

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжская академия образования и искусств
имени Святителя Алексия, митрополита Московского»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) «Экономика предприятий и организаций»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

**«Доходы предприятия и пути их увеличения
(на примере ООО «Автоспринтер 63»»**

Выполнила студентка
5 курса группы Эз-501
заочной формы обучения
Самогорова Мария Олеговна

Научный руководитель
Торхова Анна Николаевна,
доцент, к. экон. н.
(Ф.И.О., должность, уч.степень, уч.звание)

(подпись)

Допустить к защите:

Заведующий кафедрой

(подпись)

(Ф.И.О.)

«___» _____ 20__ г.

Тольятти

2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1 Теоретические основы доходов коммерческой организации....	9
1.1 Понятие, сущность и состав доходов	9
1.2 Методы формирования доходов коммерческой организации.....	21
1.3 Особенности доходов коммерческой организации в сфере производства и реализации запчастей к автомобилям.....	27
Глава 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности общества с ограниченной ответственностью «Автоспринтер 63»	34
2.1 Общая характеристика ООО «Автоспринтер 63».....	34
2.2 Оценка основных технико-экономических показателей деятельности ООО «АВТОСПРИНТЕР 63»	37
Глава 3 Повышение доходов деятельности предприятия ООО «Автоспринтер 63».....	48
3.1 Разработка мероприятий, направленных на повышение доходов предприятия.....	48
3.2 Расчёт экономической эффективности предложенных мероприятий	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
Библиографический список	63
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	69

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях рыночной экономики подтверждением финансовой устойчивости и независимости коммерческого предприятия является доход. В условиях активно развивающихся рыночных отношений, доход носит первостепенный характер как фактор финансового благополучия и источник экономической стабильности.

Доход является ключевым фактором в деятельности любого предприятия. Доход не только влияет на прибыль, но и определяет различные мероприятия, направленные на увеличение объемов производства, продаж и в целом эффективности деятельности.

Увеличение доходов предприятия можно достигать различными способами, включая увеличение объемов производства, расширение ассортимента продукции (товаров), изменению ценообразования, увеличение доли рынка или сокращения издержек. Для этого необходимо быть хорошо знакомым с факторами, влияющими на доходность предприятия, особенностями формирования доходов конкретной отрасли, основными участниками рынка (структурой рынка), спецификой производства и реализации конкретных товаров и услуг.

В целом управление доходами является ключевой функцией управления и позволяет предприятиям достигать поставленных целей, максимизировать прибыль, укреплять позиции на рынке, иметь преимущества над конкурентами по отрасли.

В свою очередь, анализ доходов предприятия является составной частью анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия и одним из наиболее действенных инструментов учета и контроля использования материальных, трудовых, денежных ресурсов предприятия в условиях рынка. Результаты данного анализа используются в планировании производства и оценке эффективности работы предприятия в целом.

Таким образом, актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью и важностью анализа доходов, структуры доходов, финансовых результатов для предприятий всех форм собственности как способа определения путей и резервов повышения прибыли предприятия.

Актуальность анализа доходов предприятий, работающих в сфере производства и реализации запчастей к автомобилям, обусловлена тем, что в современном мире существует ряд объективных причин развития данного сектора на территории Российской Федерации. Одной из самых значимых причин является тенденция стабильного роста спроса на запчасти различных видов автотранспорта, а также, политика импортозамещения. Актуальность этого бизнеса подтверждается подготовкой проекта правительства РФ «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации до 2035 года» [22]. Так, можно отметить, что если разумно подойти к производству и реализации автозапчастей и учитывать определенную специфику и факторы данного вида бизнеса, проводить анализ финансово-хозяйствующей деятельности и, в частности, анализ доходов предприятия, то эта деятельность может приносить высокий и стабильный доход.

Целью исследования является оценка формирования доходов ООО «Автоспринтер 63» и разработка рекомендаций по повышению доходов организации.

Для достижения данной цели нами были поставлены следующие задачи:

1. Изучить понятие, сущность и состав доходов предприятия;
2. Рассмотреть методы формирования доходов коммерческой организации;
3. Изучить особенности доходов коммерческой организации в сфере производства и реализации запчастей к автомобилям;
4. Провести анализ доходов предприятия ООО «Автоспринтер 63»;
5. Разработать мероприятия, направленные на повышение доходов

предприятия и рассчитать их экономическую эффективность.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является ООО «Автоспринтер 63».

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является производственно-хозяйственная деятельность предприятия ООО «Автоспринтер 63».

Для подготовки работы рассмотрена и изучена методическая, научная и учебная литература, нормативные документы, законодательные акты, статьи периодической печати, статистический материал предприятия, а также изучены и проанализированы данные финансовой отчетности объекта исследования.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы труды ученых таких как: А.Д. Загородный, А.М. Герасимович, А.Н. Азрилиян, Б.А. Райзберг, Н.П. Брагин, Т. Теплова, Х.У. Умарова, А.Х.Авезова, Т.Дж. Усмановой, А.А. Назарова, М.Д. Пулатова, Р.М. Бабаджанова, И.С.Хоркашова, И.А. Ходиева, М.Т. Кенджаева и др. На современном этапе развития концептуальных подходов к исследованию доходов организации, закономерности типологии, посвящены работы ряда известных ученых: Билсборроу Е., Грэм Хьюго, А.С. Обераи и др.

Информационная и статистическая база: нормативные документы, научная и учебно-методическая литература на тему исследования, отчетные данные ООО «Автоспринтер 63», иные нормативно-законодательные материалы по теме исследования.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, приложений.

В первой главе рассмотрены теоретические основы доходов коммерческой организации. Понятие, сущность и состав доходов, методы формирования доходов коммерческой организации, а также, особенности доходов коммерческой организации в сфере производства и реализации запчастей к автомобилям.

В рамках второй главы проводится анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Автоспринтер 63». Дана общая характеристика предприятия, оценка основных технико-экономических показателей деятельности.

В третьей главе разработаны мероприятия, направленные на повышение финансового обеспечения предприятия и проведен расчет экономической эффективности предложенных мероприятий.

В заключении сформулированы основные выводы о проделанной работе.

Глава 1 Теоретические основы доходов коммерческой организации

1.1 Понятие, сущность и состав доходов

Доходами организации принято считать увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств или иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала организации, за исключением вкладов собственников имущества [24, с. 31-38].

Наиболее точное определение доходов приведено в Приказе Минфина РФ от 6 мая 1999 г. N 32н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» (с изменениями) [2].

Доходы предприятия принято различать по источнику, способам, регулярности и очередности получения. Доход может приносить собственность на факторы производства, они могут быть получены частным лицом, фирмой, государством в наличной или безналичной форме.

Доходы и расходы предприятия имеют одинаковую структуру построения и делятся на доходы (расходы) от обычных видов деятельности и прочие доходы (расходы) (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 - Классификация доходов организации

Так, к доходам от обычных видов деятельности относятся:

1. Выручка от продажи продукции и товаров, реализации услуг;
2. Дебиторская задолженность;
3. Арендная плата;
4. Лицензионные платежи и роялти.

Доход, связанный с предоставлением услуг, определяется, исходя из степени завершенности операций по предоставлению услуг на дату баланса, если может быть достоверно оценен результат этой операции.

Результат операции по предоставлению услуг может быть достоверно оценен при наличии всех следующих условий:

1. Возможность достоверной оценки доходов;
2. Вероятность поступления экономических выгод от предоставления услуг;
3. Возможность достоверной оценки степени завершенности предоставления услуг на дату баланса;
4. Возможность достоверной оценки расходов, осуществленных для предоставления услуг и необходимых для их завершения [22].

В бухгалтерском учете, доход от предоставления услуг, которые включают в себя неопределенное количество действий (операций) за определенный период, обычно равномерно начисляется за этот период.

Если доход от предоставления услуг не может быть достоверно определен, то его можно отражать в бухгалтерском учете в виде определенных расходов, подлежащих возмещению.

Что касается доходов, связанных с дебиторской задолженностью, то она может быть скорректирована при проведении процедуры оценки сомнительных и безнадежных долгов, а также при учете резервов под сомнительную задолженность. В этом случае, величина дохода или выручки от продажи продукции должна быть скорректирована на сумму связанной с ней сомнительной и безнадежной дебиторской задолженности.

Доход, который возникает в результате использования активов

предприятия другими сторонами, обычно определяется в форме процентов, роялти и дивидендов.

Проценты – это доход, который получает компания от выдачи займов и кредитов, причем процентные ставки определяются договором между сторонами.

Роялти – это вид дохода от лицензирования интеллектуальной собственности, например, от использования товарного знака, патента или авторского права. Роялти могут взиматься в форме процента от выручки, полученной от использования актива, или в виде фиксированной суммы за определенный период времени.

Дивиденды – это доход, получаемый акционерами от прибыли компании. Дивиденды выплачиваются в денежной форме или акциями компании. Размер дивидендов зависит от финансовых результатов компании и может быть установлен ее руководством или общим собранием акционеров.

Таким образом, формы определения дохода, связанного с использованием активов предприятия другими сторонами, могут различаться в зависимости от характеристик актив, условий договора и других факторов.

Доход, который возникает в результате использования активов предприятия другими сторонами, определяется в форме процентов, роялти и дивидендов, если:

1. Вероятно поступление экономических выгод, связанных с такой операцией;
2. Доход может быть достоверно оценен.

Порядок определения такого дохода соответствует правилам бухгалтерского учета и отражает хронологическую последовательность начисления и выплаты доходов. Сначала производится расчет процентов в отчетном периоде исходя из базы их начисления и срока пользования активами, затем роялти, которые начисляются в соответствии с условиями соответствующего соглашения, и, наконец, дивиденды, которые определяются при принятии решения об их выплате.

Это позволяет точно отразить доходы компании и подтвердить их законность и соответствие действующим нормам и правилам. Для повышения финансовой устойчивости важное значение имеет рост его доходов, а как следствие – доходности, является одним из основных источников пополнения собственного капитала [15, 37-38].

К прочим доходам относятся: [3]

1. Операционные доходы;
2. Внереализационные доходы;
3. Чрезвычайные доходы.

Разберемся более подробно.

Операционными доходами являются:

1. Поступления, связанные с предоставлением за плату во временное владение активов организации;
2. Поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности;
3. Поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций;
4. Прибыль, полученная в результате совместной деятельности;
5. Поступления от продажи основных средств или иных активов;
6. Проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации или проценты за использование банком денежных средств.

Внереализационными доходами являются:

1. Штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
2. Активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;
3. Поступления в возмещение причиненных организации убытков;
4. Прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;
5. Суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым

истек срок исковой давности;

6. Курсовые разницы;
7. Сумма дооценки активов;
8. Прочие внереализационные доходы.

В свою очередь, чрезвычайными доходами считаются поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т.п.): страховое возмещение, стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и т.д.

Далее уделим внимание определению термина «доход». В различных научных и экономических источниках можно встретить разные определения.

Так, например, в словарь Загородного А. Д. [35, с. 153-154] дает толкование термина «доход» – увеличение экономических выгод в течение отчетного периода в форме приобретения или роста активов или уменьшения обязательств, обеспечивает увеличение капитала и не являются взносами участников (акционеров) деньги или материальные ценности, полученные от производственной, коммерческой, посреднической или иной деятельности.

Герасимович А.М. [36, с. 352] дает следующее определение «дохода»: доход – это рост экономических выгод в течение отчетного периода в виде поступления активов или увеличения их полезности или в виде уменьшения обязательств, результатом чего является увеличение собственного капитала (причем такое увеличение не связано с взносами учредителей). Доходы признаются в учете в период, когда произошел рост будущих экономических выгод, связанных с увеличением активов или с уменьшением обязательств, и такой рост (уменьшение) можно достоверно оценить. Это означает, что признание дохода происходит одновременно с признанием роста актива или уменьшений обязательства.

На сегодняшний день существует множество определений понятия «доход». Это связано с различными подходами авторов. Некоторые из них

представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Характеристика понятия «доходы» различными авторами

Автор	Определение
А.Н. Азрилиян	Доходы представляют собой увеличение активов или уменьшение обязательств компании, которые вызваны обычной хозяйственной деятельностью предприятия и приводят к увеличению собственного капитала [5].
Б.А. Райзберг	Доходы – любой приток денежных средств или получение материальных ценностей, обладающих денежной стоимостью [41].
О.Н. Ерохина и А.В. Башмачникова	Доходы – это экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитывается в случае возможности ее оценки [50].
Н.П. Брагина	Доходы – это поступления за оказанные услуги и выполнение работы, прочие доходы от неосновного вида деятельности [10].

