

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

Кафедра экономики и бизнес-развития

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

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему: «Улучшение финансовых результатов деятельности кофейни
«VANDAL COFFEE»

Выполнила студентка
3 курса группы ЭЗ-331
заочная форма обучения
Афанасьева Полина
Владиславовна

(Ф.И.О.)

(подпись)

Научный руководитель
Державина Дина
Александрова

(Ф.И.О., должность, уч.степень, уч.звание)

(подпись)

Допустить к защите:
Заведующий кафедрой

(подпись)

« » 2024 г.

Содержание

Введение	3
Глава 1. Теоретические основы финансовых результатов деятельности предприятия.....	6
1.1 Сущность понятия финансовых результатов.....	6
1.2 Нормативное регулирование формирования финансовых результатов....	11
1.3 Методология анализа финансовых результатов деятельности организации	17
Глава 2. Анализ хозяйственной деятельности кофейни «VANDAL COFFEE»	29
2.1 Экономическая характеристика кофейни	29
2.2. Анализ финансовых результатов деятельности организации кофейни «VANDAL COFFEE»	32
2.3 Анализ показателей ассортимента «VANDAL COFFEE».....	65
Глава 3. Пути улучшения финансовых результатов деятельности кофени	69
3.1 Разработка эффективности мероприятий по улучшению финансовых результатов	69
3.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий.....	71
Заключение	83
Список использованной литературы.....	85
Приложение А - Бухгалтерский баланс кофейни «VANDAL COFFEE» (тыс. руб.)	
Приложение Б - Отчет о финансовых результатах кофейни «VANDAL COFFEE» (тыс. руб.)	

Введение

Актуальность проблем, освещаемых в работе, связана с тем, что современный рынок требует постоянного повышения конкурентоспособности предприятия. Благодаря анализу финансово-хозяйственной деятельности как инструменту управления предприятием, появляется возможность принимать экономически взвешенные управленческие решения, которые направлены на улучшение результатов работы организации.

Актуальность выбранной темы подтверждается тем, что анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия позволяет оценить его бизнес-эффективность, определяя, насколько успешно функционирует организация. Основным принцип эффективного ведения бизнеса заключается в достижении максимальных результатов при минимальных затратах.

Финансовый результат является ключевым показателем оценки работы любого предприятия: чем более привлекательны финансовые результаты, тем стабильнее текущее и перспективное финансовое положение компании.

Таким образом, одной из актуальных проблем современной экономической жизни является объективный анализ финансовых результатов деятельности предприятий, который обеспечивает эффективное финансовое управление. Это включает в себя планирование, контроль оборота денежных средств, минимизацию расходов и содействие эффективному использованию прибыли.

Анализ финансовых результатов деятельности организации играет важную роль в процессе управления предприятием. Он является промежуточным этапом между сбором информации и принятием управленческих решений. Без этого этапа сложно эффективно планировать и управлять предприятием.

Экономический анализ предшествует управленческим решениям, подготавливает их и обосновывает. Использование данных, полученных в результате анализа финансовых результатов, — это ключ к успешному функционированию и развитию современного предприятия. Объектом работы является кофейня «VANDAL COFFEE», предметом — финансово-хозяйственная деятельность кофейни «VANDAL COFFEE».

Цель выпускной квалификационной работы заключается в разработке рекомендаций по улучшению финансовых результатов деятельности кофейни «VANDAL COFFEE».

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Исследовать теоретические основы анализа финансовых результатов.
2. Изучить значение терминов «прибыль» и «финансовый результат деятельности организации».
3. Описать цель и определить задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
4. Рассказать о методах анализа финансовых результатов деятельности организации.
5. Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности и финансовых результатов предприятия кофейни «VANDAL COFFEE».
6. Разработать мероприятия по повышению эффективности деятельности организации.

В ходе исследования были применены такие общенаучные методы, как анализ, синтез, сравнение, наблюдение и анкетирование. При подготовке выпускной квалификационной работы использован широкий круг современной литературы. Были использованы корпоративные материалы компании кофейни «VANDAL COFFEE».

Структура работы. первой главе были исследованы теоретические аспекты. В ней раскрываются такие вопросы, как сущность понятий

«прибыль», «финансовый результат деятельности организации»; рассматриваются цель и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия; описана методология анализа финансовых результатов деятельности организации.

Во второй главе проведен анализ финансовой и хозяйственной деятельности кофейни «VANDAL COFFEE».

Третья глава содержит описание разработанных мероприятий по увеличению эффективности работы организации и оценку их результативности.

В ходе работы над работой были использованы следующие общенаучные методы: анализ, синтез, сравнение, наблюдение.

При подготовке выпускной квалификационной работы использован широкий круг современной литературы. Были использованы корпоративные материалы и сайт компании кофейни «VANDAL COFFEE», которые стали основой написания практической части.

Новизна данной работы заключается в исследовании финансовых результатов деятельности кофейни «VANDAL COFFEE».

Выпускная квалификационная работа имеет практическое значение в разработке рекомендаций по увеличению финансовой результативности работы кофейни «VANDAL COFFEE».

Глава 1. Теоретические основы финансовых результатов деятельности предприятия

1.1 Сущность понятия финансовых результатов

Финансовый результат является финальным результатом хозяйственной работы. Это важнейший экономический показатель, отражающий эффективность работы организации и использование ее ресурсов. Финансовый результат зависит от объема продаж (товаров, услуг, работ), дохода от вспомогательной деятельности и затрат, связанных с производством, приобретением и продажей продукции. [30, с. 110].

В учебных пособиях по бухгалтерскому учету и анализу приведены различные определения ученых-экономистов относительно понимания ими сущности понятия «финансовые результаты» (таблица 1).

Таблица 1 - Понимание сущности понятия «финансовые результаты» предприятия

Автор	Определение
В.В. Ковалев	Понимает финансовый результат как разницу между доходами организации и ее затратами [18, с.356].
Н.А. Толкачева	Полученная прибыль определяется как разница между общей суммой доходов и расходов. [51, с.55].
О. В. Ефимова	По мнению автора, финансовый результат определяется как прибыль, однако он также отмечает, что действительно конечным результатом является прирост чистых активов, которыми распоряжаются собственники. В мировой практике под таким конечным результатом понимается «прирост чистых активов» [15, с. 28].
Г. В. Савицкая	Финансовые результаты деятельности предприятия определяются как совокупность прибыли, полученной от деятельности, и уровня рентабельности. [44, с.284].

Я.В. Соколов	Утверждает, что финансовый результат представляет собой разницу между доходами и расходами предприятия или, в соответствии с мировой практикой, прирост/убыль его чистых активов [47, с. 56]. [47, с.56].
Г. М. Лисович	Характеризуют финансовый результат как это разность между выручкой и затратами на ее получение, что в итоге: прибыль или убыток [26, с.97].
Н. П. Кондраков	Финансовый результат, по его мнению, представляет собой разницу между выручкой от реализации продукции, работ или услуг по текущим ценам без учета НДС, акцизов, экспортных пошлин и других вычетов, установленных законодательством РФ, и затратами на их производство и реализацию, с учетом корректировки на разницу в прочих доходах и расходах. [22, с.525].
И. А. Лысов	Он определяет "финансовые результаты" как обширное понятие, включающее суммарный итог производственной и коммерческой деятельности предприятия, выраженный через выручку от реализации, а также окончательные результаты финансовой деятельности в форме прибыли и чистой прибыли [27, с. 25].

По мнению различных авторов, финансовый результат означает изменение стоимости собственного капитала предприятия, который формируется в процессе его деятельности благодаря чистой прибыли. [59].

В российском законодательстве по бухгалтерскому учету отсутствует определение финансового результата. Налоговое учет использует термины «результат хозяйственной деятельности организаций» и «экономический результат», но не дает их развернутого определения. Первый термин подразумевает объем произведенной продукции, выполненных работ и предоставленных услуг. В бухгалтерском учете понятие «финансовые результаты» отражается в плане счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению.

Второй термин, в свою очередь, имеет более общее значение, охватывающее финансовый результат.

Информация о финансовых результатах отображается в отдельном разделе Плана счетов, который имеет название «Финансовые результаты». В этом разделе отражаются данные о доходах и расходах по основной и прочей деятельности предприятия.

Доходы и расходы, как ключевые компоненты финансового результата, являются основой для формирования информации, играющей значительную роль в процессе определения финансовых результатов.

Основным способом анализа финансового состояния и эффективности деятельности предприятия является Финансовый отчет, структура и содержание которого определяются разделом ПБУ 4/99 "Бухгалтерская отчетность организации".

Все финансовые поступления и расходы предприятия отражаются в отчете о финансовых результатах. Эти данные о финансовом результате деятельности предприятия имеют важное значение как для внутренних, так и для внешних пользователей.

Прибыль – это результат, полученный из разницы между общим объемом доходов и расходов. Если прибыль положительная, предприятие находится "в плюсе". В случаях, когда сумма совокупных расходов превышает совокупные доходы, предприятие несет убытки.

В соответствии с отчетом о финансовых результатах выделяются следующие виды прибыли:

- валовая прибыль;
- прибыль от продаж;
- прибыль до налогообложения;
- чистая прибыль.

Валовая прибыль, как промежуточный показатель в отчете о финансовых результатах, отображает разницу между выручкой от продажи услуг и их себестоимостью. Этот показатель иллюстрирует прирост капитала

и эффективность предоставляемых услуг в целом и по различным направлениям деятельности. [21].

Прибыль (или убыток) от продаж отражает финансовый результат, полученный в процессе производства и реализации товаров или услуг. Она является основной частью прибыли предприятия, отражает результаты его основной деятельности и зависит от доходов, полученных от основной деятельности, и связанных с ней расходов. Прибыль (или убыток) от продаж формируется через вычет коммерческих и управленческих издержек из валовой прибыли. Этот показатель является ключевым элементом прибыли до налогообложения, который лежит в основе чистой прибыли и отражает влияние маркетинговых и производственных факторов на финансовые результаты предприятия.

Прибыль (или убыток) до начисления налогов представляет собой окончательный финансовый результат, который включает в себя результаты основной и дополнительной деятельности предприятия. Прибыль до налогообложения показывает общий экономический эффект, достигнутый в результате финансово-хозяйственной деятельности при нормальных условиях работы организации. [21].

Чистая прибыль (или убыток) является основным показателем, отражающим общие результаты хозяйственной деятельности и влияние налоговых факторов. Это та часть прибыли, которая остается у организации после уплаты налога на прибыль, с учетом отложенных налоговых активов и обязательств. [19].

Отчет о финансовых результатах является одной из ключевых форм бухгалтерского учета в России. Этот документ описывает итоги деятельности организации за год, объясняя причины возникновения прибыли или убытка. В отчете приводятся данные за текущий и предыдущий год, а каждой строке присваивается индивидуальный код, который указывается отдельно в каждом столбце. [56].

Таким образом, финансовый результат отражает изменение стоимости собственного капитала предприятия, которое происходит в процессе его деятельности благодаря чистой прибыли. Отчет о финансовых результатах является стандартной формой бухгалтерской (финансовой) отчетности. Эта отчетность предоставляет информацию о финансовом состоянии экономического субъекта на отчетную дату, результатах его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, структурированную в соответствии с установленными требованиями. Отчет о финансовых результатах содержит специально выделенные строки для отражения доходов и расходов, связанных с основными видами деятельности предприятия. Итоговый показатель отчета, финансовый результат, характеризует экономический итог хозяйственной деятельности организации и представлен в отчете о финансовых результатах.

1.2 Нормативное регулирование формирования финансовых результатов

«Бухгалтерский учет проводится в соответствии с различными нормативными документами, которые могут иметь разный юридический статус. Нормативное регулирование бухгалтерского учета в России сформировано в виде четырехуровневой системы:

Существенное влияние на учет и состав финансовых результатов оказывает действующий перечень нормативных правовых актов. Российская система регулирования вопросов формирования финансовых результатов включает в себя 4 уровня.

I уровень:

- Федеральный закон «О бухгалтерском учете» N 402-ФЗ от 06.12.2011 [1] – основополагающий документ, который устанавливает единые требования, правила и принципы ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности.

Также для дополнительного пояснения и уточнения отдельных норм законов используются указы Президента Российской Федерации и постановления Правительства Российской Федерации.

II уровень: Положения по бухгалтерскому учету – российские стандарты, которые регламентируют формирование самого финансового результата, а также отдельных его составляющих - расходов и доходов хозяйствующих субъектов. Данные положения являются обязательными при составлении бухгалтерской отчетности.

Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ от 29 июля 1998 года №34н [2] – документ, который определяет порядок организации и ведения бухгалтерского учета, определяет основные правила составления и представления отчетности организациями.

Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» от 06.05.99 г. №32н (ПБУ 9/99) [3] - устанавливает правила формирования в бухгалтерском учете информации о доходах. Доходы организации представляют собой прирост экономических выгод за счет поступления активов (денежных средств или другого имущества) или уменьшения обязательств, что ведет к увеличению капитала, за исключением взносов участников (владельцев имущества).

Доходы организации могут быть разделены на доходы от основных видов деятельности и другие доходы в зависимости от направлений, в которых она осуществляет свою деятельность.

- ПБУ «Расходы организации» от 6 мая 1999 года №33н (ПБУ 10/99)

[4] устанавливает правила формирования в бухгалтерском учете информации о расходах коммерческих организаций. Согласно данному положению расходами признается:

Увеличение капитала организации связано с увеличением экономических выгод за счет поступления активов или погашения обязательств. В свою очередь, уменьшение экономических выгод вследствие выбытия активов или возникновения обязательств приводит к снижению капитала организации. Данное ПБУ определяет следующие виды расходов: расходы по обычным видам деятельности и прочие расходы.

Кроме упомянутых выше нормативных правовых актов, финансовые результаты экономических субъектов регулируются ПБУ "Учет расчетов по налогу на прибыль организаций" (ПБУ 18/02 от 19.11.02 № 114н). Данное положение направлено на отражение в учете различий между налогом на бухгалтерскую прибыль и налогом на налогооблагаемую прибыль, определенной в налоговом учете. Формируется налоговая база по налогу на прибыль организации, которая, непосредственно, определяет финансовый результат за отчетный период.

Таким образом, перечень рассмотренных нормативно-правовых актов, относимый ко II уровню регулирования учета финансовых результатов,

определяет способы его формирования, регламентацию принципов, правила ведения и составления финансовой (бухгалтерской) отчетности. III уровень:

- приказ Минфина России «О формах бухгалтерской отчетности организаций» от 02.07.2010 N 66н [6];

Согласно данному документу, коммерческие организации обязаны применять указанные формы при подготовке бухгалтерской отчетности. В данном приказе прописаны основные формы годовой отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и приложения к ним.

- план счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций представляет собой структуру, классифицирующую элементы бухгалтерского учета, такие как активы, обязательства и финансово-хозяйственные операции. В 8 разделе обобщены данные о доходах и расходах организации за отчетный период от обычных видов деятельности (сч. 90) и прочих видов (сч. 91), путем сопоставления которых формируется финансовый результат деятельности хозяйствующего субъекта (сч. 99).

- руководство по применению плана счетов №94 устанавливает общие принципы использования плана счетов и отражения деловых событий на счетах бухгалтерского учета. В ней приведена краткая характеристика синтетических счетов: раскрыты их структура, назначение и экономическое содержание объектов бухгалтерского учета.

IV уровень:

- учетная политика – внутренний документ, в котором определены конкретные способы ведения бухгалтерского учета, используемые данной организацией. В учетной политике утверждаются рабочий план счетов, используемый в зависимости от сферы деятельности организации; формы первичных учетных документов; документов внутренней финансовой отчетности.

Таким образом, формирование финансового результата деятельности организации регламентируется множеством нормативных правовых

документов, которые обеспечивают полноту и достоверность данных, отраженных в отчетности.

Налоговый Кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31.07.1998г. № 146-ФЗ (ред. от 17.02.2020 г.) и часть вторая от 05.08.2000г. № 117-ФЗ.

Устанавливает правила в области установления, введения и сбора налогов и сборов, а также регулирует отношения, возникающие при осуществлении налогового контроля.

Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011г. № 402-ФЗ.

Данное положение включает информацию о структуре бухгалтерского учета, основные принципы ведения учета и документооборота, а также устанавливает правила оценки имущества и обязательств предприятия. [52].

Федеральный закон «О формах бухгалтерской отчетности», утвержденный приказом Минфина России от 02.07.2010г. № 67н. Регламентирует формы бухгалтерской отчетности организации.

Этот документ об учете и отчетности в Российской Федерации был утвержден приказом Минфина РФ от 29.07.1998 года № 34н. Он устанавливает правила ведения учета, составления и представления отчетности юридическими лицами в соответствии с российским законодательством, независимо от их организационно-правовой формы (за исключением кредитных организаций и государственных учреждений), а также регулирует взаимодействие организаций со сторонними пользователями бухгалтерской информации.

План счетов бухгалтерского учета и инструкция по его применению, утвержденные приказом Минфина РФ от 31.10.2000 года № 94н, определяют счета и субсчета, которые компании используют для учета финансовых результатов.

ПБУ 1/2024 «Учетная политика организации», утвержденное приказом Минфина РФ от 06.10.2024г. № 106н. Данный документ устанавливает

порядок ведения бухгалтерского и налогового учета, содержит краткое изложение правил, которыми компания должна руководствоваться при выборе из нескольких вариантов.

ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», утвержденное приказом Минфина РФ от 06.07.1999 г. № 43н, определяет состав, содержание и методические основы формирования бухгалтерской отчетности для юридических лиц в соответствии с законодательством РФ, за исключением кредитных организаций и государственных (муниципальных) учреждений.

ПБУ 9/99 «Доходы организации», утвержденное приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 32н, устанавливает правила учета доходов коммерческих организаций (исключая кредитные и страховые организации) в соответствии с законодательством Российской Федерации.

ПБУ 10/99 «Расходы организации», утвержденное приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 32н, устанавливает правила учета расходов коммерческих организаций (исключая кредитные и страховые организации) в соответствии с законодательством Российской Федерации.

ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль», утвержденное приказом Минфина РФ от 19.11.2002 г. № 114н, определяет понятия отложенных налоговых активов и обязательств, а также порядок их учета и отражения в отчетности.

Международные стандарты финансовой отчетности представляют собой согласованную систему правил и рекомендаций для составления финансовой документации. Основной принцип МСФО заключается в том, что они имеют рекомендательный характер, а не являются законодательно-правовыми нормами.

Согласно Международному стандарту финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», цель этого стандарта заключается в обеспечении сопоставимости финансовой отчетности организации как с ее

отчетностью за предыдущие периоды, так и с отчетностью других организаций.

«Документ об объединенном доходе отражает величину прибыли, убытков и прочих изменений в общем доходе за определенный отчетный период.

Предприятия должны осознавать, что согласно МСФО (IAS) 1, информация о общем доходе может быть представлена двумя способами:

1. В форме единого отчета о совокупном доходе, который отражает как доходы и убытки предприятия, так и другие его общие доходы.

2. В виде двух отдельных отчетов: отчета о прибылях и убытках и отчета о прочем совокупном доходе организации.

Вне зависимости от выбранного метода представления информации, каждое предприятие должно указать в отчете о доходах общую сумму прибыли и общий доход. Часть отчета о совокупном доходе, отражающая прибыль и убытки предприятия, составляется по аналогии с отчетом о финансовых результатах, используемым в России [48].

Часть отчета, касающаяся учета прибыли и убытков предприятия, в основном формируется в соответствии с правилами, схожими с российской практикой. А именно: отчет начинается с оборота предприятия и завершается доходом до уплаты налогов [15].

«Отчет о совокупном доходе включает в себя три основных раздела: доходы, расходы и годовую прибыль. В конце отчета о совокупном доходе находится строка «Прибыль за год», которая демонстрирует общий финансовый результат компании за год.» [15].

Следовательно, основной задачей отчета о совокупном доходе является представление общей прибыли, то есть суммы доходов за вычетом всех расходов, а также определение дохода, который принадлежит владельцам капитала предприятия.

