами».

Схема работы отдела маркетинга представлена на рисунке 11.

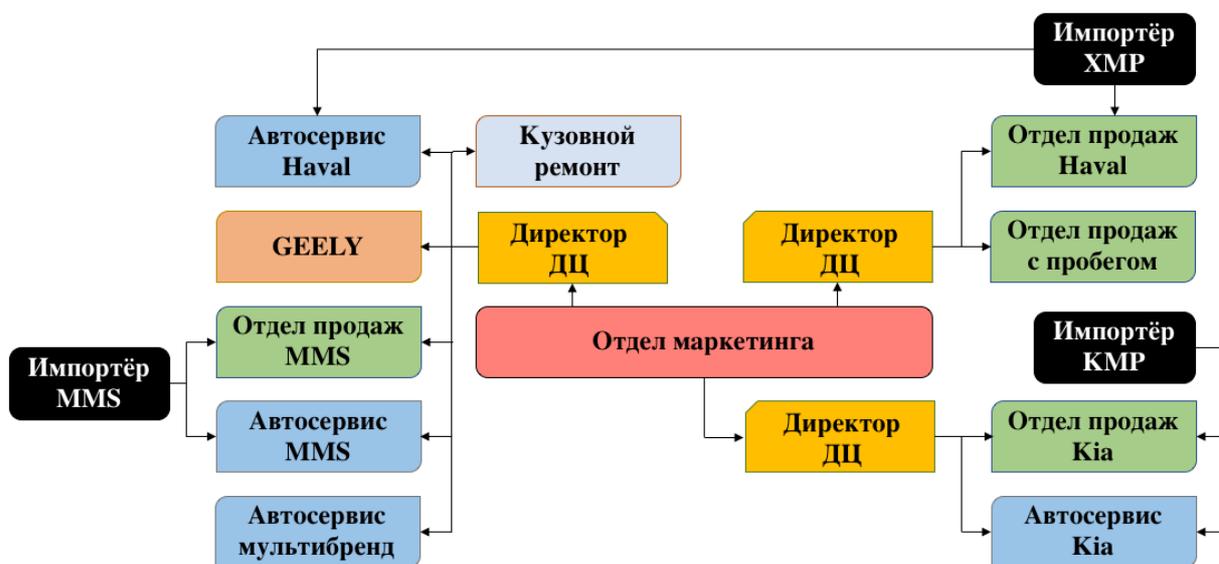


Рисунок 11 – Схема работы отдела маркетинга

Этапы работы отдела маркетинга с руководством на уровне дилерского центра:

- выявление потребностей,
- предложение вариантов решения,
- согласование бюджета,
- составление медиаплана,
- согласование медиаплана,
- поиск подрядчика,
- подписание договоров,
- утверждение ключевого посыла для запуска рекламной компании;
- согласование ключевого изображения,

- согласование рекламных каналов для запуска рекламной компании,
- промежуточные итоги рекламной компании,
- подведение итогов,
- выводы.

Работая в платформе Kia Маркетинг были получены данные о плане и факте продаж автомобилей за 2020-2022 гг., они представлены на рисунке 12.

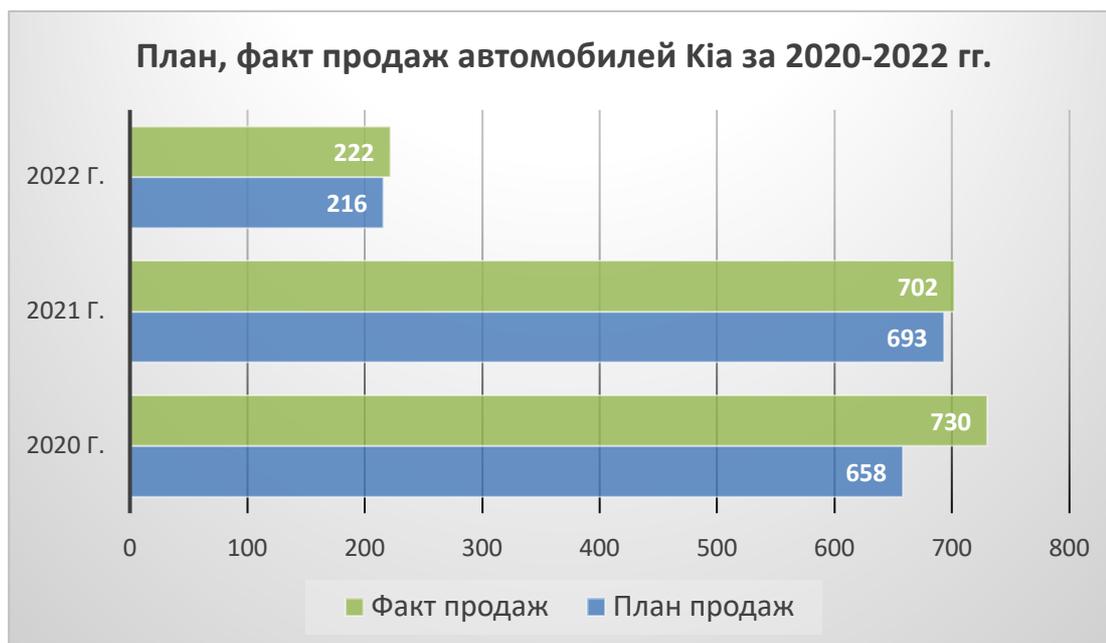


Рисунок 12 – План, факт продаж автомобилей Kia за 2020-2022 гг.

Исходя из данной диаграммы можно сделать вывод о том, что за рассматриваемые годы факт продаж превышал план продаж.

Также получены данные о маркетинговом бюджете по месяцам за 2020-2022 гг., они представлены в рисунках 13,14,15.



Рисунок 13 – Маркетинговый бюджет и средневзвешенная стоимость автомобиля по месяцам за 2020 г.



Рисунок 14 – Маркетинговый бюджет и средневзвешенная стоимость автомобиля по месяцам за 2021 г.



Рисунок 15 – Маркетинговый бюджет и средневзвешенная стоимость автомобиля по месяцам за 2022 г.

Так в 2020 году максимальный рекомендованный бюджет составил 3 763 209 руб., в 2021 году составил 4 482 170 руб., а в 2022 году 1 481 988 руб.

Для расчета бюджета на внутренние акции и продвижение необходимы следующие данные:

- средневзвешенная стоимость автомобиля (данные предоставляет импортер),
- розничный план продаж дилера,
- процент.

Максимальный рекламный бюджет (МРБ) на месяц рассчитывается по формуле:

$$\text{МРБ} = \text{Средневзвешенная стоимость автомобиля} * \text{План продаж дилера} * 0,25\% \quad (2)$$

Пример расчета МРБ на декабрь 2022 года выглядит следующим образом: $\text{МРБ} = 1\,926\,840 * 10 * 0,25\% = 48\,171$ руб.

Рекламный бюджет необходимо рассчитывать для запуска рекламной кампании и планирования маркетингового продвижения продукта. Расчет затрат на рекламу в своем случае необходим для формирования общего бюджета компании и планирования нагрузки.

2.3 Анализ финансового состояния предприятия

Неотъемлемой частью финансовой работы в компании является финансовый анализ, а также оценка финансового состояния предприятия. Финансовый анализ – это изучение основных показателей финансового состояния и финансовых результатов деятельности организации с целью принятия заинтересованными лицами управленческих, инвестиционных и прочих решений [44].

Финансовое состояние – положение финансов предприятия, охарактеризованное комплексом показателей, отражающих процесс формирования и расходования его финансовых ресурсов. При оценке финансового состояния могут быть использованы разные способы анализа. Цель их использования – выявление возможностей для повышения эффективности управления финансовыми ресурсами предприятия.

В данной работе на основе данных ООО «Арсенал Моторс» будут использованы горизонтальный и вертикальный финансовый анализ, анализ платежеспособности, рентабельности, оборачиваемости, финансовой устойчивости [45].

«Цель горизонтального и вертикального анализа финансовой отчетности состоит в том, чтобы наглядно представить изменения, произошедшие в основных статьях баланса, отчета о прибыли и отчета о денежных средствах и помочь менеджерам компании принять решение в отношении того, каким образом продолжать свою деятельность» [46].

При использовании горизонтального анализа мы будем сопоставлять данные о текущем состоянии предприятия с соответствующими показателями прошлого периода. Для вертикального анализа будут отражены структурные изменения в активной и пассивной части баланса компании. Расчеты производятся на основе бухгалтерского баланса за 2019-2022 гг., а также на основе отчета о финансовых результатах за 2019-2022 гг., приложения Б, Д. Также на их основе была составлена таблица 9.

Таблица 9 – Динамика и структура отчета о финансовом положении (баланса) ООО «Арсенал Моторс», тыс. руб.

Наименование раздела/статьи	31.12.2019		31.12.2020		31.12.2021		31.12.2022		Изменение 2020 г. к 2019 г.	Изменение 2021 г. к 2020 г.	Изменение 2022 г. к 2021 г.
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.						
Активы											
I Внеоборотные активы, в т.ч.											
Основные средства	37 048	14,07	32 188	12,52	27 519	9,65	33 420	13,21	-4860	-4 669	5 901
Прочие внеоборотные активы	0	0	65	0,03	3 263	1,14	11 558	4,57	65	3 198	8 295
Итого по разделу I	37 048	14,07	32 253	12,54	30 782	10,79	44 978	17,78	-4795	-1 471	14 196
II Оборотные активы, в т.ч.											
Запасы	142 563	54,13	141 320	54,96	120 166	42,13	137 364	54,29	-1243	-21 154	17 198
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	12 623	4,79	4 074	1,58	216	0,08	476	0,19	-8549	-3 858	260
Дебиторская задолженность	11 566	4,39	7 483	2,91	23 711	8,31	37 921	14,99	-4083	16 228	14 210
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	53 116	20,17	53 116	20,66	14 571	5,11	7 877	3,11	0	-38 545	-6 694
Денежные средства и денежные эквиваленты	5 756	2,19	15 689	6,10	95 434	33,46	22 870	9,04	9933	79 745	-72 564
Прочие оборотные активы	697	0,26	3 205	1,25	371	0,13	1 519	0,60	2508	-2 834	1 148
Итого по разделу II	226 321	85,93	224 887	87,46	254 469	89,21	208 027	82,22	-1434	29 582	-46 442
БАЛАНС	263 369	100	257 140	100	285 251	100	253 005	100	-6229	28 111	-32 246

Продолжение таблицы 9 – Динамика и структура отчета о финансовом положении (баланса) ООО «Арсенал Моторс», тыс. руб.

Пассивы											
III Капитал и резервы, в т.ч.											
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	5 000	1,90	5 000	1,94	5 000	1,75	5 000	1,98	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	50 504	19,18	106 194	41,30	212 997	74,67	195 711	77,35	55690	106 803	-17 286
Итого по разделу III	55 504	21,07	111 194	43,24	217 997	76,42	200 711	79,33	55690	106 803	-17 286
IV Долгосрочные обязательства, в т.ч.											
Заемные средства	99 586	37,81	41 279	16,05	10 704	3,75	27 171	10,74	-58307	-30 575	16 467
Итого по разделу IV	99 586	37,81	41 279	16,05	10 704	3,75	27 171	10,74	-58307	-30 575	16 467
V Краткосрочные обязательства, в т.ч.											
Заемные средства	92 294	35,04	0	-	0	-	0	-	-92 294	0	0
Кредиторская задолженность	15 985	6,07	104 659	40,70	56 467	19,80	20 796	8,22	88674	-48 192	-35 671
Прочие обязательства	0	-	8	0,00	83	0,03	4 327	1,71	8	75	4 244
Итого по разделу V	108 279	41,11	104 667	40,70	56 550	19,82	25 123	9,93	-3612	-48 117	-31 427
БАЛАНС	263 369	100	257 140	100	285 251	100	253 005	100	-6229	28 111	-32 246

На основании данных приложения Б и Д были составлены структуры активов в диаграмме на отчетную дату 2019 г., 2020 г., 2021 г., 2022 г., рисунок 16.



Рисунок 16 – Структуры активов отчета о финансовом положении ООО «Арсенал Моторс» на отчетную дату 2019 г., 2020 г., 2021 г., 2022 г.

Анализ изменения активов: активы предприятия в 2020 г. уменьшились на 6 229 тыс. руб. по сравнению с 2019 г. В 2020 г. внеоборотные активы уменьшились на 4 795 тыс. руб., оборотные активы уменьшились на 1 434 тыс. руб. Произошло изменение структуры активов, а именно: внеоборотные активы сократились с 2019 г. 14,07% по 2020 г. 12,54%; оборотные активы увеличились с 85,93% до 87,46%. Сумма внеоборотных активов уменьшилась в большей мере за счет уменьшения основных средств. Уменьшение основных средств с 2019 г. по 2020 г. составило 4 860 тыс. руб. Увеличение прочих внеоборотных активов с 2019 г. по 2020 г. составило 65 тыс. руб. Сумма оборотных активов сократилась в большей степени за счет уменьшения налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям на 8 549 тыс. руб. и уменьшения дебиторской задолженности на 4 083 тыс. руб. Также с 2019 г. по 2020 г. произошло уменьшение запасов на 1 243 тыс. руб., увеличение денежных средств и денежных эквивалентов на 9 933 тыс. руб., увеличение прочих оборотных активов на 2 508 тыс. руб.

Анализ изменения активов: активы предприятия в 2021 г. увеличились на 28 111 тыс. руб. по сравнению с 2020 г. В 2021 г. внеоборотные активы

уменьшились на 1 471 тыс. руб., оборотные активы увеличились на 29 582 тыс. руб. Произошло изменение структуры активов, а именно: внеоборотные активы сократились с 2020 г. 12,54% по 2021 г. 10,79%; оборотные активы увеличились с 87,46% до 89,21%. Сумма внеоборотных активов уменьшилась в большей мере за счет уменьшения основных средств. Уменьшение основных средств с 2020 г. по 2021 г. составило 4 669 тыс. руб. Увеличение прочих внеоборотных активов с 2020 г. по 2021 г. составило 3 198 тыс. руб. Сумма оборотных активов выросла в большей степени благодаря увеличению денежных средств и денежных эквивалентов на 79 745 тыс. руб. и увеличению дебиторской задолженности на 16 228 тыс. руб. Также с 2020 г. по 2021 г. произошло уменьшение запасов на 21 154 тыс. руб., налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям на 3 858 тыс. руб., финансовых вложений на 38 545 тыс. руб., прочих оборотных активов на 2 834 тыс. руб.

Анализ изменения активов: активы предприятия в 2022 г. уменьшились на 32 246 тыс. руб. по сравнению с 2021 г. В 2022 г. внеоборотные активы увеличились на 14 196 тыс. руб., оборотные активы уменьшились на 46 442 тыс. руб. Произошло изменение структуры активов, а именно: внеоборотные активы выросли с 10,79% в 2021 г. до 17,78% в 2022 г.; оборотные активы сократились с 89,21% до 82,22%. Сумма внеоборотных активов увеличилась в большей мере за счет увеличения прочих внеоборотных активов. Увеличение прочих внеоборотных активов с 2021 г. по 2022 г. составило 8 295 тыс. руб. Увеличение основных средств с 2021 г. по 2022 г. составило 5 901 тыс. руб. Сумма оборотных активов сократилась в большей степени благодаря сокращению денежных средств и денежных эквивалентов на 72 564 тыс. руб. и увеличению запасов на 17 198 тыс. руб. Также с 2021 г. по 2022 г. произошло увеличение дебиторской задолженности на 17 198 тыс. руб., налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям на 260 тыс. руб., прочих оборотных активов на 1 148 тыс. руб., уменьшение финансовых вложений на 6 694 тыс. руб.

Для наглядности мы изобразили структуры пассивов на отчетную дату 2019 г., 2020 г., 2021 г., 2022 г. в диаграмме, рисунок 17.

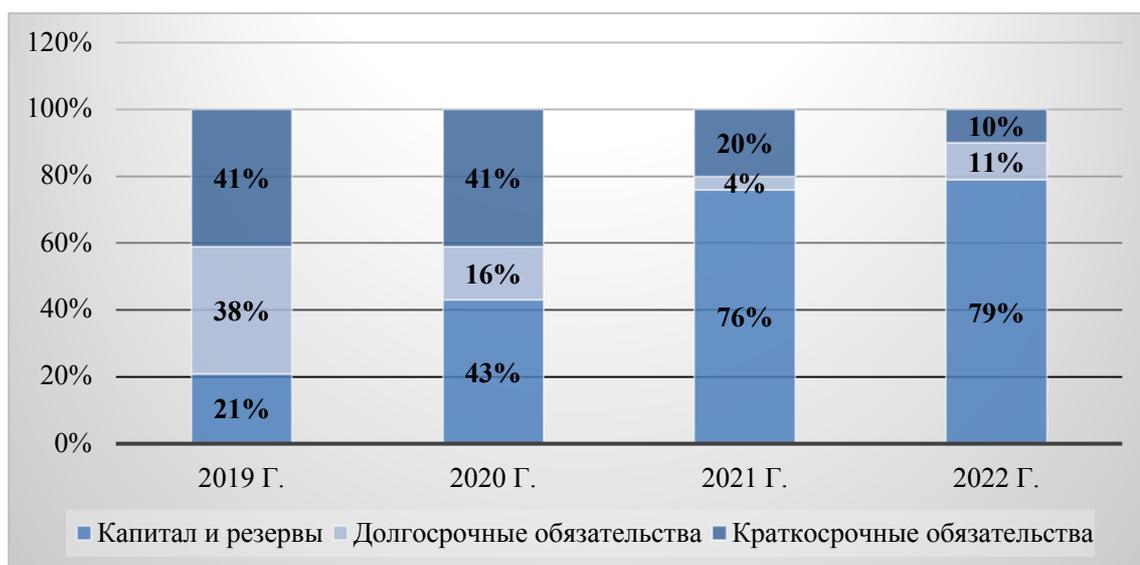


Рисунок 17 – Структуры пассивов отчета о финансовом положении ООО «Арсенал Моторс» на отчетную дату 2019 г., 2020 г., 2021 г., 2022 г.

Исходя из рисунка 17 в 2020 г., по сравнению с 2019 г. произошло увеличение доли капитала на 22 процентных пункта и сокращение доли долгосрочных обязательств на 22 процентных пункта, доля краткосрочных обязательств осталась практически без изменений, 41%. В 2021 г., по сравнению с 2020 г. произошло увеличение доли капитала на 33 процентных пункта, сокращение доли долгосрочных обязательств на 12 процентных пункта и сокращение доли краткосрочных обязательств на 21 процентный пункт. В 2022 г., по сравнению с 2021 г. произошло увеличение доли капитала на 3%, увеличение доли долгосрочных обязательств на 7 процентных пункта и сокращение доли краткосрочных обязательств на 10 процентных пункта.

Анализ изменения источников финансирования (пассивов): в 2020 г., по сравнению с 2019 г. капитал и резервы увеличились на 55 690 тыс. руб., долгосрочные обязательства уменьшились на 58 307 тыс. руб., краткосрочные обязательства уменьшились на 3 612 тыс. руб.