Гражданский кодекс [1, ст. 120] содержит указания на полное или частичное финансирование частных и бюджетных учреждений со стороны собственника (рисунок №1.2).



Рисунок 1.2 - Действующий порядок определения организационно-правовой формы учреждений РФ (согласно Гражданскому кодексу РФ)

В современных условиях постоянно изменяющейся рыночной среды все коммерческие предприятия должны быстро и гибко реагировать на изменения, учитывать потребности и требования потребителей, а также, постоянно улучшать качество своего товара. Для того чтобы оставаться конкурентоспособными и развиваться в своей отрасли, необходимо уделять внимание инновациям и передовым технологиям, улучшать свои бизнес проекты. Также, большое значение в успешном функционировании предприятия играют трудовые ресурсы. Не стоит забывать о развитии персонала и формировании команды профессионалов, способных эффективно и качественно работать и удовлетворять потребности клиентов.

Ключевыми факторами, влияющими на доходность коммерческого предприятия, являются его конкурентная позиция, качество продукции и услуг, уровень инноваций, система ценообразования и эффективность управления бизнесом в целом. Помимо всего вышеперечисленного, необходимо учитывать особенности региональной экономики и отраслевые особенности. Доход предприятия зависит не только от объема продаж, но и от степени эффективности использования всех видов ресурсов, обеспечивающих производство и реализация товаров и (или) услуг. Именно поэтому важнейшей задачей успешного бизнеса является оптимизация бизнес-процессов, формирование профессионального кадрового состава.

Потенциал предприятия – это комплекс факторов, обеспечивающих его возможности для успешного функционирования и дальнейшего развития. Он включает в себя следующие составляющие:

1. Финансовые ресурсы. Качество управления финансовыми ресурсами является первоочередным фактором, влияющим на успех предприятия;
2. Материально-технические ресурсы. Это оборудование, сырьевые материалы, энергия, помещения и прочее;
3. Трудовые ресурсы. Это профессиональный потенциал

работников, уровень образования, квалификация и опыт работы сотрудников;

4. Интеллектуальный инновационный потенциал. Это научные исследования и разработки, новые технологии, идеи и концепции;

5. Маркетинговый потенциал. Он включает в себя понимание потребностей и желаний потребителей, понимание рынков и конкурентных условий;

6. Репутация предприятия. Имидж компании, ее репутация, бренд-эффект;

Эти факторы взаимосвязаны и влияют друг на друга, создавая сильную основу для развития бизнеса.

В свою очередь, государственные и муниципальные предприятия играют важную роль в социально-экономическом развитии страны. В соответствии со ст. 2 Федерального закона «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ней собственником [4]. В форме унитарных предприятий могут быть созданы только государственные и муниципальные предприятия. Государственные и муниципальные учреждения являются получателями бюджетных средств, выделяемых с разных уровней бюджета. Государственные и муниципальные учреждения используют бюджетные средства в соответствии с утвержденной Федеральным казначейством Российской Федерации совместно с главным распорядителем бюджетных средств сметой доходов и расходов. Главный распорядитель определяет права бюджетных учреждений по перераспределению расходов по предметным статьям и видам расходов при исполнении сметы. В смете доходов и расходов должны быть отражены все доходы бюджетных учреждений, получаемые как из бюджета и государственных внебюджетных фондов, так и от осуществления предпринимательской деятельности, в том числе доходы от оказания платных услуг, другие доходы, получаемые от

использования государственной и муниципальной собственности, закрепленной за бюджетным учреждением на праве оперативного управления, и иной деятельности.

Также, доход предприятия зависит от факторов внешней и внутренней среды, влияя на которые, предприятие может повысить собственные конкурентные позиции на рынке (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 – Факторы, влияющие на доход предприятия

К факторам, влияющим на доходность, как правило, также, относят:

1. Стоимость услуг. Стоимость должна быть адекватна. Высокая стоимость приводит к большему доходу, но лишь при условии ее успешной продажи;
2. Объем продаж. Чем больше объем продаж, тем выше доход;
3. Стоимость производства. Любое производство стремится к получению максимально прибыли, при минимальных затратах на него;
4. Продолжительность работы. Чем быстрее оставляется услуга и завершается, тем больше услуг можно продавать за одно и то же время, что повышает доходность.

5. Квалификация персонала. Высококвалифицированный персонал играет большую роль в успешном функционировании предприятия в целом. От персонала зависит объем и качество товаров и услуг, а значит и уровень доходности;

6. Инновации и технологии. Использование новых технологий и инноваций может помочь снизить затраты на производство услуг, что, в свою очередь, увеличит прибыльность.

7. Опыт работы компании. Опытные компании могут предоставлять услуги более эффективно, что способствует повышению доходности.

Доход любого коммерческого предприятия является результатом успешного функционирования его бизнес-модели. Для успешного функционирования бизнеса необходимо уделять внимание качеству продукции, адекватному ценообразованию, высокой производительности труда, и в целом, квалификации персонала, инновационности, а также, удовлетворению потребностей потенциальных потребителей не ниже уровня конкурентов. Именно поэтому предприятие должно постоянно развиваться, совершенствоваться и приспосабливаться к условиям современной рыночной экономики.

Так, можно сказать, что высокий доход предприятия может быть определен как способность предприятия конкурировать на рынке, предоставлять высококачественные товары и услуги, которые будут полностью удовлетворять потребности покупателей. При этой нельзя забывать про стандарты качества и производить товары и услуги в поставленные сроки. В результате, высокий доход предприятия может увеличивать его конкурентоспособность и позволять сохранять его позицию на рынке на протяжении длительного времени.

Также, стоит отдельно сказать про конкурентоспособность продукции и (или) услуг, которая может влиять на рыночное положение предприятия и его место на рынке. Кроме того, доход предприятия во многом зависит от наличия

определенных конкурентных преимуществ.

Принято выделять два вида конкурентных преимуществ:

1. Преимущества в расходах – основано на том, что в сравнении с конкурентами при производстве аналогичного вида продукции объем расходов предприятия будет ниже, чем у его конкурентов [23, с. 32].

2. Преимущества в маркетинге – в данном случае речь идет о возможности предприятия разрабатывать новые виды продукции либо совершенствовать уже выпускающиеся. Под совершенствованием в данном случае понимается создание уникальных потребительских свойств для соответствующего товара, повышение качественных характеристик, а также умелая реализация маркетинговой стратегии – благодаря этим параметрам, соответствующее предприятие получает возможность продавать продукцию по более высокой стоимости [29, с. 16].

Также, можно выделить еще ряд факторов, которые могут дать предприятию преимущество на рынке, улучшить конкурентоспособность и ее долю на рынке в целом. Среди которых:

1. Скорость – быстрота выполнения задач может повысить эффективность производственных процессов и сократить время простоя оборудования, что приведет к снижению затрат на производство и увеличению доходов.

2. Эффективность – использование ресурсов предприятия с максимальной эффективностью может повысить производительность, улучшить качество продукции и услуг и снизить затраты на производство.

3. Оригинальность – предложение уникальных продуктов, услуг и инновационных решений может помочь фирме привлечь внимание потребителей и увеличить объем продаж.

4. Ориентация на потребителя – активное слушание потребностей и запросов клиентов может помочь фирме создавать более точно соответствующие ним продукты и услуги, что приведет к увеличению спроса.

5. Качество – высокое качество продуктов и услуг может помочь

удерживать клиентов и увеличивать доходы. Оно также способствует формированию лояльности потребителей к бренду и укреплению позиций на рынке.

6. Производительность – повышение производительности может привести к снижению затрат на производство и увеличению общей прибыли фирмы. Необходимость постоянного соблюдения надлежащего уровня финансового состояния как предприятий, так и отрасли, предопределяется объективно существующим для каждого субъекта хозяйствования задачей обеспечения стабильности функционирования и достижения главных целей своей деятельности.

Определение доходности предприятия и ее повышение является важной задачей для руководства предприятия. Для определения уровня доходности, а также, поиска и предложения мероприятий, повышающих показатели прибыли, необходимо проводить комплексную и объективную оценку эффективности деятельности предприятия. Для этого необходимо проводить:

1. Анализ финансовых результатов – провести анализ финансовых показателей, таких как выручка, рентабельность, себестоимость, готовая продукция, стоимость продаж и т.д., чтобы определить текущую ситуацию в компании.

2. Определение факторов, влияющих на доходность – выявить основные факторы, которые влияют на уровень доходности предприятия, как мы уже обсуждали, могут быть внешние и внутренние факторы.

3. Разработка плана действий – на основе анализа финансовых результатов и идентификации факторов определить требуемые действия, чтобы повысить доходность предприятия. Это может включать в себя улучшение качества продукции, снижение издержек, развитие новых каналов продаж, увеличение объема продаж и т.д.

4. Реализация плана действий – следует провести все необходимые улучшения и изменения, чтобы повысить доходность и улучшить показатели финансовых результатов предприятия.

5. Мониторинг и контроль – проведение постоянного мониторинга финансовых показателей и контроля их выполнения, чтобы убедиться в эффективности осуществляемых мер и гибко реагировать на возможные изменения в структуре рынка и внешних факторов, которые могут существенно влиять на доходность предприятия.

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что повышение доходности деятельности предприятия напрямую связано с качеством изготавливаемой продукции либо оказываемых услуг. В связи с этим необходимо делать упор именно в этом направлении [16, с.18].

1.2 Методы формирования доходов коммерческой организации

В современных условиях рыночной экономики основными вопросами для участников экономических отношений являются: «что покупать?», «что продавать?», «как продавать?» и «для кого продавать?» Известный американский экономист Ф. Найт имеет свое мнение на теорию формирования доходов организации.

Он полагает, что на формирование дохода оказывают влияние существующие неопределенности, а также, разница между предполагаемыми и реальными поступлениями от продажи товаров, которую часто невозможно предугадать. Соответственно, на это оказывает влияние стоимость данного товара.

В современной экономической науке существует несколько категорий теорий, способствующих пониманию формирования доходов предприятия. Рассмотрим их более подробно:

1. Теория дохода как результата неопределенного характера будущих событий. Автор Ф. Найт
2. Теория временного дохода, получаемого от технических нововведений. Автором этой теории является И. Шумпетер.

3. Теория дохода, порождаемого существованием монополии на рынке и другие.

В своих трудах «Риск, неопределенность и прибыль» американский экономист Фрэнк Найт увязывает прибыль предпринимателя с платой за риск, но риск разделяет на предсказуемый и непредсказуемый, который и составляет суть понятия неопределенность [38]. С точки зрения Найта, риск – это просчитываемая вероятность неудачи, а вот неопределенность – это состояние полного отсутствия какой-либо информации. Причины возникновения ситуации неопределенности автор связывал с тем, что предприниматели, которые имеют дело с растянутым производственным процессом, при принятии решений ориентируются на субъективные оценки будущих ситуаций.

И. Шумпетер высказывал мнение, что доход – это лишь непосредственный доход новаторов, исчезающий под влиянием конкурентных сил. Идеи Шумпетера несколько перекликаются с идеями Ф.Найта, но подчеркивается ситуация неопределенности может складываться только в условиях инновационной деятельности. Ведь лишь при инновациях неопределенны последствия решений [7].

Что касается третьей теории, то стоит отметить, что анализу статистического равновесия и проблемам оптимального распределения ресурсов в условиях конкуренции посвящено большое количество экономических исследований, однако усиление монополистических тенденций заставляет обратить на себя внимание. В связи с этим не последнее место занимают вопросы, связанные с проблемой ценообразования и распределения ресурсов в условиях преобладания монополии.

Карл Маркс говорил об источниках дохода, что это определенная форма прибавочной стоимости, которая образуется в результате наемного труда. Также, он сформулировал и такой источник дохода как дополнительный.

Существует мнение, что одна из составных частей дохода должна уходить на оплату, выплачиваемую обществом за риск при занятии предпринимательской деятельностью. Таким образом, можно сделать вывод, что в повышении доходов заинтересованы как предприятия, так и государство в целом.

Именно поэтому на предприятиях необходимо систематически анализировать различные аспекты формирования, распределения и использования дохода.

Конечно, практически все авторы высказывают схожие точки зрения о том, что доход представляет собой источник потребления и накопления, ведь именно благодаря ему поддерживается непрерывность производства и приумножается капитал предприятия. При этом доход определяется и как финансовый результат.

Также, достаточный доход является фактором успешного функционирования предприятия на рынке, определяет способность для возмещения затрат и формирования прибыли предприятия.

Доход является важным фактором для производителей, особенно в условиях постоянно растущей конкуренции. Получение оптимального дохода позволяет производителям вкладывать больше средств в производство, сокращать затраты на производство, увеличивать объемы производства и качество производимой продукции и (или) услуг.