1.3. Методология анализа финансовых результатов деятельности организации

В настоящее время имеется множество основных методик анализа финансовых результатов, каждая из которых обладает индивидуальными характеристиками [1, с. 13].

1. Анализ финансовых результатов по Савицкой Г.В. имеет следующий алгоритм осуществления [3, с. 158]:

- вертикальный анализ и оценка технико-экономических показателей деятельности предприятия. При проведении анализа учитываются различные показатели, такие как выручка от продаж, чистая прибыль компании. Особое внимание уделяется анализу различных аспектов прибыли, таких как ее структура, состав, динамика и прочее; производится оценка структуры выручки организации; проводится анализ рентабельности предприятия с учетом коэффициента окупаемости, рентабельности совокупного капитала и оборота (продаж). В последующем проводится анализ динамики указанных выше коэффициентов;
- проведения факторного анализа прибыли предприятия, выявление факторов, влияющих на динамику прибыли.

Для анализа изменения прибыли от продаж в зависимости от факторов применяется модель:

2. Шеремет А.Д. разработал иной механизм анализа финансового результата. Его алгоритм выглядит следующим образом [5, с. 127]:

- формируются ключевые коэффициенты, которые отображают эффективность деятельности фирмы. Большое внимание акцентируется на таких параметрах, как доход (убыток) от реализации продукции, услуг или работ, аналогичные параметры, но с учетом прочих издержек и налогообложения. В дальнейшем рассчитываются чистая прибыль за отчетный период и доход от основной деятельности компании;

- проводится первоначальный анализ на основе относительных и абсолютных показателей прибыли;
- осуществляется более глубокий анализ факторов, влияющих на величину прибыли организации;
- анализируется воздействие инфляции и ее влияние на конечные результаты деятельности компании;
- оценивается качество дохода и описываются факторы, оказывающие наибольшее влияние на уровень прибыли;
- анализируется рентабельность активов компании;
- проводится подробный маржинальный анализ прибыли, полученной за определенный временной период.

3. Анализ финансового результата по Ионовой А.Ф. и Селезневу Н.Н. осуществляется следующим образом [4, с. 678]:

- производится классификация дохода, которая дает возможность оценить эффект от работы фирмы. При этом прибыль подразделяется на ряд ключевых критериев – по порядку формирования, по видам деятельности, по источникам, по характеру использования, по срокам извлечения;
- после формирования показателей дохода осуществляется расшифровка взаимосвязей между каждым из них;
- обозначаются ключевые факторы, которые оказывают влияние на объем дохода предприятия, осуществляется анализ дохода до момента выплаты налогов;
- исчисляется прибыль с учетом инфляционных колебаний, которые неизбежно оказывают влияние на финансовый результат фирмы;
- анализируется качество дохода. Качество тем выше, чем выше рост производства и меньше издержки по нему.
- осуществляется оценка уровней денежных потоков организации для определения достаточности поступления капитала по конкретному направлению функционирования;

- анализируются результаты по заполненной финансовой отчетности предприятия.
- даются предложения по поводу схемы факторного анализа бухгалтерского дохода;
- анализируется влияние факторов на изменение уровня доходов от продажи продукции;
- анализируется рентабельность организации (как экономической, так и финансовой).

Наиболее полно проанализировать финансовые результаты можно припомощи методики, предложенной Савицкой. Рассмотрим основные этапы проведения анализа по Савицкой.

1 этап. Проведение вертикального анализа. В рамках данного анализа все финансовые показатели разделяются на сумму выручки за соответствующий отчетный период. Этот метод позволяет оценить вклад каждого дохода и расхода в формирование конечного финансового результата. Особое внимание уделяется доле себестоимости в выручке, которая предполагается высокой.

2 этап. Анализ структуры выручки предприятия, что позволяет определить наиболее рентабельные виды продукции и направления деятельности фирмы.

3 этап. Анализ коэффициентов рентабельности.

Оценку и исчисление уровня реализации принципов экономики в деятельности организации даёт возможность осуществить такой анализ, который бы включал в себя все экономические коэффициенты. Основным положением при анализе выступает определение критерий для оценивания рентабельности [2, с. 60].

На сегодняшний день существует множество методических подходов к анализу финансовых результатов, представленных в современной экономической литературе. В дальнейшем представим различные методы и

этапы анализа финансовых результатов с точки зрения различных авторов (таблица 2).

Важно отметить, что в финансовом анализе нет строгих правил. Аналитик всегда сам выбирает методы расчета и набор исходных и итоговых показателей.

В результате изучения методов анализа финансовых результатов с точки зрения различных авторов была разработана методика, включающая следующие шаги:

- анализ и сравнение изменений каждого показателя за отчетный период с базовым уровнем (горизонтальный анализ);
- вертикальный анализ аналогичных статей;
- расчет показателей рентабельности;
- факторный анализ для определения влияния отдельных факторов на прибыль [46].

Таблица 2 - Методики анализа финансовых результатов организации

Автор	Методика анализа
С.А. Бороненкова	- анализ структуры доходов и расходов предприятия; - изучение изменения доходов и расходов в динамике; - сравнение темпов роста валовой прибыли и прибыли от продаж; - анализ динамики прибыли от продаж и прибыли (убытка) до налогообложения; - оценка показателей рентабельности.
С.И. Крылов	- изучение объема, состава, структуры и динамики прибыли (убытка) до налогообложения в разрезе основных источников её формирования; - анализ прибыли (убытка) от продаж; - анализ прибыли (убытка) от прочей деятельности; - анализ чистой прибыли (убытка); - анализ совокупного финансового результата;

	- выявление резервов повышения финансовых результатов.
Г.В. Савицкая	- анализ состава и изменений прибыли; - изучение структуры и динамики прибыли, а также выполнение плана; - оценка прибыли от реализации продукции и услуг; - анализ ценовой политики и факторов, влияющих на среднерыночные цены; - изучение прочих доходов и расходов; - оценка рентабельности предприятия; - анализ использования прибыли.
Т.У. Турманидзе	- изучение структуры доходов и расходов предприятия; - анализ изменений в доходах и расходах; - расчет финансовых показателей, отражающих относительный уровень доходов и расходов.
А.Д. Шеремет	- разработка показателей, отражающих финансовые результаты организации; - анализ на основе абсолютных и относительных показателей; - изучение влияния различных факторов на уровень прибыли; - оценка влияния инфляции на финансовые результаты от реализации продукции; - анализ качества прибыли; - маржинальный анализ финансовых результатов.

- Цель анализа финансовых результатов заключается в разработке и принятии обоснованных управленческих решений, направленных на повышение эффективности деятельности предприятия [34, с.99].

Основные задачи анализа финансовых результатов деятельности предприятия включают:

- систематический контроль за формированием финансовых результатов;
- определение влияния как объективных, так и субъективных факторов на финансовые результаты;

- выявление резервов для увеличения суммы прибыли и уровня рентабельности, а также прогнозирование их величины;
- оценка работы предприятия по использованию возможностей для увеличения прибыли и рентабельности;
- разработка мероприятий по освоению выявленных резервов [32, с. 415].

Методика анализа финансовых результатов представляет собой набор приемов и способов, используемых при анализе финансово-хозяйственных операций организации [25, с.24].

Направления анализа финансовых результатов включают:

- изучение изменений каждого показателя за текущий анализируемый период («горизонтальный анализ»);
- изучение структуры соответствующих показателей и их изменений («вертикальный анализ»);
- анализ динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов («трендовый анализ»);
- изучение влияния факторов на прибыль («факторный анализ») [21, с. 32].

Особое внимание при анализе прибыли уделяется изучению факторов, влияющих на прибыль от продаж продукции. По методике Л.В. Донцовой Н.А. и Н.А. Никифоровой при факторном анализе прибыли от продажи учитывается влияние инфляции [26, с. 151].

Факторный анализ по методике Л.В. Донцовой Н.А. и Н.А. Никифоровой включает следующие этапы:

- I этап – Оценка влияния инфляции на выручку от продаж. Выручка от продажи в отчетном периоде в сопоставимых ценах рассчитывается по формуле:

$$B1 = \frac{B1}{j_{ц}} \quad (1)$$

где B1 – выручка от продажи в сопоставимых ценах;

B1 – выручка от реализации продукции в отчетном периоде;

Jц – индекс цен» [4].

Выручка от реализации продукции в отчетном году по сравнению с прошедшим периодом рассчитывается по формуле:

$$\Delta B_{\text{кол}} - \text{во продукции} = B1 - B0, (2)$$

где B0 - выручка от продажи в базисном периоде.

II этап – Влияние на прибыль от продаж фактора «Цена» [42].

Определение степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от продажи рассчитывается по формуле:

$$\Pi_{пц} = \frac{B_{ц} \cdot R\rho_0}{100} \quad (3)$$

«III этап – «Количество реализованной продукции». Влияние на сумму прибыли от продажи (ПП) изменения количества реализованной продукции рассчитывается по формуле:

$$\Delta \Pi_{пк} = \frac{[(B_1 - B_0)] \cdot R\rho_0}{100} = \frac{\Delta B_{ц} \cdot R\rho_0}{100} \quad (4)$$

где $\Delta \Pi_{пк}$ – изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «количество реализованной продукции»;

B1 – B0 – выручка от продажи в отчетном (1) и базисном (0) периодах;

$\Delta B_{ц}$ – показатель, изменение выручки от продажи под влиянием цены;

$R\rho_0$ – рентабельность продаж в базисном периоде.

IV этап - Влияние на прибыль от продаж фактора «Себестоимость реализованной продукции». Влияние определяется по формуле:

$$\Delta \Pi_{пс} = \frac{B1 \cdot (Y_{с1} - Y_{с0})}{100} \quad (5)$$

где УС1 и УС0 – соответственно уровни себестоимости в отчетном и базисном периодах.

V этап - Влияние на прибыль от продаж фактора «Коммерческие расходы». Влияние определяется по формуле:

$$\Delta\Pi_{\text{пкр}} = \frac{B1 \cdot (УКР1 - УКР0)}{100} \quad (6)$$

где УКР1 и УКР0 – соответственно уровни коммерческих расходов в отчетном и базисном периодах.

VI этап - Влияние на прибыль от продаж фактора «Управленческие расходы». Влияние определяется по формуле:

$$\Delta\Pi(\text{уп}) = \frac{B1 \cdot (УУР1 - УУР0)}{100} \quad (7)$$

где УУР1 и УУР0 – соответственно уровни управленческих расходов в отчетном и базисном периодах» [26].

Результаты факторного анализа прибыли от продажи используются для принятия экономических решений, направленных на эффективное использование ресурсов, выбор наилучшего варианта инвестиций и обоснование перспективы развития предприятия.

Система показателей финансовых результатов включает не только абсолютные показатели, но и относительные показатели эффективности хозяйствования, в том числе показатели рентабельности [17] (таблица 3).

Таблица 3 - Основные показатели рентабельности

Наименование показателя	Формула расчета	Характеристика
Рентабельность продаж, %	$R_{\text{п}} = (\text{Прибыль от продаж} / \text{выручка}) \cdot 100\%$	«Показывает, сколько прибыли получит предприятие с каждого рубля реализованной продукции»[3].
Рентабельность финансово – хозяйственной деятельности, %	$R_{\text{д}} = \text{Чистая прибыль} / \text{выручка} \cdot 100\%$	«Показывает, сколько чистой прибыли получит предприятие на единицу выручки. Данный показатель характеризует эффективность все

		й деятельности предприятия»[23].
Рентабельность затрат, %	$R_c = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Полная себестоимость продаж}} \times 100\%$	«Показывает, сколько прибыли получит предприятие с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции»[31].
Рентабельность активов, %	$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Среднегодовая стоимость капитала}} \times 100\%$	«Характеризует уровень экономической рентабельности»[33].
Рентабельность собственного капитала, %	$R_{СК} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Среднегодовая стоимость собственного капитала}} \times 100\%$	«Показывает эффективность использования собственного капитала» [35]
Экономическая рентабельность, %	$R_z = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Среднегодовая стоимость капитала}} \times 100\%$	«Показывает, насколько эффективно используется активы предприятия» [38].

Существуют два способа увеличения финансовых результатов предприятия:

1. Обеспечение увеличения конечного результат производства, включая прибыль, объемы производства и реализации продукции при сохранении текущих затрат и с соблюдением требований к качеству продукции (работ, услуг).

2. Обеспечение снижения затрат ресурсов на единицу продукции при повышении качества продукции (работ, услуг).

Размер выручки от реализации зависит от особенностей предприятия, однако существует ряд общих направлений для ее увеличения. К ним относятся:

- увеличение объема производства и реализации продукции (работ, услуг);
- повышение качества продукции;
- расширение ассортимента в соответствии с существующим спросом;
- своевременная отгрузка продукции контрагентам;
- улучшение работы финансово-сбытовых служб предприятия;
- совершенствование кредитных и расчетных отношений;
- применение экономически обоснованных цен [40, с. 26].

Снижение себестоимости возможно благодаря следующим мерам:

- применение производственной техники, что позволит уменьшить расходы на топливо и электроэнергию, а также на ремонт и техобслуживание оборудования.

- повышение сменности с изменением режима работы предприятия и используемого оборудования при производстве продукции, внедрение экономичных технологий.

- реорганизация управления производством.

- Оптимизация использования рабочей силы, включая определение и поддержание оптимального численного состава персонала, повышение уровня квалификации, внедрение прогрессивных систем и форм оплаты труда, улучшение условий труда, механизация и автоматизация всех производственных процессов.

- Экономия материальных ресурсов путем рационального снабжения, хранения и использования.

Таким образом, приведенный порядок проведения анализа финансовых результатов позволит обеспечить системный подход к его изучению, дать полную оценку финансовым результатам предприятия, выявить негативные

тенденции в его деятельности и резервы для увеличения финансовых результатов предприятия.

Изучив теоретические и методологические аспекты учета финансовых результатов, можно сделать следующие выводы:

- Финансовый результат представляет собой изменение стоимости собственного капитала предприятия, формируемого в процессе его деятельности за счет чистой прибыли. Доходы и расходы являются основными составляющими структуры финансового результата [14].

- Доходом является любое поступление денежных средств или материальных ценностей, обладающих денежной стоимостью.

Доход предприятия можно определить как увеличение его активов или уменьшение обязательств, что приводит к росту собственного капитала.

Расходы означают уменьшение экономических выгод при выбытии денежных средств, имущества или увеличении обязательств, что ведет к уменьшению капитала, не связанного с уменьшением вкладов собственников [7].

Учет финансовых результатов регламентируется целым перечнем нормативных актов бухгалтерского учета, которые включают принципы, правила и способы ведения бухгалтерского учета. Важную роль при этом играет влияние международных стандартов бухгалтерской отчетности на отечественное законодательство.

Анализ финансовых результатов способствует применению системного подхода к их изучению, обеспечивает полную оценку финансовых результатов предприятия, выявляет негативные тенденции в его деятельности и определяет возможности для увеличения финансовых результатов предприятия [13].

Подводя итоги, можно заключить, что финансовый результат является важнейшим экономическим показателем, отражающим деятельность

предприятия. Основным источником информации о финансовых результатах и эффективности деятельности является Отчет о финансовых результатах, который фиксирует все доходы и расходы предприятия. Разница между доходами и расходами определяет прибыль или убыток, что отражает положительные или отрицательные результаты работы предприятия. Составление финансовой отчетности по Международным стандартам имеет рекомендательный характер и направлено на обеспечение сопоставимости финансовой отчетности организации как с ее предыдущими периодами, так и с отчетностью других организаций. Целью анализа финансовых результатов является оценка финансового состояния предприятия. В ходе анализа проводится проверка выполнения планов по доходам, прибыли и рентабельности, изучается их динамика, а также определяется и измеряется влияние различных факторов на финансовые результаты.

2 Анализ хозяйственной деятельности кофейни «VANDAL COFFEE»

2.1 Экономическая характеристика кофейни

Основная деятельность предприятия кофейни «Vandal coffee»- оптовая торговля продовольственными потребительскими товарами, который принадлежит ИП «Бровченко А.А.». Кофейня «Vandal coffee»- занимается оптово-розничной торговлей, в которой универсальным ассортиментом продаваемых товаров являются продукты питания и напитки.

У предприятия уже давно сформировавшаяся база клиентов. Кофейню «Vandal coffee» открыли в 2021г. Кофейня находится в Самарской области, в г. Тольятти, парк в честь 50-летия АвтоВАЗа с оживленным движением .

Рядом находится пешеходный бульвар, парковка. Район образован с учетом исторических, географических, градостроительных особенностей, численности населения, социально-экономических характеристик, расположения транспортных коммуникаций, наличия инженерной инфраструктуры и других особенностей территории.

Предприятие владеет павильоном, по соседству с различными организациями. Внутри имеется место для отдыха посетителей, книги, музыка.

Вторая точка находится около «ТЦ Вега» на улице Юбилейная 40г, кофейня автоформата – свежесваренный кофе, не выходя из автомобиля .

Анализ ассортимента «Vandal coffee» представлен на рисунке 1.



НАПИТКИ НА ОСНОВЕ ЭСПРЕССО

	60 мл		
ЭСПРЕССО			140 Р
	0,2 л	0,3 л	0,4 л
АМЕРИКАНО ❄️	120 Р	160 Р	200 Р
БАМБЛ ❄️	-	220 Р	260 Р
ФЛЭТ-УАЙТ ❄️	180 Р	220 Р	270 Р
КАПУЧИНО ❄️	160 Р	210 Р	240 Р
КАПУЧИНО ОРЕХОВЫЙ	180 Р	230 Р	260 Р
КАПУЧИНО СНИКЕРСМАНИЯ	-	260 Р	290 Р
КАПУЧИНО БАНАН-НУТЕЛЛА	-	240 Р	270 Р
КАПУЧИНО ПОПКОРН	180 Р	230 Р	260 Р
КАПУЧИНО МЯТНЫЙ БРАУНИ	-	240 Р	260 Р
ДЕТСКИЙ КАПУЧИНО	170 Р	220 Р	250 Р
ЛАТТЕ ❄️	-	200 Р	240 Р
ЛАТТЕ ШОКОЛАДНО-БАНАНОВЫЙ	-	220 Р	260 Р
ЛАТТЕ КЛУБНИКА-БАЗИЛИК	-	240 Р	270 Р
ЛАТТЕ ОРЕО	-	250 Р	290 Р
МАТЧА ЛАТТЕ ❄️	200 Р	220 Р	250 Р
РАФ ❄️	-	220 Р	250 Р
РАФ МЯТНЫЙ	-	240 Р	270 Р
РАФ АРАХИСОВЫЙ	-	250 Р	280 Р
РАФ СЫРНЫЙ	-	250 Р	280 Р
РАФ ПРЯНЫЙ АПЕЛЬСИН	-	240 Р	270 Р
РАФ БАУНТИ	-	270 Р	290 Р
ДОБАВКИ К НАПИТКАМ			
АЛЬТЕРНАТИВНОЕ МОЛОКО			+80 Р
СИРОП, ТОППИНГ			+40 Р
МАРШМЕЛЛОУ, ВЗБИТЫЕ СЛИВКИ			+40 Р

❄️ - можно сделать холодным

КАКАО И ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД

	0,2 л	0,3 л	0,4 л
КАКАО	130 Р	180 Р	210 Р
КАКАО КОРОВКА	160 Р	200 Р	230 Р
КАКАО КИНДЕР	180 Р	230 Р	260 Р
ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД	160 Р	190 Р	210 Р
ФРАНЦУЗСКИЙ ШОКОЛАД	180 Р	210 Р	230 Р

РЕЦЕПТОВЫЕ ЧАИ ❄️

	0,2 л	0,3 л	0,4 л
ОБЛЕПИХОВЫЙ ЧАЙ С КОРИЦЕЙ	-	130 Р	180 Р
ИМБИРНЫЙ ЧАЙ С ЛИМОНОМ	-	130 Р	180 Р
МАЛИНОВЫЙ ЧАЙ С ИМБИРЕМ	-	130 Р	180 Р
КЛЮКВЕННЫЙ ЧАЙ	-	130 Р	180 Р
ЧАЙ ТРАВЯНОЙ/ЛИСТОВОЙ	-	130 Р	180 Р

НОВЫЕ НАПИТКИ

	0,2 л	0,3 л	0,4 л
ЛИМОНАД ГОЛУБАЯ ЛАГУНА	-	170 Р	220 Р
ЛИМОНАД ЗАРЯД	-	180 Р	230 Р
ЛИМОНАД КЛУБНИКА-МЯТА	-	170 Р	220 Р
ЛИМОНАД МАНГО-МАРАКУЙЯ	-	170 Р	220 Р
БАМБЛ МЯТА-ЭВКАЛИПТ	-	230 Р	270 Р
ЭСПРЕССО-ТОНИК	-	220 Р	260 Р

Рисунок 1 – Ассортимент кофейни «Vandal coffee»

Изучение финансовых отчетов является основным моментом для понимания текущего положения компании и особенностей ее развития.