Произошло изменение структуры пассива баланса с 2019 г. по 2020 г., а именно: доля капитала и резервов увеличилась с 21,07% до 43,24%; доля долгосрочных обязательств сократилась с 37,81% до 16,05%; доля

краткосрочных обязательств сократилась с 41,11% до 40,70%. Пассивы предприятия в 2020 г. уменьшились на 6 229 тыс. руб. по сравнению с 2019 г. На изменение итоговой суммы по разделам в большей степени повлияло уменьшение долгосрочных обязательств в 2020 г. на 58 307 тыс. руб., по сравнению с 2019 г.

Анализ изменения источников финансирования (пассивов): в 2021 г., по сравнению с 2020 г. капитал и резервы увеличились на 106 803 тыс. руб., долгосрочные обязательства уменьшились на 30 575 тыс. руб., краткосрочные обязательства уменьшились на 48 117 тыс. руб.

Произошло изменение структуры пассива баланса с 2020 г. по 2021 г., а именно: доля капитала и резервов увеличилась с 43,24% до 76,42%; доля долгосрочных обязательств сократилась с 16,05% до 3,75%; доля краткосрочных обязательств сократилась с 40,70% до 19,82%. Пассивы предприятия в 2021 г. увеличились на 28 111 тыс. руб. по сравнению с 2020 г. На изменение итоговой суммы по разделам в большей степени повлияло увеличение капитала и резервов в 2021 г. на 106 803 тыс. руб., по сравнению с 2020 г.

Анализ изменения источников финансирования (пассивов): в 2022 г., по сравнению с 2021 г. капитал и резервы сократились на 17 286 тыс. руб., долгосрочные обязательства увеличились на 16 467 тыс. руб., краткосрочные обязательства уменьшились на 31 427 тыс. руб.

Произошло изменение структуры пассива баланса с 2021 г. по 2022 г., а именно: доля капитала и резервов увеличилась с 76,42% до 79,33%; доля долгосрочных обязательств увеличилась с 3,75% до 10,74%; доля краткосрочных обязательств сократилась с 19,82% до 9,93%. Пассивы предприятия в 2022 г. уменьшились на 32 246 тыс. руб. по сравнению с 2021 г. На изменение итоговой суммы по разделам в большей степени повлияло уменьшение краткосрочных обязательств в 2022 г. на 32 246 тыс. руб., по сравнению с 2021 г.

На основании данных приложения Б и Д была составлена таблица 10.

Таблица 10 – Динамика и структура отчета о финансовых результатах ООО «Арсенал Моторс» за 2019-2022 гг., тыс. руб.

Наименование показателя	За 2019 г.		За 2020 г.		За 2021 г.		За 2022 г.		Изменение	Изменение	Изменение
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2022 г. к 2021 г.						
Выручка	1 017 463	100	1 164 968	100	1 336 676	100	629 129	100	147 505	171 708	-707 547
Себестоимость продаж	947 727	93,15	1 050 992	90,22	1 132 046	84,69	487 938	77,56	103 265	81 054	-644 108
Валовая прибыль (убыток)	69 736	6,85	113 976	9,78	204 630	15,31	141 191	22,44	44 240	90 654	-63 439
Коммерческие расходы	75 136	7,38	90 089	7,73	124 648	9,33	153 912	24,46	14 953	34 559	29 264
Прибыль (убыток) от продаж	-5 400	-0,53	23 887	2,05	79 982	5,98	-12 721	-2,02	18 487	56 095	-92 703
Проценты к получению	928	0,09	1 091	0,09	1 941	0,15	4 310	0,69	163	850	2 369
Проценты к уплате	16 331	1,61	12 568	1,08	321	0,02	6 268	1,00	-3 763	-12 247	5 947
Прочие доходы	26 868	2,64	17 837	1,53	22 864	1,71	12 697	2,02	-9 031	5 027	-10 167
Прочие расходы	5 648	0,56	8 723	0,75	13 567	1,01	5 217	0,83	3 075	4 844	-8 350
Прибыль (убыток) до налогообложения	417	0,04	21 524	1,85	90 899	6,80	-7 199	-1,14	21 107	69 375	-98 098
Налог на прибыль	0	0,00	0	0,00	9 036	0,68	0	0,00	0	9 036	-9 036
Прочее	27	0,00	34 166	2,93	34 940	2,61	-87	-0,01	34 139	774	-35 027
Чистая прибыль (убыток)	390	0,04	55 690	4,78	116 803	8,74	-7 286	-1,16	55 300	61 113	-124 089

На основании таблицы 10 была составлена диаграмма по финансовым показателям (выручке, себестоимости и чистой прибыли) на 2019 г., 2020 г., 2021 г., рисунок 18.

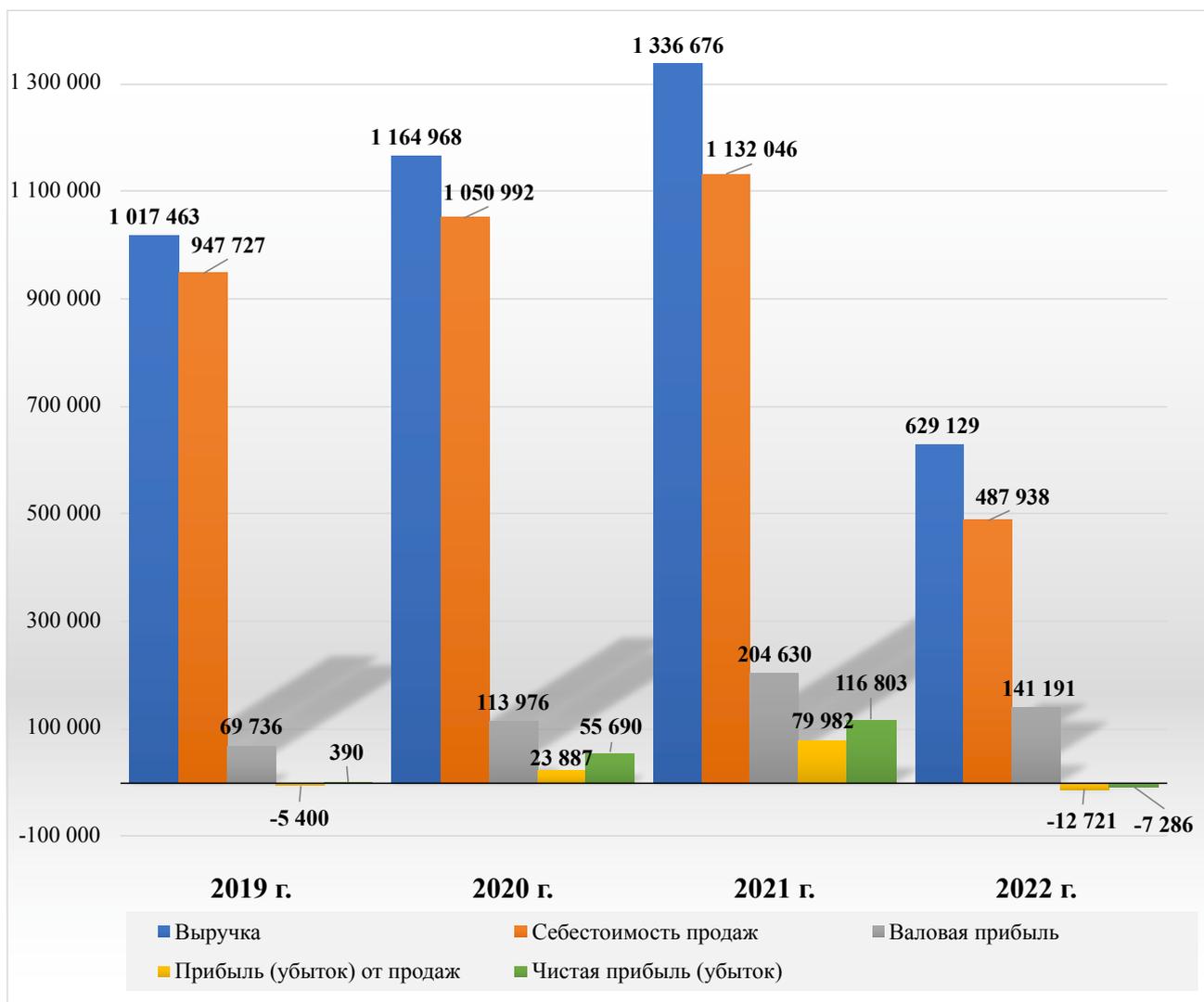


Рисунок 18 – Данные по финансовым показателям ООО "Арсенал - Моторс" за 2019-2022 гг.

Отчет о финансовых результатах предоставляет информацию для анализа эффективности деятельности компании, представлен в приложении А.

Из анализа структуры отчета о финансовых результатах видно, что: выручка в 2020 г., по сравнению с предыдущим периодом увеличилась на 147 505 тыс. руб., себестоимость также увеличилась по сравнению с предыдущим периодом на 103 265 тыс. руб., доля себестоимости в выручке сократилась с 93,15% до 90,22%. Произошел переход от убытка к прибыли от продаж с 5 400 тыс. руб. до 23 887 тыс. руб., доля прибыли (убытка) от продаж в выручке

увеличилась с -0,53% до 2,05%. Чистая прибыль увеличилась с 390 тыс. руб. до 55 690 тыс. руб., на 55 300 тыс. руб., доля чистой прибыли в выручке увеличилась с 0,04% до 4,78%. Исходя из этого предприятие получает прибыль и не работает в убыток.

Проанализировав структуру отчета о финансовых результатах на 2020 – 2021 гг., мы видим, что: выручка в 2021 г., по сравнению с предыдущим периодом увеличилась на 171 708 тыс. руб., себестоимость также увеличилась по сравнению с предыдущим периодом на 81 054 тыс. руб., доля себестоимости в выручке сократилась с 90,22% до 84,69%. Произошло увеличение прибыли от продаж с 23 887 тыс. руб. до 79 982 тыс. руб., доля прибыли от продаж в выручке увеличилась с 2,05% до 5,98%. Чистая прибыль увеличилась с 55 690 тыс. руб. до 116 803 тыс. руб., на 61 113 тыс. руб., доля чистой прибыли в выручке увеличилась с 4,78% до 8,74%. Исходя из этого можно сделать вывод, что предприятие получает прибыль и не работает в убыток.

Анализ структуры отчета о финансовых результатах на 2021 – 2022 гг.: выручка сократилась на 707 547 тыс. руб., себестоимость также сократилась по сравнению с предыдущим периодом на 644 108 тыс. руб., доля себестоимости в выручке сократилась с 84,69% до 77,56%. Произошел переход от прибыли к убытку от продаж с 79 982 тыс. руб. до убытка 12 721 тыс. руб., доля прибыли (убытка) от продаж в выручке сократилась с 5,98% до -2,02%. Чистая прибыль уменьшилась с 116 803 тыс. руб. до -7 286 тыс. руб., на 124 089 тыс. руб., доля чистой прибыли в выручке упала с 8,74% до -1,16%. Таким образом, предприятие работает в убыток.

Прочие доходы – особенность автомобильного дилера. В прочие доходы включается компенсация маркетинговых затрат, а именно при выполнении планов продаж производится компенсация рекламных затрат автомобильному дилеру за счет производителя. Чистая прибыль больше прибыли от продаж исходя из большой доли прочих доходов, которые представляют собой бонусы (премии). Бонусы в свою очередь считаются дополнительными

вознаграждениями, которые дистрибьютор предоставляет дилеру при выполнении дилером определенных условий, прописанных в директиве.

Платежеспособность предприятия (организации) – это способность хозяйствующего субъекта полностью рассчитаться со своими кредиторами в течение определенного периода времени. Платежеспособность является одним из основных аспектов устойчивого финансового состояния бизнеса.

На платежеспособность предприятия влияют два фактора:

1) Наличие достаточных активов (имущества и денежных средств) для покрытия всех обязательств организации.

2) Ликвидность существующих активов достаточная для их преобразования в денежные средства, достаточные для погашения обязательств, когда это необходимо.

Показатели платежеспособности рассчитаны в таблице 11.

Таблица 11 – Показатели платежеспособности

Наименование показателя	Обозначение	За 2019 г.	За 2020 г.	За 2021 г.	За 2022 г.	Нормативное значение
Чистые оборотные активы, тыс. руб.	ЧОА	118 042	120 220	197 919	182 904	значение +
Коэффициент текущей ликвидности	Ктл	2,09	2,15	4,50	8,28	1,5-3
Коэффициент быстрой ликвидности	Ксл	0,65	0,73	2,36	2,73	0,8-1,2
Коэффициент абсолютной ликвидности	Кал	0,54	0,66	1,95	1,22	0,2-0,4

Из анализа платежеспособности можно сделать следующие выводы:

1. Исходя из положительного значения чистых оборотных активов (превышение оборотного капитала над обязательствами) можно говорить о хорошей финансовой устойчивости и платежеспособности бизнеса, поскольку собственных оборотных средств достаточно для полноценного осуществления текущих операций без привлечения заемных средств.

2. По данным расчетов в таблице 11, ООО «Арсенал Моторс» за 2019-2020 гг. отвечает критериям платежеспособности (Ктл от 1,5 до 3). Из этого следует эффективное использование оборотных активов, а также

способность предприятия оплачивать краткосрочные кредиты. Чем выше коэффициент быстрой ликвидности, тем лучше финансовое положение компании. При этом значение более 3 свидетельствует о нерациональной структуре капитала, в 2021-2022 гг. наблюдалось превышение коэффициента текущей ликвидности нормы, он составил 4,50 и 8,28 соответственно.

3. Чем выше коэффициент быстрой ликвидности, тем лучше финансовое положение компании, а именно выше платежеспособность предприятия в среднесрочном периоде. Значения коэффициента быстрой ликвидности за 2019-2020 гг. ниже нормы, ликвидные активы не покрывают краткосрочные обязательства, а значит существует риск потери платежеспособности, что является негативным признаком для инвесторов. В 2021-2022 гг. коэффициент составил 2,36 и 2,73 что свидетельствует о высоком уровне ликвидности и снижении прибыльности предприятия.

4. Нормативное значение коэффициента абсолютной ликвидности находится в пределах от 0,2 до 0,4. Это означает, что 20-40% от 100% долга компании будут выплачены незамедлительно. Показатель ниже минимального значения указывает на то, что у организации есть финансовые проблемы. Однако высокое значение коэффициента указывает на неоправданно большую сумму свободных денежных средств, которые можно было бы использовать для развития бизнеса. За 2019-2022 гг. данный показатель выше нормы, что указывает на неправильное использование высоколиквидных активов.

Рентабельность является относительным показателем экономической эффективности. Рентабельность предприятия всесторонне отражает эффективное использование материальных, трудовых, денежных и других ресурсов.

В общем, рентабельность означает, что производство и реализация продукции приносят прибыль предприятию. Нерентабельное производство – это производство, не приносящее прибыли. Отрицательная рентабельность – убыточная деятельность. Уровень рентабельности определяется с помощью

относительных показателей – коэффициентов. В таблице 12 рассчитаны показатели рентабельности.

Таблица 12 – Показатели рентабельности

Показатели рентабельности	Обозначение	За 2019 г.	За 2020 г.	За 2021 г.	За 2022 г.
Операционная рентабельность продаж, %	Rпр	-0,53	2,05	5,98	-2,02
Рентабельность продаж по прибыли до налогообл., %	RНПр	0,04	1,85	0,07	-1,14
Чистая рентабельность продаж %	РЧПр	0,04	4,78	8,74	-1,16
Рентабельность активов, %	ROA	-2,57	9,18	29,49	-4,73
Рентабельность активов по прибыли до налогообл., %	ROАНПр	0,20	8,27	33,52	-2,67
Чистая рентабельность активов, %	ROАЧПр	0,19	21,40	43,07	-2,71
Рентабельность собственного капитала, %	ROE	0,71	66,82	70,96	-3,48

Показатели рентабельности за 2019-2022 гг. изображены на рисунке 19.

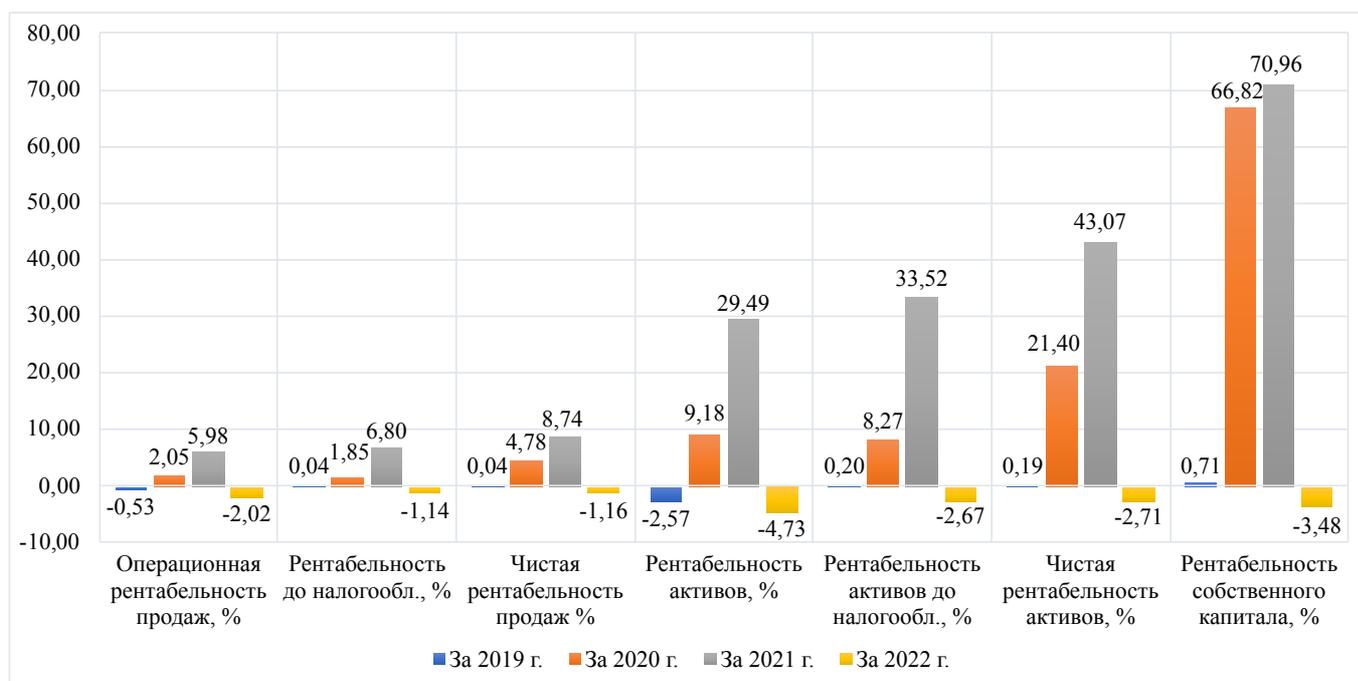


Рисунок 19 – Показатели рентабельности за 2019-2022 гг.