Помимо всего вышесказанного, стоит отметить, что возможность увеличивать доход способствует улучшению материального положения трудового коллектива, что, соответственно, повышает мотивацию персонала и способствует улучшению социальной среды.

Так, можно сказать, что высокий доход является индикатором уровня эффективности и конкурентоспособности предприятия в современных условиях рыночной экономики.

В настоящий момент, единого подхода к оценке результативности управления доходами не существуют. Ведутся дискуссии на счет

определения двух понятий, таких как, «результативность управления» и «эффективность управления формирования доходов».

По доходам предприятия можно судить об ее успешности и результативности, а также, об общей результативности корпоративного менеджмента.

Так, например, Т. Тепловая в этом контексте предлагает придерживаться следующего подхода: «Максимизация дохода компании означает максимизацию благосостояния всех владельцев капитала, обеспечивающих своими средствами динамичное и устойчивое функционирование компании на рынке». Данный подход имеет ряд особенностей, но является логичным и обоснованным. Ведь важной составляющей успешного функционирования предприятия на рынке является: максимизация доходов предприятия, продуктивность и обоснованность бизнес-процессов, устойчивость функционирования, качество, выпускаемой продукции. Стоит отметить, что максимизация доходов должна основываться на обеспечении устойчивости, долгосрочной прибыли, а не на краткосрочном успехе, который, в том числе, может отразиться на качестве продукции и негативно отразиться на репутации предприятия.

Также, стоит учитывать интересы всех сторон, в том числе, интересы потенциальных клиентов, работников предприятия.

Актуальным вопросом является представление о методологии определения дохода предприятия с применением различных подходов и методов:

Разработанная российскими учеными [11, с. 29-30] методология предусматривает, что определение дохода предприятия обычно проводится в несколько этапов:

1. Определение чистой прибыли, которая получается вычитанием затрат на производство, управление и налоги из выручки предприятия. Чистая прибыль является основным составляющим дохода.

2. Рассмотрение структуры активов предприятия и оценка их эффективности. Высокий уровень дохода может быть связан с эффективным использованием активов.

3. Анализ финансовых показателей предприятия, таких как рентабельность, ROI, ROE и другие, которые могут быть использованы для расчета дохода.

4. Оценка риска и его влияния на доход предприятия. Низкий уровень риска обычно означает более стабильный доход.

5. Учет и анализ факторов, которые могут влиять на доход, таких как экономическая ситуация, конкуренция и технический прогресс.

В результате проведения всех этих этапов можно получить более полное представление о доходности предприятия и принять правильные решения для ее развития и повышения прибыльности.

С методологической точки зрения, перед проведением оценки формирования дохода предприятия и осуществлением конкретных расчетов, необходимо для начала ответить на следующие вопросы:

1. Какой метод оценки дохода следует применить и почему?

2. Какой временной горизонт получения денежных потоков должен быть учтен и почему?

3. Какой именно вид стоимости компании рассчитывать и почему?

4. Достоверна ли имеющаяся информация, насколько вероятны полученные прогнозные данные?

5. Достаточно ли информации для применения выбранного метода и решения поставленных перед исследователем задач?

Одной из основных задач управления формированием дохода является достижение высоких финансовых результатов. Следовательно, высокие финансовые результаты служат доказательством финансовой устойчивости предприятия и ее конкурентоспособности.

Понимание современной финансовой доходной модели предприятия строится на принципе экономической прибыли, то есть, оценке результатов

предприятия с точки зрения ее альтернативных издержек – упущенной выгоды или прибыли, утраченной в альтернативных вариантах вложения капитала предприятия из-за ограниченности ее ресурсов.

Одной из важных проблем является оценка результативности управления формированием доходов предприятия. Изначально может показаться, что результативность управления формированием доходов на уровне каждого конкретного предприятия оценить довольно просто. Для этого достаточно сравнить управление формированием доходов на начало и конец периода, а далее сопоставить полученные показатели с динамикой показателей так называемых предприятий-аналогов. Положительная динамика управления формированием доходов свидетельствует о высокой результативности. Но в реальности существует ряд сложностей и противоречий.

Во-первых, управление формированием доходов в реальной жизни не всегда адекватно коррелирует с результатами деятельности предприятия и эффективностью ее менеджмента. Ведь на фондовом рынке существует понятие «перегрева», который проявляется в завышении фондовых котировок.

Во-вторых, положительная динамика управления формированием доходов, даже в долгосрочном периоде, не дает ответа на простой вопрос: а все ли резервы использованы менеджментом компании для максимизации стоимости? Возможно, стоимость могла бы быть еще больше? Если так, то результативность менеджмента нельзя определить однозначно.

В-третьих, оценка управления формированием доходов почти всегда носит вероятностный и несколько субъективный характер, особенно когда речь идет о оценке управления формированием доходов со значительной долей интеллектуального капитала в общей структуре капитала.

1.3 Особенности доходов коммерческой организации в сфере производства и реализации запчастей к автомобилям

Доходы любого предприятия формируются под воздействием различных факторов, которые напрямую или косвенно влияют на результаты деятельности предприятия. Очевидно, что одни факторы оказывают положительное влияние, другие же, наоборот, могут негативно сказываться на формировании доходов и получении конечной прибыли [21, с.84].

В процессе финансово-хозяйственной деятельности у корпоративных и унитарных, коммерческих и некоммерческих предприятий возникают определенные экономические отношения с контрагентами: поставщиками, покупателями, партнерами по совместной деятельности, объединениями и ассоциациями, финансовой и кредитной системами. Эти экономические отношения сопровождаются движением денежных средств, в результате которых образуются или используются фонды денежных средств. В свою очередь, финансы предприятия – это совокупность экономических отношений, связанных с распределением и использованием финансовых ресурсов и фондов денежных средств с целью обеспечения деятельности предприятия [20].

Рассмотрим понятие финансовых ресурсов. финансовые ресурсы – это совокупность источников денег, находящихся в распоряжении предприятия и имеющих целевой характер.

Финансовые ресурсы различных предприятий отличаются на качественному составу. Именно поэтому в целях классификации выделяют следующие части финансовых ресурсов:

1. Доходы;
2. Поступления;
3. Накопления.

Доходы – это часть финансовых ресурсов, которые предприятие получает от своей основной деятельности [12]. Так, у коммерческой

организации основной вид дохода – выручка.

Поступления – часть денежных средств, которая организация получает извне (не относится к результатам основной деятельности) [24]. Например, вложения собственников при создании предприятия, внешние инвестиции и т.д.

Накопления – часть денежных средств, которая не была расходована в предыдущих финансовых периодах [25].

Так же, стоит выделить факторы, оказывающие влияние на формирование финансовых ресурсов предприятия, среди них:

1. Цель деятельности;
2. Организационно-правовая форма;
3. Сфера деятельности и отраслевая специфика.

Источники и виды финансовых ресурсов коммерческой организации включают в себя доходы, поступления и накопления (рисунок 1.4). Основным видом доходов является выручка. В свою очередь, под выручкой понимается стоимость реализованной продукции (с учетом акцизов и НДС).



Рисунок 1.4 - Классификация источников финансовых ресурсов организации

Также, стоит отметить, что для эффективной работы предприятия, необходимо принимать оптимальные для его развития управленческие

решения. Для этого необходимо провести анализ текущей деятельности и определить, что именно влияет на получение соответствующих результатов.

Для повышения эффективности работы предприятия первостепенное значение имеет акцентирование резервов увеличения объемов производства и реализации, снижения себестоимости продукции (работ, услуг), роста доход.

Для определения основных направлений поиска резервов увеличения доходов необходимо учитывать следующие факторы:

1. Анализ рынка. Необходимо изучить рынок, на котором работает предприятие, выявить основных конкурентов, клиентов и потребителей.

2. Анализ покупательской способности. После анализа рынка следует выявить возможности для увеличения объемов продаж. Важным фактором является оценка покупательской способности клиентов.

3. Анализ продукции. Необходимо проанализировать существующую продукцию и выявить потенциал для увеличения объемов производства и продаж.

4. Анализ затрат. Важным фактором для определения резервов увеличения дохода является анализ текущих издержек предприятия.

5. Анализ персонала. Правильное использование и управление персоналом также является ключевым фактором для повышения доходности предприятия.

В целом, определение основных направлений поиска резервов увеличения дохода является комплексным процессом, включающим анализ многих факторов, среди которых упомянуты только ключевые.

По мнению Чумаченко Н., чтобы обеспечить рост доходов, предприятие должно [49]:

1. Увеличение объемов продаж. Для этого необходимо разработать соответствующую маркетинговую стратегию, привлечь новых

клиентов и повысить лояльность уже существующим.

2. Минимизация издержек. Для этого необходимо оптимизировать производственные процессы, повысить эффективность использования ресурсов и контролировать расходы.

3. Увеличение среднего чека. Для этого можно применять современные методы продаж, например, кросс-продажи или увеличение количества дополнительных продуктов и услуг, предлагаемых клиентам.

4. Расширение ассортимента. Для этого необходимо разработать новые продукты и услуги, которые могут оказаться интересными для клиентов и привести к повышению доходов.

5. Повышение качества товаров и услуг. Для этого необходимо постоянно совершенствовать процессы и контролировать качество производства и обслуживания.

В целом, обеспечения роста доходов предприятие должно уделять внимание не только увеличению выручки, но и эффективному управлению издержками, повышению лояльности клиентов и совершенствованию бизнес-процессов.

Теперь более предметно предлагаем разобрать особенности доходов коммерческой организации в сфере производства и реализации запчастей к автомобилям.

В современном мире существует ряд объективных причин развития сектора производства и реализации (продажи) автозапчастей в России. Среди самых значимых можно выделить тенденцию стабильного роста спроса на запчасти различных видов автотранспорта.

Для лучшего понимания специфики бизнеса в сегменте автозапчастей необходимо разбираться в его структуре, то есть, знать основных участников рынка. Так, можно выделить четырех основных участников, это:

1. Производители автозапчастей;
2. Компании дистрибьютеры;
3. Автосервисы;

4. Потребители.

Также, большой интерес сейчас представляет направление электронной коммерции, но несмотря на это, торговля автозапчастями через автосервис или магазин остается актуальной, особенно в регионах.

Развитие бизнеса в сегменте производства и продаж автозапчастей сегодня обусловлена изменением внешнеполитических экономических факторов, а также, курсу политики на импортозамещение. Политика импортозамещения привела к некоторому увеличению объема производства автозапчастей (как для отечественных, так и для иностранных моделей) на российских мощностях.

Разберемся со спецификой производства и продажи автозапчастей, которая предполагает наличие определенных особенностей:

1. Спрос на автозапчасти возрастает в конце зимы;
2. Наиболее целесообразна практика продаж под заказ;
3. Наличие оригиналов и аналогов одних и тех же автозапчастей (коммерческий риск);
4. Цифровая технология для автоматизации работы с широким ассортиментом;
5. Большая конкуренция, особенно в крупных городах;
6. Профессионализм персонала, ведь от них зависит качество произведенных деталей, а также и объем их продаж [26].

Также, рассмотрим факторы, влияющие на производство и управление продажами. В целом принято выделять три основных фактора:

Первый фактор – комплексность товара. Например, все автозапчасти являются комплексным товаром одного производителя, следовательно, ценообразование и рентабельность как производства, так и продаж напрямую связаны с затратами на производство.

Второй фактор – зрелость продукта ли ранка. То есть, первичные и вторичные рынки автозапчастей имеют связанное ценообразование: тактика ценообразования зависит от потребностей потребителя и емкости

рынка.

Третий фактор – профиль клиента. Респектабельные клиенты – это имидж и ценность товара, преимущество маркетинговой политики, гарантия качества товара и сервиса в целом.

Таким образом, можно отметить, что если разумно подойти к производству и реализации автозапчастей, а также, учитывать специфику и факторы данного вида бизнеса, то эта деятельность может приносить высокий доход. Особенно в современных условиях политики импортозамещения.

Вывод по главе 1.

Таким образом, в рамках первой главы мы рассмотрели теоретические основы доходов коммерческой организации. В результате изучения, были рассмотрены понятие, сущность и состав доходов. Было отмечено, что доходы предприятия делятся на доходы от обычных видов деятельности и прочие доходы. Рассмотрены характеристики понятия «доход» с точки зрения разных авторов. Приведен действующий порядок определения организационно-правовой формы учреждения. А также, рассмотрены ключевые факторы, влияющие на доходность коммерческой организации. Было уделено внимание и конкурентоспособности продукции (товара) и услуг.