В таблице 4 представим структуру доходов по месяцам.

Таблица 4 – Структура доходов по месяцам за 2023 год

Показатели	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Итого
Общая сумма доходов	3560	2789	3621	9832	5910,8	9432	6782	5910,8	4250,8	3910,8	2743	2287	49917
в том числе:													
выручка	4157	4671	5871	4098	7987	6832	6445	2109	1103	1098	1144	1890	49884
прочие доходы	484	3,34	154	0,89	16			0,07	-330	-137	-468		33

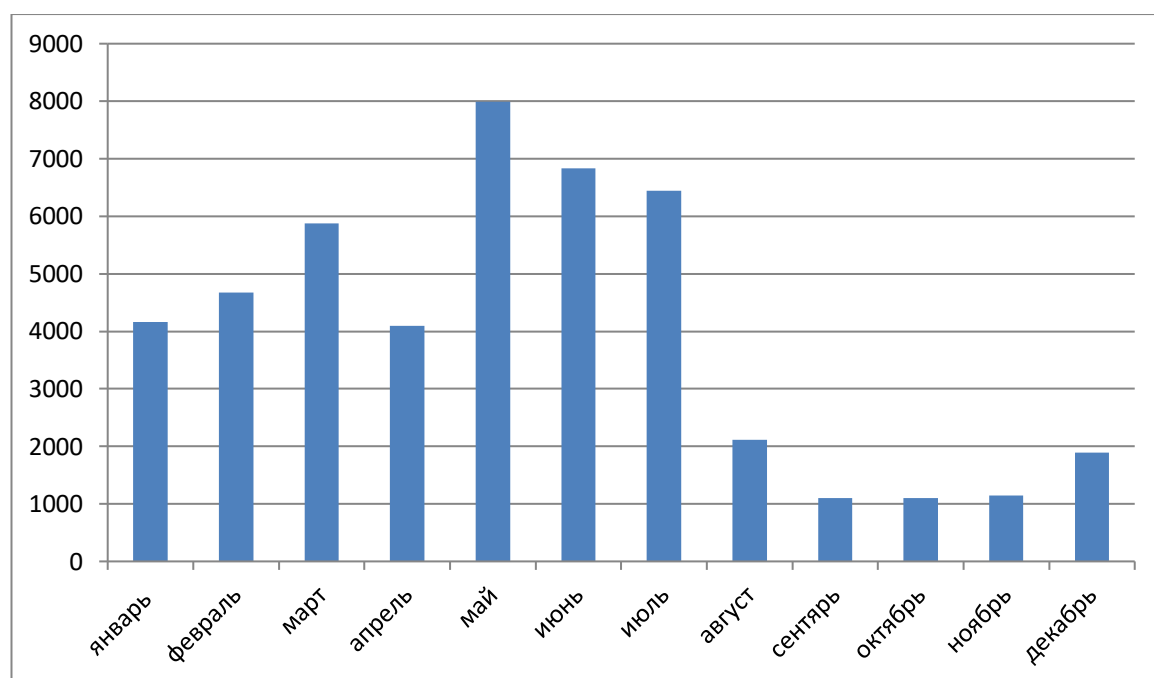


Рисунок 2 - Структура доходов по месяцам за 2023 год

В 2023 года у кофейни Vandal Coffee в большей степени доходы были сгенерированы от продажи горячих напитков, таких как эспрессо, латте, капучино, американо, и других популярных сортов кофе. Также значительным вкладом в структуру доходов являются продажи свежее испеченных круассанов, пирожных и другой выпечки. Летом кофейня пользуется большой популярностью у посетителей. В структуре доходов

преобладают продажи вареного кофе и других напитков, а также закусок и сладостей.

Таблица 5– Определение числа потребителей кофейни за час, за день

Часы работы предприятия	Оборачиваемость одного места за 1 час, раз (Rч)	Средняя загрузка зала, % в данный час, (Xч)	Число потребителей за 1 час, (Nч)
10-11	2	30	36
11-12	2	40	48
12-13	2	90	108
13-14	2	90	108
14-15	2	100	120
15-16	2	60	72
16-17	2	40	48
17-18	2	40	48
18-19	2	60	72
19-20	1,5	90	81
20-21	1,5	90	81
Итого:			822

Данная таблица показывает, какое число потребителей можно обслужить в течение 1 часа работы кофейни, по графику загрузки зала в течение дня. Максимальная загрузка кофейни в течение дня наблюдается в периоды с 12 до 15 и с 19 до 21 часа, а в течение года с мая по июль.

2.2. Анализ финансовых результатов деятельности организации кофейни “VANDAL COFFEE”

Баланс показывает активы и пассивы компании, собственный капитал на определенную дату. В работе использовался Бухгалтерский баланс двух кофейн за 2021-2023 годы, расположенных по адресу «Сквер в честь 50-летия АвтоВАЗа, Революционная улица, 76 киоск» и по адресу «Юбилейная улица, 40г». Анализ формирования, динамики и структуры финансовых результатов представлен 2 –х кофейн «Vandal coffee» в таблице 6.

Таблица 6 – Анализ финансовых результатов 2 –х кофейн «Vandal coffee»

Показатели	2021 г.		2022 г.		2023 г.		Абсолютные изменения, тыс. руб.		
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	в 2022 г. - 2021 г.	в 2023 г. - 2022 г.	в 2023 г. по сравнению с 2021 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Выручка	28 046	100,00	34 252	100,00	49 884	100,00	6 206	15 632	21 838
Расходы по обычной деятельности	27 499	98,05	33 475	97,73	44 633	89,47	5 976	11 158	17 134
Проценты к уплате	9	0,03	2	0,01	65	0,13	-7	63	56
Прочие доходы	969	3,46	308	0,90	33	0,07	-661	-275	-936
Прочие расходы	541	1,93	404	1,18	654	1,31	-137	250	113
Налог на прибыль	421	1,50	1 041	3,04	1 945	3,90	620	904	1 524
Количество людей	4	100	4	100	4	100	-	-	-
Выручка на 1 человека	7011,5	100	8563,75	100	12471	100	1552,2	3907,3	5459,5
Чистая прибыль (убыток)	545	1,94	-362	-1,06	2 620	5,25	-907	2 982	2 075

Сумма выручки увеличилась на 21 838 тыс. руб., что в относительном выражении составляет +77,86% в целом за рассматриваемый период или +21,16% в среднем за каждый год рассматриваемого периода.

Динамика выручки была стабильной, и ежегодно этот показатель увеличивался (прирост в 2022 году составил +6 206 тыс. рублей или +22,13%, а в 2023 году - +15 632 тыс. рублей или +45,64%). Таким образом, за анализируемый период рост выручки положительно повлиял на чистый

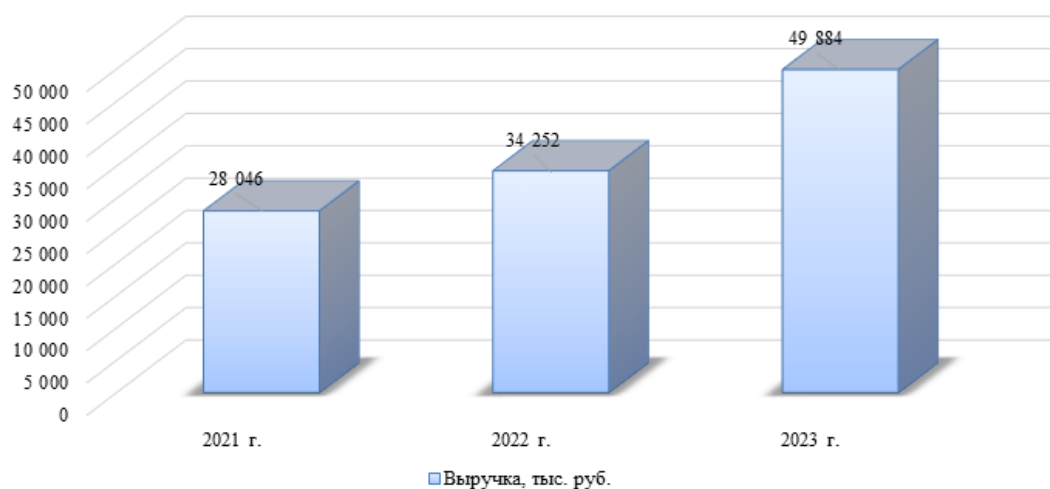


Рисунок 3 – Динамика выручки

Динамика выручки была в целом стабильной, с ежегодным увеличением этого показателя (прирост в 2022 году +6 206 тыс. рублей или +22,13%, в 2023 году +15 632 тыс. рублей или +45,64%). Таким образом, в течение анализируемого периода увеличение выручки оказало положительное влияние на чистый финансовый результат компании.

Расходы по обычной деятельности кофейни "Vandal coffee" показали рост, увеличившись на 17 134 тысячи рублей, что составляет +62,31% за весь рассматриваемый период или +17,52% в среднем за каждый год периода. Положительным является то, что темпы роста выручки превышают темпы роста себестоимости. Динамика этого показателя представлена на рисунке 3.

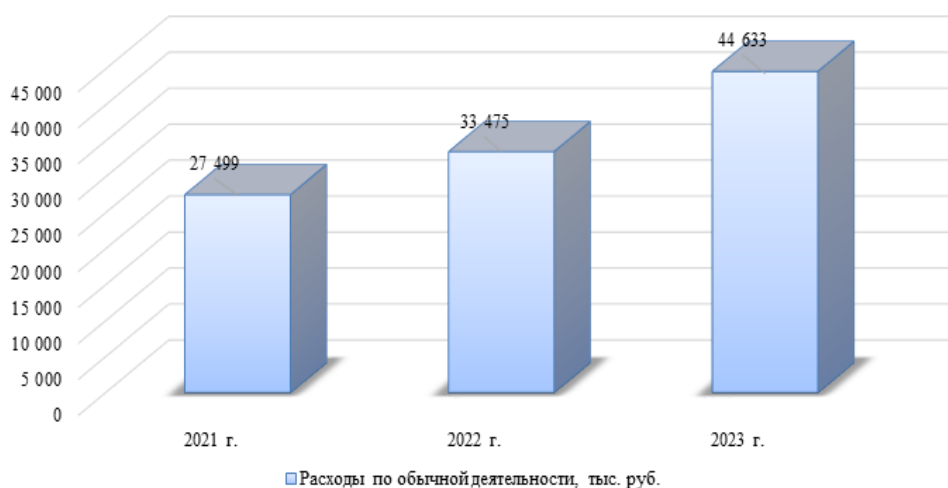


Рисунок 4– Динамика себестоимости

Необходимо отметить, что основная деятельность компании стала менее затратоемкой в 2023 году по сравнению с 2021 годом. Например, если в 2021 году на каждый рубль выручки приходилось израсходовать 98,05 копеек на обычную деятельность, то в 2023 году это значение снизилось и составило 89,47 копеек, что свидетельствует о положительной динамике. В данном случае выручка росла быстрее (+77,86%) по сравнению с ростом расходов по обычной деятельности (+62,31%). Это означает, что компанией получена экономия расходов.

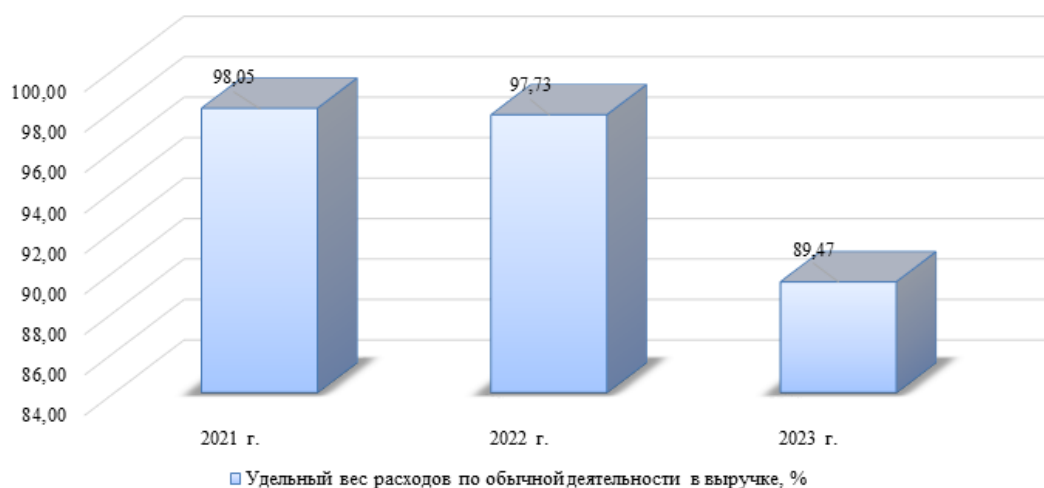


Рисунок 5– Динамика удельного веса себестоимости в выручке

Сумма сальдо прочих доходов и расходов снизилась на 1 105 тыс. руб., что в относительном выражении составляет 263,72% в целом за рассматриваемый период или 217,86% в среднем за каждый год рассматриваемого периода. Динамика данного показателя представлена на рисунке 5.

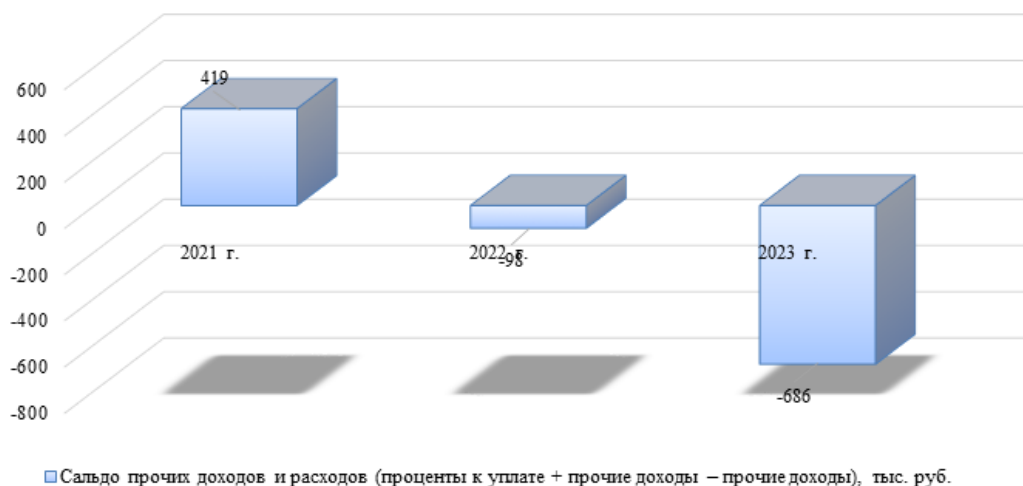


Рисунок 6— Динамика сальдо прочих доходов и расходов

Динамика сальдо прочих доходов и расходов была в целом стабильной, с ежегодным снижением этого показателя (уменьшение на 517 тыс. рублей или 123,39% в 2022 году и на 588 тыс. рублей или 600,00% в 2023 году). Таким образом, в течение анализируемого периода снижение сальдо прочих доходов и расходов негативно сказалось на величине чистого финансового результата компании.

В течение рассматриваемого периода компания демонстрировала как положительный, так и отрицательный чистый финансовый результат. Динамика этого показателя представлена на рисунке 7.

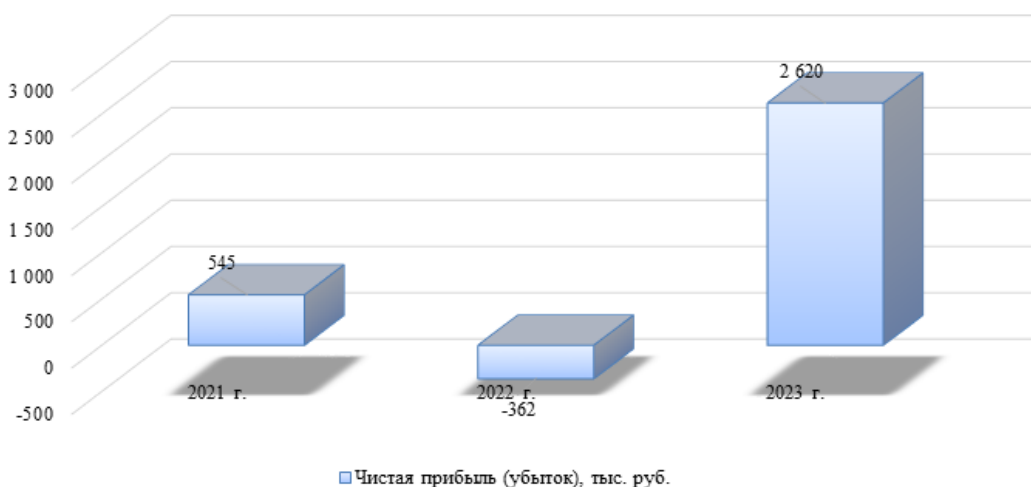


Рисунок 7 – Динамика чистого финансового результата

Например, в 2021 году сумма чистой прибыли составила 545 тыс. рублей; в 2022 году сумма чистого убытка составила 362 тыс. рублей (что составляет 166,42% относительно предыдущего периода); в 2023 году сумма чистой прибыли составила 2 620 тыс. рублей (+823,76%). В итоге за весь рассматриваемый период сумма чистой прибыли выросла, что позитивно отражает динамику данного показателя.

Таблица 7– Анализ доходов и расходов кофейни «Vandal coffee»

Показатели	2021 г.		2022 г.		2023 г.		Абсолютные изменения, тыс. руб.		
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	в 2022 г.- 2021 г.	в 2023 г.- 2022 г.	в целом за период, в 2023 г. - 2021 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Общая сумма доходов	29 015	100,00	34 560	100,00	49 917	100,00	5 545	15 357	20 902
в том числе:									
выручка	28 046	96,66	34 252	99,11	49 884	99,93	6 206	15 632	21 838
прочие доходы	969	3,34	308	0,89	33	0,07	-661	-275	-936
Общая сумма расходов	28 470	100,00	34 922	100,00	47 297	100,00	6 452	12 375	18 827
в том числе:									
расходы по обычной деятельности	27 499	96,59	33 475	95,86	44 633	94,37	5 976	11 158	17 134
проценты к уплате	9	0,03	2	0,01	65	0,14	-7	63	56
прочие расходы	541	1,90	404	1,16	654	1,38	-137	250	113
налог на прибыль	421	1,48	1 041	2,98	1 945	4,11	620	904	1 524
Чистая прибыль	545	1,88	-362	-1,05	2 620	5,25	-907	2 982	2 075

Сумма доходов компании увеличилась на 20 902 тыс. руб., что в относительном выражении составляет +72,04% в целом за рассматриваемый период или +19,82% в среднем за каждый год рассматриваемого периода.

Динамика общей суммы доходов была стабильной, с ежегодным увеличением данного показателя (прирост в 2022 году +5 545 тыс. рублей или +19,11%, в 2023 году +15 357 тыс. рублей или +44,44%). Таким образом, увеличение общей суммы доходов положительно сказалось на финансовом результате компании.