Из анализа рентабельности можно сделать следующие выводы:

1. Из расчетов в таблице 11 можно сделать вывод, что произошло значительное изменение показателей рентабельности: операционная рентабельность продаж за 2020 г. по сравнению с 2019 г. увеличилась на 1,52%, за 2021 г. по сравнению с 2020 г. произошло увеличение на 3,93%. Рост данного показателя говорит о том, что с каждым последующим годом

компания работает эффективнее, чем раньше. Однако в период 2021-2022 гг. рентабельность продаж снизилась на 8% и приняла значение -2,02%.

2. Показатель чистой рентабельности продаж 5 % и менее считается невысокой рентабельностью. За 2019 и 2020 гг. данный показатель составил менее 5%. Это свидетельствует о том, что затраты высоки и необходимо принимать меры по их снижению. Показатель 5-20% считается средним значением, демонстрирующим эффективность и стабильность функционирования компании, за 2021 г. данный показатель составил около 9%. В 2022 г. работа компании неэффективна, так как показатель отрицательный -1,16%.

3. В целом рентабельность активов отражает доходность и результативность управления активами, следовательно, чем выше показатель рентабельности активов, тем лучше. Если коэффициент начинает уменьшаться, то один из активов (оборотных или внеоборотных) вносит недостаточный вклад в доход организации. Высокий показатель указывает на то, что компания зарабатывает больше при меньших вложениях. За 2019-2021 гг. прослеживается динамика роста показателя рентабельности активов, так за 2019-2020 гг. он увеличился на 6,61%, за 2020-2021 гг. увеличился на 20,31%. По показателю чистой рентабельности активов также прослеживается рост в динамике, за 2019-2020 гг. произошло увеличение данного показателя на 21,21%, за 2020-2021 гг. произошло увеличение на 21,67%. Показатели рентабельности активов и чистой рентабельности активов в 2022 г. составили -4,73% и -2,71% соответственно, что говорит о неэффективном использовании активов компании за прошедший год.

4. Для эффективного управления бизнесом рентабельность собственного капитала должна быть на уровне средней доходности по рынку (20%) [47]. В 2020 и 2021 гг. данный показатель превышает норму. В общих случаях, высокий показатель рентабельности собственного капитала говорит о высокой прибыли на единицу вложенного капитала и является

положительной характеристикой. Отрицательный показатель в 2022 г. означает, что вложенные средства принесли убыток компании.

«Оборачиваемость средств исчисляется продолжительностью одного оборота в днях (оборачиваемость оборотных средств в днях) или количеством оборотов за отчетный период (коэффициент оборачиваемости). Период, на протяжении которого оборотный капитал находится в обращении, то есть постепенно переходит от одной стадии к другой, является периодом оборота оборотного капитала» [48].

Рабочий капитал рассчитывается суммированием дебиторской задолженности с запасами и вычитанием краткосрочной кредиторской задолженности. В таблице 13 рассчитан рабочий капитал, в таблице 14 рассчитаны показатели оборачиваемости.

Таблица 13 – Рабочий капитал предприятия

Показатель	Обозначение	На дату 31.12.2019	На дату 31.12.2020	На дату 31.12.2021	На дату 31.12.2022
Дебиторская задолженность	ДЗ	11 566	7 483	23 711	37 921
Запасы	З	142 563	141 320	120 166	137 364
Кредиторская задолженность	КЗ	15 985	104 659	56 467	20 796
Рабочий капитал, тыс. руб.	РК	138 144	44 144	87 410	154 489

Считается, что в целом оборотные активы должны превышать краткосрочные обязательства. То есть рабочий капитал должен быть положительным – в противном случае у компании могут возникнуть трудности с выполнением своих краткосрочных обязательств. Слишком большой капитал тоже плохо: это говорит о том, что у компании могут быть проблемные активы.

Снижение рабочего капитала означает возникновение и развитие негативных тенденций в функционировании предприятия, в 2020 г. значение рабочего капитала снизилось на 94 тыс. руб., по сравнению с 2019 г. Это может привести к потере финансовой стабильности, показатель также указывает на высокий уровень задолженности перед кредиторами. Так в 2020 г.

кредиторская задолженность увеличилась на 88 674 тыс. руб., по сравнению с 2019 г.

В таблице 14 отражены показатели оборачиваемости.

Таблица 14 – Показатели оборачиваемости

Показатели	Обозначение	На дату 31.12.2019		На дату 31.12.2020		На дату 31.12.2021		На дату 31.12.2022	
		значение	период оборота, дни						
Оборачиваемость активов	КСА	4,84	75	4,48	82	4,93	74	2,34	156
Оборачиваемость оборотных активов	КОА	5,86	62	5,16	71	5,58	65	2,72	134
Оборачиваемость запасов	Коб.З	8,79	42	7,40	49	8,66	42	3,79	96
Оборачиваемость дебиторской задолженности	Коб.ДЗ	52,11	7	122,31	3	85,70	4	20,42	18
Оборачиваемость кредиторской задолженности	Коб.КЗ	71,67	5	17,42	21	14,05	26	12,63	29
Время финансового цикла, дни	ТФЦ		43		31		20		85

Из анализа оборачиваемости можно сделать следующие выводы:

1. Оборачиваемость активов определяет эффективность использования ресурсов, ее увеличение свидетельствует о более эффективном использовании средств. В целом оборачиваемость активов в 2019-2020 гг. незначительна, показатели составили 4,84, 4,48. Однако в 2021 году наблюдается наибольшее значение коэффициента оборачиваемости активов, оно составило 4,93, из чего следует, что предприятие эффективно использует ресурсы. В 2022 году наблюдается упадок коэффициента оборачиваемости активов до значения 2,34, из чего следует, что предприятие в этот год неэффективно использует ресурсы.

2. У каждого производителя свой финансовый цикл, который зависит от типа выпускаемой продукции, используемой технологии и сроков поставки. В течение финансового цикла возникает как дебиторская, так и кредиторская задолженность. Чем короче этот период, тем быстрее

затраченные средства возвращаются в организацию и тем быстрее в компанию возвращаются затраченные средства. Поскольку оплата дебиторской задолженности включает оплату наценки, в результате компания получает больше прибыли. С 2019 г. по 2021 г. происходит уменьшение финансового цикла с 43 дней в 2019 г. до 31 дня в 2020 г. и до 20 дней в 2021 г., что свидетельствует о положительной тенденции. К 2022 году происходит отрицательная тенденция, так как финансовый цикл увеличивается до 85 дней.

«Финансовая устойчивость характеризует способность предприятия сохранять платежеспособность и обслуживать долги в долгосрочной перспективе» [49]. Результаты расчетов коэффициентов представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Показатели финансовой устойчивости

Показатели	Обозначение	Рекомендуемое значение	Значение показателя			
			За 2019 г.	За 2020 г.	За 2021 г.	За 2022 г.
Коэффициент автономии (коэффициент независимости), %	Кав	> 40%	21,07	43,24	76,42	79,33
Коэффициент левериджа	Кл	< 2	3,75	1,31	0,31	0,26
Коэффициент покрытия процентов	Кпп	> 1,5	-0,33	1,90	249,17	-2,03
Коэффициент долга, %	Кд	< 60%	78,93	56,76	23,58	20,67

Выводы по анализу финансовой устойчивости:

1. Показатель автономии за 2020 г. составил 43,24%, за 2021 г. составил 76,42%, и за 2022 г. 79,33% выше нормы, что свидетельствует о достаточной финансовой устойчивости предприятия. Рост коэффициента автономии свидетельствует о том, что организация все больше полагается на собственные источники финансирования. Коэффициент показывает, насколько организация независима от кредиторов.

2. Коэффициент левериджа за 2019 г. составил 3,75, что значительно выше нормы и означает о высоких рисках банкротства компании за данный год. Высокие значения коэффициента финансового левериджа могут быть у

компаний с прогнозируемым потоком денежных средств за товары, а также для предприятий имеющих высокую долю высоколиквидных активов. За 2020 г. коэффициент левириджа составил 1,31, за 2021 г. составил 0,31, за 2022 г. составил 0,26. Данные значения означают то, что предприятие финансирует свои активы за счет собственных средств.

3. Коэффициент покрытия процентов в 2020-2021 гг. значительно выше нормы. Это свидетельствует о достаточной прибыли предприятия для обеспечения существующего уровня кредита с учетом действующей ставки по кредиту. В 2022 г. показатель составляет -2,03, что говорит об обратном – компания имеет трудности с обслуживанием своих долговых обязательств.

Исходя из проведенных анализов, составлена таблица 16 для наглядного сравнения абсолютных и относительных финансовых показателей за 2019-2021 гг.

Таблица 16 – Основные финансовые показатели

Показатель	За 2019 г.	За 2020 г.	За 2021 г.	За 2022 г.	Изменение 2020 г. к 2019 г.	Изменение 2021 г. к 2020 г.	Изменение 2022 г. к 2021 г.
Абсолютные показатели							
Выручка, тыс. руб.	1 017 463	1 164 968	1 336 676	629 129	147 505	171 708	- 707 547
Прибыль от продаж, тыс. руб.	-5 400	23 887	79 982	-12 721	29 287	56 095	-92 703
Чистая прибыль, тыс. руб.	390	55 690	116 803	-7 286	55 300	61 113	-124 089
Чистые оборотные активы, тыс. руб.	118 042	120 220	197 919	182 904	2 178	77 699	-15 015
Относительные показатели							
Операционная рентабельность продаж, %	-0,53	2,05	5,98	-2,02	3	4	-8
Рентабельность собственного капитала, %	0,71	66,82	70,96	-3,48	66	4	-74
Продолжительность оборота оборотных средств, дни	62	71	65	134	8	-5	69
Коэффициент автономии, %	21,07	43,24	76,42	79,33	22	33	3
Коэффициент покрытия процентов,	-0,33	1,90	249,17	-2,03	2	247	-251
Коэффициент текущей ликвидности	2,09	2,15	4,50	8,28	0	2	4

Таким образом, смотря на абсолютные показатели 2022 года, ООО «Арсенал Моторс» испытывало финансовые трудности, по сравнению с 2021 годом. Произошло падение выручки на 707 547 тыс. руб., прибыль от продаж сократилась на 92 703 тыс. руб., чистая прибыль уменьшилась на 124 089 тыс. руб. Также произошло сокращение относительных показателей. Отрицательное значение операционной рентабельности продаж за 2019 г. и 2022 г. говорит о неэффективной деятельности компании – затраты выше прибыли, себестоимость продукта выше, чем прибыль от реализации. К тому же за 2020 г. показатель находится в диапазоне от 1 до 5%, составил 2,05% это свидетельствует о том, что предприятие низкорентабельное. Тем не менее за 2021 г. операционная рентабельность продаж составила около 6%, средним значением является 5-20%, что свидетельствует о стабильной работе предприятия. В 2022 г. происходит падение показателя до отрицательного значения -2,02%, а значит в этот год компания не получила прибыли с проданной продукции.

Рентабельность собственного капитала составила -3,48% за 2022г., а значит вложенные средства за этот год принесли убытки компании.

Длительность оборота показывает, после скольких дней средства, вложенные в оборотные активы или их составляющие, вновь принимают денежную форму. Снижение этого показателя в динамике является положительным фактором. Однако в 2022 г. продолжительность финансового цикла увеличилось до 85 дней по сравнению с 20 днями в 2021 г, что является отрицательной тенденцией.

Нормативным значением коэффициента автономии считается 40% и более. За 2020 г. коэффициент автономии составил 43%, за 2021 г. он составил 76%, за 2022 год 79%, что свидетельствует о том, что организация все больше полагается на собственные источники финансирования. Коэффициент показывает, насколько организация независима от кредиторов.

Коэффициент покрытия процентов за 2020-2021 гг. больше нормативного значения, в 2020 году он составил 1,90, а в 2021 г. составил 250,

это означает, что у предприятия стабильное финансовое положение и о том, что у организации достаточное количество денежных средств на обслуживание кредитов. В 2022 г. показатель составляет -2,03, что говорит об обратном – компания имеет трудности с обслуживанием своих долговых обязательств.

Коэффициент текущей ликвидности характеризует способность компании погашать краткосрочные обязательства только за счет оборотных активов. Чем выше значение коэффициента, тем лучше платежеспособность предприятия. В 2019 году данный коэффициент составил 2,09, а в 2020 г. составил 2,15, что в пределах нормы. Это означает то, что предприятие платежеспособно. Однако значение более 3 свидетельствует о нерациональной структуре капитала, в 2021 г. и в 2022 г. наблюдалось превышение коэффициента текущей ликвидности нормы, он составил 4,50 и 8,28 соответственно.

3 Формирование финансовой модели расчета прибыли предприятия

3.1 Описание финансовой модели планирования ключевых финансовых результатов компании

Финансовое моделирование и планирование могут эффективно анализировать сложные и неопределенные ситуации, связанные с принятием стратегических решений, отвечают на вопрос «а что, если?». Такой инструмент, как моделирование позволяет оценить большое количество вариантов на основе гипотезы. При планировании фиксируются финансовые показатели, которых компания стремится достичь в будущем. Прогнозирование позволяет получить сценарий развития на основе анализа текущей ситуации (если знаем, как растет прибыль сейчас, можем узнать, как она будет расти через полгода), а моделирование позволяет определять возможные последствия: «что будет, если сделаем так» или «что будет, если произойдет такое-то событие».

Сегодня, когда доступность и стоимость внешнего финансирования снижается, возрастает риск потери ликвидности и устойчивости бизнеса, финансовая модель особенно актуальна, а важнейшим условием ее развития является повышение операционной эффективности.

Уход западных автомобилей с российского рынка привел к существенным изменениям на российском автомобильном рынке. Китайские бренды начали активно занимать освободившиеся ниши.

Только в 2022 году было продано 120 000 китайских автомобилей, а их доля рынка увеличилась с 3,7% в первом полугодии до 33% во втором полугодии. А в 2023 году участники рынка ожидают, что автомобили китайских марок продолжат удваивать свою долю рынка.

Исходя из кардинального изменения внешней среды для устойчивого финансового положения компании необходимо построение эффективной финансовой модели планирования ключевых финансовых результатов и

выстраивание системы продаж для рентабельности собственного капитала (ROE) на уровне 20-30%. То есть следует планирование объема продаж, чтобы обеспечить прибыль на требуемый уровень рентабельности.

Финансовая модель планирования ключевых финансовых результатов компании – таблица со связанными показателями и аналитической запиской. В ней собрана вся информация, как, сколько и за счет каких показателей бизнес зарабатывает или будет зарабатывать деньги.

Смысл финансовой модели планирования ключевых финансовых результатов предприятия – не только показать, сколько выручки и прибыли может заработать бизнес, но и дать более детальную информацию, за счет чего можно увеличить или снизить прибыль.

Источники информации исходных данных (допущений) для разработки финансовой модели планирования ключевых финансовых результатов компании приводятся в виде отчета о финансовых результатах, который должен содержать в том числе следующие финансовые показатели: выручка, валовая прибыль, операционная прибыль до вычета процентов, операционная прибыль до вычета налогов, чистая прибыль; бухгалтерского баланса, содержащего в том числе данные о собственном капитале и сумме кредиторской задолженности.

Как правило финансовые модели создаются в формате электронной таблицы Excel.

В финансовой модели планирования ключевых финансовых результатов компании обычно выделяют три блока:

- операционный,
- финансовый,
- аналитический.

Первый блок составляет основу модели и индивидуален для каждой компании. Этот блок содержит все допущения и промежуточные расчеты, используемые в финансовом блоке.

Все модели имеют стандартную структуру финансового блока с тремя финансовыми отчетами: отчет о прибылях и убытках, движении денежных средств и прогнозируемый баланс.

Блок аналитики обычно стандартен. Разрабатывается с учетом целей проектирования модели. Например, может показывать оценку стоимости компании или несколько финансовых коэффициентов, свидетельствующих о ее платежеспособности. Хорошо продуманная финансовая модель является ключом к успеху в бизнесе и наоборот.

Существуют некоторые важные ограничения по финансовой модели.

Важно сформировать компактную модель, не заполняя ее лишними переменными. Учет всех мелочей не повышает надежность модели, наоборот, делает ее более сложной и уязвимой. Здесь необходимо ответить на вопрос, какие переменные важнее в определении бизнес-архитектуры.

По большей части финансовая модель используется несколькими руководителями. Поэтому важно, чтобы она была понятна всем пользователям. Никакая часть финансовой модели не должна быть заблокирована, скрыта или каким-либо образом недоступна для внесения изменений и просмотра.

Помимо этого, модель должна быть гибкой, способной адаптироваться к любым параметрам, а изменения в модели должны проводиться быстро. Поскольку модели нужны для разработки и анализа ситуаций на основе «что, если...».

В конечном итоге важно спроектировать модель так, чтобы ее логику можно было легко проверить и быстро исправить найденные ошибки. Создание крупных моделей занимает много времени и очень сложно избежать значительных ошибок.

3.2 Формирование маржинальной прибыли ООО «Арсенал Моторс»

Выяснить целесообразность коммерческой деятельности и точку безубыточности поможет такой показатель, как маржинальная прибыль (МП).

Маржинальный анализ – метод, применяемый для обоснования управленческих решений, основанный на изучении взаимосвязи между объемом производства продукции (реализации), затратами и прибылью. При нем можно:

- рассчитать объем производства (реализации) продукции, полностью покрывающий затраты на производство продукции и не имеющий при этом ни прибыли, ни убытка (точка безубыточности),
- рассчитать объем производства (реализации) продукции, который обеспечит необходимый размер прибыли,
- оценить объем реализации, который обеспечит компании необходимый запас финансовой прочности,
- рассчитать цену продукции, обеспечивающей получение прибыли на запланированном уровне,
- определить целевое значение каждого из трех параметров (объем производства (реализации) продукции, затраты, прибыль) при заданном значении двух других (например, как изменится прибыль в зависимости от объема производства и затрат на продукцию), что является эффективным инструментом для принятия многих управленческих решений, а именно о том, какой продукт производить (реализовывать), по какой цене продавать, какую структуру затрат иметь [50].

Простыми словами, маржинальная прибыль – это доход, который остается после реализации конкретного объема продукции/услуг/работ за минусом переменных расходов, понесенных на производство этого объема.

Формирование маржинальной прибыли отражено на рисунке 20.