Также, в рамках первой главы рассмотрены методы формирования доходов коммерческой организации. Было установлено, что в современной экономической теории существует несколько категорий теорий, способствующих пониманию формирования доходов предприятия. Так, например, были выделены теория И.Шумпетера, теория временного дохода; теория Ф. Найта, дохода как результата неопределенного характера будущий событий; теория дохода, порождаемого существование монополии и другие. Помимо всего вышеперечисленного, особое внимание было уделено методологии определения дохода предприятия.

В заключительном параграфе главы были рассмотрены особенности

доходов коммерческой организации в сфере производства и реализации запчастей к автомобилям. Так, были рассмотрены финансы предприятия в целом, рассмотрены основные функции финансов, среди которых: формирование капитала и доходов, распределение и использование доходов и контрольная функция. Также, выделены факторы, влияющие на формирование финансовых ресурсов, таких как: цель деятельности, организационно-правовая форма и сфера деятельности. А далее более подробно рассмотрены особенности доходов в сфере производства и реализации автозапчастей. Представлены основные участники рынка, рассмотрена специфика производства и продажи автозапчастей, а также, факторы, влияющие на производство и управление продажами.

Глава 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности общества с ограниченной ответственностью «Автоспринтер 63»

2.1 Общая характеристика ООО «Автоспринтер 63»

Организация ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "АВТОСПРИНТЕР 63" это действующая организация, зарегистрирована в едином государственном реестре юридических лиц 5 лет назад 17 января 2019.

Средний возраст юридических лиц для вида деятельности 25.62 "Обработка металлических изделий механическая" составляет 9 лет. Данная организация моложе.

Налоговый орган, в котором юридическое лицо состоит на учёте: Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 2 по Самарской области (код инспекции – 6320).

Таблица 2.1 – Общие сведения организации

Полное наименование организации:	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "АВТОСПРИНТЕР 63"
ИНН:	6321455434
КПП:	632101001
ОГРН:	1196313002247
Место нахождения:	445032, обл. Самарская, г. Тольятти, пр-кт Московский, д. 11, кв. 130
Вид деятельности:	Обработка металлических изделий механическая (код по ОКВЭД 25.62)
Статус организации:	Коммерческая, действующая
Организационно-правовая форма:	Общества с ограниченной ответственностью (код 12300 по ОКОПФ)
Регистрационный номер в ПФР:	077011154667 от 22 января 2019 г.
Регистрационный номер в ФСС:	631004955163101 от 21 января 2019 г.

Основной вид деятельности организации: Обработка металлических изделий механическая (код по ОКВЭД 25.62). Дополнительно организация заявила следующие виды деятельности: 25.99.2 Производство прочих металлических изделий; 29.32 Производство прочих комплектующих и принадлежностей для автотранспортных средств; 45.31 Торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями.

Учредителем ООО "АВТОСПРИНТЕР 63" является Сидорович Татьяна Геннадьевна (ИНН: 632106180377).

Организация относится к категории микропредприятий. В соответствии с нормативно утвержденными критериями, микропредприятием считается организация с выручкой до 120 млн. руб. в год и численностью сотрудников до 15 человек.

В 2023 году среднесписочная численность работников ООО "АВТОСПРИНТЕР 63" составила 8 человек. Это на 1 человека больше, чем в 2022 году.

Организация не имеет ни филиалов, ни учреждённых компаний, ни представительств, ни управляемых компаний, ни каких-либо связанных с ООО "АВТОСПРИНТЕР 63" компаний.

Уставный капитал ООО "АВТОСПРИНТЕР 63" составляет 10 тыс. руб. Это минимальный уставный капитал для организаций, созданных в форме ООО.

За 2022 год фирма заплатила 582 165 рублей налогов.

Таблица 2.2 - Уплаченные ООО "АВТОСПРИНТЕР 63", ИНН 6321455434 налоги и сборы за 2022 год

Налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения	99 600 руб.
Страховые взносы на обязательное медицинское страхование работающего населения, зачисляемые в бюджет Федерального фонда обязательного медицинского страхования	82 036 руб.
Страховые взносы на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством	46 648 руб.
Страховые и другие взносы на обязательное пенсионное страхование, зачисляемые в Пенсионный фонд Российской Федерации	353 881 руб.
Итого:	582 165 руб.

По данным сайта проверка контрагента checko.ru (<https://checko.ru/company/avtosprinter-63-1196313002247>) фирма обладает высокой оценкой надежности, признаки фирмы однодневки не обнаружены:

- Долгое время работы

Компания зарегистрирована 5 лет назад, что говорит о стабильной деятельности и поднадзорности государственным органам

- Не входит в реестр недобросовестных поставщиков

По данным ФАС, не входит в реестр недобросовестных поставщиков

- Нет связей с дисквалифицированными лицами

По данным ФНС, в состав исполнительных органов компании не входят дисквалифицированные лица

- Нет массовых руководителей и учредителей

Согласно текущим критериям ФНС, руководители и учредители ООО "АВТОСПРИНТЕР 63" не являются "массовыми"

- Нет сообщений о банкротстве

В реестре ЕФРСБ не найдено ни одного сообщения о банкротстве компании

- Прибыль в прошлом отчетном периоде

По данным ФНС, в прошлом отчетном периоде чистая прибыль компании составила 193 тыс. руб.

- Уплачены налоги за прошлый отчетный период

По данным ФНС, в прошлом отчетном периоде компанией были уплачены налоги на сумму 582,2 тыс. руб., задолженностей по пеням и штрафам нет

- Нет долгов по исполнительным производствам

По данным ФССП, открытые исполнительные производства в отношении компании отсутствуют.

2.2 Оценка основных технико-экономических показателей деятельности ООО «АВТОСПРИНТЕР 63»

Проведем анализ основных технико-экономических показателей деятельности ООО «АВТОСПРИНТЕР 63» за 2021 - 2023 года с использованием данных «Отчета о финансовых результатах» (приложение А).

Таблица 2.3 - Основные технико-экономические показатели деятельности ООО «АВТОСПРИНТЕР 63»

№ п/ п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменения показателя		Изменения показателя	
		2021	2022	2023	Абсолютное	Относи- тельное	Абсолютное	Относи- тельное
					2022 к 2021 гг.	2022 к 2021 гг.	2023 к 2022 гг.	2023 к 2022 гг.
1	2	4	5	6	7	8	9	10
1	Объем реализации продукции (выручка)	7 955 662	10 966 415	11 673 900	3 010 753	138	707 485	106
2	Себестоимость продаж	7 889 716	10 651 400	11 500 423	2 761 684	135	849 023	108
3	Валовая прибыль (убыток)	65 946	315 015	173 477	249 069	477	- 141 538	55
4	Прибыль (убыток) от продаж	65 946	315 015	173 477	249 069	477	- 141 538	55
5	Прибыль (убыток) до налогообложения	50 946	296 123	145 754	245 177	581	- 150 369	49
6	Текущий налог на прибыль	-78 000	-103 432	115 723	-25 432	132	219 146	- 112
7	Чистая прибыль (убыток)	-27 054	192 691	30 031	219 745	-712	- 162 660	16
8	Затраты на 1 рубль реализации	0,99	0,97	0,98	-0,02	98	0,01	101
9	Рентабельность реализации (продаж)	0,83	2,87	1,49	2,04	346	- 1,38	52

Более подробно рассмотрим динамику доходов организации (таблица 2.4).

Таблица 2.4 - Общий объем доходов организации

2021 год	2022 год	Темп роста (2022/2021)	2023 год	Темп роста (2023/2022)
Сумма, рублей	Сумма, рублей	%	Сумма, рублей	%
7 955 662	10 966 415	138	11 673 900	106

Динамика изменения доходов организации наглядно представлена на рисунке 2.1.

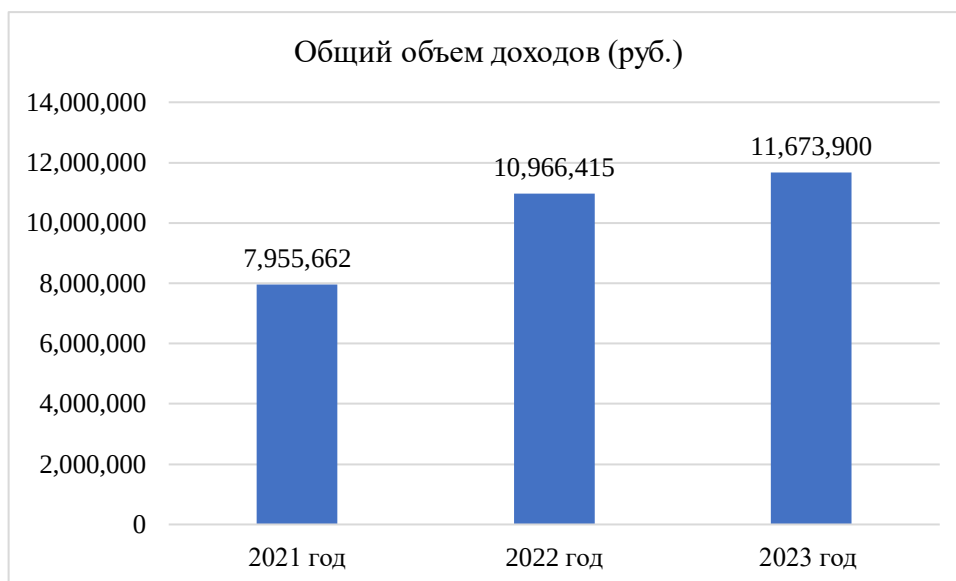


Рисунок 2.1 – Динамика изменения общего объема доходов организации за 2021 – 2023 г.г.

Для более детального анализа структуры доходов проанализируем поступления денежных средств поквартально в разрезе трёх лет (табл 2.5).

Таблица 2.5 - Общий объем доходов организации по кварталам

	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
	Сумма, рублей	Сумма, рублей	Сумма, рублей	Сумма, рублей
2021 год	1 905 080	1 437 222	1 404 900	3 208 460
2022 год	1 702 700	1 837 715	2 888 600	3 838 400
2023 год	2 257 200	2 815 200	3 437 700	2 961 800

Из таблицы видно, что наибольший объём доходов предприятие получает в III и IV кварталах. Общий объем доходов организации по кварталам наглядно представлен на рисунке 2.2.

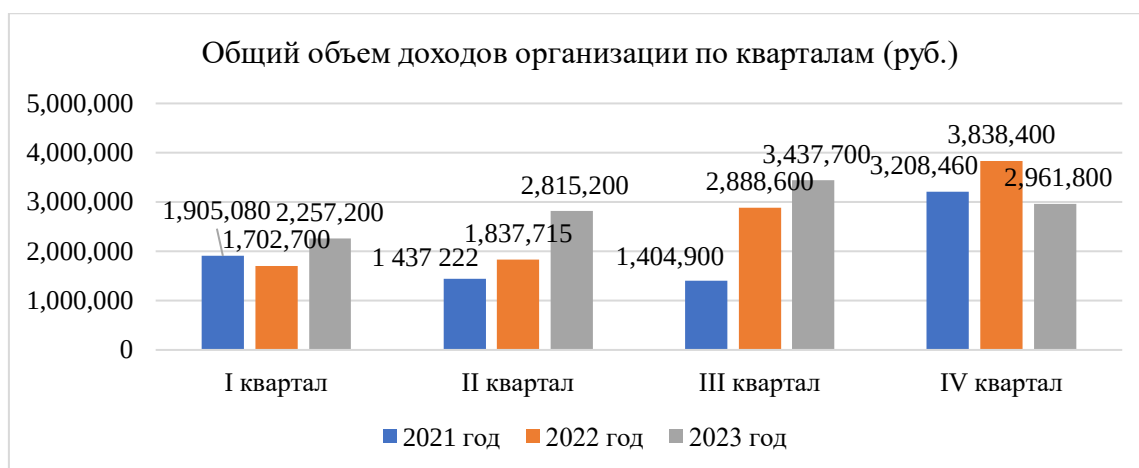


Рисунок 2.2 – Динамика изменения общего объема доходов организации по кварталам за 2021 – 2023 г.г.

Как мы видим 1 и 2 квартала компания получает меньше всего выручки, но к концу года в 3 и 4 кварталах доходы организации увеличиваются. Таким образом, мы можем сделать вывод, что бизнес по производству и продаже автомобильных запчастей имеет элементы сезонности.

Далее более подробно рассмотрим структуру доходов компании по покупателям за 2021 – 2023 г.г. (табл. 2.6-2.8) и представим их в виде диаграмм (рис. 2.3-2.5).