Относительно изменений в структуре доходов можно отметить следующее: удельный вес выручки увеличился с 96,66% до 99,93%, что составляет прирост на 3,27 процентных пункта; удельный вес прочих доходов снизился с 3,34% до 0,07%, что также составляет убавление на 3,27 процентных пункта. Структура доходов оставалась стабильной на протяжении анализируемого периода. Выручка занимала первое место в структуре доходов, что обусловлено особенностями отрасли, в которой работает компания. Прочие доходы занимали второе место по значимости.

Сумма расходов компании увеличилась на 18 827 тыс. рублей, что составляет +66,13% за весь рассматриваемый период или +18,44% в среднем за каждый год периода.

Факторный анализ прибыли от продаж осуществляется на основе приведенного ниже алгоритма. Прибыль от продаж находится под воздействием таких факторов, как изменение объема реализации; структуры продукции; отпускных цен на реализованную продукцию; цен на сырье, материалы, топливо, тарифов на энергию и перевозки; уровня затрат материальных и трудовых ресурсов. Прибыль от продаж (П) представляет собой разницу между выручкой от реализации продукции (В) и полной себестоимостью продукции (С):

$$П = В - С.$$

Методика формализованного расчета факторных влияний на прибыль от реализации продукции состоит следующем:

1. Расчет общего изменения прибыли $\Delta П$ от реализации продукции:

$$\Delta П = П_{\text{отч}} - П_{\text{баз}},$$

где $П_{\text{отч}}$ – прибыль отчетного года, тыс. руб.;

Пбаз – прибыль базисного года, тыс. руб.

2. Расчет влияния на прибыль изменений отпускных цен на реализованную продукцию:

$$\Delta П1 = В11 - В01,$$

где В11 – реализация в отчетном году в ценах отчетного года, тыс. руб.;

В01 – реализация в отчетном году в ценах базисного года, тыс. руб.

3. Расчет влияния на прибыль изменений в объеме продукции (собственно объема продукции в оценке по плановой (базовой) себестоимости):

$$\Delta П2 = П_{\text{БАЗ}} \times (К1 - 1),$$

К1 – коэффициент роста объема реализации продукции,

$$К1 = \frac{С10}{С0},$$

где С10 – фактическая себестоимость реализованной продукции за отчетный период в ценах и тарифах базисного периода, тыс. руб.;

С0 – себестоимость базисного года (периода), тыс. руб.

4. Расчет влияния на прибыль изменений в объеме продукции, обусловленных изменениями в структуре продукции:

$$\Delta П3 = П_{\text{БАЗ}} \times (К2 - К1),$$

где К2 – коэффициент роста объема реализации в оценке по отпускным ценам,

$$К2 = \frac{В10}{В0},$$

где В10 – реализация в отчетном периоде по ценам базисного периода, тыс. руб.;

В0 – реализация в базисном периоде, тыс. руб.

5. Расчет влияния на прибыль экономии от снижения себестоимости продукции:

$$\Delta П4 = С10 - С1,$$

где С10 – себестоимость реализованной продукции отчетного периода в ценах и условиях базисного периода, тыс. руб.;

C1 – фактическая себестоимость реализованной продукции отчетного периода, тыс. руб.

6. Расчет влияния на прибыль изменений себестоимости за счет структурных сдвигов в составе затрат:

$$\Delta П5 = C0 \times K2 - C10.$$

Осуществляем факторный анализ прибыли от продаж в 2022 г. по сравнению с 2021 г. В 2022 г. индекс инфляции составил 1,1194.

Таблица 8– Данные для факторного анализа прибыли от продаж в 2022 г. по сравнению с 2021 г.:

Показатели	2021 г., тыс. руб.	Фактический объем в оценке предыдущего года, тыс. руб.	2022 г., тыс. руб.
Выручка	28 046	34 252/ 1,1194 = 30 599	34 252
Полная себестоимость (расходы по обычной деятельности)	27 499	33 475/ 1,1194 = 29 904	33 475
Прибыль от продаж	28 046 - 27 499 = 547	30 599 - 29 904 = 694	34 252 - 33 475 = 777

Таблица 9 – Факторы изменения прибыли от продаж в 2022 г. по сравнению с 2021 г.:

Фактор	Расчет влияния фактора, тыс. руб.
Изменение прибыли за отчетный период	777-547=+230
Изменение отпускных цен на продукцию	34 252-30 599=+3 653
Изменение объема продукции	547×(29 904/27 499-1)=+48
Изменение за счет структуры сдвигов в составе продукции	547×(30 599/28 046-29 904/27 499)= =+2
Изменение себестоимости	29 904-33 475=-3 571
Изменение за счет	27 499×30 599/28 046-29 904=+97

структуры сдвигов в составе затрат	
Сумма влияния факторов	3 653+48+2+ +(-3 571)+97=+230

В 2022 г. по сравнению с 2021 г. сумма прибыли от продаж увеличилась на 230 тыс. руб., что положительно характеризует динамику данного показателя. Рост данного показателя был обусловлен следующими факторами: изменение отпускных цен на продукцию (+3 653 тыс. рублей); изменение объема продукции (+48 тыс. рублей); изменение за счет структуры сдвигов в составе продукции (+2 тыс. рублей); изменение за счет структуры сдвигов в составе затрат (+97 тыс. рублей). Снижению прибыли от продаж способствовало влияние такого фактора, как изменение себестоимости (влияние фактора = -3 571 тыс. руб.). Таким образом, преобладающим оказалось действие факторов, оказавших положительное влияние на прибыль от продаж. Для компании в сложившейся в рассматриваемый период ситуации с целью устранения негативного влияния на прибыль целесообразна реализация мероприятий, направленных на поиск резервов снижения себестоимости.

Осуществляем факторный анализ прибыли от продаж в 2023 г. по сравнению с 2022 г. В 2023 г. индекс инфляции составил 1,0742.

Таблица 10 – Данные для факторного анализа прибыли от продаж в 2023 г. по сравнению с 2022 г.:

Показатели	2022 г., тыс. руб.	Фактический объем в оценке предыдущего года, тыс. руб.	2023 г., тыс. руб.
Выручка	34 252	49 884/ 1,0742 = 46 438	49 884
Полная себестоимость (расходы по обычной деятельности)	33 475	44 633/ 1,0742 = 41 550	44 633
Прибыль от продаж	34 252 - 33 475	46 438 - 41 550	49 884 - 44 633

	= 777	= 4 888	= 5 251
--	----------	------------	------------

Таблица 11– Факторы изменения прибыли от продаж в 2023 г. по сравнению с 2022 г.:

Фактор	Расчет влияния фактора, тыс. руб.
Изменение прибыли за отчетный период	$5\,251 - 777 = +4\,474$
Изменение отпускных цен на продукцию	$49\,884 - 46\,438 = +3\,446$
Изменение объема продукции	$777 \times (41\,550 / 33\,475 - 1) = +187$
Изменение за счет структуры сдвигов в составе продукции	$777 \times (46\,438 / 34\,252 - 41\,550 / 33\,475) = +89$
Изменение себестоимости	$41\,550 - 44\,633 = -3\,083$
Изменение за счет структуры сдвигов в составе затрат	$33\,475 \times 46\,438 / 34\,252 - 41\,550 = +3\,835$
Сумма влияния факторов	$3\,446 + 187 + 89 + (-3\,083) + 3\,835 = +4\,474$

В 2023 г. по сравнению с 2022 г. сумма прибыли от продаж увеличилась на 4 474 тыс. руб., что положительно характеризует динамику данного показателя. Росту данного показателя способствовало влияние таких факторов, как изменение отпускных цен на продукцию (влияние фактора = +3 446 тыс. руб.); изменение объема продукции (влияние фактора = +187 тыс. руб.); изменение за счет структуры сдвигов в составе продукции (влияние фактора = +89 тыс. руб.); изменение за счет структуры сдвигов в составе затрат (влияние фактора = +3 835 тыс. руб.). Снижению прибыли от продаж способствовало влияние такого фактора, как изменение себестоимости (влияние фактора = -3 083 тыс. руб.). Таким образом, преобладающим оказалось действие факторов, оказавших положительное влияние на прибыль от продаж. Для компании в сложившейся в рассматриваемый период ситуации с целью устранения негативного влияния на прибыль целесообразна реализация мероприятий, направленных на поиск резервов

снижения себестоимости.

Для проведения факторного анализа чистого финансового результата используем следующую факторную модель:

$$\text{ЧФР} = \text{В} - \text{С} - \text{ПУ} + \text{ПД} - \text{ПР} - \text{НП};$$

В – выручка, тыс. руб.;

С – себестоимость, тыс. руб.;

ПУ – проценты к уплате, тыс. руб.;

ПД – прочие доходы, тыс. руб.;

ПР – прочие расходы, тыс. руб.;

НП – налог на прибыль, тыс. руб.

Осуществляем факторный анализ чистого финансового результата (прибыли/убытка в 2022 г. по сравнению с 2021 г. (базисный год («баз»)) – 2021 г., текущий год («тек»)) – 2022 г.).

Рассчитываем вспомогательные величины, необходимые для оценки влияния факторов на чистый финансовый результат:

$$\text{ЧФР}_{\text{баз}} = \text{В}_{\text{баз}} - \text{С}_{\text{баз}} - \text{ПУ}_{\text{баз}} + \text{ПД}_{\text{баз}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 28\,046 - 27\,499 - 9 + 969 - 541 - 421 = 545 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{усл1}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{баз}} - \text{ПУ}_{\text{баз}} + \text{ПД}_{\text{баз}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 34\,252 - 27\,499 - 9 + 969 - 541 - 421 = 6\,751 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{усл2}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{баз}} + \text{ПД}_{\text{баз}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 34\,252 - 33\,475 - 9 + 969 - 541 - 421 = 775 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{усл3}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{отч}} + \text{ПД}_{\text{баз}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 34\,252 - 33\,475 - 2 + 969 - 541 - 421 = 782 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{усл4}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{отч}} + \text{ПД}_{\text{отч}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 34\,252 - 33\,475 - 2 + 308 - 541 - 421 = 121 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{усл5}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{отч}} + \text{ПД}_{\text{отч}} - \text{ПР}_{\text{отч}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 34\,252 - 33\,475 - 2 + 308 - 404 - 421 = 258 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{отч}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{отч}} + \text{ПД}_{\text{отч}} - \text{ПР}_{\text{отч}} - \text{НП}_{\text{отч}} = 34\,252 - 33\,475 - 2 + 308 - 404 - 421 = -362 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитываем влияние факторов на изменение чистого финансового результата:

влияние	изменения	выручки:
$\Delta\text{ЧФР}(\Delta\text{В})=\text{ЧФР1}-\text{ЧФРбаз}=6\,751-545=+6\,206$	тыс. руб.	(влияние положительное);

влияние	изменения	себестоимости:
$\Delta\text{ЧФР}(\Delta\text{С})=\text{ЧФР2}-\text{ЧФР1}=775-6\,751=-5\,976$	тыс. руб.	(влияние негативное);

влияние	изменения	процентов	к	уплате:
$\Delta\text{ЧФР}(\Delta\text{ПУ})=\text{ЧФР3}-\text{ЧФР2}=782-775=+7$	тыс. руб.	(влияние положительное);		

влияние	изменения	прочих	доходов:
$\Delta\text{ЧФР}(\Delta\text{ПД})=\text{ЧФР4}-\text{ЧФР3}=121-782=-661$	тыс. руб.	(влияние негативное);	

влияние	изменения	прочих	расходов:
$\Delta\text{ЧФР}(\Delta\text{ПР})=\text{ЧФР5}-\text{ЧФР4}=258-121=+137$	тыс. руб.	(влияние положительное);	

влияние	изменения	налога	на	прибыль:
$\Delta\text{ЧФР}(\Delta\text{НП})=\text{ЧФРотч}-\text{ЧФР5}=-362-258=-620$	тыс. руб.	(влияние негативное).		

Осуществляем проверку:

$\Delta\text{ЧФР}=6\,206+(-5\,976)+7+(-661)+137+(-620)=-907$ тыс. руб.

$\Delta\text{ЧФР}=-362-545=-907$ тыс. руб.

По данным, представленным выше, можно сделать вывод, что финансовым менеджерам компании уделить повышенное внимание причинам, способствовавшим росту себестоимости (за счет данного фактора чистый финансовый результат снизился на 5 976 тыс. руб.); снижению прочих доходов (за счет данного фактора чистый финансовый результат снизился на 661 тыс. руб.); росту налога на прибыль (за счет данного фактора чистый финансовый результат снизился на 620 тыс. руб.). И следовательно, необходимо разработать комплекс мероприятий, направленных на устранение негативного влияния указанных факторов.

Осуществляем факторный анализ чистого финансового результата (прибыли/убытка в 2023 г. по сравнению с 2022 г. (базисный год («баз») – 2022 г., текущий год («тек») – 2023 г.).

Рассчитываем вспомогательные величины, необходимые для оценки влияния факторов на чистый финансовый результат:

$$\text{ЧФР}_{\text{баз}} = \text{В}_{\text{баз}} - \text{С}_{\text{баз}} - \text{ПУ}_{\text{баз}} + \text{ПД}_{\text{баз}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 34\,252 - 33\,475 - 2 + 308 - 404 - 1\,041 = -362 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{Усл1}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{баз}} - \text{ПУ}_{\text{баз}} + \text{ПД}_{\text{баз}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 49\,884 - 33\,475 - 2 + 308 - 404 - 1\,041 = 15\,270 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{Усл2}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{баз}} + \text{ПД}_{\text{баз}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 49\,884 - 44\,633 - 2 + 308 - 404 - 1\,041 = 4\,112 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{Усл3}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{отч}} + \text{ПД}_{\text{баз}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 49\,884 - 44\,633 - 65 + 308 - 404 - 1\,041 = 4\,049 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{Усл4}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{отч}} + \text{ПД}_{\text{отч}} - \text{ПР}_{\text{баз}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 49\,884 - 44\,633 - 65 + 308 - 404 - 1\,041 = 3\,774 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{Усл5}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{отч}} + \text{ПД}_{\text{отч}} - \text{ПР}_{\text{отч}} - \text{НП}_{\text{баз}} = 49\,884 - 44\,633 - 65 + 308 - 654 - 1\,041 = 3\,524 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{ЧФР}_{\text{отч}} = \text{В}_{\text{отч}} - \text{С}_{\text{отч}} - \text{ПУ}_{\text{отч}} + \text{ПД}_{\text{отч}} - \text{ПР}_{\text{отч}} - \text{НП}_{\text{отч}} = 49\,884 - 44\,633 - 65 + 308 - 654 - 1\,041 = 2\,620 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитываем влияние факторов на изменение чистого финансового результата:

влияние	изменения	выручки:
$\Delta \text{ЧФР}(\Delta \text{В}) = \text{ЧФР1} - \text{ЧФР}_{\text{баз}} = 15\,270 - (-362) = +15\,632$	тыс.	руб. (влияние положительное);

влияние	изменения	себестоимости:
$\Delta \text{ЧФР}(\Delta \text{С}) = \text{ЧФР2} - \text{ЧФР1} = 4\,112 - 15\,270 = -11\,158$	тыс.	руб. (влияние негативное);

влияние	изменения	процентов	к	уплате:
$\Delta \text{ЧФР}(\Delta \text{ПУ}) = \text{ЧФР3} - \text{ЧФР2} = 4\,049 - 4\,112 = -63$	тыс.	руб.		(влияние негативное);

влияние	изменения	прочих	доходов:
$\Delta \text{ЧФР}(\Delta \text{ПД}) = \text{ЧФР4} - \text{ЧФР3} = 3\,774 - 4\,049 = -275$	тыс.	руб.	(влияние негативное);

влияние	изменения	прочих	расходов:
$\Delta \text{ЧФР}(\Delta \text{ПР}) = \text{ЧФР5} - \text{ЧФР4} = 3\,524 - 3\,774 = -250$	тыс.	руб.	(влияние негативное);

влияние изменения налога на прибыль:
 $\Delta \text{ЧФР}(\Delta \text{НП}) = \text{ЧФР}_{\text{отч}} - \text{ЧФР}_5 = 2\,620 - 3\,524 = -904$ тыс. руб. (влияние негативное).

Осуществляем проверку:

$$\Delta \text{ЧФР} = 15\,632 + (-11\,158) + (-63) + (-275) + (-250) + (-904) = +2\,982 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta \text{ЧФР} = 2\,620 - (-362) = +2\,982 \text{ тыс. руб.}$$

Из представленных данных можно сделать вывод о необходимости руководству компании уделить особое внимание причинам, которые способствовали следующим изменениям: себестоимости (в результате чего чистый финансовый результат снизился на 11 158 тыс. рублей); росту процентов к уплате (в результате чего чистый финансовый результат снизился на 63 тыс. рублей); снижению прочих доходов (в результате чего чистый финансовый результат снизился на 275 тыс. рублей); росту прочих расходов (в результате чего чистый финансовый результат снизился на 250 тыс. рублей); росту налога на прибыль (в результате чего чистый финансовый результат снизился на 904 тыс. рублей). И следовательно, необходимо разработать комплекс мероприятий, направленных на устранение негативного влияния указанных факторов.

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги сгруппированных статей актива и пассива. По степени ликвидности активы делятся на следующие группы:

1) наиболее ликвидные активы (A1):

$$A1 = \text{ДС} + \text{КФВ},$$

где ДС – денежные средства, тыс. руб.;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения, тыс. руб.;

2) быстро реализуемые активы (A2):

$$A2 = \text{ДЗ},$$

где ДЗ – дебиторская задолженность, тыс. руб.;

3) медленно реализуемые активы:

$$A3 = \text{З} + \text{НДС} + \text{ПОА} + \text{ДФВ},$$

где З – запасы, тыс. руб.;

НДС – налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, тыс. руб.;

ПОА – прочие оборотные активы, тыс. руб.;

ДФВ – долгосрочные финансовые вложения, тыс. руб.;

4) трудно реализуемые активы (А4):

$$A4 = BHA - ДФВ,$$

где ВНА – внеоборотные активы, тыс. руб.

По срочности обязательств пассивы подразделяются на:

1) наиболее срочные обязательства (П1):

$$П1 = КЗ,$$

где КЗ – кредиторская задолженность, тыс. руб.;

2) краткосрочные пассивы (П2):

$$П2 = КО - КЗ,$$

где КО – краткосрочные обязательства, тыс. руб.;

3) долгосрочные пассивы (П3):

$$П3 = ДО,$$

где ДО – долгосрочные обязательства, тыс. руб.;

4) постоянные пассивы (П4):

$$П4 = СК,$$

где СК - собственный капитал (капитал и резервы), тыс. руб.

Соответствие системе следующих неравенств обеспечивает абсолютную ликвидность баланса:

$$A1 \geq П1,$$

$$A2 \geq П2,$$

$$A3 \geq П3,$$

$$A4 \leq П4.$$

Первые два неравенства характеризуют текущую ликвидность, два последних – перспективную ликвидность баланса компании.