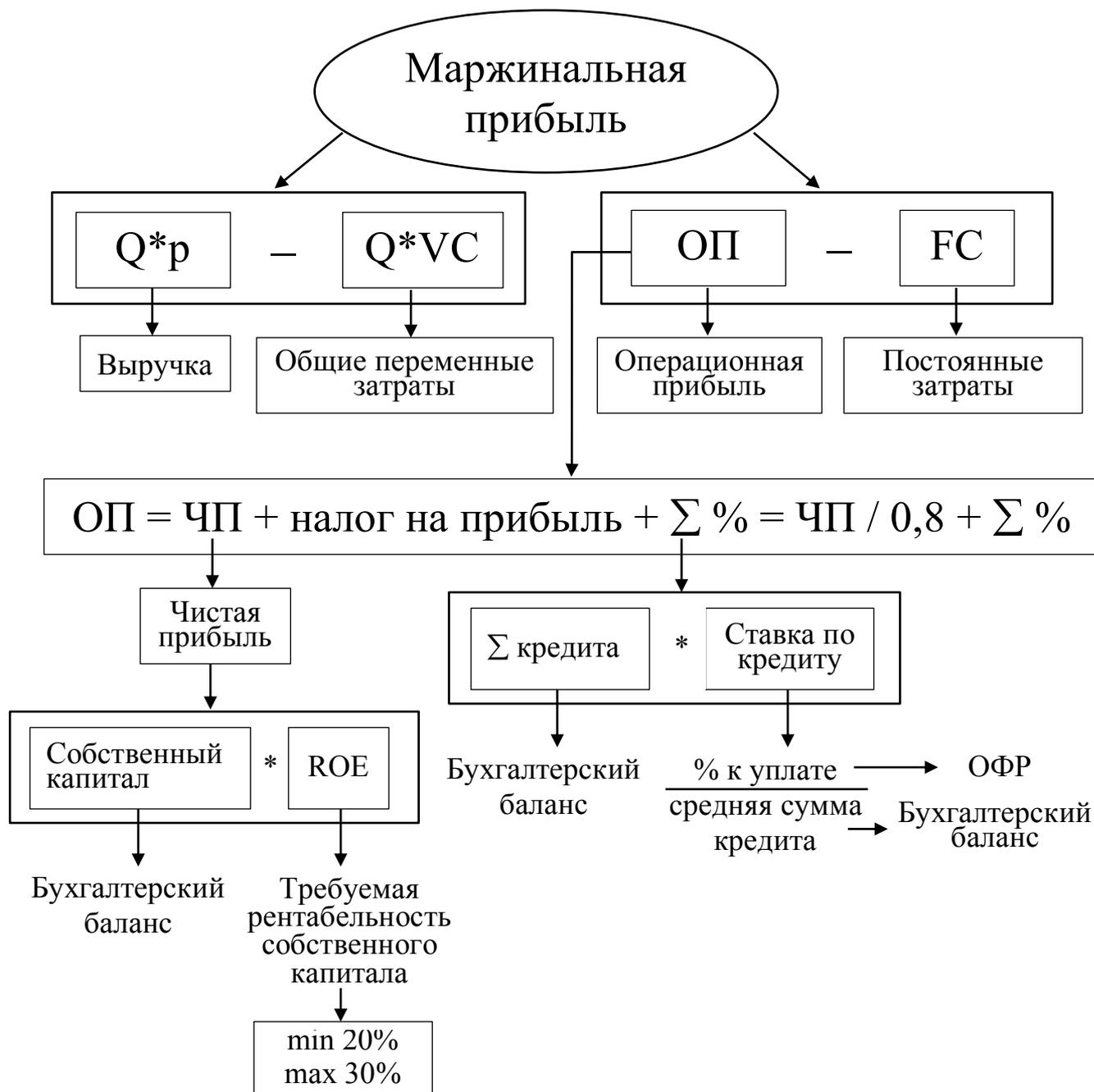


Рисунок 20 – Формирование маржинальной прибыли компании

Основными показателями маржинального анализа являются [51]:

- VC – переменные затраты (от англ. Variable Costs),
- FC – постоянные затраты (от англ. Fixed cost, FC, TFC или total fixed cost),
- MR – маржинальный доход,
- Q – объем производства/продаж в натуральном выражении (количество продукции),

- Q_{bmin} – точка безубыточности (критический объем производства в натуральном выражении),
- запас финансовой прочности.

Схематически структуру маржинальной прибыли можно отразить следующим образом, рисунок 21.

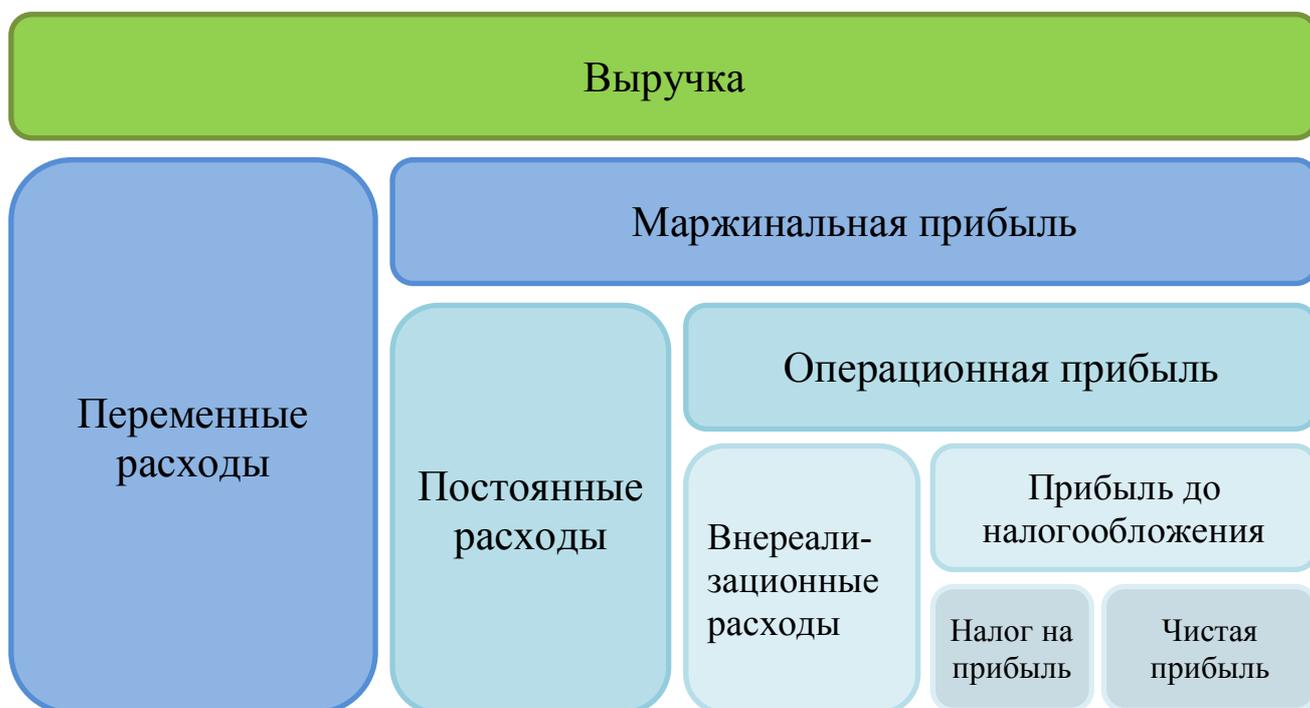


Рисунок 21 – Структура маржинальной прибыли

Постоянные затраты (FC) – затраты, которые не изменяются при изменении объема производства.

Переменные затраты (VC) – затраты, которые изменяются при изменении объема производства.

Маржинальный доход (MR) – это величина, включающая постоянные затраты и операционную прибыль (или то, что остается после вычитания переменных затрат из выручки от продаж) за отчетный период. Маржинальный доход называется суммой покрытия, поскольку она покрывает постоянные затраты из выручки предприятия, а именно те затраты, без которых бизнес не сможет работать (отсюда и называется суммой покрытия), а после покрытия постоянных затрат оставшаяся часть выручки будет идти на формирование прибыли [52].

Точка безубыточности (CVP-точка, от англ. costs-volume-profit, затраты-объём-прибыль, называемая критическим объемом производства) – это минимально допустимый объем производства или продаж, покрывающий все затраты, связанные с производством продукта, но при котором еще нет прибыли, но уже нет убытков. Выше этой точки каждая последующая единица (при производстве и реализации) будет приносить прибыль предприятию. Производство ниже этого уровня убыточно.

Запас финансовой прочности исчисляется в единицах продукции или в денежном выражении. Его значение (разница между фактическим объемом выпуска и объемом выпуска в точке безубыточности) показывает, на сколько единиц продукции или процентов может уменьшиться объем продаж [53].

Важность расчета маржинальной прибыли обусловлена тем, что, во-первых, от ее значения зависит точка безубыточности, как раз-таки для вычисления которой потребуется маржинальная прибыль. Такой объем изготовления и реализации всей продукции, когда расходы (постоянные и переменные) покрываются доходами, носит название «безубыточный». Он вычисляется по формуле:

$$Q_{\text{бmin}} = FC / (Ц_{\text{ед}} - VC), \quad (3)$$

где

$Q_{\text{бmin}}$ – масштабы производства, которые обеспечивают его безубыточность,

FC – общая сумма постоянных затрат,

$Ц_{\text{ед}}$ – цена продажи единицы изготовленной продукции,

VC – переменные затраты на 1 единицу реализуемого товара (себестоимость одного изделия).

Иными словами, безубыточный объем покрывает постоянные затраты, понесенные при производстве одной единицы продукции [54].

Компания должна производить аналогичный расчет в следующих случаях:

– производит освоение рынка или прогнозирование затрат и доходов,

– производит или реализует различные продукты. При этом невозможно сравнить общую маржинальную прибыль всех видов товаров из-за различий в ценах и объемах продаж. Зачастую также используется коэффициент маржинальной прибыли (Кмп), при котором маржинальная прибыль напрямую связана с выручкой от продаж.

Для расчета рентабельности не обязательно использовать сложный расчет маржинальной прибыли, потому что ее можно рассчитать по формуле, основанной на определении:

$$\text{МП} = \text{Выр.} - \text{VC}, \quad (4)$$

где

МП – маржинальная прибыль,

Выр – общая выручка от проданной продукции (услуг),

VC – переменные затраты.

Есть несколько нюансов, которые следует учитывать при расчете маржинальной прибыли.

К этому относится:

– выручка без учета НДС и акцизов,

– FC – постоянные затраты, связанные с объемом произведенной и реализованной продукции,

– в связи с колебаниями цен, расширением ассортимента, внедрением новейших технологий и многими другими причинами постоянные затраты не изменяются. Переменные затраты зависят только от масштабов производства и реализации. Соответственно, размер маржинальной прибыли зависит от объема продаж.

Несомненно, маржинальная прибыль (как и рентабельность) показывает, насколько эффективно идет развитие компании.

Финансовая модель планирования ключевых финансовых результатов также должна содержать информацию о наценке на модели автомобилей компании. Вычислим наценку на ряд моделей компании ООО «Арсенал-Моторс» по следующей формуле:

$$\text{Наценка} = \frac{\text{цена продажи}}{\text{цена закупа}} - 1 * 100\% \quad (5)$$

В таблице 17 была рассчитана наценка на автомобили компании.

Таблица 17 – Наценка на автомобили компании ООО «Арсенал Моторс»

Модель	Комплектация	Цена закупа, руб.	Цена продажи, руб.	Наценка, %
Coolray	Comfort	2 052 990	2 299 990	12%
	Luxury	2 186 600	2 469 990	13%
	Flagship	2 359 700	2 659 990	13%
	Link	2 359 700	2 693 990	14%
	Flagship Sport	2 410 500	2 709 990	12%
	Nero	2 495 190	2 749 990	10%
Tugella	Luxury	3 677 700	3 999 990	9%
	Flagship	3 870 400	4 199 990	9%
	Flagship Sport	3 970 400	4 299 990	8%
	Luxury 4 WD	3 677 700	3 999 990	9%
	Flagship 4 WD	3 900 400	4 229 990	8%
	Flagship Sport 4 WD	4 000 400	4 329 990	8%
Monjaro	Luxury	4 185 000	4 499 990	8%
	Flagship	4 370 000	4 699 990	8%
	Exclusive	4 460 000	4 799 990	8%
Atlas Pro	Comfort 2 WD	2 486 500	2 758 990	11%
	Luxury 2 WD	2 602 300	2 878 990	11%
	Luxury 4 WD	2 666 700	3 013 990	13%
	Flagship 4 WD	2 832 800	3 213 990	13%
	Flagship 4 WD (люк)	2 931 500	3 318 990	13%

Ассортимент продукции можно разделить на категории:

1. Низкая наценка 8-9%. Сюда входят такие модели автомобилей с комплектацией, как Monjaro: Luxury, Flagship, Exclusive; Tugella: Luxury, Flagship, Flagship Sport, Luxury 4 WD, Flagship 4 WD, Flagship Sport 4 WD.

2. Средняя наценка 10-11%. Здесь компания предлагает такие модели автомобилей с комплектацией, как Coolray Nero; Atlas Pro: Comfort 2 WD, Luxury 2 WD.

3. Высокая наценка 12-14%. В данную группу входят такие модели автомобилей с комплектацией, как Coolray: Comfort, Luxury, Flagship, Link, Flagship Sport; Atlas Pro: Luxury 4 WD, Flagship 4 WD, Flagship 4 WD (люк).

3.3 Финансовая модель планирования целевых значений операционной прибыли предприятия

Финансовая модель – схематичное представление о состоянии экономического объекта или его элементах (компании целиком или ее отделов), включающее финансовые и нефинансовые показатели аналитики. Модель позволяет спрогнозировать будущее состояние бизнеса, его изменение и оценить текущее, в пределах заданного временного промежутка.

Финансовая модель планирования целевых значений операционной прибыли базируется на финансовых показателях, но может включать и натуральные – объемы производства или реализации.

Была разработана модель методического подхода формирования прибыли компании, которая включает в себя объект моделирования, определение временного признака и различные параметры.

Объектом моделирования является операционная прибыль. Определение временного признака задается руководством предприятия. Далее финансовыми менеджерами составляется стратегическая модель на год или несколько лет, затем планируется объем продаж и операционная прибыль в операционной модели по месяцам с учетом сезонности.

В параметры, которые диктуются условиями функционирования бизнеса входят данные по моделям автомобилей, наценка на автомобили, цена за единицу.

После определения входящих данных финансовыми менеджерами проводится расчет финансовых показателей. Параметры, которыми мы можем управлять входят в расчет порога рентабельности. А именно, план продаж, выручка, переменные затраты на единицу, маржинальная прибыль на единицу, маржинальная прибыль на весь объем, постоянные затраты, минимальная выручка, маржинальность и операционная прибыль. Модель методического подхода формирования прибыли компании отражена на рисунке 22.



Рисунок 22 – Модель методического подхода формирования прибыли компании

Взяв в основу модель методического подхода формирования прибыли были рассчитаны показатели, которые были описаны ранее.

Рассчитаем точку безубыточности при мульти-продуктовом производстве. Данные по моделям автомобилей приведены в таблице 18.

Таблица 18 – Данные по моделям автомобилей

Наименование показателей	Ед. измер.	Марка автомобиля			
		Atlas Pro Flagship 4 WD	Coolray Flagship Sport	Tugella Flagship 4 WD	Monjaro Exclusive
Цена за единицу	руб./ед.	3 213 990	2 709 990	4 299 990	4 799 990
Переменные затраты на единицу	руб./ед.	3 079 665	2 614 582	4 108 665	4 607 410
План продаж	ед.	35	26	11	27

В таблице 19 представлен расчет порога рентабельности для плановых показателей.

Таблица 19 – Расчет порога рентабельности для плановых показателей

Наименование показателей	Ед. измер.	Atlas Pro Flagship 4 WD	Coolray Flagship Sport	Tugella Flagship 4 WD	Monjaro Exclusive	Итого
Цена за единицу	руб./ед.	3 213 990	2 709 990	4 299 990	4 799 990	
Переменные затраты на единицу	руб./ед.	3 079 665	2 614 582	4 108 665	4 607 410	
Маржинальная прибыль на единицу	руб./ед.	134 325	95 408	191 325	192 580	
План продаж	ед.	35	26	11	27	72
Выручка	руб./год	112 489 650	70 459 740	47 299 890	129 599 730	359 849 010
Маржинальная прибыль	руб./год	4 701 375	2 480 608	2 104 575	5 199 660	14 486 218
Маржинальность	%	4,18	3,52	4,45	4,01	
Расчет коэффициента маржинальной прибыли с\с ср.		$k_{\text{ВМ}} = \frac{\sum_{i=1}^n m_i * Q_i}{\sum_{i=1}^n p_i * Q_i}$				0,040
Постоянные затраты за год	руб./год	4 600 000				4 600 000
Минимальная выручка		4 600 000/0,040				114 267 606
Операционная прибыль		14 486 218/4 600 000				9 886 218

Тем самым была рассчитана точка безубыточности по выручке (порог рентабельности), она составила 114 051 588 руб. при заданном плане продаж.

Расчет количества продукции в точке безубыточности произведен в таблице 20.

Таблица 20 – Расчет количества продукции в точке безубыточности

Марка автомобиля	Ед. измер.	Atlas Pro Flagship 4 WD	Coolray Flagship Sport	Tugella Flagship 4 WD	Monjaro Exclusive	Итого
Соотношение продаж в ассортименте	ед.	3	2	1	3	9
Маржинальная прибыль набора (партии)	руб./набор	402 975	190 816	191 325	577 740	1 362 856
Количество наборов (партий) в точке безубыточности	ед.	4 600 000/1 362 856				3,4
Минимальное количество продуктов	ед./год	10	7	3	10	30
Выручка при минимальном количестве	руб./год	32 544 203	18 293 868	14 513 605	48 603 713	113 955 389

В основе системы финансового управления может быть положена финансовая модель планирования прибыли компании. Тем самым при определенных плановых показателях данная модель может быть усовершенствована добавлением параметров учета сезонности продаж, модельного ряда и затем установлением конкретных показателей по объему продаж в ассортименте по месяцам.

Финансовая модель планирования операционной прибыли по ассортименту продаж включает в себя следующие шаги:

1. Анализ ассортимента. Финансовые менеджеры изучают ассортимент продаваемых автомобилей, идентифицируют различные модели и их маржинальность. Анализируют данные о прошлых продажах, прибыли и издержках для каждой модели.

2. Установление планов. На основе анализа ассортимента менеджеры устанавливают планы для каждой модели автомобиля. Это включает определение количества продаж, ожидаемой выручки, себестоимости и операционной прибыли для каждой модели.

3. Расчет операционной прибыли. Финансовые менеджеры используют планы продаж и соответствующие финансовые показатели для расчета операционной прибыли.

4. Бонусные программы. Для стимулирования продаж более маржинальных автомобилей, компания может установить бонусные программы для сотрудников, зависящие от достижения определенных целей. Например, сотрудники могут получать бонусы или премии за продажу автомобилей с более высокой маржинальностью.

5. Мониторинг и отчетность. Финансовые менеджеры и финансовый директор следят за выполнением планов продаж и операционной прибыли, а также генерируют отчеты для руководства компании. Они анализируют фактические результаты и сравнивают их с установленными планами, чтобы выявить различия и принять необходимые корректировки.

Финансовая модель планирования операционной прибыли по ассортименту продаж включает в себя анализ и учет различных параметров, связанных с продажами автомобилей. Она позволяет компании оценить прибыльность каждой конкретной модели автомобиля, а также определить оптимальное соотношение продаж для достижения максимальной прибыли.