Таблица 2.6. - Структура доходов организации по покупателям за 2021 год

Покупатель	2021 год	Доля в общем объеме доходов
	Сумма, рублей	%
ИП Шмелев Михаил Юрьевич	1 800 000	23
ООО «ДОНАТА»	160 400	2
ООО «КВАРЦ»	441 500	6
ООО «Первая Климатическая»	1 230 000	16
ООО «ТЦРИ «Доступная среда»»	108 000	1
ИП Шапошникова Дарья Михайловна	1 172 000	15
ИП Тюрятин Владимир Николаевич	402 140	5
ООО «ГРАФИТ»	1 949 100	24
ИП Ларионова Анна Александровна	14 000	1
ИП Пятков Максим Николаевич	129 500	2
ИП Чихарева Ольга Савельевна	109 222	1
ИП Рубан Екатерина Андреевна	339 800	4
Итого:	7 955 662	100

Таблица 2.7. - Структура доходов организации по покупателям за 2022

год.

Покупатель	2022 год	Доля в общем объеме доходов
	Сумма, рублей	%
ИП Шмелев Михаил Юрьевич	1 848 000	18
ИП Ларионова Анна Александровн	4 500	1
ООО «ГРАФИТ»	3 565 200	33
ООО «Первая Климатическая»	2 050 100	20
ИП Шапошникова Дарья Михайловна	885 700	9
ИП Тюрятин Владимир Николаевич	279 815	3
ООО «ДОНАТА»	200 000	3
ИП Исаев Вячеслав Александрович	106 000	1
ИП Чихарева Ольга Савельевна	358 600	3
ООО «ТЦРИ «Доступная среда»»	137 600	1
ИП Перельгин Леонид Александрович	427 000	4
ООО «ДК»	404 900	4
Итого:	10 966 415	100

Таблица 2.8. - Структура доходов организации по покупателям за 2023

год.

Покупатель	2023 год	Доля в общем объеме доходов
	Сумма, рублей	%
ООО «Первая Климатическая»	2 011 500	17
ИП Перельгин Леонид Александрович	490 400	5
ООО «ДК»	1 336 200	12
ИП Шмелев Михаил Юрьевич	1 962 400	15
ООО «ГРАФИТ»	3 658 700	30
ИП Калинин Евгений Александрович	396 200	4
ООО «ДОНАТА»	90 000	1
ИП Гниломедов Иван Сергеевич	257 600	3
ИП Пятков Максим Николаевич	814 900	7
ООО «ТЦРИ «Доступная среда»	161 000	2
ИП Рубан Екатерина Андреевна	140 000	2
ИП Шапошникова Дарья Михайловна	162 000	2
Итого:	11 673 900	100

Структура доходов организации за 2021 год по покупателям (руб.)



Рисунок 2.3 - Структура доходов организации по покупателям за 2021 год

Структура доходов организации за 2022 год по покупателям (руб.)

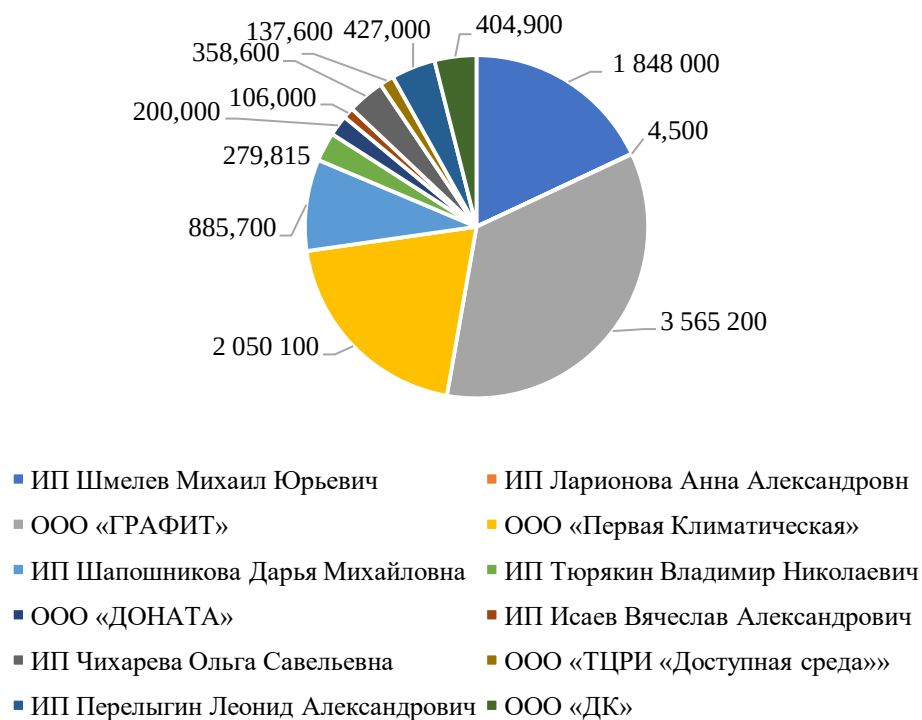


Рисунок 2.4 - Структура доходов организации по покупателям за 2022

год



Рисунок 2.5 - Структура доходов организации по покупателям за 2023 год

Из диаграмм видно, что на протяжении всех трёх лет наибольший объём продукции закупают 3 фирмы: ООО «Первая Климатическая» 2021 год – 16%, 2022 год – 20%, 2023 год – 17% от общего объема продаж; ИП Шмелев Михаил Юрьевич 2021 год – 23%, 2022 год – 18%, 2023 год – 15: от общего объёма продаж и ООО «ГРАФИТ» 2021 год – 24%, 2022 год – 33%, 2023 год – 30% от общего объема продаж. Также наблюдается тенденция увеличения общих объемов доходов организации, что говорит об успешном развитии компании. Это является положительным фактором, но следует отметить, что все покупатели зарегистрированы и работают на территории Самарской области. Таким образом мы можем рассчитывать на потенциал дальнейшего развития компании за пределами региона.

Далее проведем анализ расходов организации за 2021-2023 г.г. (табл. 2.9).

Таблица 2.9. - Фактический общий объем расходов

Наименование показателя	2021 год	Доля в общем объеме расходов	2022 год	Доля в общем объеме расходов	2023 год	Доля в общем объеме расходов
	Сумма, рублей	%	Сумма, рублей	%	Сумма, рублей	%
Заработная плата	1 106 981,84	14	1 543 948,11	14	1 900 395,00	17
Сырье и материалы	4 969 527,47	61	6 676 607,71	62	6 881 116,20	55
Страховые взносы	200 640,86	3	367 098,25	3	456 446,50	6
Арендная плата за пользование имуществом	1 562 388,02	20	2 035 075,72	18	2 231 522,86	19
Комиссия банку за сопровождение	22 588,37	1	23 942,60	2	24 705,15	2
Прочие расходы	27 590,00	1	4 727,38	1	5 352,00	1
Итого:	7 889 716,56	100	10 651 400,77	100	11 499 537,71	100

Как мы видим, общий объем расходов в 2023 году увеличился на 7%, по сравнению с 2022 г.

Структура расходов за 2021-2023 г.г. наглядно представлена на рисунках 2.6.-2.8.



Рисунок 2.6 – Структура расходов организации за 2021 год



Рисунок 2.7 – Структура расходов организации за 2022 год



Рисунок 2.8 – Структура расходов организации за 2023 год

Следует отметить, что в структуре расходов организации на первом месте находятся расходы на сырьё и материалы, а на втором - расходы на арендную плату за пользование имуществом.

Представим расходы организации по кварталам (табл. 2.10).

Таблица 2.10 - Общий объем расходов организации по кварталам

	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
	Сумма, рублей	Сумма, рублей	Сумма, рублей	Сумма, рублей
2021 год	2 002 444,76	1 281 972,88	1 427 476,73	3 177 822,19
2022 год	2 275 136,81	1 745 247,55	2 901 491,06	3 729 525,35
2023 год	2 274 028,27	2 657 877,47	3 423 749,22	2 744 769,02

Общий объем расходов организации по кварталам наглядно представлен на рисунке 2.9.

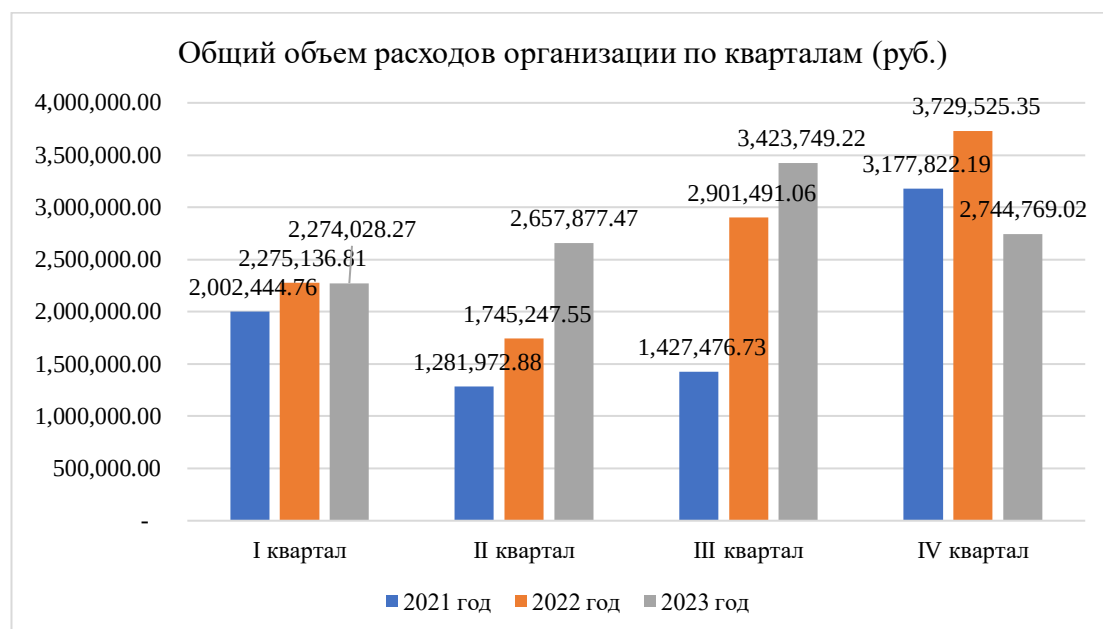


Рисунок 2.9 – Динамика изменения общего объема расходов организации по кварталам за 2021 – 2023 г.г.

По результатам рисунка 2.9 мы можем сделать вывод, что расходы организации распределены по кварталам неравномерно, что соответствует ранее сделанному выводу по итогам анализа доходов о сезонности деятельности организации.

Далее рассмотрим такие показатели как рентабельность продаж и затраты на 1 рубль реализации (табл. 2.11).

Таблица 2.11 – Рентабельность продаж и затраты на 1 рубль реализации компании за 3 года

	2021 год	2022 год	2023 год
Рентабельность продаж	0,83	2,87	1,49
Затраты на 1 рубль реализации	0,99	0,97	0,98

Наглядно представим данные таблицы 2.11.

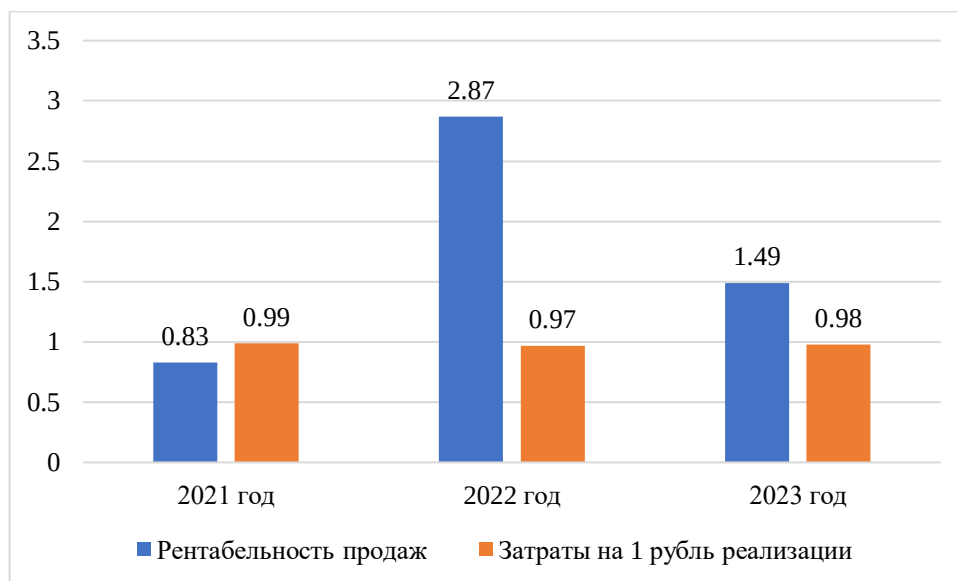


Рисунок 2.10 – Рентабельность продаж и затратноёмкость компании за 2021-2023 г.г.