Результаты анализа ликвидности баланса компании представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Анализ ликвидности баланса «Vandal coffee»

Показатели, тыс. руб.	На 31.12.2021	На 31.12.2022	На 31.12.2023	Абсолютные изменения, тыс. руб.		
				за 2022 г. (т.е. с 31.12.2021 до 31.12.2022)	за 2023 г. (т.е. с 31.12.2022 до 31.12.2023)	в целом за период анализа (т.е. с 31.12.2021 до 31.12.2023)
1	2	3	4	5	6	7
Исходные данные:						
1. Денежные средства	1 368	3 945	3 934	2 577	-11	2 566
2. Краткосрочные финансовые вложения	0	0	0	0	0	0
3. Дебиторская задолженность	1 658	1 507	2 515	-151	1 008	857
4. Запасы	0	0	0	0	0	0
5. НДС	0	0	0	0	0	0
6. Прочие оборотные активы	0	0	0	0	0	0
7. Долгосрочные финансовые вложения	0	0	0	0	0	0
8. Внеоборотные активы	2 227	1 536	845	-691	-691	-1 382
9. Кредиторская задолженность	1 340	3 105	2 949	1 765	-156	1 609
10. Краткосрочные обязательства	3 267	5 376	3 117	2 109	-2 259	-150
11. Долгосрочные обязательства	0	0	0	0	0	0
12. Капитал и резервы (собственный капитал)	1 986	1 612	4 177	-374	2 565	2 191
Расчетные показатели:						
А. Группы активов:						
А1 – наиболее ликвидные активы (п. 1 + п. 2)	1 368	3 945	3 934	2 577	-11	2 566
А2 – быстрореализуемые активы (п. 3)	1 658	1 507	2 515	-151	1 008	857
А3 – медленно реализуемые активы (п. 4 + п. 5 + п. 6 + п. 7)	0	0	0	0	0	0
А4 – трудно реализуемые активы (п. 8 – п. 7)	2 227	1 536	845	-691	-691	-1 382
Итого общая стоимость активов	5 253	6 988	7 294	1 735	306	2 041
Б. Группы пассивов:						
П1 – наиболее срочные обязательства (п. 9)	1 340	3 105	2 949	1 765	-156	1 609

П2 – краткосрочные пассивы (п. 10 – п. 9)	1 927	2 271	168	344	-2 103	-1 759
П3 – долгосрочные пассивы (п. 11)	0	0	0	0	0	0
П4 – постоянные пассивы (п. 12)	1 986	1 612	4 177	-374	2 565	2 191
Итого общая стоимость пассивов	5 253	6 988	7 294	1 735	306	2 041
И(Д) по группам активов:						
излишек (+) или дефицит (-) по группе наиболее ликвидных активов (А1 – П1)	28	840	985	812	145	957
излишек (+) или дефицит (-) по группе быстореализуемых активов (А2 – П2)	-269	-764	2 347	-495	3 111	2 616
излишек (+) или дефицит (-) по группе медленно реализуемых активов (А3 – П3)	0	0	0	0	0	0
излишек (+) или дефицит (-) по группе трудно реализуемых активов (А4 – П4)	241	-76	-3 332	-317	-3 256	-3 573

1. Стоимость наиболее ликвидных активов должна превышать сумму наиболее срочных обязательств. На протяжении всего анализируемого периода стоимость наиболее ликвидных активов превышала сумму наиболее срочных обязательств, что привело к формированию избытка наиболее ликвидных активов. Этот избыток составлял 28 тыс. рублей на 31.12.2021 года, 840 тыс. рублей на 31.12.2022 года и 985 тыс. рублей на 31.12.2023 года. В целом, динамика ликвидности баланса по соотношению наиболее ликвидных активов и наиболее срочных обязательств была положительной, если сравнивать начало и конец анализируемого периода. К концу рассматриваемого периода баланс компании по критерию наличия наиболее ликвидных активов оставался устойчивым. Динамика соотношения суммы наиболее ликвидных активов и наиболее срочных обязательств представлена на рисунке 8.

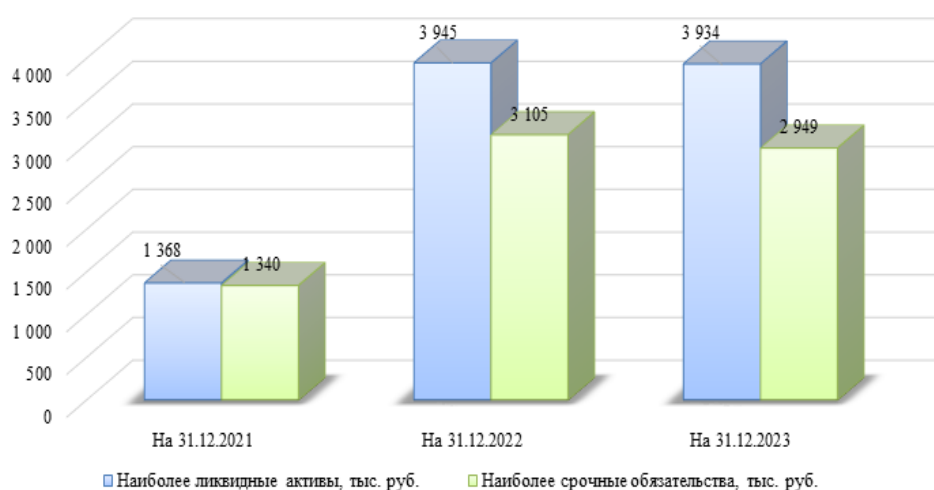


Рисунок 8— Соотношение наиболее ликвидных активов и наиболее срочных обязательств

Динамика излишка наиболее ликвидных активов для покрытия наиболее срочных обязательств представлена на рисунке 9.

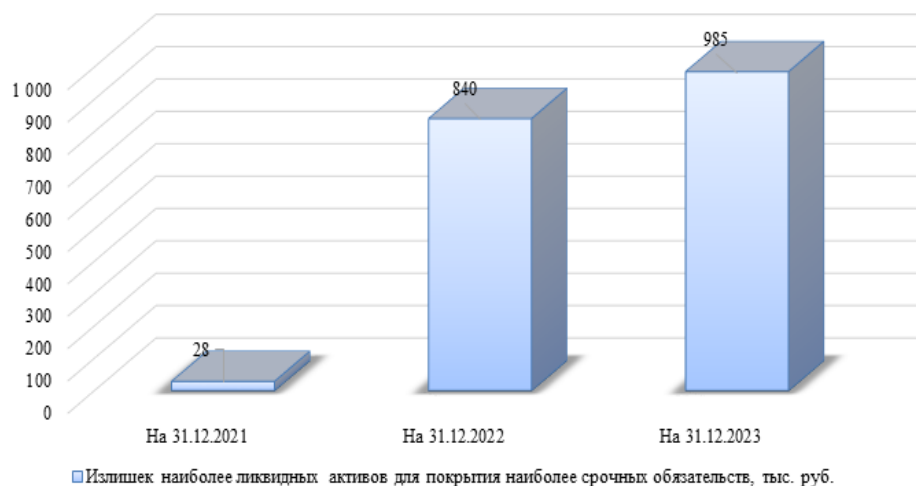


Рисунок 9 – Результат соотношения наиболее ликвидных активов и наиболее срочных обязательств

2. Стоимость ликвидных активов должна также превышать сумму краткосрочных пассивов. Почти на протяжении всего анализируемого периода стоимость ликвидных активов была ниже суммы краткосрочных пассивов, что привело к формированию дефицита ликвидных активов. Сумма этого дефицита составляла: 269 тыс. руб. на 31.12.2021 и 764 тыс. руб. на 31.12.2022. В дальнейшем ситуация улучшилась, и сумма быстро реализуемых активов уже покрывала сумму краткосрочных пассивов, т.е. имел место излишек в сумме 2 347 тыс. руб. на 31.12.2023. В общем, если сравнивать начало и конец анализируемого периода, динамика ликвидности баланса по соотношению быстро реализуемых активов и краткосрочных пассивов была положительной. К концу анализируемого периода баланс компании по критерию наличия быстро реализуемых активов оставался ликвидным. Динамика соотношения суммы быстро реализуемых активов и краткосрочных пассивов представлена на рисунке 10.

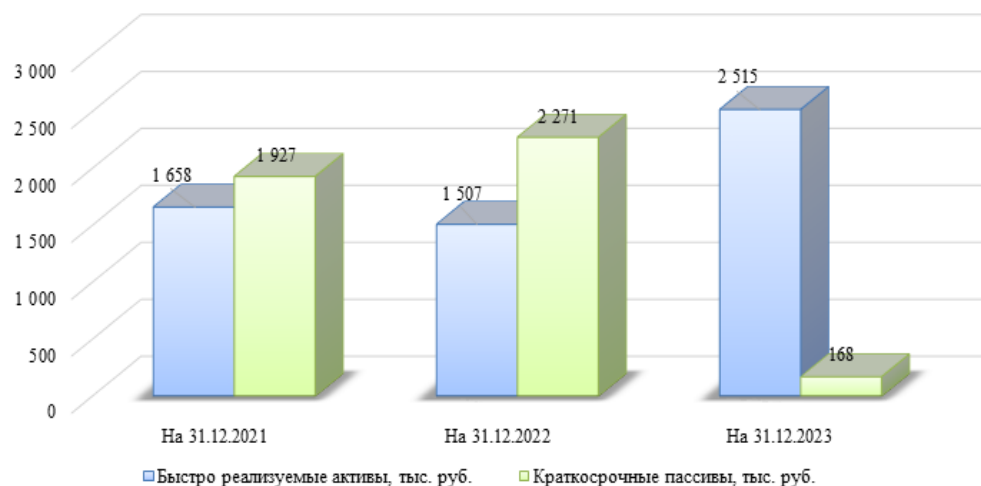


Рисунок 10 – Соотношение быстро реализуемых активов и краткосрочных пассивов

Динамика дефицита/излишка быстро реализуемых активов для покрытия краткосрочных обязательств представлена на рисунке 11.

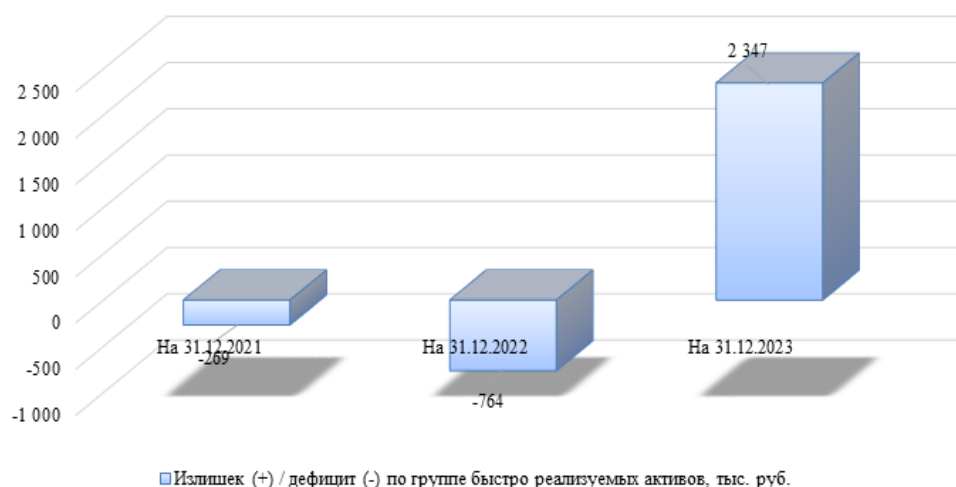


Рисунок 11 – Результаты соотношения быстро реализуемых активов и краткосрочных пассивов

3. Стоимость медленно реализуемых активов также должна быть больше суммы долгосрочных пассивов. У компании на протяжении анализируемого периода отсутствовали как медленно реализуемые активы, так и долгосрочные пассивы. В связи с этим у компании отсутствовал как дефицит, как и излишек соответствующего вида активов, а указанное условие

формально соблюдалось. В данном случае на протяжении анализируемого периода соотношение медленно реализуемых активов и долгосрочных пассивов предполагало наличие как дефицита, так и излишка указанного набора активов. В частности, на 31.12.2021 сумма медленно реализуемых активов была равна сумме долгосрочных пассивов, поэтому отсутствовал как дефицит, так и излишек средств; на 31.12.2022 сумма медленно реализуемых активов была равна сумме долгосрочных пассивов, поэтому отсутствовал как дефицит, так и излишек средств; на 31.12.2023 сумма медленно реализуемых активов была равна сумме долгосрочных пассивов, поэтому отсутствовал как дефицит, так и излишек средств. В итоге к концу анализируемого периода баланс компании по критерию наличия медленно реализуемых активов оказался ликвидным.

4. Стоимость трудно реализуемых активов должна быть меньше, чем собственный капитал компании. Это обеспечивает наличие у компании собственных оборотных средств, что является важным условием для обеспечения финансовой устойчивости. У компании на протяжении анализируемого периода по состоянию на одну отчетную дату (31.12.2021) отсутствовали собственные оборотные средства. Данный факт (именно отсутствие оборотных средств) негативно характеризует рассматриваемый аспект финансового состояния. Динамика соотношения суммы трудно реализуемых активов и постоянных пассивов представлена на рисунке 12.

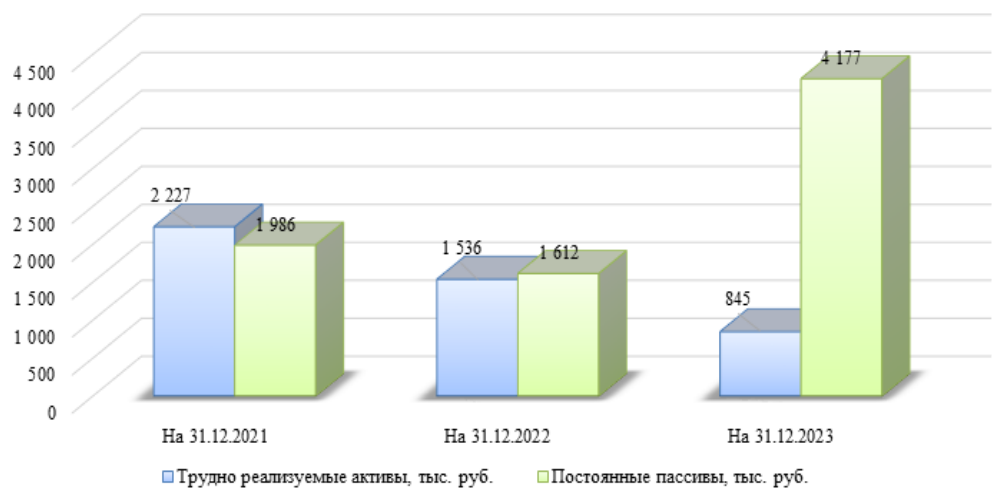


Рисунок 12 – Соотношение трудно реализуемых активов и постоянных пассивов

Динамика суммы собственных оборотных средств представлена на рисунке 13.

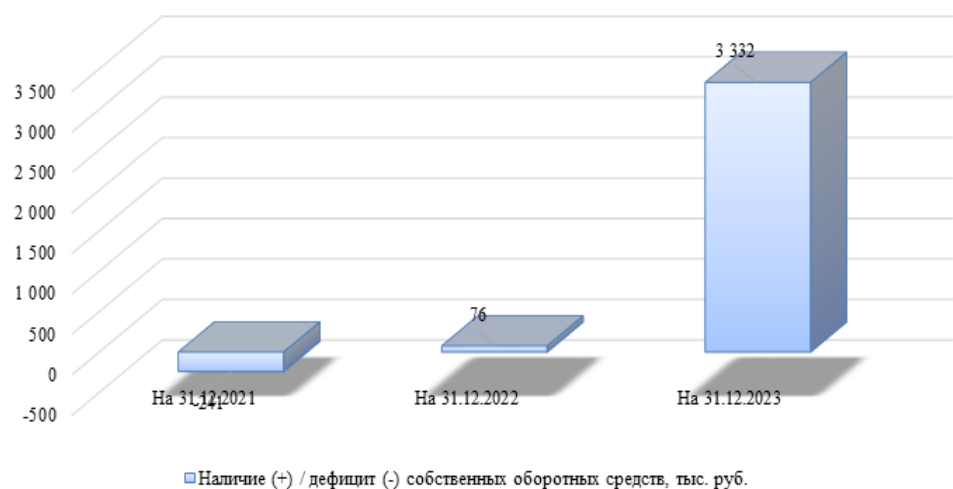


Рисунок 13 – Результат соотношения трудно реализуемых активов и постоянных пассивов

По состоянию на конец анализируемого периода баланс компании был ликвидным. При этом в целом динамика рассматриваемого аспекта финансового состояния была положительной.

Рентабельность – это относительный показатель, определяющий уровень прибыльности бизнеса. Показатели рентабельности характеризуют

эффективность работы компании в целом, прибыльность использования различных ресурсов компании. Эти показатели более полно отражают окончательные результаты хозяйственной деятельности, чем прибыль, поскольку они отображают соотношение между результатами и использованными ресурсами.

Таблица 13– Анализ показателей рентабельности «Vandal coffee»

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Абсолютные изменения		
				в 2022 г. по сравнению с 2021 г.	в 2023 г. по сравнению с 2022 г.	в целом за период, т.е. в 2023 г. по сравнению с 2021 г.
1	2	3	4	5	6	7
Исходные данные:						
1. Прибыль от продаж, тыс. руб.	547	777	5 251	230	4 474	4 704
2. Выручка, тыс. руб.	28 046	34 252	49 884	6 206	15 632	21 838
3. Себестоимость, тыс. руб.	27 499	33 475	44 633	5 976	11 158	17 134
4. Коммерческие расходы, тыс. руб.	0	0	0	0	0	0
5. Управленческие расходы, тыс. руб.	0	0	0	0	0	0
6. Стоимость основных средств, тыс. руб.	2 227	1 536	845	-691	-691	-1 382
7. Стоимость запасов, тыс. руб.	0	0	0	0	0	0
8. Чистая прибыль, тыс. руб.	545	-362	2 620	-907	2 982	2 075
9. Стоимость активов, тыс. руб.	5 253	6 988	7 294	1 735	306	2 041
10. Сумма собственного капитала, тыс. руб.	1 986	1 612	4 177	-374	2 565	2 191
Расчетные показатели:						
Рентабельность продаж, % (п. 1 × 100 / п. 2)	1,95	2,27	10,53	0,32	8,26	8,58
Рентабельность основной деятельности, % (п. 1 × 100 / (п. 3 + п. 4 + п. 5))	1,99	2,32	11,76	0,33	9,44	9,77
Рентабельность активов, % (п. 8 × 100 / п. 9)	10,38	-5,18	35,92	-15,56	41,10	25,54
Рентабельность собственного капитала, % (п. 8 × 100 / п. 10)	27,44	-22,46	62,72	-49,90	85,18	35,28

Показатель рентабельности продаж характеризует, сколько копеек прибыли от продаж генерирует 1 руб., получаемый компанией в составе выручки. Расчет данного показателя ведется по формуле:

$$P_{\text{пр}} = \frac{П_{\text{пр}}}{В} \times 100,$$

$П_{\text{пр}}$ – прибыль от продаж, тыс. руб.,

$В$ – выручка, тыс. руб.

На протяжении анализируемого периода продажи компании были рентабельными. В 2021 году этот показатель составлял 1,95%, в 2022 году увеличился до 2,27%, что означает прирост на 0,32 процентных пункта. В 2023 году показатель увеличился на 8,26 процентных пунктов до 10,53%. Таким образом, за весь анализируемый период рентабельность продаж увеличилась, что положительно отражает динамику финансового состояния компании. Динамика этого показателя представлена на рисунке 14.

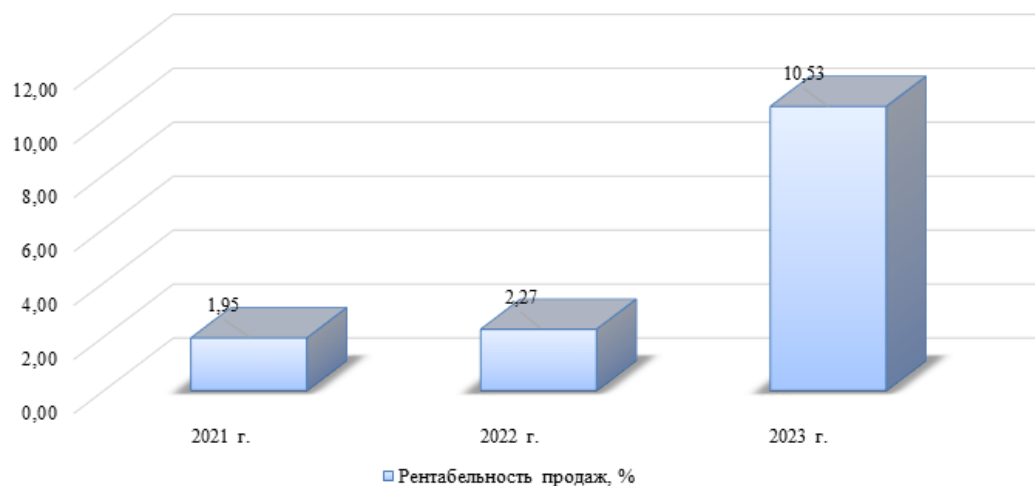


Рисунок 14– Динамика рентабельности продаж

Для проведения факторного анализа рентабельности продаж формируем факторную модель:

$$P_{\text{пр}} = \frac{П_{\text{пр}}}{В} = \frac{В - С - КР - УР}{В} \times 100,$$

где $С$ – себестоимость, тыс. руб.,

$КР$ – коммерческие расходы, тыс. руб.,

$УР$ – управленческие расходы, тыс. руб.