При использовании данной модели финансовые менеджеры могут разрабатывать планы и стратегии, направленные на увеличение операционной прибыли компании. Они могут анализировать данные о продажах, стоимости и маржинальности каждой модели автомобиля, а также проводить сравнительный анализ с конкурентами. На основе этих данных они могут определить, какие модели являются более маржинальными и приносят большую прибыль компании.

В рамках данной финансовой модели также может быть введена система бонусов для сотрудников, связанных с продажами. Бонусы могут быть предоставлены за достижение определенных показателей продаж, включая продажи более маржинальных автомобилей. Такая система стимулирует сотрудников к активным продажам и помогает компании достигать более высоких финансовых результатов.

Мероприятия, связанные с этой финансовой моделью, могут включать обучение и тренинги для сотрудников по продажам, введение мотивационных программ и конкурсов, а также проведение аналитических и отчетных мероприятий для оценки эффективности и реализации планов.

**ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Обучающемуся:

Группа	ФИО
ЗАМ11	Михайленко Дарье Игоревне

Школа	Школа инженерного предпринимательства		
Уровень образования	магистратура	Направление/ООП/ОПОП	38.04.02 Менеджмент/ Экономика и управление на предприятии

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. Описание организационных условий реализации социальной ответственности</p> <ul style="list-style-type: none"> – заинтересованные стороны (стейкхолдеры) программ социальной ответственности организации, на которых они оказывают воздействие, – стратегические цели организации, которые нуждаются в поддержке социальных программ, – цели текущих программ социальной ответственности организации 	<ul style="list-style-type: none"> – стейкхолдеры программ социальной ответственности организации на которых они оказывают воздействие: клиенты, сотрудники, партнеры, инвесторы, топ-менеджмент, поставщики, население Томской области, органы местной власти, – для стейкхолдеров компании ООО «Арсенал Моторс» планируется создание программ КСО, – стратегическая цель: поддерживать и развивать долгосрочные отношения со своими клиентами. Мы придаем большое значение удовлетворенности клиентов. Наша команда специалистов обеспечивает профессиональное и индивидуальное обслуживание каждого клиента. Мы стремимся понять и удовлетворить их потребности, предлагая наилучшие решения и консультации, – миссия: мы стремимся быть ведущей компанией в области торговли автотранспортными средствами и предоставления связанных услуг, предлагая клиентам широкий выбор качественных транспортных средств, инновационные решения и превосходное обслуживание
2. Законодательные и нормативные документы	ГОСТ Р ИСО 26000-2010, ISO 14000, ISO 14001, GRI, SA 8000.

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы корпоративной культуры исследуемой организации, – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации, – системы социальных гарантий организации 	<ul style="list-style-type: none"> – повышение квалификации сотрудников (обучение), – организация внутренней корпоративной среды для сотрудников (мероприятия по командообразованию, обучающие тренинги), – поддержка молодых специалистов надбавкой к заработной плате, – при выполнении работы больше заданной нормы, стимулирующие надбавки и премии за эффективность и производительность труда
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – взаимодействие с местным сообществом и местной властью, – спонсорство и корпоративная благотворительность, – ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров) 	<ul style="list-style-type: none"> – ответственность перед потребителями товаров и услуг (оказание качественных услуг), – взаимодействие с местным сообществом и местной властью, – предоставление новых рабочих мест, – проведение благотворительных мероприятий

Перечень графического материала:

1. Графические материалы	Рисунок 23 – Компоненты социальной ответственности корпорации, Таблица 21 – Определение целей КСО на предприятии, Таблица 22 – Определение стейкхолдеров программ КСО, Таблица 23 – Определение элементов программы КСО, Таблица 24 – Оценочные затраты для мероприятий КСО, Таблица 25 – Оценка эффективности мероприятий КСО
--------------------------	---

Дата выдачи задания к разделу в соответствии с календарным учебным графиком	
--	--

Задание выдал консультант по разделу «Социальная ответственность»:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ст. преподаватель	Феденкова А.С.	-		

Задание принял к исполнению обучающийся:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3АМ11	Михайленко Дарья Игоревна		

4 Корпоративная социальная ответственность

4.1 Сущность корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это концепция, которая заключается в том, что компании должны нести ответственность за свои действия и воздействие на общество и окружающую среду. Она основывается на предположении, что предприятия являются не только экономическими субъектами, но и социальными и экологическими агентами, и должны работать на благо общества и окружающей среды, а не только на свой собственный интерес.

Суть КСО заключается в том, что компания должна учитывать не только свои экономические показатели, но также свои социальные и экологические последствия деятельности. Она включает в себя широкий спектр обязательств, которые компании должны выполнять, такие как защита прав человека, поддержка местных сообществ, сокращение выбросов вредных веществ, эффективное использование энергии и ресурсов и многое другое.

В современном мире КСО становится все более важной, так как общество ожидает от компаний большей ответственности и социальной активности. Компании, которые не уделяют должного внимания КСО, могут столкнуться с отрицательными последствиями в виде негативной репутации, потери доверия со стороны клиентов и инвесторов, а также с возможными правовыми последствиями.

Понятие КСО включает:

- соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.,
- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- ответственность организации перед партнерами,
- социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями,

- корпоративное развитие – проведение реструктуризации и организационных изменений с участием представителей менеджмента компаний, персонала и общественных организаций,
- здоровье и безопасность персонала на рабочем месте,
- ответственную политику в отношении работников, управление развитием персонала,
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат,
- экологическую ответственность, экологическую политику и использование природных ресурсов,
- взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения социальных проблем,
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообществ,
- ответственность организации перед обществом в целом.

Любой анализ программ корпоративной социальной ответственности предполагает изучение уровней КСО. Согласно позиции, А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является многоуровневой, ее можно представить в виде пирамиды, рисунок 1. Лежащая в основании пирамиды экономическая ответственность непосредственно определяется базовой функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять потребности потребителей и, соответственно, извлекать прибыль. Правовая ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, зафиксированным в правовых нормах.



Рисунок 23 – Компоненты социальной ответственности корпорации

Лежащая в основе экономическая ответственность непосредственно определяется базовой функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять потребности потребителей и, соответственно, извлекать прибыль.

Правовая ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, зафиксированным в правовых нормах.

Этическая ответственность, в свою очередь, требует от деловой практики созвучности ожиданиям общества, не оговоренным в правовых нормах, но основанным на существующих нормах морали.

Филантропическая ответственность побуждает компанию к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ.

В России КСО регламентируется следующими положениями и рекомендациями:

1. ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 26000-2010 «Guidance on social responsibility».

2. Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000. Центральным документом стандарта считается ISO

14001 «Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента». Здесь установлены требования к системе экологического менеджмента любого предприятия. В стандарте приведены основные термины и определения, а также изложены рекомендации в области экологической политики, планирования, целей и задач, программы и системы экологического менеджмента.

3. GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности. Отчет по устойчивому развитию – это отчет, раскрывающий информацию о деятельности организации в экономической, экологической, и социальной области, а также в области управления.

4. SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда. В приведенных выше стандартах можно найти основные определения КСО и элементов.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность является неотъемлемой частью современного бизнеса, и компании, которые внедряют эту концепцию в свою деятельность, могут получить значительные преимущества в виде укрепления своей репутации, увеличения конкурентоспособности и удовлетворенности своих заинтересованных сторон.

Одним из главных преимуществ корпоративной социальной ответственности является улучшение репутации компании. Компании, которые активно занимаются благотворительностью, экологической защитой, социальной поддержкой и так далее, обычно пользуются лучшей репутацией у потребителей, что может повысить уровень продаж и укрепить позиции на рынке. Кроме того, корпоративная социальная ответственность помогает привлечь и удержать лучших сотрудников, которые склонны работать в компаниях, заботящихся о своих сотрудниках и окружающей среде.

Однако, существуют и недостатки корпоративной социальной ответственности. Некоторые критики считают, что компании часто занимаются благотворительностью и социальными программами лишь для

улучшения своей репутации, а не потому, что они реально заинтересованы в решении социальных и экологических проблем.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность имеет как свои преимущества, так и недостатки. Компании должны оценивать потенциальные риски и выгоды, прежде чем принимать решение о том, в какой мере они хотят заниматься социальной ответственностью.

4.2 Определение целей и задач программы КСО

Для того чтобы программы КСО приносили различные социальные и экономические результаты, необходима их интеграция в стратегию компании. Иными словами, деятельность компании и программы КСО должны иметь одинаковый вектор. Тогда программа КСО будет выступать органическим вспомогательным элементом деятельности компании. Цели программы корпоративной социальной ответственности должны соответствовать миссии и стратегии предприятия.

Таблица 21 – Определение целей КСО на предприятии

Миссия компании	Мы стремимся быть ведущей компанией в области торговли автотранспортными средствами и предоставления связанных услуг, предлагая клиентам широкий выбор качественных транспортных средств, инновационные решения и превосходное обслуживание.	Цели КСО 1) Развитие собственного персонала 2) Безопасность и качество 3) Политика в отношении к стейкхолдерам 4) Управление рисками и соответствие 5) Повышение имиджа компании
Стратегия компании	Поддерживать и развивать долгосрочные отношения со своими клиентами. Мы придаем большое значение удовлетворенности клиентов. Наша команда специалистов обеспечивает профессиональное и индивидуальное обслуживание каждого клиента. Мы стремимся понять и удовлетворить их потребности, предлагая наилучшие решения и консультации.	

Подробнее о целях КСО компании ООО «Арсенал Моторс»:

1) Развитие собственного персонала: обеспечение равных возможностей для сотрудников, развитие их профессиональных навыков, создание условий для карьерного роста, поддержка здоровья и благополучия персонала, стимулирование творческого мышления.

2) Безопасность и качество: обеспечение безопасности и качества предлагаемых продуктов и услуг, регулярное техническое обслуживание, предоставление клиентам достоверной информации о технических характеристиках и истории эксплуатации автомобилей.

3) Политика в отношении к стейкхолдерам: развитие долгосрочных и взаимовыгодных отношений со всеми заинтересованными сторонами, включая клиентов, поставщиков, сотрудников, инвесторов и общество в целом. Это может включать регулярный диалог, сотрудничество, прозрачность и открытость в отношениях с партнерами и стейкхолдерами.

4) Управление рисками и соответствие: разработка и внедрение стратегий и процедур по управлению рисками, связанными с деятельностью компании, включая финансовые, экологические, социальные и юридические риски. Обеспечение соблюдения законодательства и нормативных требований, а также принципов корпоративной этики и ответственности.

5) Повышение имиджа компании: установление положительного впечатления о компании в глазах клиентов, партнеров, общественности и других заинтересованных сторон. Для этого могут быть предприняты следующие меры:

- вовлечение в социальные и благотворительные мероприятия, поддержка местных проектов, спонсирование спортивных и культурных событий,

- обеспечение прозрачности своей деятельности и открытости в коммуникации с заинтересованными сторонами,

– акцентирование на качестве продуктов и услуг, а также на активной коммуникации со стейкхолдерами, учитывая их мнения и предложения.

4.3 Определение стейкхолдеров программы КСО

Стейкхолдерами или заинтересованными лицами называется любое сообщество внутри организации, или вне ее, предъявляющее определенные требования к результатам деятельности организации и характеризующееся определенной скоростью реакции.

Среди множества стейкхолдеров выделяют: собственников, акционеров, органы федеральной и местной власти, поставщиков, топ-менеджеров, работников, профсоюзы, торговые группы, потребителей (внутренних, зарубежных), население, партнеров, инвесторов, кредиторов, конкурентов (внутренних, международных), профессиональные ассоциации, суды и другое.

Интересы инвесторов, акционеров и поставщиков связаны с эффективностью управления организацией (прибыльным использованием ресурсов).

Наемные работники ожидают удовлетворения их труда в формах адекватной оплаты, возможностей профессионального роста и построения деловой карьеры, здоровой моральной атмосфере, приемлемых условий и режима труда, хорошего руководства.

Покупателей интересует качество, безопасность и доступность товаров и услуг.

Администрации местных органов самоуправления заинтересованы в пополнении бюджета посредством налоговых поступлений и сохранения рабочих мест для населения региона.

Топ-менеджеры заинтересованы в возможности контроля и управления финансовыми потоками, мощность которых свидетельствует о финансовой состоятельности предприятий.

Интересы кредиторов удовлетворяются своевременным исполнением обязательств по погашению процентов и кредитов.

Если какая-либо группа стейкхолдеров не удовлетворена деятельностью организации, ее реакция может поставить под угрозу дальнейшее существование самой организации.

Выбор основных стейкхолдеров проводится исходя из целей программы КСО. К каждой цели программы определяются наиболее влиятельные стейкхолдеры.

Таблица 22 – Определение стейкхолдеров программ КСО

№	Цели КСО	Стейкхолдеры
1.	Развитие собственного персонала	Топ-менеджмент, персонал
2.	Безопасность и качество	Клиенты, персонал
3.	Политика в отношении к стейкхолдерам	Топ-менеджмент, персонал, клиенты, поставщики, инвесторы
4.	Управление рисками и соответствие	Топ-менеджмент
5.	Повышение имиджа компании	Топ-менеджмент, персонал, партнеры, население Томской области, органы местной власти, акционеры

Выбор данных стейкхолдеров подтверждается тем, что деятельность компании направлена на персональное развитие. Таким образом, наиболее значимое место занимает высшее руководство предприятия. Для достижения назначенных целей в области КСО требуется наибольший интерес со стороны руководства компании.

Важность персонала как заинтересованной стороны обусловлена тем, что деятельность персонала является движущей силой любой организации.

Интересы акционеров связаны со стоимостью акций предприятия, а такие цели как улучшение имиджа компании, обеспечение стабильности и

устойчивого развития компании в долгосрочной перспективе приведут компанию к дополнительному заработку и повышению стоимости акций.

Также важны такие стейкхолдеры как население Томской области и органы местной власти. Первые в свою очередь являются либо клиентами, либо потенциальными клиентами, вторые заинтересованы в хорошем имидже предприятия.

4.4 Определение элементов программы КСО

Следующим этапом разработки программы корпоративной социальной ответственности бизнеса является определение элементов программы КСО. Это будет зависеть от таких факторов как:

- сфера деятельности компании,
- финансовые возможности,
- размер компании,
- приверженность сотрудников компании,
- сотрудничество с местными органами самоуправления и местными экологическими организациями,
- ожидаемые результаты реализации программ так далее.

Для того, чтобы определить необходимый перечень мероприятий, необходимо сопоставить главных стейкхолдеров компании, их интересы, мероприятия, которые затрагивают стейкхолдеров. Каждый элемент программ КСО рассчитывается на определенное время, следовательно, может быть краткосрочным или среднесрочным. Ожидаемый результат от реализации программы позволяет оценить значимость будущих итогов реализации программ.

Таблица 23 – Определение элементов программы КСО

№	Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
1.	Топ-менеджмент	Доплаты на основе результатов работы сотрудника	Повышение качества работы руководящего персонала; управление рисками; долгосрочные и взаимовыгодные отношения со всеми заинтересованными сторонами
2.	Персонал	Программы обучения, доплаты на основе результатов работы сотрудника	Повышение квалификации персонала, повышение имиджа компании, рост производительности труда; обеспечение безопасности и качества предлагаемых товаров и услуг
3.	Акционеры	Наличие паспортов выполненных проектов, подтверждающих качество предоставляемых услуг	Улучшение имиджа компании, повышение устойчивости развития компании
4.	Инвесторы		
5.	Органы местной власти		
6.	Клиенты	Реклама, персональные акции, бесплатная консультация, организация городских благотворительных мероприятий	Создание долгосрочных отношений с клиентами, повышение имиджа компании

Важную роль играет как материальная, так и нематериальная мотивация.

Повышение квалификации является важным условием роста качества работ, следовательно, и роста конкурентоспособности предприятия. Кроме того, повышение квалификации дает сотрудникам уверенность в своем будущем, так как у них происходит рост самооценки.

Наличие паспортов выполненных проектов, подтверждающих качество предоставляемых услуг, приводит к обеспечению стабильности и устойчивому развитию компании в долгосрочной перспективе и улучшению имиджа организации.

Организация городских благотворительных мероприятий может помочь улучшить отношения компании с администрацией города и местным сообществом, создавая положительный образ и укрепляя связи с клиентами и потенциальными клиентами. Мероприятия могут привлечь внимание широкой аудитории и вызвать положительные ассоциации с брендом компании, особенно если они тесно связаны с ее деятельностью, например, выставка ретро-автомобилей для компании, занимающейся торговлей автомобилями. Такие мероприятия могут способствовать социальной интеграции и включению людей с ограниченными возможностями, поддерживать местных предпринимателей и создавать рабочие места. Они также могут оказать помощь нуждающимся группам, таким как дети, пожилые люди или бездомные.

Помимо организации выставок ретро-автомобилей, другие возможные мероприятия, связанные с деятельностью компании ООО «Арсенал Моторс», могут включать автомобильные шоу, семинары по безопасности дорожного движения или обучение молодых водителей.

4.5 Затраты на программы КСО

При определении мероприятий КСО необходимо сопоставить стейкхолдеров компании, их интересы и мероприятия, которые их могут затронуть.

Таблица 24 – Оценочные затраты для мероприятий КСО

Мероприятие	Единица измерения	Период	Стоимость реализации на планируемый период
Обучение персонала	руб.	год	300 000
Доплаты сотрудников	руб.	год	480 000
Доплаты топ-менеджмента	руб.	год	720 000
Рекламные кампании	руб.	год	300 000
Организация городских благотворительных мероприятий	руб.	год	1 000 000
Прочие расходы (риски, незапланированные траты)	руб.	год	300 000

В обучение персонала учитывает средства, необходимые для программ повышения квалификации, оплату выездов в другие города на тематические конференции и мероприятия.

Доплаты сотрудников включают стимулирующие выплаты в размере 40 тыс. руб., распределяемые среди 6 человек. Доплаты топ-менеджмента включают стимулирующие выплаты в размере 60 тыс. руб., распределяемые среди 5 человек.

Таким образом, общий бюджет КСО составляет 3 100 000 руб. Эта сумма приемлема для компании ООО «Арсенал Моторс» и составляет менее 10% от чистой прибыли.

4.6 Ожидаемая эффективность программ КСО

Оценка эффективности, разработанной программы КСО, должна строиться на основе принципов эффективности затрат на мероприятия и ожидаемых от мероприятий результатов.

Каждая реализуемая программа КСО связана с целями деятельности предприятия, ее миссией. Поэтому необходимо определить эффект от реализации программ не только для общества, но и для организации.