Как мы видим, в 2023 году рентабельность организации уменьшилась на 1,38, а затраты на 1 рубль реализации увеличилась на 0,01.

Для того, чтобы увеличить доходы и уменьшить расходы организации, мы предлагаем следующие мероприятия: создание сайта для продажи изделий, чтобы покупателями были не только местные компании, но и по всей России, приобретение собственного помещения, поскольку всё это время ООО «Автоспринтер 63» арендует помещение у ООО «СТЭНЛИ», а также запуск акции в 1 и 2 кварталах, в связи с сезонностью организации.

Таблица 2.12 – Рекомендации по итогам проведенного анализа финансово-хозяйственной деятельности

№ п/п	Выявленные проблемы	Причины	Предлагаемые мероприятия	Предполагаемый результат
1	Низкий уровень продаж	Не большое число заказов на комплектующие от местных организаций	Создание собственного сайта для продажи изделий	Увеличение объёмов доходов организации, выход на всероссийский уровень
2	Высокий уровень затратоёмкости	Высокая арендная плата, отсутствие собственного помещения	Приобретение помещения для работы	Уменьшение расходов организации
3	Низкий уровень продаж в 1-2 кварталы	Сезонность	Запуск акции	Увеличение объёмов доходов организации в 1-2 кварталы

Данные мероприятия позволят увеличить выручку организации в периоды, когда она значительно ниже среднего и сократить расходы, исключив арендную плату из статьи расходов.

Глава 3 Повышение доходов деятельности предприятия ООО «Автоспринтер 63»

3.1 Разработка мероприятий, направленных на повышение доходов предприятия

В качестве рекомендаций по увеличению доходов предприятия ООО «Автоспринтер 63» мы предлагаем 3 мероприятия:

Мероприятие № 1 - приобретение помещения в собственность, так как компания всё это время арендует помещение у ООО «СТЭНЛИ» площадью 450 м², зарегистрированному по адресу 445032, Самарская обл., г.о. Тольятти, г. Тольятти, Московский пр-кт, д. 11.

Для человека, имеющего собственное производство, актуальным становится вопрос помещения, в котором и будет размещаться создаваемый цех по изготовлению товара. Можно купить производственное помещение в собственность, а можно его арендовать. Собственная недвижимость для ведения бизнеса – это надёжная гарантия неизменности завтрашнего дня, а стабильность нравится всем. Поэтому многие предприниматели считают, что купить производственное помещение гораздо более верное решение, в сравнении с арендой. И действительно, покупка коммерческой недвижимости несёт в себе целый ряд неоспоримых преимуществ, среди которых, например:

- возможность использовать производственное помещение в качестве залога, при возникновении финансовых трудностей и необходимость спасти положение взятием кредита;

- возможность долгосрочного планирования собственного бизнеса, который не будет зависеть от капризов арендодателя или даже его внезапной смерти;

- возможность свободного распоряжения недвижимостью (реконструкция, перепланировка, ремонты и т.д.) без согласований с собственником.

Мероприятие № 2 - создание Web-сайта компании.

Сайт (от англ. site – место; местонахождение; позиция) – совокупность электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) [27].

Создание сайта предприятия многими компаниями воспринимается всего лишь как модная тенденция. Не все действительно осознают, насколько данная разработка важна для развития бизнеса. У всех коммерческих предприятий и компаний независимо от их особенностей и характеристик имеется основная общая цель. Этой целью является получение максимально возможной прибыли.

Исходя из этого, создание сайта предприятия можно рассматривать как инструмент повышения финансовых результатов предприятия. Сайт может приносить прибыль как за счет прямых продаж, а также, за счет достижения других целей, таких как:

1. Улучшение имиджа компании;
2. Информирование потенциальных потребителей о достоинствах и преимуществах предлагаемых компанией услуг или товаров;
3. Обеспечение связи потребителей с компанией;
4. Облегчение оформления заказов;
5. Удержание и обеспечение лояльности клиентов компании;
6. Информационная и техническая поддержка постоянных клиентов;
7. Организация прямых продаж на сайте и т.д.

Есть некоторые условия успешного функционирования сайта, например, такие как:

1. Сайт должен побуждать клиента к действию. Другими словами, после посещения сайта вашего предприятия должно возникнуть желание позвонить, заказать и т.д.;

2. Сайт должен быть адаптивен, то есть, он должен быть одинаково функционален с любого вида устройства (компьютер, планшет, смартфон);

3. Сайт должен быть наполнен всех необходимой информацией о самой организации и услугах и товарах, а также быть Seo оптимизированным, чтобы поисковые системы выводили его в верхние позиции при поисковом запросе, что дает преимущество над конкурентами;

4. Еще одним важным условием успешного функционирования сайта является его удобная навигация, чтоб у потенциальных клиентов не возникало проблем с звонком в компанию или заказом услуг, товаров.

Благодаря онлайн присутствию компания сможет привлечь новых клиентов и расширить географию своих продаж.

Мероприятие № 3 – стимулирование продаж в 1 и 2 кварталах, в связи с сезонность организации. Стимулирование продаж — это маркетинговая стратегия, при которой бизнес запускает краткосрочные кампании (акции) для увеличения спроса на конкретный продукт, услугу или предложение. Акции помогают привлечь новых клиентов и удержать лояльных покупателей, повысить объем продаж и увеличить прибыль компании.

Эффективная рекламная акция обладает следующими признаками:

- простота. Клиент должен быстро понять что нужно сделать, чтобы получить бонус;

- информативность. Полные условия акции нужно перечислить на сайте компании;

- актуальность. Акционные товары и услуги должны соответствовать целевой аудитории;

- ценность. Бонус за немедленную покупку должен быть полезным для клиента;

- реальность. Условия акции не должны вызывать подозрения у

целевой аудитории;

- ограничение. Акцию нужно ограничить по календарным датам или по количеству товара.

3.2 Расчёт экономической эффективности предложенных мероприятий

Экономическая эффективность мероприятий, предложенных в главе 3 данной работы, рассчитывается без учета фактора времени по следующим общим экономическим показателям:

- 1) экономический эффект от реализации мероприятия;
- 2) срок окупаемости затрат на мероприятия.

В качестве рекомендаций по увеличению финансовых результатов деятельности предприятия ООО «Автоспринтер 63» предлагается Мероприятие № 1 - создание Web-сайта предприятия, Мероприятие № 2 - приобретение помещения и Мероприятие № 3 – запуск акции для увеличения продаж. Рассмотрим их более подробно.

По Мероприятию № 1 мы изучили цены на разработку сайтов, данные представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Цены на разработку сайтов с 19.02.2024 г.

Работа	Тариф
Работы по дизайну / верстке / программированию	4 000 руб./час
Редизайн сайта	от 60 000 руб.
Редизайн главной страницы	40 000 руб.
Перенос сайта на новый хостинг	12 000 руб.
Восстановление сайта из бэкапа	10 000 руб.
Разработка квиз-сайтов	от 30 000 руб.
Разработка сайта на Битрикс	от 150 000 руб.
Разработка сайта на Вордпресс	от 120 000 руб.
Разработка сайта на Друпал	от 100 000 руб.
Разработка сайта на Джумла	от 100 000 руб.
Разработка сайта на OpenCart	от 100 000 руб.

Таким образом, в качестве мероприятий по улучшению доходов организации предлагается создание собственного сайта компании и приобретение помещения. Предполагается, что данные мероприятия будут способствовать увеличению выручки компании и снижению себестоимости продаж.

В статье «Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России 2022» (https://datainsight.ru/eCommerce_2022) от 23 марта 2023 года, по прогнозу Data Insight, объем продаж на российском рынке eCommerce достигнет 7,4 трлн рублей, рост составит 30%. Таким образом, создание сайта позволит увеличить объем доходов данной организации на 30%.

Таблица 3.2 – Исходные данные для расчета экономической эффективности мероприятия по созданию сайта для компании ООО «Автоспринтер 63»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1	Объем доходов организации до внедрения мероприятия	рублей	Op_1	11 673 900
2	Объем доходов организации после внедрения мероприятия	рублей	$Op_2 = Op_1 + \Delta B$	15 176 070
3	Прирост объемов доходов организации за счет реализации мероприятия	рублей	$\Delta B = Op_1 * 30\%$	3 502 170
4	Затраты связанные с проведением мероприятия	рублей	З	2 413 934

В затраты связанные с проведением данного мероприятия входят: 100 000 руб. (разработка сайта); 249 600 руб. (Администратор сайта: средняя заработная плата в компании – 16 000 руб. + отчисления во внебюджетные фонды 30% – 4 800 руб.), 2 064 334 руб. (дополнительные затраты на закупку сырья и материалов – $6\,881\,116 * 30\%$).

Экономический эффект от реализации мероприятия рассчитывается как разница между приростом выручки за счет реализации мероприятия (ΔB) и затратами на мероприятие (З) по формуле:

$$\text{Эф} (\Delta\Pi) = \Delta B - Z \quad (3.1)$$

где Эф ($\Delta\Pi$) – годовой экономический эффект (прирост прибыли), руб.;

ΔB – прирост выручки за счет реализации мероприятия, руб.;

Z – затраты на мероприятие, руб.

Затраты на мероприятия составили – 2 413 934 руб.

$$\Delta B = 15\,176\,070 - 11\,673\,900 = 3\,502\,170 \text{ руб.}$$

$$\text{Эф} = \Delta B - Z = 3\,502\,170 - 2\,413\,934 = 1\,088\,236 \text{ руб.}$$

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия, который представляет собой период, необходимый для возврата затрат, связанных с проведением мероприятия за счет притока денежных средств от его осуществления. Срок окупаемости определяется делением суммы затрат, связанных с проведением мероприятия, на величину притока денежных средств.

Срок окупаемости мероприятия определяется по формуле:

$$T_{\text{ок}} = Z/\Delta B \quad (3.2)$$

где Z – затраты на мероприятие, руб.;

ΔB – прирост выручки (прибыли) за счет реализации мероприятия, руб./год (период).

$$T_{\text{ок}} = Z/\Delta B = 2\,413\,934 / 3\,502\,170 = 0,69 \text{ года или } 252 \text{ дней } (0,69 \cdot 365 \text{ дней})$$

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 252 дня от начала его реализации.

Сведем рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемого мероприятия в таблицу:

Таблица 3.3 – Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятий

Мероприятие	Затраты, рублей	Дополнительная выручка, рублей	Годовой эффект, рублей	Срок окупаемости мероприятия, год
1. Создание собственного сайта компании	2 413 934,00	3 502 170,00	1 088 236,00	0,69

Из данных таблицы 3.3 видно, что затраты на реализацию данного мероприятия окупаются в течении 252 дней.

Мероприятие № 2 – приобретение помещения в собственность. На данный момент компания арендует помещение у ООО «СТЭНЛИ» площадью 450 м² и ежегодно платит 2,5 млн. рублей. Мы предлагаем купить собственное помещение площадью 536 м² и стоимостью 3 000 000 руб. (https://www.avito.ru/tolyatti/kommercheskaya_nedvizhimost/proizvodstvennoe_pomeschenie_536_m_2213510553?context%5B0%5D=H4sIAAAAAAAAAA_0q0MrKqLraysFJKK8rPDUhMT1WyLrYys1LKzMvJzANzDK2UKkC0saGVUIW2RVVxWaZBpWlBYaa5cVKuhUmxaVJ5pXGxeW5pjoWSdS0gAAD_waYX65RAAA&context%5B1%5D=H4sIAAAAAAAAAA_0q0MrKqLraysFJKK8rPDUhMT1WyLrYys1LKzMvJzANzDK2UKkC0saGVUIW2RVVxWaZBpWlBYaa5cVKuhUmxaVJ5pXGxeW5pjoWSdS0gAAD_waYX65RAAAA Приложение Б). Ремонт помещения не требуется, поскольку крыша и стены целы, необходимо лишь убрать кирпичи и мусор с территории будущего цеха.

По данным бухгалтерского баланса (Приложение А) у компании отсутствуют собственные внеоборотные активы, поэтому помещение будет приобретаться под залог недвижимости собственника, то есть директора, при условии, что она застрахована (данные от оператора СберБизнес).

Далее мы рассчитали возможные кредитные условия от 3-х банков: СберБанк, ТИНЬКОФФ и АльфаБанк (рис. 3.1 - 3.3).