Для проведения факторного анализа используем способ цепных подстановок. Этот способ предполагает выполнение ряда вспомогательных расчетов:

$$P_{\text{ПР}}^{\text{БАЗ}} = \frac{B_{\text{БАЗ}} - C_{\text{БАЗ}} - KР_{\text{БАЗ}} - УР_{\text{БАЗ}}}{B_{\text{БАЗ}}} \times 100;$$

$$P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ1}} = \frac{B_{\text{ОТЧ}} - C_{\text{БАЗ}} - KР_{\text{БАЗ}} - УР_{\text{БАЗ}}}{B_{\text{ОТЧ}}} \times 100;$$

$$P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ2}} = \frac{B_{\text{ОТЧ}} - C_{\text{ОТЧ}} - KР_{\text{БАЗ}} - УР_{\text{БАЗ}}}{B_{\text{ОТЧ}}} \times 100;$$

$$P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ3}} = \frac{B_{\text{ОТЧ}} - C_{\text{ОТЧ}} - KР_{\text{ОТЧ}} - УР_{\text{БАЗ}}}{B_{\text{ОТЧ}}} \times 100;$$

$$P_{\text{ПР}}^{\text{ОТЧ}} = \frac{B_{\text{ОТЧ}} - C_{\text{ОТЧ}} - KР_{\text{ОТЧ}} - УР_{\text{ОТЧ}}}{B_{\text{ОТЧ}}} \times 100.$$

Изменение рентабельности продаж за счет изменения выручки рассчитывается по формуле:

$$\Delta P_{\text{ПР}}(\Delta B) = P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ1}} - P_{\text{ПР}}^{\text{БАЗ}}.$$

Изменение рентабельности продаж за счет изменения себестоимости рассчитывается по формуле:

$$\Delta P_{\text{ПР}}(\Delta C) = P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ2}} - P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ1}}.$$

Изменение рентабельности продаж за счет изменения коммерческих расходов рассчитывается по формуле:

$$\Delta P_{\text{ПР}}(\Delta KР) = P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ3}} - P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ2}}.$$

Изменение рентабельности продаж за счет изменения управленческих расходов рассчитывается по формуле:

$$\Delta P_{\text{ПР}}(\Delta УР) = P_{\text{ПР}}^{\text{ОТЧ}} - P_{\text{ПР}}^{\text{УСЛ3}}.$$

Общее изменение рентабельности продаж составляет:

$$\Delta P_{\text{ПР}} = P_{\text{ПР}}^{\text{ОТЧ}} - P_{\text{ПР}}^{\text{БАЗ}},$$

и это изменение должно быть равно совокупному влиянию факторов:

$$\Delta P_{\text{ПР}} = \Delta P_{\text{ПР}}(\Delta B) + \Delta P_{\text{ПР}}(\Delta C) + \Delta P_{\text{ПР}}(\Delta KР) + \Delta P_{\text{ПР}}(\Delta УР).$$

Осуществляем факторный анализ изменения рентабельности продаж в 2022 г. по сравнению с 2021 г.

Таблица 14 – Данные для факторного анализа изменения рентабельности продаж

Показатели	2021 г.	2022 г.
1. Выручка, тыс. руб.	28 046	34 252
2. Себестоимость, тыс. руб.	27 499	33 475
3. Коммерческие расходы, тыс. руб.	0	0
4. Управленческие расходы, тыс. руб.	0	0
5. Рентабельность продаж ((п. 1 - п. 2 - п. 3 - п. 4) × 100 / п. 1)	1,95	2,27

Таблица 15 – Оценка влияния факторов на изменение рентабельности продаж

Показатели	Расчет
Общее изменение рентабельности продаж, процентных пунктов	$\Delta R_{пр} = R_{пр(тек)} - R_{пр(баз)} = 2,27 - 1,95 = +0,32$
в том числе:	
1) за счет изменения выручки	$\begin{aligned} \Delta R_{пр}(\Delta B) &= R_{пр(усл1)} - R_{пр(баз)} = \\ &= (Втек - Сбаз - КРбаз - УРбаз) \times 100 / Втек - \\ &= (34\,252 - 27\,499 - 0 - 0) \times 100 / 34\,252 - \\ &= (28\,046 - 27\,499 - 0 - 0) \times 100 / 28\,046 \\ &= +17,77 \text{ (влияние фактора положительное)} \end{aligned}$
2) за счет изменения себестоимости	$\begin{aligned} \Delta R_{пр}(\Delta C) &= R_{пр(усл2)} - R_{пр(усл1)} = \\ &= (Втек - Стек - КРбаз - УРбаз) \times 100 / Втек - \\ &= (34\,252 - 33\,475 - 0 - 0) \times 100 / 34\,252 - \\ &= (34\,252 - 27\,499 - 0 - 0) \times 100 / 34\,252 \\ &= -17,45 \text{ (влияние фактора негативное)} \end{aligned}$
3) за счет изменения коммерческих расходов	$\begin{aligned} \Delta R_{пр}(\Delta КР) &= R_{пр(усл3)} - R_{пр(усл2)} = \\ &= (Втек - Стек - КРтек - УРбаз) \times 100 / Втек - \\ &= (34\,252 - 33\,475 - 0 - 0) \times 100 / 34\,252 - \\ &= (34\,252 - 33\,475 - 0 - 0) \times 100 / 34\,252 \\ &= 0,00 \text{ (влияние фактора отсутствует)} \end{aligned}$
4) за счет изменения управленческих расходов	$\begin{aligned} \Delta R_{пр}(\Delta УР) &= R_{пр(тек)} - R_{пр(усл3)} = \\ &= (Втек - Стек - КРтек - УРтек) \times 100 / Втек - \\ &= (34\,252 - 33\,475 - 0 - 0) \times 100 / 34\,252 - \\ &= (34\,252 - 33\,475 - 0 - 0) \times 100 / 34\,252 \\ &= 0,00 \text{ (влияние фактора отсутствует)} \end{aligned}$
Проверка	$\begin{aligned} \Delta R_{пр} &= \Delta R_{пр}(\Delta B) + \Delta R_{пр}(\Delta C) + \Delta R_{пр}(\Delta КР) + \Delta R_{пр}(\Delta УР) = \\ &= 17,77 + (-17,45) + 0,00 + 0,00 = \\ &= +0,32 \text{ (динамика показателя положительная)} \end{aligned}$

В 2022 году по сравнению с 2021 годом рентабельность продаж увеличилась на 0,32 процентных пункта. Факторы, включенные в модель, оказали разнонаправленное влияние на изменение данного показателя. Рост выручки оказал положительное влияние (+17,77 п.п.), в то время как увеличение себестоимости оказало негативное влияние (-17,45 п.п.). Таким образом, в течение рассматриваемого периода преобладал фактор, положительно влияющий на рентабельность продаж. Важно контролировать факторы, оказывающие негативное влияние на этот показатель, в частности, изменение себестоимости.

Теперь осуществляем факторный анализ изменения рентабельности продаж в 2023 году по сравнению с 2022 годом.

Таблица 16 – Данные для факторного анализа изменения рентабельности продаж

Показатели	2022 г.	2023 г.
1. Выручка, тыс. руб.	34 252	49 884
2. Себестоимость, тыс. руб.	33 475	44 633
3. Коммерческие расходы, тыс. руб.	0	0
4. Управленческие расходы, тыс. руб.	0	0
5. Рентабельность продаж ((п. 1 - п. 2 - п. 3 - п. 4) × 100 / п. 1)	2,27	10,53

Таблица 17 – Оценка влияния факторов на изменение рентабельности продаж

Показатели	Расчет
Общее изменение рентабельности продаж, процентных пунктов	$\Delta R_{пр} = R_{пр(тек)} - R_{пр(баз)} = 10,53 - 2,27 = +8,26$
в том числе:	
1) за счет изменения выручки	$\begin{aligned} \Delta R_{пр}(\Delta V) &= R_{пр(усл1)} - R_{пр(баз)} = \\ &= (V_{тек} - C_{баз} - KР_{баз} - УР_{баз}) \times 100 / V_{тек} - \\ &= (49\,884 - 33\,475 - 0 - 0) \times 100 / 49\,884 - \\ &= (34\,252 - 33\,475 - 0 - 0) \times 100 / 34\,252 \\ &= +30,62 \text{ (влияние фактора положительное)} \end{aligned}$
2) за счет изменения себестоимости	$\begin{aligned} \Delta R_{пр}(\Delta C) &= R_{пр(усл2)} - R_{пр(усл1)} = \\ &= (V_{тек} - C_{тек} - KР_{баз} - УР_{баз}) \times 100 / V_{тек} - \\ &= (49\,884 - 44\,633 - 0 - 0) \times 100 / 49\,884 - \\ &= (49\,884 - 33\,475 - 0 - 0) \times 100 / 49\,884 \\ &= -22,36 \text{ (влияние фактора негативное)} \end{aligned}$

3) за счет изменения коммерческих расходов	$\Delta P_{\text{пр}}(\Delta KР) = P_{\text{пр}}(\text{усл}3) - P_{\text{пр}}(\text{усл}2) =$ $= (\text{Втек} - \text{Стек} - KР_{\text{тек}} - УР_{\text{баз}}) \times 100 / \text{Втек} -$ $(\text{Втек} - \text{Стек} - KР_{\text{баз}} - УР_{\text{баз}}) \times 100 / \text{Втек} =$ $= (49\,884 - 44\,633 - 0 - 0) \times 100 / 49\,884 -$ $- (49\,884 - 44\,633 - 0 - 0) \times 100 / 49\,884$ $= 0,00 \text{ (влияние фактора отсутствует)}$
4) за счет изменения управленческих расходов	$\Delta P_{\text{пр}}(\Delta УР) = P_{\text{пр}}(\text{тек}) - P_{\text{пр}}(\text{усл}3) =$ $= (\text{Втек} - \text{Стек} - KР_{\text{тек}} - УР_{\text{тек}}) \times 100 / \text{Втек} -$ $(\text{Втек} - \text{Стек} - KР_{\text{тек}} - УР_{\text{баз}}) \times 100 / \text{Втек} =$ $= (49\,884 - 44\,633 - 0 - 0) \times 100 / 49\,884 -$ $- (49\,884 - 44\,633 - 0 - 0) \times 100 / 49\,884$ $= 0,00 \text{ (влияние фактора отсутствует)}$
Проверка	$\Delta P_{\text{пр}} = \Delta P_{\text{пр}}(\Delta В) + \Delta P_{\text{пр}}(\Delta С) + \Delta P_{\text{пр}}(\Delta KР) + \Delta P_{\text{пр}}(\Delta УР) =$ $= 30,62 + (-22,36) + 0,00 + 0,00 =$ $+8,26 \text{ (динамика показателя положительная)}$

В 2023 году рентабельность продаж увеличилась на 8,26 процентных пунктов по сравнению с 2022 годом. Факторы, включенные в модель, оказали разнонаправленное влияние на этот показатель. Рост выручки способствовал повышению рентабельности (+30,62 п.п.), тогда как увеличение себестоимости оказало отрицательное воздействие (-22,36 п.п.). Таким образом, в рассматриваемом периоде преобладающим стал фактор, положительно влияющий на рентабельность продаж. Важно контролировать факторы, оказывающие негативное влияние на этот показатель, в частности, изменение себестоимости. Показатель рентабельности основной деятельности характеризует, сколько копеек прибыли от продаж генерирует 1 руб. затрат. Расчет данного показателя ведется по формуле:

$$P_{\text{од}} = \frac{P_{\text{пр}}}{С + KР + УР},$$

$P_{\text{пр}}$ – прибыль от продаж, тыс. руб.;

$С$ – себестоимость, тыс. руб.;

$KР$ – коммерческие расходы, тыс. руб.;

$УР$ – управленческие расходы, тыс. руб.

На протяжении анализируемого периода основная деятельность компании была рентабельной. В 2021 г. значение соответствующего показателя составляло 1,99%; в 2022 г. составило 2,32%, увеличившись на 0,33 (2,32-1,99) процентных пунктов; в 2023 г. увеличилось на 9,44

процентных пунктов (11,76-2,32) и составило 11,76%. Таким образом, за весь анализируемый период прибыльность основной деятельности возросла, что положительно отражается на динамике этого аспекта финансового состояния. Динамика показателя рентабельности основной деятельности представлена на рисунке.

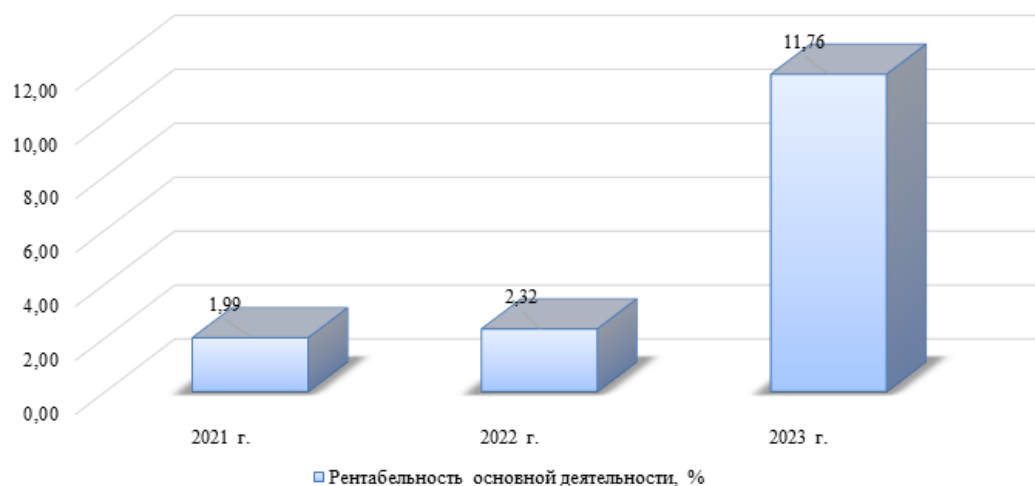


Рисунок 15– Динамика рентабельности основной деятельности

Показатель рентабельности активов характеризует, сколько копеек прибыли от продаж генерирует 1 руб., вложенный в активы компании. Расчет данного показателя ведется по формуле:

$$P_A = \frac{\text{ЧП}}{A} \times 100,$$

ЧП – чистая прибыль, тыс. руб.;

A – стоимость активов, тыс. руб.

На протяжении анализируемого периода использование активов компании было как рентабельным, так и нерентабельным. В 2021 году этот показатель составлял 10,38%, в 2022 году снизился до 5,18%, что означает снижение на 15,56 процентных пунктов. В 2023 году показатель возрос на 41,10 процентных пунктов до 35,92%. Таким образом, за весь период прибыльность активов увеличилась, что позитивно отражает динамику финансового состояния. Динамика показателя рентабельности активов представлена на рисунке.

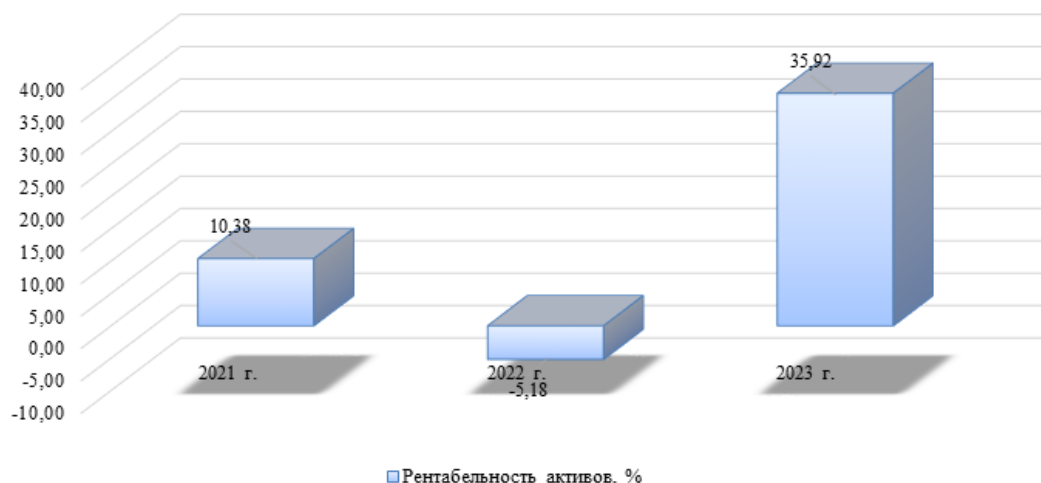


Рисунок 15– Динамика рентабельности активов

Показатель рентабельности собственного капитала характеризует, сколько копеек прибыли от продаж приходится на 1 руб. собственного капитала компании. Расчет данного показателя ведется по формуле:

$$P_A = \frac{\text{ЧП}}{\text{СК}} \times 100,$$

ЧП – чистая прибыль, тыс. руб.;

СК – сумма собственного капитала, тыс. руб.

В течение периода анализа использование собственного капитала компании было как прибыльным, так и неприбыльным. В 2021 году этот показатель составил 27,44%, в 2022 году снизился до 22,46%, что означает уменьшение на 49,90 процентных пунктов. В 2023 году показатель увеличился на 85,18 процентных пунктов до 62,72%. Таким образом, за весь период прибыльность собственного капитала выросла, что является положительным сигналом для финансового состояния компании. Динамика данного показателя представлена на рисунке.

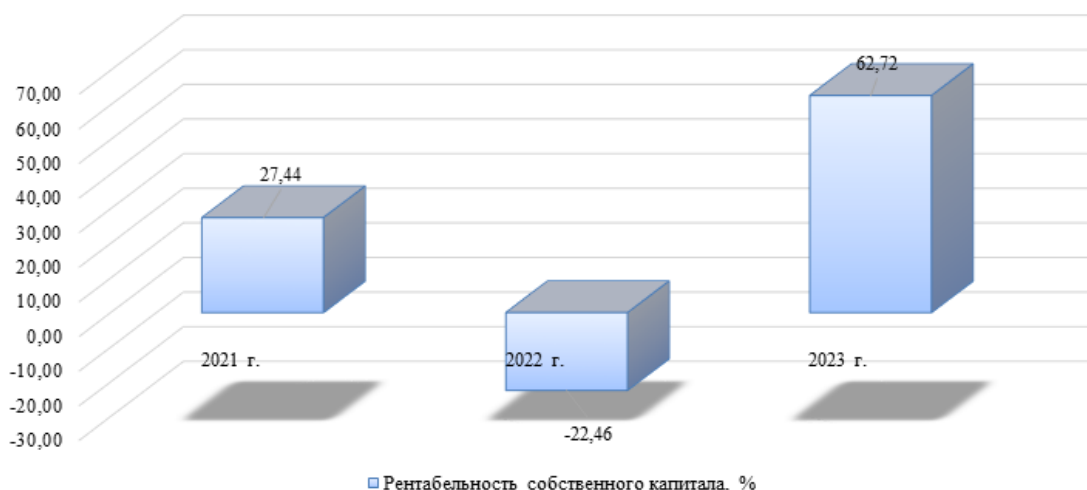


Рисунок 16 – Динамика рентабельности собственного капитала

Делаем общий вывод. В целом эффективность работы компании повысилась, поскольку каждый рубль, вложенный в активы, за анализируемый период стал приносить больше прибыли.

2.3 Анализ показателей ассортимента «Vandal coffee»

Каждая успешная кофейня должна основываться на стратегически выверенном ассортименте, который привлекает и удерживает клиентов, удовлетворяет их разнообразные вкусы и предпочтения, а также способствует росту финансовых показателей. В данном отчете проводится детальный анализ ассортимента кофейни Vandal Coffee, с акцентом на ключевые показатели, влияющие на её успех.