Таблица 25 – Оценка эффективности мероприятий КСО

№	Название мероприятия	Затраты, тыс. руб.	Эффект для компании	Эффект для общества
1.	Доплаты руководящему персоналу	720 000	Улучшение управления компанией	Благоприятное влияние на российскую экономику, связанное с эффективным осуществлением деятельности компании
2.	Доплаты сотрудникам	480 000	Замотивированные сотрудники, рост производительности труда, развитие компании	
3.	Программы обучения персонала	300 000	Повышение квалификации персонала, повышение качества услуг компании	
4.	Рекламные кампании	200 000	Устойчивое развитие компании, мотивированный сотрудник, улучшение имиджа организации	Возможность реализации
5.	Организация благотворительных городских мероприятий	1 000 000	Улучшение отношений компании с администрацией города и местным сообществом	Поддержка местных предпринимателей, создание рабочих мест
5.	Прочие расходы	300 000	Нивелирование рисков	-

Таким образом, внедрение данных мероприятий по корпоративной социальной ответственности в ООО «Арсенал Моторс» приведет к укреплению репутации и имиджа организации, повышению морального духа, профессиональному развитию кадров, росту производительности труда. Исходя из полученных результатов соотношение затрат на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества является оптимальным.

Разработка программы КСО в ООО «Арсенал Моторс» позволит ответственно подходить к своей деятельности, рассматривать ее воздействие на общество в перспективе, предвидя проблемы и решая их.

Заключение

К концу 2022-го года российский рынок лишился следующих марок: концерн Jaguar, Mazda, General Motors, Nissan, Land Rover, Mercedes-Benz, Lexus, Renault, Toyota и Volvo, а также коммерческих Ford. Также резкий переход компании ООО «Арсенал моторс» в 2022 году в убыток произошел в следствие того, что заводы по производству автомобилей брендов Kia и Mitsubishi прекратили свое производство, а соответственно и поставки автомобилей дилеру.

Тем самым уход западных автомобилей с российского рынка привел к существенным изменениям на российском автомобильном рынке. Китайские бренды начали активно занимать освободившиеся ниши.

Тема актуальна потому, что финансовая модель определения ключевых показателей поможет запланировать объемы продаж по автомобилям и произвести расчет маржинальной и операционной прибыли, взяв в расчет другие показатели.

По итогам всей работы определены следующие выводы:

1. Выяснилось, что общие расходы россиян на автомобили из Китая в 2022 году составили 314 млрд. рублей, это соответствует 21% общей финансовой емкости рынка (1,5 трлн рублей). Большая часть всех денег поступает от пяти китайских брендов, включая Chery, Haval и Geely. Если в первом полугодии лидирующую позицию занимала марка Haval, то во втором полугодии ее превзошла марка Chery. Geely – на третьем месте, EXEED – на четвертом и Changan находится на пятом месте.

2. Так как компания ООО «Арсенал моторс» является дилером бренда Geely, в 2023 году необходимо делать упор на продажи автомобилей данного бренда. Для того, чтобы спланировать продажи автомобилей и основные финансовые результаты, необходимо грамотное финансовое управление и разработка финансовой модели планирования прибыли предприятия.

3. Несмотря на то, что предприятие было убыточным в 2022 году благодаря накопленному запасу финансовой прочности за прошлые годы коэффициенты финансовой устойчивости и платежеспособности изменились не существенно. Автомобильный дилер даже на конец 2022 г. остается платежеспособным и финансово устойчивым, но не рентабельным. Это говорит о том, что, если финансовый менеджмент работает исправно, то может обеспечить такой запас.

4. Сформирована такая финансовая модель планирования операционной прибыли, которая позволит в кризисных условиях предприятию получить инструмент повышения прибыли. Исходя из требуемой годовой нормы доходности капитала и структуры источников финансирования мы определяем целевые установки на операционную прибыль, которая позволяет рассчитать объемы продаж с учетом наценки, принятой в отрасли и уровнем постоянных затрат. Далее с учетом сезонности продаж и модельного ряда устанавливаются конкретные показатели по объему продаж в ассортименте по месяцам.

Таким образом в магистерской работе были выполнены задачи следующим образом: рассмотрены и изучены теоретические и методологические аспекты анализа финансового состояния предприятия, приведена и проанализирована статистика автомобильного рынка в России, дана экономическая характеристика предприятия ООО «Арсенал Моторс», проведен финансовый анализ действующего предприятия, разработана модель планирования ключевых финансовых результатов автомобильного дилера.

По итогам работы цель достигнута и задачи выполнены.

Список публикаций обучающегося

Михайленко, Д. И. Статистика и аналитика автомобильного рынка в России / Д. И. Михайленко. — Текст : непосредственный // «Вестник науки» международный научный журнал. — ИЮНЬ 2023. — № 6 (63) Т. 1. — С. 189-195.

Список использованных источников

1. Финансовый анализ предприятия. — Текст : электронный // 1cbit : [сайт]. — URL: <https://www.1cbit.ru/blog/finansovyy-analiz-predpriyatiya/> (дата обращения: 12.06.2023).
2. Сунгатуллина, Л. Б. Перспективный анализ финансовых результатов деятельности организации / Л. Б. Сунгатуллина, И. Р. Бадгутдинова. — Текст : непосредственный // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. — 2018. — № 15. — С. 29-36.
3. Полулех, М. В. Сущность и этапы развития оперативного анализа / М. В. Полулех. — Текст : непосредственный // Экономический анализ: теория и практика. — 2018. — № 1. — С. 29-33.
4. Ретроспективный анализ. — Текст : электронный // audit-it.ru : [сайт]. — URL: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/analysis/retrospektivnyy_analiz.html (дата обращения: 08.02.2023).
5. Круглов, И. В. Преимущества и недостатки методик анализа финансового состояния предприятия / И. В. Круглов, Е. И. Козлова, Д. С. Алырщиков. — Текст : непосредственный // Вестник науки. — 2019. — № 12. — С. 172-175.
6. Чебаненко, Н. В. Факторы, влияющие на изменение финансового состояния организации / Н. В. Чебаненко, М. А. Евсеев. — Текст : непосредственный // Вестник науки. — 2019. — № 5. — С. 263-267.
7. Как составить финансовую модель бизнеса. — Текст : электронный // СБЕР Бизнес : [сайт]. — URL: http://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/finansovaya-model-biznesa-zachem-nuzhna-i-kak-postroit/ (дата обращения: 09.02.2023).
8. Что такое модель из трех утверждений?. — Текст : электронный // voxt Учебные материалы : [сайт]. — URL: <https://voxt.ru/3-model-zayavleniya/> (дата обращения: 10.02.2023).

9. Основные виды финансовых моделей. — Текст : электронный // masterplans : [сайт]. — URL: <https://www.masterplans.ru/vidi-finansovih-modelei.html> (дата обращения: 20.02.2023).

10. Бюджетирование/Финансовая модель бюджетирования. — Текст : электронный // wikibooks : [сайт]. — URL: https://ru.wikibooks.org/wiki/Бюджетирование/Финансовая_модель_бюджетирования# (дата обращения: 15.02.2023).

11. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. М.: Инфра-м, 2021. — 792 с.

12. Вертикальный анализ отчетности. — Текст : электронный // audit-it : [сайт]. — URL: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/analysis/vertical_analysis.html (дата обращения: 16.02.2023).

13. Горизонтальный анализ отчетности. — Текст : электронный // audit-it : [сайт]. — URL: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/analysis/horizontal_analysis.html (дата обращения: 16.02.2023).

14. Сравнительный анализ это. — Текст : электронный // center-yf : [сайт]. — URL: <https://center-yf.ru/data/Marketologu/sravnitelnyu-analiz-eto.php> (дата обращения: 16.02.2023).

15. Интегральный анализ прибыли. — Текст : электронный // bussin-proj : [сайт]. — URL: <https://bussin-proj.ru/integralnyj-analiz-pribyli.html> (дата обращения: 16.02.2023).

16. Анализ финансового состояния фирмы. Глава II. Анализ финансового состояния на примере производственного предприятия. — Текст : электронный // audit-it : [сайт]. — URL: <https://www.audit-it.ru/articles/finance/a106/292422.html> (дата обращения: 16.02.2023).

17. Методы финансового анализа для оценки состояния предприятий / Е. И. Воробьева, О. Г. Блажевич, Н. А. Кирильчук, Н. С. Сафонова. — Текст : непосредственный // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. — 2016. — № 2. — С. 5-13.

18. Методы финансового анализа. — Текст : электронный // e-xecutive : [сайт]. — URL: https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/Методы_финансового_анализа (дата обращения: 17.02.2023).

19. Коэффициенты ликвидности. — Текст : электронный // КонтурЭксперт : [сайт]. — URL: https://kontur.ru/expert/glossary/344-koefficienty_likvidnosti# (дата обращения: 18.02.2023).

20. Коэффициенты финансовой устойчивости. — Текст : электронный // КонтурЭксперт : [сайт]. — URL: https://kontur.ru/expert/glossary/335-koeffitsienti_stability (дата обращения: 18.02.2023).

21. Коэффициент автономии. — Текст : электронный // audit-it : [сайт]. — URL: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/solvency/coefficient_of_autonomy.html (дата обращения: 18.02.2023).

22. Коэффициент капитализации (Capitalization ratio). — Текст : электронный // audit-it : [сайт]. — URL: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/solvency/capitalization_ratio.html (дата обращения: 18.02.2023).

23. Рентабельность. — Текст : электронный // audit-it : [сайт]. — URL: <https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/performance/profitability.html#> (дата обращения: 18.02.2023).

24. Рентабельность продаж (ROS): формулы и примеры расчета. — Текст : электронный // 1cbit : [сайт]. — URL: <https://www.1cbit.ru/blog/rentabelnost-prodazh-ros-formuly-i-primery-rascheta/#> (дата обращения: 18.02.2023).

25. Коэффициенты оборачиваемости. — Текст : электронный // Корпоративный менеджмент : [сайт]. — URL: https://www.cfin.ru/encycl/ratios_activity.shtml# (дата обращения: 18.02.2023).

26. Финансовое планирование: зачем оно нужно и как правильно составить?. — Текст : электронный // 1cbit : [сайт]. — URL:

<https://www.1cbit.ru/blog/zachem-kompaniyam-nuzhno-finansovoe-planirovanie-i-kak-planiruyutsya-byudzhety/> (дата обращения: 20.02.2023).

27. Абызова, Е. В. Методы финансового планирования и особенности бюджетирования в вертикально-интегрированных структурах / Е. В. Абызова. — Текст : непосредственный // Вестник Московской международной академии. — 2019. — № 1. — С. 34-41.

28. Управление сверху вниз и снизу вверх — в чём разница?. — Текст : электронный // asana : [сайт]. — URL: <https://asana.com/ru/resources/top-down-approach#> (дата обращения: 23.02.2023).

29. Принципы и методы планирования на предприятии. — Текст : электронный // discovered : [сайт]. — URL: <https://discovered.com.ua/economy/principyu-i-metody-planirovaniya-na-predpriyatii/> (дата обращения: 23.02.2023).

30. Методы финансового планирования. — Текст : электронный // grandars : [сайт]. — URL: <https://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/metody-finansovogo-planirovaniya.html> (дата обращения: 23.02.2023).

31. Методы планирования финансовых показателей. — Текст : электронный // economics.studio : [сайт]. — URL: <https://economics.studio/finansy-kredit/metodyi-planirovaniya-finansovyih-71612.html> (дата обращения: 24.02.2023).

32. Расчетно-аналитический метод. — Текст : электронный // finance-credit : [сайт]. — URL: <https://finance-credit.news/finansovyiy-menedjment-upravlenie/vopros-raschetno-analiticheskiy-8759.html> (дата обращения: 24.02.2023).

33. Балансовый метод планирования. — Текст : электронный // its.1c : [сайт]. — URL: <https://its.1c.ru/db/puberpplan/content/23/hdoc> (дата обращения: 24.02.2023).

34. Метод оптимизации плановых решений. — Текст : электронный // Энциклопедия по экономике : [сайт]. — URL: <https://economy.ru.info/info/125167/> (дата обращения: 24.02.2023).

35. Роль экономико-математических методов в оптимизации экономических решений. — Текст : электронный // researchgate : [сайт]. — URL: https://www.researchgate.net/publication/328427037_Rol_ekonomiko-matematicheskikh_metodov_v_optimizacii_ekonomicheskikh_resenij (дата обращения: 25.02.2023).

36. Построение бюджетирования на предприятии. — Текст : электронный // wiseadvice-it : [сайт]. — URL: <https://wiseadvice-it.ru/o-kompanii/blog/articles/postroenie-budzhetrovaniya-na-predpriyatii/> (дата обращения: 25.02.2023).

37. Финансовый план предприятия: содержание и порядок разработки. — Текст : электронный // moedelo.org : [сайт]. — URL: <https://www.moedelo.org/club/upravlencheskiy-uchet/finansovyy-plan-predpriyatiya#subject-h2-1> (дата обращения: 25.05.2023).

38. Бюджетирование: проблематика, функционал и этапы внедрения. — Текст : электронный // efsol : [сайт]. — URL: <https://efsol.ru/articles/problems-budgeting.html> (дата обращения: 27.02.2023).

39. Лидеры и аутсайдеры российского авторынка в 1 квартале 2023 года. — Текст : электронный // Автостат аналитическое агенство : [сайт]. — URL: <https://www.autostat.ru/infographics/54346/> (дата обращения: 12.04.2023).

40. Больше всего автомобилей ввозится в Россию из Китая и Японии. — Текст : электронный // Автостат аналитическое агенство : [сайт]. — URL: <https://www.autostat.ru/infographics/54318/> (дата обращения: 12.04.2023).

41. Какие источники финансирования покупки автомобиля самые популярные у россиян?. — Текст : электронный // Автостат аналитическое агенство : [сайт]. — URL: <https://www.autostat.ru/infographics/54431/> (дата обращения: 12.04.2023).

42. Сколько денег тратят россияне на покупку китайских автомобилей?. — Текст : электронный // Автостат аналитическое агенство : [сайт]. — URL: <https://www.autostat.ru/infographics/54177/> (дата обращения: 12.04.2023).

43. ООО "Арсенал Моторс". — Текст : электронный // Всероссийский

бизнес центр : [сайт]. — URL: <https://vbankcenter.ru/contragent/1047000106581> (дата обращения: 14.03.2023).

44. Финансовый анализ. — Текст : электронный // Audit-it.ru : [сайт]. — URL: <https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/analysis/> (дата обращения: 17.04.2023).

45. Литовченко, В. П. Финансовый анализ : учебное пособие / В. П. Литовченко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 136 с. — ISBN 978-5-394-01703-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119220> (дата обращения: 17.04.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

46. Финансовый анализ деятельности предприятия (международные подходы). — Текст : электронный // Корпоративный менеджмент : [сайт]. — URL: <https://www.cfin.ru/finanalysis/reports/savchuk-04.shtml> (дата обращения: 20.04.2023).

47. Определяем рентабельность собственного капитала // Налог-налог.ru URL: https://nalog-nalog.ru/analiz_hozyajstvennoj_deyatelnosti_ahd/opredelyaem_rentabelnost_sobstvennogo_kapitala_formula/ (дата обращения: 20.04.2023).

48. Прыкина, Л. В. Экономический анализ предприятия : учебник / Л. В. Прыкина. — Москва : Дашков и К, 2016. — 256 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70608> (дата обращения: 25.04.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

49. Бекренева, В. А. Финансовая устойчивость организации. Проблемы анализа и диагностики: Научное издание / В. А. Бекренева. — Москва : Дашков и К, 2012. — 60 с. — ISBN 978-5-394-01935-7. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/44090> (дата обращения: 25.04.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

50. Как расчёт маржинальной прибыли может помочь бизнесу?. — Текст : электронный // Финансист : [сайт]. — URL: <https://finctrl.ru/blog/marzhinalnaya-pribyl#> (дата обращения: 02.05.2023).

51. Харевич, Г. Л. Методика маржинального анализа / Г. Л. Харевич. — Текст : электронный // ЭБ БГУ : [сайт]. — URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/213300/1/Курс%20лекций%20УА%20-%20Маржинальный%20анализ.pdf> (дата обращения: 05.05.2023).

52. Маржинальный доход: расчет и анализ показателя. — Текст : электронный // Финансовый директор : [сайт]. — URL: <https://www.fd.ru/articles/158774-chto-takoe-marjinalnyu-dohod-qqq-17-m7> (дата обращения: 10.05.2023).

53. Точка безубыточности и запас финансовой прочности: расчет по методике CVP-анализа. — Текст : электронный // Управляем предприятием : [сайт]. — URL: <https://upr.ru/article/tochka-bezubytochnosti-i-zapas-finansovoy-prochnosti-raschet-po-metodike-cvp-analiza/> (дата обращения: 10.05.2023).

54. Маржинальная прибыль: расчет и анализ показателей. — Текст : электронный // Академия продаж : [сайт]. — URL: <https://academy-of-capital.ru/blog/marzhinalnaya-pribyl/> (дата обращения: 15.05.2023).

Приложение А
Раздел ВКР на английском языке

Theoretical and Methodological Aspects of Financial Statement Analysis

1.1 Essence, Significance, Types of Financial Analysis, and Financial Modeling

1.2 Methodology for Financial Analysis

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ11	Михайленко Дарья Игоревна		

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Жданова Анна Борисовна	к.э.н.		

Консультант-лингвист отделения иностранных языков ШБИП

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ст. преподаватель	Лажотюк Любовь Андреевна	-		

1 Theoretical and Methodological Aspects of Financial Statement Analysis

1.1 Essence, Significance, Types of Financial Analysis, and Financial Modeling

An important aspect of financial analysis is its application in managerial decision-making. The results of financial analysis can assist entrepreneurs and managers in making decisions regarding financial matters such as investments, business expansion, management of accounts receivable, and inventory management.

Financial analysis is the process of evaluating the financial condition of a company, which involves analyzing financial statements, assessing the current financial situation, and forecasting future financial indicators. The objective of financial analysis is to determine how a company utilizes its financial resources and how its financial condition can be improved.

To conduct financial analysis, it is necessary to have financial statements such as the income statement, balance sheet, and statement of cash flows. Analyzing these statements allows for the identification of financial issues, determination of strengths and weaknesses of the enterprise, and assessment of resource utilization efficiency.

The methods of financial analysis can vary depending on the analysis objectives and available data. Some of the methods used in financial analysis include vertical and horizontal analysis of financial indicators, financial ratio analysis, comparative analysis, and seasonal analysis.

Thus, financial analysis is an integral part of financial management that helps enterprises assess their current financial situation and make decisions to improve their financial position.

Financial analysis holds significant importance for enterprises in the modern economy. It enables the evaluation of a company's financial condition, identification

of strengths and weaknesses, determination of resource utilization efficiency, and facilitates decision-making to enhance the financial position.

One of the main objectives of financial analysis is to identify the causes that can lead to a decline in the financial stability of an enterprise. It helps identify risks and potential issues in financial management, allowing them to be addressed before they result in serious consequences.

Financial analysis also assists enterprises in determining their financial capabilities and potential. Analysis of financial indicators can aid in developing a business development strategy and investment planning. It enables the assessment of financial risks and forecasting future financial outcomes, which is a crucial element of financial management.

Without financial analysis, an enterprise cannot effectively control and manage its finances. It is an essential tool for managerial decision-making and business planning. Furthermore, financial analysis is an integral part of the risk management process, helping prevent financial crises and maintain business stability.