Рассчитайте свой кредит

Сколько вам нужно

3 000 000

10 000 ₽ 150 000 ₽ 2 млн ₽ 30 млн ₽

На срок

1 год

3 мес 2 года 3 года 6 мес 5 лет

☒ Получаю зарплату или пенсию в СберБанке

☐ Есть подписка **СберПрайм+** или пакет **СберПремьер**

Ежемесячный платёж

273 472 ₽

33 333

Начислим бонусов за весь период

Подать заявку

Предварительный расчет. Не является публичной офертой

Ставка рассчитывается индивидуально. [Полная информация](#) о ставках и ПСК

Рисунок 3.1 – Условия кредитования от СберБанк

ТИНЬКОФФ 8 800 333-33-38

Выберите сумму и срок кредита Шаг 1 из 4

Вы выбрали кредит на сумму **3 000 000 ₽**

На срок **1 год**

Вероятность одобрения кредита **8%**

Желаемая сумма кредита **3 000 000 ₽**

Срок кредита **1 год**

Ежемесячный платеж **275 700 ₽**

Рисунок 3.2 – Условия кредитования от ТИНЬКОФФ

Залог: **С залогом** | Срок ведения бизнеса: **Более 9 месяцев**

Сумма кредита: **3 000 000 ₽** | Срок кредита: **1 год**

Вам подходит

- Кредит для бизнеса с залогом: **16%** Ставка
- Кредит «Деньги на дело»: **21%** Ставка
- Возобновляемая кредитная линия с залогом: **21,5%** Ставка
- Невозобновляемая кредитная линия с залогом: **18%** Ставка

Кредит для бизнеса с залогом
На развитие бизнеса

Ставка: **16%**

Переплата за весь срок: **260 000 ₽**

Платеж: **290 000 ₽**

[Узнать подробнее](#)

[Заполнить заявку](#)

Рисунок 3.3 – Условия кредитования от АльфаБанк

Но наиболее выгодными являются условия Промышленной ипотеки: ежемесячный платёж составляет 256 822руб., переплата – 81 869 руб. (рис. 3.4)

Сводка по ипотеке

Ежемесячный платеж	256 822 ₽
Необходимый доход	514 000 ₽
К возврату	3 081 869 ₽
■ Сумма ипотечного кредита	3 000 000 ₽
■ Первый взнос	0 ₽
■ Проценты	81 869 ₽
Процентная ставка	5%

Платеж в месяц: **256 822 ₽**
К возврату: **3 081 869 ₽**

Мы подобрали для вас [2 предложения](#)

Рисунок 3.4 – Условия промышленной ипотеки

Поскольку в арендуемом цехе находится оборудование, необходимо учитывать и расходы на переезд. В таблице 3.4 представлены цены на переезд предприятия от компании САБ1 (<https://sab1.ru/takelage/pereezd-predpriyatiy#>)

Таблица 3.4 – Стоимость переезда предприятия от компании САБ1

Старт	Стандарт	Премиум
19 000 руб./смена	34 000 руб./смена	63 000 руб./смена
2 такелажника 4 часа работы	4 такелажника 6 часа работы	6 такелажника 8 часа работы
Автокран 32 тонны Ивановец	Автокран 40 тонн Liebherr	Автокран 70 Тонн Liebherr

Для переезда предприятия нам потребуются 6 такелажников и Автокран 70 Тонн Liebherr.

Данное мероприятие не принесет никакого дохода, но позволит сократить расходы компании – в среднем предприятие ежегодно тратит 2,5 млн. рублей на аренду цеха у ООО «СТЭНЛИ».

Таблица 3.5 – Исходные данные для расчета экономической эффективности мероприятия по приобретению помещения компанией ООО «Автоспринтер 63»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1	Объем расходов организации до внедрения мероприятия	рублей	C ₁	11 500 423
2	Объем расходов организации после внедрения мероприятия	рублей	C ₂	9 000 423
3	Изменения объёмов расходов организации за счет реализации мероприятия	рублей	ΔC	-2 500 000
4	Затраты связанные с проведением мероприятия	рублей	З	3 144 869

В затраты связанные с проведением данного мероприятия входят: приобретение помещения в собственность – 3 000 000 рублей (Приложение Б), переплата по кредиту – 81 869 рублей, услуги транспортной компании для переезда цеха – 63 000 руб. (табл. 3.4).

Экономический эффект от реализации мероприятия $\Delta\Pi = \Delta B - Z$, где
Затраты на мероприятия составили – 3 144 869 руб.

$\Delta B = 0$ руб.

$\Delta\Pi = \Delta B - Z = 0 - 3\,144\,869 = -3\,144\,869$ руб.

К сожалению, по данному мероприятию невозможно посчитать срок окупаемости.

Сведем рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемого мероприятия в таблицу:

Таблица 3.6 – Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятий

Мероприятие	Затраты, рублей	Дополнительная выручка, рублей	Годовой эффект, рублей	Срок окупаемости мероприятия, год
2. Приобретение помещения	3 144 869,00	0,00	- 3 144 869,00	-

В данном случае мероприятие не принесет дополнительной выручку, но позволит сократить расходы на 2,5 млн. рублей.

Мероприятие № 3 – запуск акции для увеличения продаж.

Согласно свежей статистике агентства Автостат, в марте 2024 года на учет встало 146 526 новых автомобилей. Это не только в 2,1 раза больше, чем в марте прошлого года, но еще и самый большой месячный результат с мая 2021-го. В марочном зачете традиционно лидирует Лада: в марте продано 39 908 автомобилей.

У автомобилей марки Лада расходными материалами являются шаровая, стойка стабилизатора и стойка амортизации. Эти комплектующие берут на себя основную нагрузку, и поэтому быстро приходят в негодность. По регламенту большинства автопроизводителей менять их стоит примерно раз в 10 000 – 30 000 километров. Но чаще эти детали приходят в негодность до достижения этого срока. И если пару тысяч километров на неисправных деталях вы еще проедите, то дальнейшая эксплуатация может привести к ДТП.

В связи с этим мы предлагаем запустить акцию на данные детали: при покупке стойки стабилизатора/шаровой/стойки амортизации мы дарим скидку 15% на вторую соответствующую деталь (в автомобиле это парные детали). Подобная акция есть у магазина «НАВИГАТОР».

Доходы ООО «Автоспринтер 63» в 1 и 2 квартала сильно отличаются от остальных, они намного меньше, поэтому мы предлагаем запустить акцию именно в эти кварталы.

Предполагаемая экономическая эффективность мероприятия представлена в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Исходные данные для расчета экономической эффективности мероприятия по запуску акции в ООО «Автоспринтер 63»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1	Объем доходов организации до внедрения мероприятия	рублей	Op_1	11 673 900
2	Объем доходов организации после внедрения мероприятия	рублей	Op_2	11 826 072
3	Прирост объемов доходов организации за счет реализации мероприятия	рублей	$\Delta B = Op_2 - Op_1$	152 172
4	Затраты связанные с проведением мероприятия	рублей	З	147 957

По мнению экспертов, запуск акции позволит увеличить выручку компании на 2-3%. В свою очередь затраты составят 147 957 рублей – расходы за 1 и 2 кварталы х 3%.

Экономический эффект от реализации мероприятий $Эф (\Delta\Pi) = \Delta B - З$

Где затраты на мероприятия составили – 147 957 руб.

$\Delta B = 11\,826\,072 - 11\,673\,900 = 152\,172$ руб.

$Эф = \Delta B - З = 152\,172 - 147\,957 = 4\,215$ руб.

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия $T_{ок} = З/\Delta B$

$T_{ок} = З/\Delta B = 147\,957 / 152\,172 = 0,97$ года или 354 дня ($0,97 \cdot 365$ дней)

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 354 дня от начала его реализации.

Сведем рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемого мероприятия в таблицу:

Таблица 3.8 – Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятий

Мероприятия	Затраты, рублей	Дополнительная выручка, рублей	Годовой эффект, рублей	Срок окупаемости мероприятия, год
3. Запуск акции	147 957,00	152 172	4 215	0,97

Из данных таблицы 3.8 видно, что затраты на реализацию мероприятия окупаются в течении 354 дней.

Сведем все полученные результаты в единую таблицу (табл. 3.7)

Таблица 3.9 – Основные технико-экономические показатели проекта до и после внедрения мероприятий

Показатель	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Изменения ($\pm$) абсолютные	Изменения ($\pm$) отн.,% (темпы прироста)
1	2	3	4 = 3-2	5=4:2*100
1. Выручка от реализации, руб.	11 673 900	15 328 242	3 654 342	31
2. Себестоимость продаж, руб.	11 499 537	14 706 297	3 206 760	27
3. Валовая прибыль (убыток), руб. стр.3=стр.1-стр.2	174 363	621 945	447 582	256
4. Численность персонала, чел.	8	9	1	13
5. Выручка на одного работника (производительность труда), руб./чел.. (стр.5=стр.1/стр.4)	1 459 237	1 703 138	243 901	16
Рентабельность продаж, % (стр.6=стр.3/стр.1*100)	1,49	4,06	2,57	172

Таким образом, предложенные мероприятия позволят увеличить выручку компании на 3 654 342 рублей, конечно, валовая прибыль

предприятия после внедрения мероприятий составит всего 621 945 рублей, но при этом у компании появится собственное помещение для цеха и все последующие года она не будет платить арендную плату. А создание сайта и запуск акции позволит расширить клиентскую базу и увеличить основные экономические показатели деятельности ООО «АВТОСПРИНТЕР 63».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современных условиях рыночной экономики доход предприятия является ключевым фактором его деятельности. Управление доходами является ключевой функцией управления и позволяет предприятию достигать поставленных целей.

Увеличение доходов предприятия можно достигать различными способами: увеличением объемов производства, расширением ассортимента, увеличением доли рынка или сокращением издержек. Для этого необходимо быть хорошо знакомым с факторами, влияющими на доходность и особенностями конкретной отрасли.

Говоря про анализ доходов предприятий, работающих в сфере производства и реализации запчастей для автомобилей, отмечается, что в настоящее время существует ряд объективных причин развития данного сектора экономики. Например, тенденция стабильного роста спроса на запчасти для различных автомобилей, а также, курс на импортозамещение. Так можно отметить, что, если разумно подойти к данному бизнесу, можно добиться получения высокого и стабильного дохода.

В рамках первой главы мы рассмотрели теоретические основы доходов коммерческой организации. Рассмотрели понятие, сущность и состав доходов. Изучили виды доходов, характеристику понятия «доход» различных авторов, а также факторы, влияющие на доходы предприятий. Далее были изучены методы формирования доходов коммерческой организации. А также, особенности формирования доходов организаций в сфере производства и реализации запчастей к автомобилям. Рассмотрели структуру данного бизнеса, его основных участников. Разобрались со спецификой производства и продажи запчастей. И рассмотрели факторы, влияющие на производство и продажи.

Во второй главе представлена общая характеристика предприятия ООО «Автоспринтер 63», рассмотрены основные виды деятельности, специфика

предприятия. Также, в рамках данной главы была проведена оценка основных технико-экономических показателей деятельности и предложены мероприятия по улучшению экономических показателей организации. А именно, создание сайта для ООО «Автоспринтер 63», приобретение собственного помещения и запуск акции в провальные кварталы. Данные мероприятия можно рассматривать как инструмент повышения финансовых результатов предприятия. Сайт может приносить прибыль как за счет прямых продаж, а также достижения других целей, например, информирования потенциальных потребителей, облегчение оформления заказов, обеспечение связи потребителей с компанией и многое другое. Собственное помещение позволит сократить расходы организации, поскольку всё это время компания арендует помещение и тратит на это в год порядка 2,5 млн. рублей. Запуск акции позволит увеличить выручку в провальные первые 2 квартала, поскольку она сильно отличается от третьего и четвертого квартала.

В результате расчета экономической эффективности предложенных мероприятий, было выявлено, что выручка от реализации увеличится на 3 654 342 руб., а валовая прибыль компании после внедрения мероприятия составит 621 945 рублей.

Таким образом, разработанное мероприятие поспособствовало увеличению финансовых результатов деятельности предприятия. Следовательно, основная цель курсового проекта достигнута и поставленные задачи решены.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс «О распоряжении имуществом учреждения: Российской Федерации»: Статья 298. п. 3, аб. 2 в ред. Федерального закона от 08.05.2010 N 83-ФЗ // СПС КонсультантПлюс: сайт URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/3b8eaaf84b59c73761e963046f96813d55b45d9b/ (дата обращения 20.04.2024 года) – Текст: электронный.

2. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99): Приказ Минфина РФ от 06.05.99 г. №32н: (в ред. от 06.04.2022 года) // СПС «КонсультантПлюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6208/ (дата обращения 07.04.2024 года) – Текст: электронный

3. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 27.11.2020) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791) / Глава III. Прочие поступления (пп.7-11) // сайт URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6208/ (дата обращения 18.05.2024 года) – Текст: электронный.