Ассортимент кофейни Vandal Coffee включает в себя множество позиций, начиная от классических эспрессо и капучино, до авторских напитков и сезонных предложений. Анализ данных о продажах за последние шесть месяцев показывает, что наибольшей популярностью пользуются латте и капучино, на долю которых приходится 40% от общего объема продаж напитков. При этом такие позиции, как фирменный кокосовый латте и

сезонный тыквенный спайс, также демонстрируют высокие показатели, что говорит о востребованности необычных вкусов. На рисунке 19 представим процентную разбивку по ассортиментам.

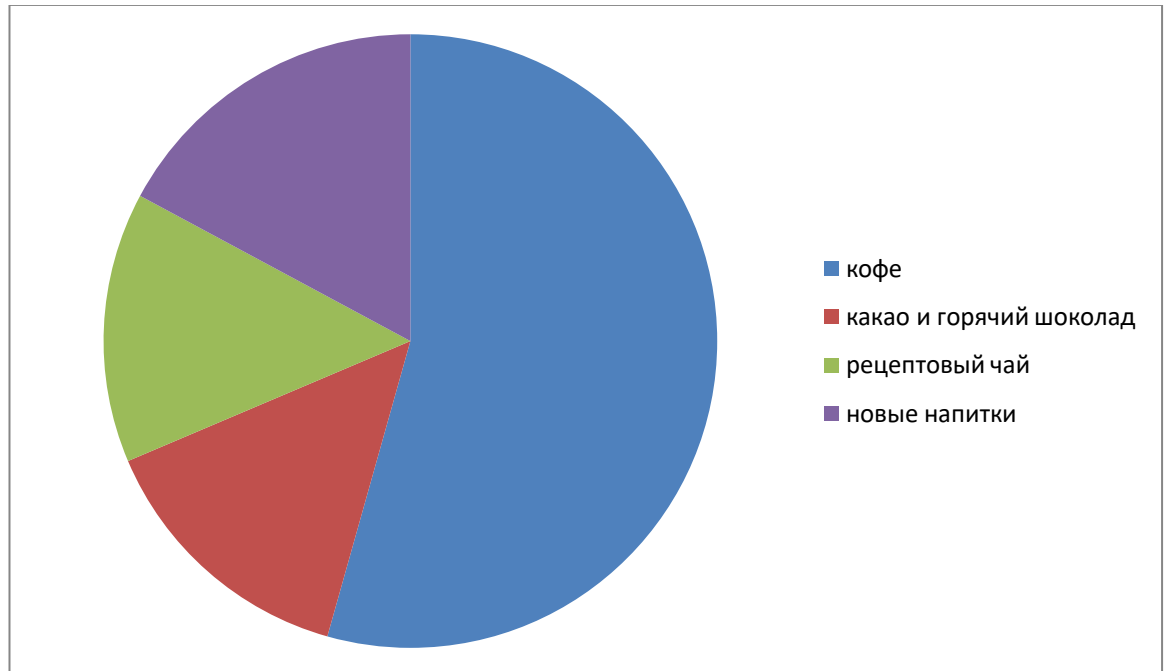


Рисунок 17 – Процентное соотношение ассортимента кофейни

Наибольшее процентное соотношение у категории кофе, которое составляет 54,2%, на втором месте стоит новые напитки, куда входя сезонные лимонады -17,1%, далее расположились какао и рецептовые чай.

Кофе, как всегда, удерживает лидирующие позиции, составляя основную долю доходов. Ассортимент, включающий классические эспрессо, ароматные капучино и нежные латте, продолжает привлекать как постоянных клиентов, так и новых посетителей. Введение сезонных предложений, таких как пряный тыквенный латте или мятный мокко, также сыграло свою роль в увеличении выручки.

Кроме того, стоит отметить влияние ценовой политики на ассортимент кофейни. Согласно исследованию, проведенному среди постоянных клиентов Vandal Coffee, более 75% респондентов считают цены справедливыми и соответствующими качеству предлагаемых продуктов. Это говорит о том,

что ценовая политика кофейни удачно отражает потребительские ожидания и поддерживает высокий уровень лояльности.

Портрет покупателя кофейни Vandal Coffee – это многообразная и многоликая картина, в которой находит отражение весь спектр современного горожанина. Каждое утро и вечер здесь собирается разнотипная публика, от студентов и офисных работников до творческих личностей и даже туристов, и у каждого из них свои привычки, вкусы и предпочтения.

Первой категорией являются студенты. Они ценят наличие Wi-Fi, удобных розеток для зарядки гаджетов и демократичные цены.

Следующая категория – офисные работники. Обычно они забегают сюда по утрам, чтобы взять кофе навынос перед началом рабочего дня, а иногда проводят здесь обеденные перерывы, наслаждаясь капучино или латте с лёгким перекусом. Они ценят скорость обслуживания, качество напитков и возможность воспользоваться мобильными приложениями для быстрого заказа.

Особую группу составляют творческие личности – художники, писатели, музыканты и фрилансеры. Они подолгу могут сидеть в уютных уголках кофейни, погруженные в работу или размышления. Им важна уютная атмосфера, наличие удобных мест для работы, интересная музыка на фоне и возможность расслабиться с чашкой необычного варёного кофе или авторского напитка.

Также сюда приходят туристы, которые хотят ощутить дух местной культуры. Они ценят оригинальный и стильный интерьер, фотогеничные уголки для социальных сетей и возможность попробовать редкие или авторские кофейные смеси.

И наконец, жители окрестных районов, которые ценят кофейню за её уют, гостеприимство и высокое качество напитков и сервиса. Они приходят сюда, чтобы встретиться с друзьями и близкими, провести время в приятной компании или просто отдохнуть от суеты большого города.

Таким образом, покупатели Vandal Coffee – это люди разных возрастов и профессий, объединённые любовью к качественному кофе и уютной атмосфере. Кофейня делает всё, чтобы каждый из них чувствовал себя здесь как дома, возвращаясь снова и снова.

Анализ ассортимента кофейни Vandal Coffee показывает, что её стратегия основана на балансе между классическими и авторскими напитками, разнообразной и качественной выпечкой, а также справедливой ценовой политикой. Для дальнейшего повышения конкурентоспособности кофейни рекомендуется продолжать мониторинг потребительских предпочтений, своевременно обновлять меню и внедрять новые и оригинальные позиции, которые смогут привлечь еще больше клиентов и увеличить показатели продаж.

3. Пути улучшения финансовых результатов деятельности кофейни

3.1 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов

Проведя оценку ассортимента кофейни, можно заметить, что выбор ограничивается лишь напитками, хотя его можно было бы значительно расширить, добавив разнообразные закуски. Введение в меню таких вариантов, как мороженого, конфеты ручной работы, эклеры открыло бы новые возможности для клиентов. Это позволило бы посетителям не только насладиться качественным кофе, но и быстро перекусить перед тем, как отправиться по своим делам. Такой шаг не только удержал бы текущих покупателей, но и помог бы привлечь новых, ставящих удобство и разнообразие на первое место. Разнообразный ассортимент закусок мог бы стать существенным конкурентным преимуществом, делая кофейню предпочтительным местом для коротких остановок на завтрак или обед.

Для рассмотрения варианта расширения ассортимента услуг необходимо провести маркетинговые исследования. Нужно изучить структуру отрасли на текущий момент, насыщенность рынка, привлекательность услуг, тенденции развития рынка, характеристику целевого сегмента, спрос, конъюнктуру, уровень цен, выявить имеющийся неудовлетворенный спрос, изучить потребителей, целевые группы, их предпочтения, платежеспособность, конкурентов на рынке, особенности их работы, их сильные и слабые стороны, ценовые тенденции на рынке, выбрать стратегию продвижения услуг [26].

Изучают мнение потребителей, как правило, с помощью анкетирования на сайте или в самой кофейне. Анкеты могут размещаться на стойке. В некоторых случаях можно при выходе попросить клиента ответить на

несколько вопросов. Но при этом очень большое значение играет личность опрашиваемого [41].

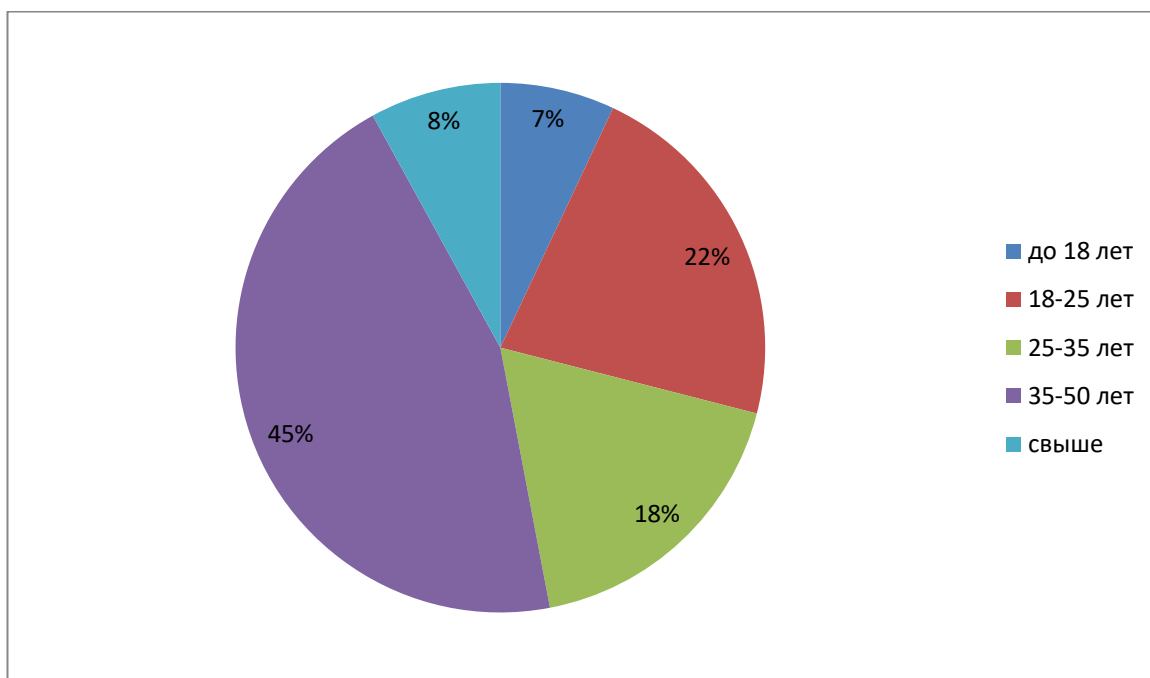


Рисунок 18 – Сегментация потребителей услуг общественного питания по возрастному критерию

Таким образом, можно заметить, что услугами данного предприятия пользуются в основном молодые люди и потребители зрелого возраста. Как правило, молодежь достаточно лояльная категория потребителей, формирующая эластичный спрос.

Мы планируем увеличить количество сладостей, включая различные виды мороженого, конфеты ручной работы.

Внедрение нового ассортимента позволит достичь следующих результатов: оптимизация ассортимента товаров и услуг предприятия, увеличение прибыли за счет продажи новых изделий, за счет увеличения продаж, увеличение доли рынка, участие в формировании доступной среды

для гостей города в рамках развития туристской инфраструктуры Тольятти, повышение качества жизни населения и качества их досуга, предложение на рынок доступного питания из качественных продуктов по приемлемой цене в удобном месте, повышения качества взаимодействия с властями.

3.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий

Целью проекта является расширение деятельности кофейни «Vandal Coffee», а именно продажа мороженого, конфеты ручной работы, эклеры.

Для осуществления продажи мороженого на территории помещения необходимо выделить место под холодильную камеру для хранения мороженого. Данный участок должен находиться недалеко от кассы, для удобства бариста. В то же время при постановке холодильной камеры, она не должна закрывать основную продукцию кофейни. Холодильная камера должна вписываться в имеющийся интерьер. Стоимость холодильной камеры 25 500 рублей.

На мороженое как десерт всегда был и остается высокий спрос. В последнее время в этот десерт начали добавлять всевозможные составляющие, придающие ему неповторимость. Каждый потенциальный покупатель может выбрать десерт на свой вкус. Причем теплая и уютная атмосфера кофейни, тихая музыка и горячий ароматный кофе будет дополнительно создавать предпосылки для заказа десерта. Кроме того продажа мороженого привлечет дополнительных покупателей, в связи с тем, что многие заходят в кофейню с детьми.

Продажа мороженого будет осуществляться эффективно уже с первого дня его закупки и выкладки на витрину, так как посетители кофейни сразу будут видеть и оценивать продукт при входе в кассовую зону и саму кофейню. Помимо этого ассортимент появится в меню с доступными ценами.

Ценовая политика будет учитывать себестоимость товара (закупка будет осуществляться по оптовым ценам), спрос на каждый из видов мороженого, цены конкурентов.

Ценовая политика будет основываться на себестоимости товара (закупки будут производиться по оптовым ценам), спросе на различные виды мороженого и ценах конкурентов.

Исходя из всего вышесказанного, можно предположить, что реализация мороженого в кофейне будет приносить прибыль.

Расходы на расширение ассортимента кофейни за счет продажи мороженого представим в таблице. Поскольку затраты на приобретение холодильной камеры, необходимой для новой продукции составят 25 500 рублей, то они сразу списываются на затраты. Затраты на обслуживание холодильной камеры запланируем ежегодно 5% от стоимости оборудования, т.е. 1 275 рублей в год или 107 рублей в месяц.

Кроме того планируется приобрести инструмент: ложку для шариков мороженого и закупить вафельные рожки для размещения шариков мороженого и подачи покупателям.

Рассчитаем планируемый объем продаж мороженого.

В среднем в день планируется реализовывать 30 порций мороженого в среднем по 2,5 шарика, что составляет 75 шариков в день ($30 * 2,5$).

В месяц объем продаж составит 2 250 ($75 * 30$) шариков.

За год объем продаж составит 27000 шариков ($2250 * 12$).

Данный расчет составлен по пессимистическому сценарию без учета фактора сезонности.

Вес 1 шарика составляет 50 грамм. Соответственно за год объем продаж в натуральном выражении составит $27000 * 50 = 1350$ кг.

Закупать планируется весовое мороженое в ассортименте в лотках объемом 5 литров. Планируемый поставщик: АО «БРПИ» является

известным московским производителем мороженого с 1996 года
(<https://moscow-ice.ru/catalog/ice-weight/>)



Рисунок 19 – Весовое мороженое, планируемое к реализации

Затраты на планируемый объем реализации мороженого (1350 кг.) составят $2203/5 \cdot 1350 = 594810$ руб. Затраты на 1 шарик мороженого составят $597841 \text{ руб.} / 27000 \text{ шариков} = 22,14 \text{ руб.}$

Далее необходимо запланировать приобретение рожков для фасовки. Планируемый поставщик: <https://voronezh.regorg.ru/goods/t358030-rozhki-i-smesi-dlya-myagkogo-morozhennogo-v-voronezhe.htm>

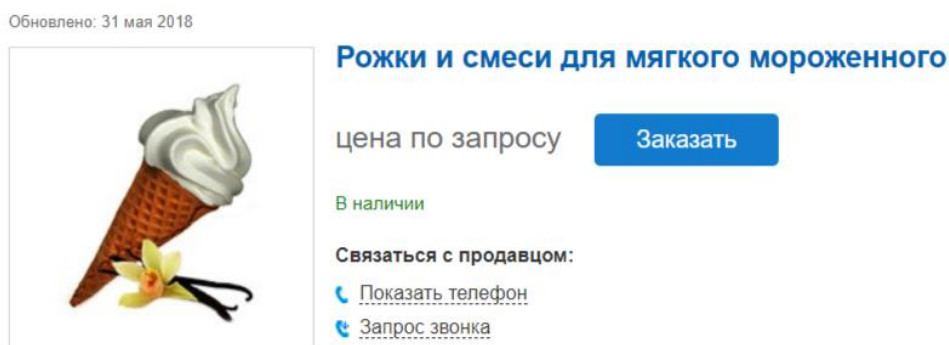


Рисунок 20 - Рожки для фасовки, планируемые к приобретению

Планируется к приобретению вафельный рожок «СТАНДАРТ 110» (крученный сахарный вафельный рожок с ровным краем, Н-10,Д-48) 225 шт. в коробке. Оптовая цена 528 руб. коробка. Соответственно цена 1 рожка составит $528/225=2,35$ руб. В рамках проекта планируется продавать 27000 шариков в год. Порция мороженого в среднем составляет 2,5 шарика. Тогда в течение года планируется реализовать $27000 / 2,5 = 10800$ порций мороженого. Соответственно необходимо закупить 10800 рожков по цене 2,35 руб. за 1 шт. на сумму 25380,0 руб.

Также необходимо приобрести не менее 10 ложек для мороженого. Ложка для мороженого, нержавеющей сталь серебристый 19 см 5.7 см по цене 249 руб. в количестве 10 шт. на сумму 2490,0 руб. будет приобретена на Яндекс.Маркете (<https://market.yandex.ru/product--lozhka-dlia-morozhenogo-nerzhaveiushchaia-stal-serebristyi-19-sm-5-7-sm/>).



Рисунок 21 - Ложки для мороженого, планируемые к приобретению

Сведем планируемые затраты в одну таблицу.

Таблица 18 – Затраты на расширение ассортимента кофейни путем продажи мороженого

№ п/п	Наименование	Цена, руб.	Количество	Сумма, руб.
	Холодильная камера	25500	1 шт.	25500
	Обслуживание холодильной камеры (5% от стоимости в год)	1275	1 год	1 275
	Ложка для мороженого, нержавеющая сталь серебристый 19 см 5.7 см	249	10 шт.	2490
	Вафельный рожок «СТАНДАРТ 110»	2,35	10800 шт.	25380
	Весовое мороженое в ассортименте	440,6	1350 кг.	594810
	Итого			649455

Цены на мороженое составляют:

1.шарик мороженого в рожке = 120 руб.;

2.шарика мороженого в рожке = 200 руб.;

3.шарика мороженого в рожке = 305 руб. (источник:

https://vk.com/market-223010156?w=product-223010156_8932574%2Fquery&ysclid=lxdp9jl0dy614125892)

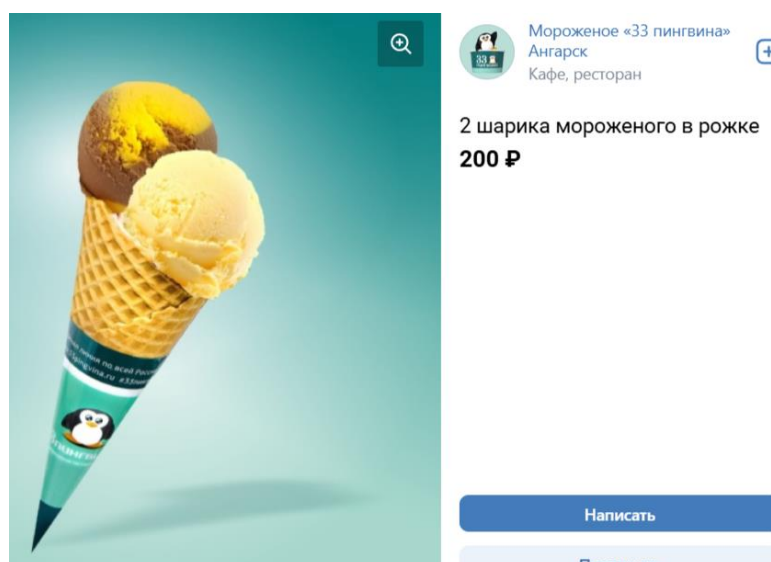


Рисунок 22 – Розничные цены на мороженое

Поскольку мы планируем продавать в день 30 порций мороженого в среднем по 2,5 шарика, то цена 1 усредненной порции составит 250 руб. Количество порций в год составит $30 * 360 = 10800$ порций. Прогнозируемая выручка составит $10800 * 250 = 2700000$ руб.