Financial analysis can be conducted in different directions and forms. The types of financial analysis are reflected in Table 1.

Table 1 – Description of Types of Financial Analysis

The type of financial analysis	Description
External Analysis	Analysis is conducted based on public reports using standard methodologies to evaluate the financial position of the enterprise
Internal Analysis	Analysis is based on accounting and managerial reports, normative and planned data
Prospective (Forecasting, Preliminary) Analysis	Analysis of the results of business activities aimed at determining their future potential value. It allows for a strategic assessment of the future effectiveness of the business
Operational Analysis	Typically conducted for the following target groups: shipment and sales of products, utilization of labor, production equipment, and material resources; cost; profit and profitability; solvency. Operational analysis involves studying physical indicators, allowing for relative inaccuracies in calculations as the process is not yet complete
Current (Retrospective) Analysis	Carried out based on the results of activities for a specific period. It is based on financial statements and statistics. It combines the results of operational analysis and forms the basis for prospective analysis. It allows for the assessment of the performance of the enterprise and its units over a certain period of time

Different methods can be used for financial analysis, such as vertical and horizontal analysis, ratio analysis, and comparative analysis. Each of these methods has its advantages and disadvantages and can be used depending on the analysis objectives and data availability.

Thus, the types of financial analysis depend on the objectives set for it, as well as data availability. Each method has its own characteristics and can be used depending on the specific situation.

Advantages of financial analysis:

- allows evaluation of the current financial condition of the enterprise and identification of its strengths and weaknesses,

- helps identify trends in the development of the enterprise and forecast its future financial condition,
- enables identification of the reasons for changes in financial indicators and determines necessary measures to improve the financial condition of the enterprise,
- assists in evaluating the effectiveness of managerial decisions and making financial management decisions for the enterprise.

Disadvantages of financial analysis:

- does not consider non-financial factors such as the reputation of the enterprise, product quality, level of competition, etc,
- does not provide a complete picture of the financial condition of the enterprise, as it does not consider certain aspects such as financial risks and potential issues,
- requires accessibility and reliability of the enterprise's financial statements, which can be challenging if the financial statements are not prepared or prepared incorrectly,
- does not consider changes in the economic environment, such as changes in market conditions, which can impact the financial condition of the enterprise.

In conclusion, financial analysis has its advantages and disadvantages that need to be considered when applying it. For a more comprehensive assessment of the financial condition of an enterprise, it is necessary to consider not only financial factors but also non-financial factors, as well as changes in the economic environment.

Non-financial factors that can impact the financial condition of an enterprise can vary.

Non-financial factors:

- quality of products and services offered by the enterprise. If the products or services are of low quality, it can affect sales and, consequently, the financial condition of the enterprise,

- reputation of the enterprise in society. If the enterprise has a poor reputation, it can impact its sales and, therefore, its financial condition,
- level of competition in the market. If there is strong competition in the market, it can lead to price reductions and lower profitability for the enterprise,
- technological level and innovation. If the enterprise fails to keep up with new technologies and lacks innovation, it can reduce its competitiveness and profitability.

Changes in the economic environment can also impact the financial condition of an enterprise. Some of these changes may include:

- changes in the macroeconomic environment, such as fluctuations in inflation rates, unemployment levels, tax rates, and so on,
- political and legal changes that can affect the business environment, such as changes in legislation and regulations,
- technological and innovation changes that can impact the business environment and the competitiveness of the enterprise,
- changes in the demand for products and services due to social or demographic changes in society.

Therefore, the significance of financial analysis for enterprises is difficult to overestimate. It is an important tool for assessing the financial condition and making decisions in the field of financial management.

The essence of financial models lies in the use of mathematical and statistical methods to represent and analyze the economic condition of an object or its components, both for the company as a whole and individual departments. Financial models help forecast future revenues, expenses, cash flows, and other financial indicators of the enterprise. They are also used to assess risks and make decisions regarding financial investments.

The advantages of using financial models include the ability to improve the quality of financial forecasts and make more informed decisions based on accurate and up-to-date data. They also help prevent errors in financial management and maximize benefits for the enterprise and its shareholders.

The disadvantages of financial models are that they can be very complex and require specialized knowledge and skills for their creation and interpretation. They can also be improperly configured or based on incorrect assumptions, leading to inaccurate results. Additionally, financial models do not consider all non-financial factors that can impact the financial condition of an enterprise, such as changes in the economic and political environment.

However, when properly applied, financial models can significantly enhance the analysis of an enterprise's financial condition and assist in making critical business decisions. It is important to remember that when using financial models, all factors that can influence financial outcomes should be taken into account, and the reliability and accuracy of the obtained data should be evaluated.

The functions of a financial model include:

- analyzing the financial position of a company in the present and future, evaluating actual indicators and comparing them with expectations, as well as coordinating the work of departments to achieve established goals,
- identifying opportunities for more efficient utilization of the company's available resources,
- identifying critical indicators at which the company or its components lose economic value (e.g., breakeven points, profitability),
- assessing the level of risks and identifying critical business indicators for their control,
- providing information on how to promptly respond to changes in external and internal factors,
- analyzing the effectiveness of implementing new business areas and investment projects (IRR, NPV, DPP, etc.).

Table 2 – Objectives of Building a Financial Model

Objective	Description
Justification of the company concept	the model visually represents revenue and expense sources, market size, and other performance indicators of the organization. This allows for a deeper understanding of internal and external business processes
Attracting investments	based on the business plan and financial model, an evaluation of the company's value is carried out by investors, and decisions are made regarding the need and size of investments
Development of company strategy	the model highlights the strengths and weaknesses of the company, key economic factors influencing business growth, and focuses on key performance indicators (KPIs). The analysis helps optimize and enhance operational efficiency and enables quick responses to market changes
Benchmarking	comparing the company's performance with successful competitors' indicators to improve its own performance
Forecasting	analyzing revenues and expenses helps determine at what business volume the company becomes profitable (i.e., reaches breakeven point). The plan shows how quickly the company spends money and whether these expenses are justified

The types of financial models can vary and depend on the aspects of a company's financial activities to be analyzed. One of the most common types of financial models is budgeting, which allows for assessing the financial capabilities of a company in the future based on the analysis of current indicators. Within budgeting, the following types of models can be developed: a balance sheet model, which reflects the financial position of the company on a specific date; a cash flow model, which represents the future cash flows of the company; and a profit and loss model, which assesses the expected revenues and expenses of the company. More details about the main types of financial models are described in Table 3.

Table 3 – Main Types of Financial Models

№	Financial Model Type	Definition	Advantages of the Financial Model	Disadvantages of the Financial Model
1	Three Statement Model	A method of constructing a financial model that utilizes three main financial statements: the balance sheet, income statement, and cash flow statement	It is a standard form of financial reporting, making it convenient for comparing and analyzing companies	It does not always reflect all aspects of a company's financial activities, such as management accounting and operating expenses
			It helps identify key financial indicators such as profitability, liquidity, and financial stability	It can sometimes lack flexibility to capture specific aspects of a company or its industry
			It provides a better understanding of a company's financial position and its cash flows	It requires a high level of financial analysis expertise for proper utilization and interpretation
2	Discounted Cash Flow (DCF) Model	Used to assess the investment attractiveness of a project or company by calculating the present value of future cash flows	Takes into account the time value of money, allowing for an assessment of how profitable an investment will be in the future позволяет увидеть, насколько инвестиция будет прибыльной в будущем	It can be sensitive to changes in assumptions and forecasts based on past data and the current situation
			It is a widely used tool for evaluating companies and projects	It requires significant time and resources for development and maintenance
				The valuation of present value depends on the choice of an appropriate discount rate, which can introduce uncertainties
3	Mergers and Acquisitions (M&A) Model	A financial model used to assess the cost and potential benefits of merging or acquiring companies	Enables the determination of the cost and potential benefits of mergers or acquisitions	It is complex and requires a significant amount of data and high-level analyst expertise, which can make it challenging to apply for some companies
			It considers various factors, including expected industry changes, competitive environment, legislative changes, and other factors.	It may not be entirely accurate due to the need to consider multiple factors that may change in the future
			It helps identify critical success indicators for a deal	It does not account for potential risks and obstacles that may arise during the merger or acquisition process

Continuation of Table 3

4	IPO (Initial Public Offering)	A model used by companies when going public to sell their shares	IPO can provide significant funds for financing the company's operations and business expansion	Going public requires significant expenses for organizing and conducting the IPO, including legal, accounting, marketing, and other costs
			Going public increases the company's visibility and may attract new customers and partners	The company needs to disclose a lot of information about its operations, which can increase the risks of competition and imitation
			Investors have the opportunity to purchase company shares and profit from their growth	After going public, the company must regularly report its financial results and operations, which can create additional costs for reporting and auditing
5	LBO (Leveraged Buyout)	This is a model of financing the acquisition of a company using a large amount of debt	It allows for the acquisition of a company when there is insufficient equity capital	It is associated with a high level of risk since investments are based on assumptions about the company's future profitability and the ability to repay the debt in the future
			It increases financial leverage and potential return on investment for investors	Increasing the company's debt burden can lead to reduced financial stability and the risk of default
			It improves the efficiency of company management by increasing the management's ownership stake.	It requires a high level of risk management and financial skills
6	Valuation Model	This is a model used to assess companies based on an analysis of their financial indicators	It is simple and understandable as it uses familiar metrics such as P/E (price/earnings) and EV/EBITDA (enterprise value/earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization)	It may underestimate or overestimate the company if the metrics used are not applied properly
				It does not consider future cash flows, which can be particularly important when evaluating companies in developing industries
7	Consolidated Financial Models	These models are designed to consolidate financial data from multiple companies into a unified model	They allow for evaluating the effectiveness of merger and acquisition deals	They are complex to develop and update.
			They provide a comprehensive view of the financial condition of the group of companies	They require significant time and resource investment for data collection and analysis
			They simplify the accounting of subsidiary companies	They do not account for the specific characteristics of each company in the group, which can lead to inaccuracies in forecasts and decisions
			They enable conclusions to be drawn about the overall financial results of the group	

Continuation of Table 3

8	Budget Model	This is a financial model used for planning and controlling a company's budget	It enables the management of the company's finances, setting priorities, allocating resources, and evaluating performance	It does not account for possible unexpected market changes, which can lead to a mismatch between the actual situation and the budgeted plan
			It helps determine how much resources are needed to achieve the set goals	It can be challenging to consider all the factors that influence the budget, especially in large companies
			It creates a kind of "roadmap" that helps identify the actions required to achieve future objectives	Certain criteria may be overlooked, leading to inaccuracies in budget planning
			It allows identifying critical points that need to be focused on for effective financial management	The budgeting model may be unsuitable for companies operating in dynamic and unstable environments
Forecasting Model	This is a financial model used to predict a company's future financial performance	It helps in making decisions based on the company's future results	The accuracy of the forecast depends on the accuracy and adequacy of the input data, which can be unreliable or insufficient	
		It enhances understanding of the current situation and provides information for risk management	The forecast may lack flexibility and fail to consider possible market changes	
		It allows for identifying long-term trends and calculating projections for future investments	It can be complex to calculate and utilize for some companies, especially those lacking experience with financial models	
Option Pricing Model	This is a mathematical model used to determine the theoretical price of options based on various factors such as the underlying asset price, time to expiration, asset volatility, and other variables	It enables the evaluation of option prices based on various factors, which can be helpful in making investment decisions	It is based on several assumptions that may not reflect reality	
		It can assist investors and traders in determining the optimal strategy to protect their investments	It does not account for uncertainty and risks associated with changes in the underlying asset price, market volatility, and other factors that can impact the option price	

Financial models are an essential tool for analyzing the financial condition of a company. They help forecast future financial outcomes and make informed decisions based on mathematical calculations and statistical data.

Each financial model has its pros and cons, and the choice of a specific model depends on the analysis objectives, data availability, and other factors. For example, the Discounted Cash Flow (DCF) model is suitable for assessing the investment attractiveness of a project but requires a significant amount of input data and accurate forecasts.

The budgeting model allows for controlling the expenses and revenues of a company in the short and long term, but it may be less applicable in rapidly changing economic situations. The M&A (Mergers and Acquisitions) model helps analyze merger and acquisition opportunities but can be complex and requires high expertise.

Overall, understanding different financial models and their application in analyzing the financial condition of a company enables making informed decisions, improving management efficiency, and ensuring business stability.

1.2 Methodology for Financial Analysis

When conducting financial analysis, the main source of information is the financial statements, which provide highly informative data on the company's performance for the reporting year.

The results obtained from financial analysis are informative if the correct methodology for calculating indicators is applied. The methodology refers to the system of techniques and methods used for analysis.

One of the most common methodologies for financial analysis is the Sheremet A.D. methodology [1], which consists of seven main stages:

- 1) on the first stage, the objects, goals, and objectives of the analysis are determined,
- 2) on the second stage, a system of indicators is formed to characterize the object,

- 3) the third stage involves collecting and preparing information for calculations,
- 4) on the fourth stage, actual results are compared with planned results, as well as with the results of similar enterprises and industry averages,
- 5) the fifth stage focuses on identifying the factors and their interaction with performance indicators,
- 6) the sixth stage involves identifying reserves for improving the current situation,
- 7) the seventh stage entails evaluating the results of the analysis and developing measures for their implementation.

The methods of financial analysis include vertical analysis, horizontal analysis, comparative analysis, integrated analysis, trend analysis, and ratio analysis.

Vertical analysis. Vertical analysis focuses on determining the proportion of each item in the overall balance sheet and comparing it to the value of the previous period. Vertical analysis can be conducted based on the original or aggregated financial statements. This method allows for studying the relationships between assets, equity, and liabilities, as well as identifying the capital structure by individual elements.

Horizontal analysis. Horizontal analysis aims to determine the changes in values of various report items over a specific period of time and subsequently evaluate these changes. To conduct horizontal analysis, an analysis table is created, which includes absolute figures and relative growth or decline rates. Baseline growth or decline rates from several periods are used for this purpose.

Comparative analysis. Comparative analysis is based on both vertical and horizontal analysis. Analytical comparisons are made in three groups of indicators:

- balance sheet structure,
- balance sheet dynamics,
- structural dynamics of the balance sheet.

Comparative analysis is often used to analyze the structure of assets and the sources of their formation.

Integrated analysis. Integrated analysis is the process of studying the impact of individual factors on the overall performance. Both deterministic and statistical research methods are used in this analysis. Integrated analysis can be direct or reverse. As for reverse analysis, it is not a simple analysis but rather synthesizes its individual elements into a unified whole.

Trend analysis. Trend analysis involves calculating the relative deviation of financial indicators from a base level. Essentially, trend analysis is a variation of horizontal analysis. It is promising because it allows for forecasting changes in various indicators.

The ratio analysis. The ratio analysis method involves calculating the relationships between different financial statement indicators (financial ratios) and determining their interrelationships.

Financial ratios characterize the following aspects of a company's financial performance:

- liquidity,
- financial dependency or financial autonomy,
- business activity,
- operational efficiency,
- market characteristics of the organization.

Financial ratios measure many aspects of a business but are not used independently of financial statements. They are traditionally an integral part of financial statement analysis. Ratios allow for comparisons between:

- companies,
- industries,
- different periods of a company's operations,
- a company's performance against industry averages.

To assess the current state of a company, several financial ratios are used in comparison to benchmarks or the average values of comparable companies. If the

ratios exceed recommended limits or, conversely, fall below them, it indicates weaknesses in the company. Typically, ratios for firms in different industries, facing different risks, capital investments, and levels of competition, are not comparable and not suitable for analysis.

The ratios that provide a comprehensive understanding of a company's liquidity are:

- 1) current ratio,
- 2) absolute liquidity ratio,
- 3) quick ratio.

Table 4 presents formulas for calculating three important liquidity ratios and their normative values.

The most common among all these ratios is the Current Ratio, which investors use to assess a company's liquidity. Suppliers are interested in the Absolute Liquidity Ratio, which indicates a company's ability to repay its debts to suppliers. Creditors calculate the Quick Ratio to evaluate the company's ability to meet immediate payment obligations when providing loans.

Table 4 – Liquidity Ratios

Ratios	Formula	Normative value
Current Ratio	$\text{Current Ratio} = \text{Current Assets} / \text{Current Liabilities}$	>2
Absolute Liquidity Ratio	$\text{Absolute Liquidity Ratio} = (\text{Cash} + \text{Short-term Financial Investments}) / \text{Current Liabilities}$	>0,2
Quick Ratio	$\text{Quick Ratio} = (\text{Current Assets} - \text{Inventory}) / \text{Current Liabilities}$	>1

Next, let's consider three key factors of financial stability. The main difference between liquidity ratios and financial stability ratios is that the first group (liquidity) assesses short-term solvency, while the second group (financial stability) focuses on the long-term period. However, both ratios reflect a company's ability to meet its payment obligations and repay its debts.

This group of indicators includes three ratios:

- 1) autonomy ratio,

- 2) capitalization ratio,
- 3) equity coverage ratio of working capital.

Table 5 presents formulas for calculating three important financial stability ratios and their normative values.

Table 5 – Financial Stability Ratios

Ratios	Formula	Normative value
Autonomy Ratio	Autonomy Ratio = Equity / Assets	>0,5
Capitalization Ratio	Capitalization Ratio = (Long-term Liabilities + Short-term Liabilities) / Equity	>0,7
Equity Coverage Ratio of Working Capital	Equity Coverage Ratio of Working Capital = (Equity - Non-current Assets) / Current Assets	>0,5

The autonomy ratio (financial independence) is used by financial analysts to assess the financial stability of their own company.

The capitalization ratio is relevant for investors as it is used to evaluate investments in different companies. A company with a high capitalization ratio is considered more suitable for investment. However, an extremely high value of this ratio is not always a good sign for an investor, as it may indicate a decrease in the profitability of the company and, as a result, a reduction in the investor's income. Additionally, creditors also calculate this ratio, and the lower it is, the more preferable it is for granting credit. Arbitration managers use the equity coverage ratio of working capital.

Profitability ratios reflect the efficiency of cash management in a company. The indicators in this group include the following ratios:

- 1) Return on Assets (ROA),
- 2) Return on Equity (ROE),
- 3) Return on Sales (ROS).

Table 6 presents the formulas for calculating three important profitability ratios and their standard values.

Table 6 – Profitability Ratios

Ratios	Formula	Normative value
Return on Assets (ROA)	Return on Assets = Net Income / Assets	>0
Return on Equity (ROE)	Return on Equity = Net Income / Equity	>0
Return on Sales (ROS)	Return on Sales = Net Income / Revenue	>0

Financial analysts use the Return on Assets (ROA) ratio to assess a company's profitability in terms of returns. It shows the financial return the company generates from its assets.

The Return on Equity (ROE) ratio is of interest to business owners and investors. It reflects the efficiency of utilizing the capital invested in the enterprise.

The Return on Sales (ROS) ratio is of interest to sales department managers, investors, and business owners. It reflects the efficiency of selling the company's core products and helps determine the share of costs in total sales. It's important to note that not only the sales volume of the company matters but also the net income.