4. Федеральный закон от 14.11.2002 N 161-ФЗ (ред. от 06.04.2024) "О государственных и муниципальных унитарных предприятиях"

// Труды VI Всероссийской Зимней школы по институциональной экономике Российская Академия наук. Уральское отделение, Институт экономики; отв. ред. Е.В. Попов. 2013. С. 6-11.

5. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь / А. Н. Азрилиян. – М. : Институт новой экономики, 2008. – 1472 с.

6. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь / А. Н. Азрилиян. – М. : Институт новой экономики, 2008. – 1472 с.

7. Бенц Д.С., Силова Е.С. Эффективность корпоративных институтов сквозь призму контрактных отношений

8. Беспалова О.В. Оценка финансовых результатов и пути их совершенствования / О.В. Беспалова // Новое слово в науке: перспективы развития. – 2016. -№4-2 (10). – с. 51-57.
9. Блинов, А.О. Анализ использования денежных средств [Электронный ресурс] / А.О. Блинов, В.Г. Литвинов. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 54 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97404> (дата обращения 11.01.2024)
10. Брагина Н.П. Экономика торгового предприятия : учебник Н.П. Брагина . – Москва, 2016. 560 с.
11. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О. С. Виханский. – М.: Гардарики, 2012. – 243с. – ISBN 5-98118-037-4.
12. Выварец А.Д. Экономика предприятия: учебник / А.Д. Выварец. – М.: «Юнити-Дана, 2020. – 543 с.
13. Гогина, Г.Н. Комплексный анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс] : конспект лекций / Г.Н. Гогина ; Филиал негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Самарская гуманитарная академия» в г. Тольятти, Кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита. - Самара : Самарская гуманитарная академия, 2013. - 266 с. : ил., схем., табл. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375366> (дата обращения 24.11.2023)
14. Гореликов К. А. Антикризисное управление: учебник для бакалавров / К. А. Гореликов. – 4-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. 214 с.
15. Гунова, О. В. Ассортиментная стратегия предприятия розничной торговли / О. В. Гунова // Маркетинг. – 2021. – № 11 – С. 32–40.
16. Дмитриченко, М.И., Зыбин, О.С., Киятов, А.Л. Управление 60 ассортиментом товаров на торговых предприятиях современного формата // Техничко-технологические проблемы сервиса. — 2015. — № 4 (26). — С.75-80

17. Долганова Ю.С. Финансы: учебник / Ю.С. Долганова, Н. Ю. Исакова, Н. А. Истомина [и др.]; под общ. ред. канд. экон. наук, доц. Н. Ю. Исаковой ; Мин-во обр. и науки РФ. - Екатеринбург: Изд-во Уральского унта, 2019. 336 с.
18. Дынкин, А. Интегрированные бизнес-группы в российской экономике / А. Дынкин, А. Соколов // Вопросы экономики. - 2022. - №4.- С. 78-95.
19. Ефимова О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений : учебник - М.: Омега-Л, 2019. - 348 с.
20. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием. – 2-е изд., доп. – М.: Инфра-М, 2016. – 455 с.
21. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 253 с.
22. Иванова, Г.П. Антикризисное управление от банкротства к финансовому оздоровлению / Под ред. Иванова, Г.П. – Москва: Закон и права ЮНИТИ, 2015.- 320с
23. Игнатова, А.В. Анализ рентабельности продаж по видам товаров и торговли / А.В.Игнатова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – №1. – С. 70–81.
24. Ильин А.И., Волков В.П. Экономика предприятия. – М.: Новое знание», 2015. – 677 с.
25. Ильин, А.И. Планирование на предприятии: учебник / А.И. Ильин. – Мн.: Новое знание, 2013. – 258с. – ISBN 985-6516-59-5.
26. Как открыть магазин автозапчастей с нуля? [Электронный ресурс] // ЕКАМ: учет в торговле: [сайт]. URL: <https://www.ekam.ru/blogs/pos/kak-otkryt-magazin-avtozapchastey-s-nulya> (дата обращения 10.05.2024).
27. Калашникова, Н.Ю. Финансы коммерческих и некоммерческих организаций в схемах и таблицах : учебно-методическое пособие / Н.Ю. Калашникова, Р.Г. Михайлян ; Северный (Арктический) федеральный

университет имени М.В. Ломоносова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 208 с.

28. Каспир, Г.Я. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Г.Я. Каспир. - М. : Лаборатория книги, 2011. - 213 с. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140854> (дата обращения 04.12.2023)

29. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия. - Москва: Центр экономики и маркетинга, 2015. - 216 с.

30. Ковалев В.В., Ковалев Вит. В.. Учет, анализ и финансовый менеджмент : учеб.-метод. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2020. – 688с.

31. Кондраков Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет : учебник. 3-е изд. / Н.П. Кондраков.- М.: Проспект, 2019. - 717 с

32. Короткевич А.И. Комплексный анализ деятельности организации (предприятия): учебно-методический комплекс / А.И. Короткевич, К.Л. Куриленок, Б.В. Лапко, Д.В. Шпарун. – Минск: БГУ, 2018. – 313 с.

33. Крылов Э.И. Анализ финансовых результатов предприятия: учебное пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власова. – Санкт-Петербург: ГУАП, 2006. – 256 с.

34. Крылов Э.И. Анализ финансовых результатов предприятия: учебное пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власова. – Санкт-Петербург. ГУАП, 2006. – 256 с.

35. Лотоцкая, И.В. Теория экономического анализа / Лотоцкая, И.В. Учебно-методический комплекс. – Сыктывкар: СЛИ, 2012. – 9

36. Лукичева, Л.И. Управление организацией: учебное пособие / Л.И.Лукичева. – М.: Омега–Л, 2014. – 248с. – ISBN 5-98119-986-5.

37. Миславская, Н.А. Бухгалтерский учет : учебник / Н.А. Миславская, С.Н. Поленова. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 592 с.

38. Найт, Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. Изд-во «ДЕЛО», 2003

39. Несостоятельность (банкротство). В 2 т. Т. 1: учебный курс / Е. Г. Афанасьева, А. В. Белицкая, А. З. Бобылева [и др.] ; под ред. д.ю.н., проф. С. А. Карелиной. – Москва : Статут, 2019. 925 с.
40. Нешиной А. С. Финансы: учебник для бакалавров / А. С. Нешиной. – 12-е изд., стер. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. 352 с.
41. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М., 2004. – 480 с.
42. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг – М.: Популярная литература, 2002, - 330 с.
43. Русанова, Р.Л. Анализ безубыточности предприятия [Электронный ресурс] / Р.Л. Русанова. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 52 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97298> (дата обращения 15.01.2024)
44. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник - М.: Инфра - М, 2019. - 519с
45. Савицкая, Г. В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: учеб.пособие для вузов / Г. В. Савицкая. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 408 с.
46. Торхова, А.Н. Экономика предприятия : учебное пособие / А.Н. Торхова. - Изд. 3-е, стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 101 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9258-5 ; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473320> (дата обращения 14.02.2024)
47. Финансы: учебник / Ю. С. Долганова, Н. Ю. Исакова, Н. А. Истомина [и др.] ; под общ. ред. канд. экон. наук, доц. Н. Ю. Исаковой. - 2-е изд., стер.- Москва: ФЛИНТА; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. 336 с.
48. Хайдукова Д.А. Прибыль предприятия: экономическая сущность, виды, методы анализа / Д.А. Хайдукова // Вопросы экономики и управления – 2016. - №5(7). – С. 175-179.

49. Чумаченко, Николай Григорьевич (1925-2011.). Экономический анализ и управление производством [Текст] : (Метод. пособие) / М-во высш. и сред. спец. образования УССР. Киевский ин-т нар. хоз-ва им. Д. С. Коротченко. Кафедра экон. анализа. - Киев : [б. и.], 1969. - 102 с.

50. Экономика предприятия в сфере обращения : учеб пособие / В.М. Ерохина, Л.С. Башмачников. – Москва, 2007. – 224 с.

51. Якимова, В.А. Практикум по дисциплине «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности» [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Якимова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 224 с. : ил., табл. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275155> (дата обращения 22.11.2023)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Отчет о финансовых результатах

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 2023 г.

Организация ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "АВТОСПРИНТЕР 63"
Идентификационный номер налогоплательщика
Вид экономической деятельности Обработка металлических изделий механическая
Организационно-правовая форма / форма собственности
Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность
Единица измерения: тыс. руб.
Местонахождение (адрес) 445032, Самарская обл., г.Тольятти, Московский пр-кт, д.11, КВАРТИРА 130

КОДЫ		
Форма по ОКУД	0710001	
Дата (число, месяц, год)	14	02 2024
По ОКПО	35571785	
ИНН	6321455434	
по ОКВЭД 2	25.62	
по ОКФС / ОКФС	12300	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 2023 г. ³	На 31 декабря 2022 г. ⁴	На 31 декабря 2021 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	-	-	-
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	-	-	-
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	-	-	-
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	-	-	-
	Дебиторская задолженность	1230	252	66	-
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	145	145	128
	Прочие оборотные активы	1260	-	-	-
	Итого по разделу II	1200	397	211	128
	БАЛАНС	1600	397	211	128

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2023 г. ³	На 31 декабря 2022 г. ⁴	На 31 декабря 2021 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ⁷	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	120	166	(28)
	Итого по разделу III	1300	130	176	(18)
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	-	-	-
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	-	-	-
	Кредиторская задолженность	1520	267	35	146
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	267	35	146
	БАЛАНС	1700	397	211	128

Руководитель _____ Сидорович Т.Г.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 14 " февраля 2024 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
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-П/К от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в 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 именует указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал", "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.

Отчет о финансовых результатах
за 2023 г.

Организация ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "АВТОСПРИНТЕР 63"
Идентификационный номер налогоплательщика
Вид экономической деятельности Обработка металлических изделий механическая
Организационно-правовая форма / форма собственности
Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность
Единица измерения: тыс. руб.

Дата (число, месяц, год)	14	02	2024
Форма по ОКУД	0710002		
По ОКПО	35571785		
ИНН	6321455434		
по ОКВЭД 2	25.62		
по ОКФС/ОКФС	12300	16	
по ОКЕИ	384		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2023 г. ³	За 2022 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	11 673	10 966
	Себестоимость продаж	2120	(11 500)	(10 645)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	173	321
	Коммерческие расходы	2210	(-)	(-)
	Управленческие расходы	2220	(-)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	173	321
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	-	-
	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	-	-
	Прочие расходы	2350	(28)	(25)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	145	296
	Налог на прибыль	2410	(115)	(103)
	в т.ч. текущий налог на прибыль	2411	(115)	(-)
	отложенный налог на прибыль	2412	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	30	193

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2023 г. ³	За 2022 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	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	30	193
	СПРАВОЧНО			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель _____ Сидорович Т.Г.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 14 " февраля 2024 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
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 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 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".

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ		Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"	
		Идентификатор: 2005e40d-e759-47c2-9c01-286fa0a5e762	
ДЕКЛАРАЦИЯ	ООО "АВТОСПРИНТЕР 63", СИДОРОВИЧ ТАТЬЯНА ГЕННАДЬЕВНА, ДИРЕКТОР	14.02.24 18:00 (MSK)	Сертификат 022A9D5700D1B08EB4401381EBF3D7E6D4
	МЕЖРАЙОННАЯ ИНСПЕКЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ № 2 ПО САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ, ХАДЖИОНИДИ ЕВГЕНИЙ ИВАНОВИЧ, НАЧАЛЬНИК	14.02.24 22:08 (MSK)	Сертификат 00B29708F97637483172BF7AD5EAD0FE54

Помещение 536 м² стоимостью 3 000 000 руб.

(https://www.avito.ru/tolyatti/kommercheskaya_nedvizhimost/proizvodstvennoe_pomeschenie_536_m_2213510553?context%5B0%5D=H4sIAAAAAAAAAA_0q0MrKqLraysFJKK8rPDUhMT1WyLrYys1LKzMvJzANzDK2UKkC0saGVUIW2RVVxWaZBpWlBYaa5cVKuhUmxaVJ5pXGxeW5pjoWSdS0gAAD_waYX65RAAA&context%5B1%5D=H4sIAAAAAAAAAA_0q0MrKqLraysFJKK8rPDUhMT1WyLrYys1LKzMvJzANzDK2UKkC0saGVUIW2RVVxWaZBpWlBYaa5cVKuhUmxaVJ5pXGxeW5pjoWSdS0gAAD_waYX65RAAAA)

← Производственное помещение, 536 м²