Сведем полученные результаты в таблицу

Таблица 19 – Исходные данные для расчета экономической эффективности мероприятия по расширению ассортимента кофейни «Vandal Coffee», за счет продажи мороженого

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1	Объем доходов организации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	Op_1	49 884
2	Объем доходов организации после внедрения мероприятия	тыс. руб.	$Op_2 = Op + \Delta B$	52 584
3	Прирост объёмов доходов организации за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	2 700,0
4	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	З	649,5

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

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

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

Затраты на мероприятия составили – 649,5 тыс. руб.

$$\Delta B = 2\,700,0 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Эф} = \Delta B - З = 2700 - 649,5 = 2050,5 \text{ тыс. руб.}$$

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:

$$\text{Ток} = Z/\Delta B \text{ (3.2)}$$

$$\text{Ток} = 649,5 / 2\,700,0 = 0,24 \text{ года или } 88 \text{ дней } (0,24 \cdot 365 \text{ дней})$$

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 88 дней или 3 месяца от начала его реализации.

Далее рассмотрим мероприятие № 2 по расширение ассортимента кофейни «Vandal Coffee», за счет продажи конфет ручной работы.

Конфеты ручной работы являются выгодным дополнением к ассортименту кофейни, поскольку при соблюдении всех норм хранения их срок годности составляет две недели, что практически исключает списания. Однако стоит учитывать и трудозатраты. Соотношение трудозатрат и других ресурсов в себестоимости можно увидеть ниже.

Был выбран вариант с конфетами, поскольку их производство не требует значительных вложений. Кроме того, витрина располагает ограниченным ассортиментом десертов, которые удобно брать с собой и употреблять на ходу без использования салфеток, вилок и ножей. Проанализировав пожелания гостей, было решено добавить именно конфеты.

Конфеты ручной работы планируется закупать у поставщика Кондитерская «Птифур» (<https://togliatti.ptifur.ru/katalog/konfety>).

Конфеты ручной работы в Тольятти

Кондитерские изделия в Тольятти

Медианты ручной работы

Шоколадные конфеты ассорти



Коллекция Медианты

1475,00 р.



Изысканное ассорти

675,00 р.



Любимая коллекция
Активация Windows
Чтобы активировать Windows, i
"Параметры".

1130,00 р.

Рисунок 23 - Конфеты ручной работы, планируемые к приобретению

Закупочная цена 1 конфеты составляет 60 руб.

Цена продажи составит 100 руб. с учетом наценки 70%

В день планируется продавать 10 конфет (поштучно или наборами). Тогда объем продаж за месяц составит 300 шт., а за год = 3600 шт. Соответственно выручка = $3600 * 100 \text{ руб.} = 360\,000 \text{ руб.}$ Затраты на закупку конфет = $3600 * 60 \text{ руб.} = 216\,000,0 \text{ руб.}$

Сведем полученные результаты в таблицу

Таблица 20 – Исходные данные для расчета экономической эффективности мероприятия по расширению ассортимента кофейни «Vandal Coffee», за счет продажи конфет ручной работы

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1	Объем доходов организации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	Op_1	49 884
2	Объем доходов организации после внедрения	тыс. руб.	$Op_2 = Op + \Delta B$	52 584

	мероприятия			
3	Прирост объемов доходов организации за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	360,0
4	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	З	216,0

Экономический эффект от реализации мероприятия $\text{Эф} = \Delta B - З = 360,0 - 216,0 = 144$ тыс. руб.

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия

$\text{Ток} = 216 / 360 = 0,6$ года или 219 дней ($0,6 \cdot 365$ дней)

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 219 дней или 7,3 месяца от начала его реализации.

Далее рассмотрим мероприятие № 3 по расширение ассортимента кофейни «Vandal Coffee», за счет продажи новых видов низкокалорийных эклеров.

Рассматривая позицию «Эклеры», можно отметить, что ассортимент вкусов не был достаточно разнообразным, и состоял в основном из двух фруктовых и низкокалорийных десертов. Поскольку анализ эклеров проводился в апреле, когда приближалась теплая погода, добавление очень сытных и "тяжелых" вкусов (например, ореховых или шоколадных) было признано нецелесообразным.

Было принято решение ввести легкий кокосовый эклер, но с добавлением шоколадной намелаки сверху. Этот новый десерт был выставлен на витрину, а также анонсирован в Instagram с объявлением о появлении в кофейне фитнес эклера. Все гости были в восторге от такого сочетания вкусов, однако постоянные посетители выразили беспокойство по поводу высокой калорийности, так как эклеры полюбились им как фитнес-пирожные. В ответ на это было принято решение, что второй эклер будет

фитнес-кокосовым. Калорийность в кокосовом пюре довольно высокая, поэтому кондитеры разработали облегченный вариант эклера на кокосовом молоке.



Рисунок 24 – Эклеры, планируемые к приобретению

Затраты на расширение ассортимента за счет новых видов низкокалорийных эклеров включают закупку эклеров у оптовых поставщиков. Потенциальным поставщиком может стать кондитерская «Белый фартук» (<https://белыйфартук.рф/magazin/folder/eklery>).

Закупочная цена 1 эклера составит 60 руб.

Цена продажи составит 100 руб. с учетом наценки 70%.

В день планируется продавать 10 эклеров. Тогда объем продаж за месяц составит 300 шт., а за год = 3600 шт. Соответственно выручка = $3600 * 100 \text{ руб.} = 360\,000 \text{ руб.}$ Затраты на закупку эклеров = $3600 * 60 \text{ руб.} = 216\,000,0 \text{ руб.}$

Сведем полученные результаты в таблицу

Таблица 21 – Исходные данные для расчета экономической эффективности мероприятия по расширению ассортимента кофейни «Vandal Coffee», за счет продажи новых видов низкокалорийных эклеров.

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1	Объем доходов организации	тыс. руб.	Op ₁	49 884

	до внедрения мероприятия			
2	Объем доходов организации после внедрения мероприятия	тыс. руб.	$Op_2 = Op + \Delta B$	52 584
3	Прирост объемов доходов организации за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	360,0
4	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	З	216,0

Экономический эффект от реализации мероприятия $Эф = \Delta B - З = 360,0 - 216,0 = 144$ тыс. руб.

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия

$Ток = 216 / 360 = 0,6$ года или 219 дней ($0,6 \cdot 365$ дней)

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 219 дней или 7,3 месяца от начала его реализации.

Сведем рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемых мероприятий в таблицу:

Таблица 22 – Сводная таблица показателей экономической эффективности предложенных мероприятий

Мероприятие	Затраты, тыс. руб.	Дополнительная выручка, тыс. руб.	Годовой эффект, тыс. руб.	Срок окупаемости мероприятия, год
Расширение ассортимента кофейни «Vandal Coffee» за счет продажи мороженого	649,5	2 700,0	2050,5	0,24
Расширение ассортимента кофейни «Vandal Coffee» за счет продажи конфет ручной работы	216,0	360,0	144,0	0,6
Расширение ассортимента кофейни «Vandal Coffee» за счет продажи новых видов низкокалорийных эклеров.	216,0	360,0	144,0	0,6
Итого	1081,5	3420	2338	

Дополнительно просчитаем основные технико-экономические показатели организации до и после внедрения мероприятий

Таблица 23– Основные технико-экономические показатели проекта до и после внедрения мероприятий

Показатель	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Изменения (±) абсолютные	Изменения (±) отн.,% (темпы прироста)
1	2	3	4 = 3-2	5=4:2*100
1. Выручка от реализации, руб.	49 884	53304	+3420	+6,9
2. Себестоимость продаж, руб.	44 633	45714,5	+1081,5	+2,4
3. Валовая прибыль (убыток), руб. стр.3=стр.1-стр.2	5251	7589,5	+2338,5	+44,5
4. Численность персонала, чел.	4	4	0	-
5. Выручка на одного работника (производительность труда), руб./чел.. (стр.5=стр.1/стр.4)	12471,0	326,013	+855	+6,8
Рентабельность продаж, % (стр.6=стр.3/стр.1*100)	10,5	14,2		+3,7+3,7

Таким образом, реализация предложенных мероприятий по расширению ассортимента и добавлению новых позиций, способствует увеличению дохода и конкурентоспособности. А также удовлетворяет потребности гостей, как сезонные, так и повседневные.

Заключение

В первой главе рассмотрены основополагающие вопросы, основные понятия, экономическая сущность, цель и задачи исследования.

Информационной основой исследования финансовых результатов деятельности коммерческой организации и способов их улучшения являются отчетный бухгалтерский баланс, отчеты о прибылях и убытках, отчеты об изменениях капитала, отчеты о движении денежных средств, приложение к балансу и другие формы отчетности, а также данные первичного и аналитического бухгалтерского учета, которые детализируют отдельные статьи баланса.

Нормативно-законодательной базой для курсового проекта использовались следующие законы и нормативные акты: Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 17.02.2020 г.) и часть вторая от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ, Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ, Федеральный закон «О формах бухгалтерской отчетности», утвержденный приказом Минфина России от 02.07.2010 г. № 67н, Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденное приказом Минфина РФ от 29.07.1998 г. № 34н, ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», утвержденное приказом Минфина РФ от 06.07.1999 г. № 43н, ПБУ 9/99 «Доходы организации», утвержденное приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 32н, ПБУ 10/99 «Расходы организации», утвержденное приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 32н, ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль», утвержденное приказом Минфина РФ от 19.11.2002 г. № 114н.

Во второй главе проведен анализ, в ходе которого были выявлены тенденции и проблемы, такие как низкое повышение эффективности используемых площадей. В течение анализируемого периода компания получала как положительный, так и отрицательный чистый финансовый результат.

В третьей главе описаны разработанные мероприятия по повышению эффективности деятельности организации и оценка эффективности мероприятий.

Таким образом, реализация проекта выгодна с точки зрения окупаемости затрат, получения дополнительной прибыли, расширения ассортимента товаров и услуг предприятия общественного питания, укрепления его позиций на рынке, формирования конкурентных преимуществ, расширения сегмента рынка. По итогам реализации проектных мероприятий возрастет сумма отчислений в бюджет.

Таким образом, основная цель выпускной квалификационной работы достигнута и поставлен.

Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Част 1. Принят Государственной Думой 21 октября 1994 года.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Част 2. Принят Государственной Думой 22 декабря 1995 года.
3. Артеменко В. Г. Финансовый анализ: учебное пособие / В.Г. Артеменко, М. В. Беллендир. М.: Дело и Сервис, 2015. 160 с.
4. Артеменко В.Г., Беллендир М.В. Финансовый анализ. Москва, Дело-Сервис, 2022. – 311 с.
5. Бариленко В.Н. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие. 4-е изд., перераб. Москва, КНОРУС, 2015. – 177 с.
6. Бондарчук Н.В., Грачева М.Е., Ионова А.Ф. и др. Финансово-экономический анализ для целей налогового консультирования. Москва, Издательский дом «Информ Бюро», 2018.- С. 58-61
7. Бланк И. А Управление финансовыми ресурсами /И.А. Бланк М.: КноРус 2019. – 411 с.
8. Великая Е.Г., Чурко В.В. Индикаторы оценки эффективности организации // Балтийский гуманитарный журнал, 2014, по. 12, с. 57-61.
9. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ: учебник для вузов / под. ред. Л.Т. Гиляровской. Москва, ЮНИТИДАНА, 2023. – 345 с.
10. Гальчина О. Н., Пожидаева Т. А. Теория экономического анализа: учебное пособие / О.Н Гальчина. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2014. 267 с.
11. Дыбаль С. В. Финансовый анализ: теория и практика: Учеб.пособие. СПб.: Бизнес-пресса, 2018. 336 с.
12. Ендовицкий Д. А. Финансовый анализ / Д. А. Ендовицкий, Н. П. Любушин, Н.Э. Бабичева. М.: КноРус, 2016. 300 с

13. Ефимова О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О. В. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2017. – 348 стр 7
14. Жиделева В. В. Экономика предприятия: учеб. пособие / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. М.: ИНФРА-М, 2017. 133 с.
15. Ендовицкий Д.А., Любушин Н.П., Бабичева Н.Э. Финансовый анализ: учебник. 3-е изд. перераб. Москва, КНОРУС, 2018. – 288 с.
16. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник. Москва, Омега – Л., 2020. – 192 с.
17. Иванова А. В. Учет финансовых результатов согласно российским и международным стандартам / А. В. Иванова // Молодой ученый. – 2014. – №4.2. – С. 32-34
18. Ионова А. Ф. Финансовый анализ. М.: ТК Велби, Проспект, 2017. 624 с.
19. Колычева Н.В., Быкова Н.Н. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа // Вестник НГИЭИ, 2015.- 217 с.
20. Комплексный экономический анализ предприятия / Под. ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой и др. СанктПетербург, Питер, 2022. – 385с.
21. Ковалев В. В. Финансовый анализ. Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности: учеб. пособие / В.В. Ковалев. М.: Финансы и статистика, 2015. 300 с.
22. Когденко В. Г. Экономический анализ. М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2015. 390с.
23. Кондраков Н. П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие / Н.П. Кондраков – М.: ИНФРА-М, 2017. – 841 с.

24. Крутушкина В. В. Эффективность финансовой деятельности предприятия и алгоритм ее определения / В. В. Крутушкина // В сборнике: Приоритетные векторы развития промышленности и сельского хозяйства Материалы I Международной научно-практической конференции. 2018. С. 189-191.

25. Крылов С. И. Анализ финансовых результатов коммерческой организации по данным отчета о финансовых результатах / С. И. Крылов // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2016. № 12. С. 8 – 16.

26. И.А. Лысов, Тольятти (Россия) Вестник НГИЭИ №3 2015

27. Малышева М. Отчет о финансовых результатах / М. Малышева // Информационный бюллетень «Эспресс – бухгалтерия». 2014. № 5. С. 5–11.

28. Олейник А. Н., Сериков В. В., Тетюхина Е. П. Анализ финансовых результатов деятельности коммерческих организаций / А. Н. Олейник, В. В. Сериков, Е. П. Тетюхина // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 5. № 11. С. 138-144.

29. О бухгалтерском учете : Федеральный закон РФ от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 30.12.2021) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (Дата обращения: 03.03.2024).

30. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации : Приказ Минфина России от 29.07.98 г. №34н (ред. от 11.04.2018) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20241/ (Дата обращения: 03.03.2024).

31. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99) : Приказ Минфина 06.05.1999 №32н (ред. От 27.11.2020) [Электронный ресурс]. – URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6208/1f46b0f67e50a18030cb
c85dd5e34849b2bf2449/ (Дата обращения: 03.03.2024).

32. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99) : Приказ Минфина 06.05.1999 №33н (ред. От 06.04.2015) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/0463b359311dddb34a4b799a3a5c57ed0e8098ec/ (Дата обращения: 03.03.2024).

33. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) : Приказ Минфина России от 06.07.1999 № 43н (ред. от 29.01.2018) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/d914c3b6e6aa1058fbf (Дата обращения: 03.03.2024).

34. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль» (ПБУ 18/02) : Приказ Минфина России от 19.11.2002 г. № 114н (ред. от 20.11.2018) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40313/2010d850e808cca6d7 (Дата обращения: 03.03.2024).

35. Об утверждении положений по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2024) : Приказ Минфина России от 06.10.2024 № 106н (ред. от 07.02.2020) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_81164/2d52707f5a4d5314b9y470f9ia59ci826uc848vv. (Дата обращения: 03.03.2024).

36. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Изменения оценочных значений» (ПБУ 21/2024) [Электронный ресурс]. – URL: https://kaydit.ru/pbu_21/2024_izmeneniya_ocenochnyh_ (Дата обращения: 03.03.2024).

37. Об утверждении Методических рекомендаций по бухгалтерскому учету доходов и расходов деятельности сельскохозяйственных и других организаций АПК (вместе с Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету доходов, расходов и финансовых результатов сельскохозяйственных организаций) : Приказ Министерства сельского хозяйства России от 31.01.2003 № 28 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61748/ (Дата обращения: 03.04.2024).

38. Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств : Приказ Минфина России от 13.06.1995 № 49 (ред. от 08.11.2020) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7152/ (Дата обращения: 03.03.2024).

39. Об утверждении План счетов, бухгалтерского учета, финансовохозяйственной деятельности организации, и Инструкции по его применению : Приказ Министерства финансов РФ от 31.10.2000 г. № 94н (ред. от 08.11.2010) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/ (Дата обращения: 03.03.2024).

40. О формах бухгалтерской отчетности организаций : Приказ Минфина России от 02.07.2010 № 66н (ред. от 19.04.2019) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/ (Дата обращения: 03.03.2024).

41. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru> (Дата обращения 11.03.2024).

42. Плотников А. А. Особенности анализа финансовых результатов деятельности предприятия / А. А. Плотников // Потенциал российской

экономики и инновационные пути его реализации. Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов: в 2 частях. 2018. С. 276-279.

43. Пястолов С.М. Анализ финансовохозяйственной деятельности предприятия: учебник, 3-е изд. Москва, Издательский центр «Академики», 2018. – 189 с.

44. Райзберг Б.А. Экономика и управление: учебное пособие/ Б.А Райзберг, Л.Ш. Лозовский. М.: Экономика, 2016. 308 с.

45. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник. 11-е изд., испр. и доп. Москва, Новое издание, 2019. – 219 с.

46. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Савицкая Г. В. – М.: Инфра – М, 2016. – 384с.

47. Самохвалова Ю.Н Бухгалтерский учет: практикум / Ю.Н. Самохвалова 2016, С. 7

48. Свиридов О.Ю. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / О.Ю. Свиридов, Е.В. Туманова. М.: Март, 2015. 140 с.

49. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета. — М. : Финансы и статистика, 2010 — 496 с

50. Селезнева Н.Н. Налоговый менеджмент: администрирование, планирование, учет: учеб. пособие. Москва, Юнити-Дана, 2022. – 321 с.

51. Толпегина О. А. Анализ прибыли: теория и практика исследования / О. А. Толпегина // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 2. С. 6– 10.

52. Толкачева Н. А. Финансовый менеджмент : курс лекций / Н. А. Толкачева. - М.: Директ-Медиа, 2018. - 144 с.

53. Толпегина О.А. Анализ прибыли: теория и практика исследования // Экономический анализ: теория и практика.-2021.-№ 2.-С.6-10.

54. Усатенко А. Н., Сымова А. В. Способы повышения финансовых результатов предприятия / А. Н. Усатенко, А. В. Сымова // Аллея науки. 2018. Т. 4. № 3 (19). С. 492-495.
55. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2016. 415с.
56. Часова О.В. Финансовый бухгалтерский учет : учебное пособие.- М.: Финансы и статистика, 2018. – 544 с.
57. Чеглаков С.Г., Костина А.В. Комплексный экономический анализ (методики факторного анализа финансовых результатов деятельности организации): методические указания. Рязань, РГРТУ, 2021. – 287 с.
58. Яковленко С.В. Аудит, учет и анализ деятельности предприятий [Текст]: учебное пособие. М: Дана, 2019. – 727с.
59. Ясенко Г.Н. Формирование финансовых результатов в современных условиях // Все для бухгалтера. – 2020.- № 15.- С. 9 – 18.

Приложения

Приложение А - Бухгалтерский баланс кофейни «Valandcoffee» (тыс. руб.)

Показатели	Код	На 31.12.2021	На 31.12.2022	На 31.12.2023
Материальные внеоборотные активы (основные средства)	1150	2 227	1 536	845
Финансовые и другие оборотные активы (дебиторская задолженность)	1230	1 658	1 507	2 515
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 368	3 945	3 934
Баланс	1600	5 253	6 988	7 294
Переоценка внеоборотных активов	1340	1 340	3 105	2 949
Капитал и резервы	1300	1 986	1 612	4 177
Заемные средства	1510	1 927	2 271	168
Кредиторская задолженность	1520	1 340	3 105	2 949
Баланс	1700	5 253	6 988	7 294

**Приложение Б - Отчет о финансовых результатах кофейни
«Valandcoffee» (тыс. руб.)**

Показатели	Код	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Выручка	2110	28 046	34 252	49 884
Расходы по обычной деятельности	2120	27 499	33 475	44 633
Проценты к уплате	2330	9	2	65
Прочие доходы	2340	969	308	33
Прочие расходы	2350	541	404	654
Текущий налог на прибыль	2410	421	1 041	1 945
Чистая прибыль (убыток)	2400	545	-362	2 620