Activity turnover ratios measure the non-financial efficiency of a company's operations. This group of ratios differs from the profitability ratios as they show the non-financial efficiency of the company's activities.

This group of indicators includes three ratios:

- 1) Accounts Receivable Turnover Ratio,
- 2) Accounts Payable Turnover Ratio,
- 3) Inventory Turnover Ratio.

Table 7 presents formulas for calculating three important business activity ratios and their normative values.

Table 7 – Activity Turnover Ratios

Ratios	Formula	Normative value
Accounts Payable Turnover Ratio	Accounts Receivable Turnover Ratio = Sales Revenue / Average Accounts Receivable	analysis of dynamics
Accounts Payable Turnover Ratio	Accounts Payable Turnover Ratio = Sales Revenue / Average Accounts Payable	analysis of dynamics
Inventory Turnover Ratio	Inventory Turnover Ratio = Sales Revenue / Average Inventory	analysis of dynamics

The Accounts Receivable Turnover ratio is used by the CEO, CFO, financial managers, commercial director, sales department managers, and sales managers. This ratio reflects the efficiency of the company's interaction with its counterparties.

The Accounts Payable Turnover ratio is primarily used to identify ways to increase the company's liquidity and is attractive to both owners and creditors. It shows how many times the company has paid its debts to creditors during the reporting period (typically on a monthly, quarterly, or annual basis).

The Inventory Turnover ratio can be used by the commercial director, sales department manager, and sales managers. It determines the efficiency of inventory management in the company.

The results of financial analysis allow conclusions to be drawn about the resource provision of the company and the efficiency of their utilization. These results serve as a basis for making managerial decisions.

Приложение Б

Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2019-2021 гг.

место штампа
налогового органа

УТВЕРЖДЕНА
Приказом ФНС России
от 25.02.2009 г. №ММ-7-6/85@

(реквизиты налогоплательщика (представителя):
- полное наименование организации, ИНН/КПП;
- Ф.И.О. индивидуального предпринимателя
(физического лица), ИНН (при наличии))

Квитанция о приеме налоговой декларации (расчета) в электронном виде

Налоговый орган ИФНС России по г.Томску(код 7017) настоящим документом подтверждает, что
(наименование и код налогового органа)

ООО "Арсенал Моторс", 7017091070/701701001
(полное наименование организации, ИНН/КПП; ФИО индивидуального предпринимателя (физического лица), ИНН (при наличии))
представил(а) 25.03.2022 в 08.23.45 налоговую декларацию (расчет)

Бухгалтерская (финансовая) отчетность, первичный, 34, 2021 год
(наименование налоговой декларации, вид документа, отчетный период, отчетный год)

в файле - NO_VUNOTCH_7017_7017_7017091070701701001_20220325_34E87227-A1AA-4416-890C-CD4A7A4C8DCF
(наименование файла)

в налоговый орган ИФНС России по г.Томску(код 7017),
(наименование и код налогового органа)

которая поступила 25.03.2022 и принята налоговым органом 25.03.2022,
регистрационный номер 0000000001435462110.

Должностное лицо

(наименование налогового органа) ДИРЕКТОР БОРОНКОВ НН
(классный чин) (подпись) (Ф.И.О.)



ЭП: Смирнова Ирина Владимировна, ИФНС России по г. Томску

Рисунок Б.1 – Квитанция о приеме налоговой декларации (расчета) в электронном виде

Продолжение приложения Б

25.03.2022

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 05.10.2011 № 124н, от 06.04.2015 № 57н,
от 06.03.2018 № 41н, от 19.04.2019 № 61н)

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2021 г.

Организация ООО "Арсенал Моторс"
Идентификационный номер налогоплательщика
Вид экономической деятельности Торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах
Организационно-правовая форма / форма собственности Прочие юридические лица, являющиеся коммерческими организациями/Частная собственность
Единица измерения: тыс. руб.
Местонахождение (адрес) 634040, г. Томск, ул.Владимира Высоцкого, 25, стр.3

Коды	
Форма по ОКУД	0710001
Дата (число, месяц, год)	
по ОКПО	71733094
ИНН	7017091070
по ОКВЭД 2	45.11.2
по ОКФС / ОКФС	19000 16
по ОКЕИ	384

Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту ДА НЕТ

Наименование аудиторской организации/фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального аудитора

Идентификационный номер налогоплательщика
аудиторской организации/индивидуального аудитора
Основной государственный регистрационный номер аудиторской организации/индивидуального аудитора

ИНН
ОГРН/
ОГРНИП

Пояснения 1	Наименование показателя 2	Код	На 31 декабря 2021 г. 3	На 31 декабря 2020 г. 4	На 31 декабря 2019 г. 5
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	27 519	32 188	37 048
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	3 263	65	-
	Итого по разделу I	1100	30 782	32 253	37 048
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	120 166	141 320	142 563
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	216	4 074	12 623
	Дебиторская задолженность	1230	23 711	7 483	11 566
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	14 571	53 116	53 116
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	95 434	15 689	5 756
	Прочие оборотные активы	1260	371	3 205	697
	Итого по разделу II	1200	254 469	224 887	226 321
	БАЛАНС	1600	285 251	257 140	263 369

ДИРЕКТОР
БОРЯКОВ НН

ЭП: Боряков Николай Николаевич, ООО "АРСЕНАЛ МОТОРС"

Рисунок Б.2 – Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2021 г.

Продолжение приложения Б

Форма 0710001 с. 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2021 г. ³	На 31 декабря 2020 г. ⁴	На 31 декабря 2019 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	5 000	5 000	5 000
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ⁷	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	212 997	106 194	50 504
	Итого по разделу III	1300	217 997	111 194	55 504
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	10 704	41 279	99 586
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	10 704	41 279	99 586
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	-	-	92 294
	Кредиторская задолженность	1520	56 467	104 659	15 985
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	83	8	-
	Итого по разделу V	1500	56 550	104 667	108 279
	БАЛАНС	1700	285 251	257 140	263 369

Руководитель  Воронков Н.Н.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 23 " марта 2022 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказом государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетная дата отчетного периода.
4. Указывается предыдущий год.
5. Указывается год, предшествующий предыдущему.
6. Некоммерческая организация именуется указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Паевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).
7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

ЭП: Воронков Николай Николаевич, ООО "АРСЕНАЛ МОТОРС"

Рисунок Б.3 – Продолжение бухгалтерского баланса на 31 декабря 2021 г.

Продолжение приложения Б

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 06.04.2015 № 57н, от 06.03.2018 № 41н,
от 19.04.2019 № 61н)

Отчет о финансовых результатах за 2021 г.

Организация <u>ООО "Арсенал Моторс"</u>	по ОКПО	71733094
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	7017091070
Вид экономической деятельности <u>Торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах</u>	по ОКВЭД 2	45.11.2
Организационно-правовая форма / форма собственности <u>Прочие юридические лица, являющиеся коммерческими организациями/Частная собственность</u>	по ОКОПФ / ОКФС	19000 16
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2021 г. ³	За 2020 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	1 336 676	1 164 968
	Себестоимость продаж	2120	(1 132 046)	(1 050 992)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	204 630	113 976
	Коммерческие расходы	2210	(124 648)	(90 089)
	Управленческие расходы	2220	(-)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	79 982	23 887
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	1 941	1 091
	Проценты к уплате	2330	(321)	(12 568)
	Прочие доходы	2340	22 864	17 837
	Прочие расходы	2350	(13 567)	(8 723)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	90 899	21 524
	Налог на прибыль ⁷	2410	(9 036)	-
	в т.ч. текущий налог на прибыль	2411	(9 036)	(-)
	отложенный налог на прибыль	2412	-	-
	Прочее	2460	34 940	34 166
	Чистая прибыль (убыток)	2400	116 803	55 690

ДИРЕКТОР  ВОРОНКОВ ИИ



ЭП: Воронков Николай Николаевич, ООО "АРСЕНАЛ МОТОРС"

Рисунок Б.4 – Отчет о финансовых результатах за 2021 г.

Продолжение приложения Б

Форма 0710002 с. 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2021 г. ³	За 2020 г. ⁴
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	(10 000)	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода ⁷	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	106 803	55 690
	Справочно			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель



Воронков Н.Н.

(подпись)

(расшифровка подписи)

" 23 " марта 2022 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказом государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода, Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода".
7. Отражается расход (доход) по налогу на прибыль.

ЭП: Воронков Николай Николаевич, ООО "АРСЕНАЛ МОТОРС"

Рисунок Б.5 – Продолжение отчета о финансовых результатах за 2021 г.

Продолжение приложения Б

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 06.04.2015 № 57н, от 06.03.2018 № 41н,
от 19.04.2019 № 61н)

Отчет о финансовых результатах за 2020 г.

Организация ООО "Арсенал Моторс"	Форма по ОКУД	Коды	
Идентификационный номер налогоплательщика	Дата (число, месяц, год)	0710002	
Вид экономической деятельности	по ОКПО	71733094	
Организационно-правовая форма / форма собственности	ИНН	7017091070	
лица, являющиеся коммерческими организациями/Частная собственность	по ОКВЭД 2	45.11.2	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКФС	19000	16
	по ОКЕИ	384	

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2020 г. ³	За 2019 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	1 164 968	1 017 463
	Себестоимость продаж	2120	(1 050 992)	(947 727)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	113 976	69 736
	Коммерческие расходы	2210	(90 089)	(75 136)
	Управленческие расходы	2220	(-)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	23 887	(5 400)
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	1 091	928
	Проценты к уплате	2330	(12 568)	(16 331)
	Прочие доходы	2340	17 837	26 868
	Прочие расходы	2350	(8 723)	(5 648)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	21 524	417
	Текущий налог на прибыль	2410	(-)	(-)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-
	Прочее	2460	34 166	(27)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	55 690	390

ДИРЕКТОР  ВОРОНКОВ НН



Копия верна

ЭП: Смирнова Ирина Владимировна, ИФНС России по г. Томску
Воронков Николай Николаевич, ООО «Арсенал Моторс»

Рисунок Б.6 – Отчет о финансовых результатах за 2020 г.

Продолжение приложения Б

Форма 0710002 с. 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2020 г. ³	За 2019 г. ⁴
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	55 690	390
	Справочно			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель  Воронков Н.Н.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 4 " марта 2021 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

Копия верна

ЭП: Смирнова Ирина Владимировна, , ИФНС России по г. Томску
Воронков Николай Николаевич, , ООО «Арсенал Моторс»

Рисунок Б.7 – Продолжение отчета о финансовых результатах за 2020 г.

Приложение В

Динамика и структура отчета о финансовом положении предприятия

Таблица – Динамика и структура отчета о финансовом положении (баланса) ООО «Арсенал Моторс», тыс. руб.

Наименование раздела/статьи	31.12.2019		31.12.2020		31.12.2021		31.12.2022		Изменение 2020 г. к 2019 г.	Изменение 2021 г. к 2020 г.	Изменение 2022 г. к 2021 г.
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.						
Активы											
I Внеоборотные активы, в т.ч.											
Основные средства	37 048	14,07	32 188	12,52	27 519	9,65	33 420	13,21	-4860	-4 669	5 901
Прочие внеоборотные активы	0	0	65	0,03	3 263	1,14	11 558	4,57	65	3 198	8 295
Итого по разделу I	37 048	14,07	32 253	12,54	30 782	10,79	44 978	17,78	-4795	-1 471	14 196
II Оборотные активы, в т.ч.											
Запасы	142 563	54,13	141 320	54,96	120 166	42,13	137 364	54,29	-1243	-21 154	17 198
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	12 623	4,79	4 074	1,58	216	0,08	476	0,19	-8549	-3 858	260
Дебиторская задолженность	11 566	4,39	7 483	2,91	23 711	8,31	37 921	14,99	-4083	16 228	14 210
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	53 116	20,17	53 116	20,66	14 571	5,11	7 877	3,11	0	-38 545	-6 694
Денежные средства и денежные эквиваленты	5 756	2,19	15 689	6,10	95 434	33,46	22 870	9,04	9933	79 745	-72 564
Прочие оборотные активы	697	0,26	3 205	1,25	371	0,13	1 519	0,60	2508	-2 834	1 148
Итого по разделу II	226 321	85,93	224 887	87,46	254 469	89,21	208 027	82,22	-1434	29 582	-46 442
БАЛАНС	263 369	100	257 140	100	285 251	100	253 005	100	-6229	28 111	-32 246

Продолжение приложения В

Таблица – Динамика и структура отчета о финансовом положении (баланса) ООО «Арсенал Моторс», тыс. руб.

Пассивы											
III Капитал и резервы, в т.ч.											
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	5 000	1,90	5 000	1,94	5 000	1,75	5 000	1,98	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	50 504	19,18	106 194	41,30	212 997	74,67	195 711	77,35	55690	106 803	-17 286
Итого по разделу III	55 504	21,07	111 194	43,24	217 997	76,42	200 711	79,33	55690	106 803	-17 286
IV Долгосрочные обязательства, в т.ч.											
Заемные средства	99 586	37,81	41 279	16,05	10 704	3,75	27 171	10,74	-58307	-30 575	16 467
Итого по разделу IV	99 586	37,81	41 279	16,05	10 704	3,75	27 171	10,74	-58307	-30 575	16 467
V Краткосрочные обязательства, в т.ч.											
Заемные средства	92 294	35,04	0	-	0	-	0	-	-92 294	0	0
Кредиторская задолженность	15 985	6,07	104 659	40,70	56 467	19,80	20 796	8,22	88674	-48 192	-35 671
Прочие обязательства	0	-	8	0,00	83	0,03	4 327	1,71	8	75	4 244
Итого по разделу V	108 279	41,11	104 667	40,70	56 550	19,82	25 123	9,93	-3612	-48 117	-31 427
БАЛАНС	263 369	100	257 140	100	285 251	100	253 005	100	-6229	28 111	-32 246

Приложение Г

Динамика и структура отчета о финансовых результатах предприятия

Таблица – Динамика и структура отчета о финансовых результатах ООО «Арсенал Моторс» за 2019-2022 гг., тыс. руб.

Наименование показателя	За 2019 г.		За 2020 г.		За 2021 г.		За 2022 г.		Изменение 2020 г. к 2019 г.	Изменение 2021 г. к 2020 г.	Изменение 2022 г. к 2021 г.
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.						
Выручка	1 017 463	100	1 164 968	100	1 336 676	100	629 129	100	147 505	171 708	-707 547
Себестоимость продаж	947 727	93,15	1 050 992	90,22	1 132 046	84,69	487 938	77,56	103 265	81 054	-644 108
Валовая прибыль (убыток)	69 736	6,85	113 976	9,78	204 630	15,31	141 191	22,44	44 240	90 654	-63 439
Коммерческие расходы	75 136	7,38	90 089	7,73	124 648	9,33	153 912	24,46	14 953	34 559	29 264
Прибыль (убыток) от продаж	-5 400	-0,53	23 887	2,05	79 982	5,98	-12 721	-2,02	18 487	56 095	-92 703
Проценты к получению	928	0,09	1 091	0,09	1 941	0,15	4 310	0,69	163	850	2 369
Проценты к уплате	16 331	1,61	12 568	1,08	321	0,02	6 268	1,00	-3 763	-12 247	5 947
Прочие доходы	26 868	2,64	17 837	1,53	22 864	1,71	12 697	2,02	-9 031	5 027	-10 167
Прочие расходы	5 648	0,56	8 723	0,75	13 567	1,01	5 217	0,83	3 075	4 844	-8 350
Прибыль (убыток) до налогообложения	417	0,04	21 524	1,85	90 899	6,80	-7 199	-1,14	21 107	69 375	-98 098
Налог на прибыль	0	0,00	0	0,00	9 036	0,68	0	0,00	0	9 036	-9 036
Прочее	27	0,00	34 166	2,93	34 940	2,61	-87	-0,01	34 139	774	-35 027
Чистая прибыль (убыток)	390	0,04	55 690	4,78	116 803	8,74	-7 286	-1,16	55 300	61 113	-124 089

Приложение Д
Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2022 г.

ООО "АРСЕНАЛ МОТОРС"

25.05.2023

Форма №1. Бухгалтерский баланс

Суммы указаны в тысячах рублей

	Код	Начало 2022	Конец 2022
Баланс	1600	285 305	253 005
Внеоборотные активы			
Нематериальные активы	1110	—	—
Результаты исследований и разработок	1120	—	—
Нематериальные поисковые активы	1130	—	—
Материальные поисковые активы	1140	—	—
Основные средства	1150	27 519	33 420
Финансовые вложения	1170	—	—
Отложенные налоговые активы	1180	—	—
Прочие внеоборотные активы	1190	3 263	11 558
Итого	1100	30 782	44 978
Оборотные активы			
Запасы	1210	120 166	137 364
НДС по приобретенным ценностям	1220	217	476
Дебиторская задолженность	1230	23 708	37 921
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	14 571	7 877
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	95 434	22 870
Прочие оборотные активы	1260	427	1 519
Итого	1200	254 523	208 027

Рисунок Д.1 – Бухгалтерский баланс за 2022 г.

Продолжение приложения Д

Капитал и резервы			
Уставный капитал	1310	5 000	5 000
Переоценка внеоборотных активов	1340	—	—
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	—	—
Резервный капитал	1360	—	—
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	212 997	195 711
Итого	1300	217 997	200 711
Долгосрочные обязательства			
Заемные средства	1410	10 704	27 171
Отложенные налоговые обязательства	1420	—	—
Прочие обязательства	1450	—	—
Итого	1400	10 704	27 171
Краткосрочные обязательства			
Заемные средства	1510	—	—
Кредиторская задолженность	1520	56 522	20 796
Доходы будущих периодов	1530	—	—
Оценочные обязательства	1540	—	—
Итого	1500	56 604	25 123

Рисунок Д.2 – Продолжение бухгалтерского баланса за 2022 г.

Продолжение приложения Д

Форма №2. Отчет о финансовых результатах

	Код	Начало 2022	Конец 2022
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка	2110	1 336 676	629 129
Себестоимость продаж	2120	1 132 046	487 938
Валовая прибыль (убыток)	2100	204 630	141 191
Коммерческие расходы	2210	124 648	153 912
Управленческие расходы	2220	—	—
Прибыль (убыток) от продаж	2200	79 982	-12 721
Прочие расходы и доходы			
Доходы от участия в других организациях	2310	—	—
Проценты к получению	2320	1 941	4 310
Проценты к уплате	2330	321	6 268
Прочие доходы	2340	22 864	12 697
Прочие расходы	2350	13 567	5 217
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	90 899	-7 199
Налог на прибыль	2410	-9 036	—
текущий налог на прибыль	2411	9 036	—
отложенный налог на прибыль	2412	—	—
Прочее	2460	34 940	-87
Чистая прибыль (убыток)	2400	116 803	-7 286
Результат от переоценки внеоборотных активов, не	2510	—	—
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-10 000	-10 000

Рисунок Д.3 – Отчет о финансовых результатах за 2022 г.