

Гандурин Николай Дмитриевич, Магистр,
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ДЕЕСПОСОБНОСТИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ МАЛОГО РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ООО «АДВИТЕРРА СПБ»

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы оценки финансового состояния и экономической безопасности малого предприятия, осуществляющего деятельность в сфере рекламных услуг. На примере ООО «АДВИТЕРРА СПБ» проведен структурно-динамический анализ бухгалтерского баланса, выявивший критическую зависимость организации от заемных источников финансирования. Исследование отчета о финансовых результатах показало значительное сокращение чистой прибыли при относительной стабильности выручки, что обусловлено ростом прочих расходов и низкой рентабельностью продаж. На основе коэффицентного анализа обоснован вывод о финансовой неустойчивости компании и неликвидности ее баланса. Предложены практические рекомендации по активизации маркетинговой деятельности, оптимизации организационной структуры и реструктуризации собственного капитала, направленные на повышение доходности и укрепление финансовой независимости хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: Финансовая устойчивость, прибыль, рентабельность, анализ баланса, малый бизнес, рекламное агентство, коэффициент автономии, заемный капитал, маркетинговая стратегия, экономическая безопасность.

Настоящее исследование посвящено анализу механизмов формирования прибыли и оценке уровня экономической безопасности субъекта малого предпринимательства, функционирующего в конкурентной среде рынка рекламных услуг Санкт-Петербурга. Объектом изучения выступает ООО «АДВИТЕРРА СПБ», специализирующееся на предоставлении BTL и ATL услуг, предпечатной подготовке и организации event-мероприятий; компания не аффилирована со средствами массовой информации, что позволяет ей сохранять объективность при медиапланировании, а ее клиентский портфель включает таких крупных игроков FMCG-сектора, как «MARS», «Pepsico» и «HEINEKEN», при этом штат укомплектован шестью сотрудниками, а уставный капитал распределен между двумя учредителями в равных долях. В ходе работы был проведен горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса за 2020–2021 годы, который показал рост валюты баланса на 33,8% (с 28 464 до 38 088 тыс. руб.), что в основном обусловлено увеличением дебиторской задолженности и прочих оборотных активов на 36,9%, однако структура пассивов при этом демонстрирует критическую несбалансированность, поскольку собственный капитал составляет лишь 1 301 тыс. руб. (около 3,4% от общей суммы источников), тогда как кредиторская задолженность достигает 36 787 тыс. руб., что свидетельствует о практически полной финансовой зависимости предприятия от внешних кредиторов [1].

Анализ отчета о финансовых результатах выявил тревожную динамику: выручка сократилась незначительно, всего на 1,57% (с 5 678 до 5 589 тыс. руб.), тогда как чистая прибыль обвалилась почти на 90%, упав со 149 тыс. руб. в 2020 году до 15 тыс. руб. в 2021 году, что объясняется удвоением прочих расходов (с 17 до 34 тыс. руб.) при сохранении расходов по обычной деятельности практически на прежнем уровне, а также эффектом низкой базы предыдущего периода.



В структуре доходов преобладают рекламные услуги и полиграфия, в то время как направление продажи покрытий просело на 58% вследствие пандемийных ограничений и нарушения логистических цепочек иностранных поставщиков, что негативно сказалось на общем результате [2].

Расчет коэффициентов финансовой устойчивости и рентабельности подтвердил неудовлетворительное состояние компании, поскольку коэффициент автономии составил лишь 0,03 при нормативном значении более 0,5, рентабельность продаж зафиксирована на уровне 0,27%, а рентабельность собственного капитала – 1,15%, что указывает на крайне низкую маржинальность бизнеса и отсутствие способности генерировать достаточный денежный поток для расширенного воспроизводства [3].

На основе проведенного анализа были сформулированы ключевые проблемы, среди которых выделяются нерациональная структура капитала с преобладанием заемных средств (почти 97% пассивов), стагнация доходов, указывающая на слабость сбытовой политики или усиление конкуренции, а также неликвидность баланса и отсутствие запаса финансовой прочности [4].

В качестве практических рекомендаций по выходу из зоны финансовой нестабильности предлагается активизировать интернет-маркетинг посредством запуска платных «Премиум» пакетов размещения объявлений на площадках Mail.ru и Юла (стоимость оптимального пакета из 100 объявлений составляет около 8 050 руб. в месяц), что должно способствовать привлечению новых клиентов и повышению узнаваемости бренда. Кроме того, целесообразно ввести в штат специалиста по маркетингу либо передать соответствующие функции на аутсорсинг для системного изучения конкурентной среды, в которую входят такие компании, как ООО «СЭВЭНФОРМАТ» и ООО «АЗБУКА», а также для разработки уникального торгового предложения и укрепления корпоративного имиджа.

Таким образом учитывая, что уставный капитал предприятия составляет всего 10 тыс. руб., рекомендуется провести финансовую реструктуризацию путем дополнительных взносов учредителей с целью повышения коэффициента автономии хотя бы до уровня 0,1, что положительно скажется на доверии контрагентов и укрепит экономическую безопасность агентства в долгосрочной перспективе.

Список литературы:

1. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник / Т.В. Шишкова, Е.А. Козельцева. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРАМ, 2019. – 265 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. – (Высшее образование: Магистратура). Электрон. текстовые данные – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?pid=944370//>
2. Герман Симон: Прибыль. Как ее получить, сохранить и приумножить <https://www.labirint.ru/books/809740/>
3. Бурмистрова Л.М. Экономика организации (предприятия). Учебное пособие. М.: Инфра-М., 2015. – 240 с.
4. Дедаева, Е. Д. Формирование, распределение и использование прибыли на предприятии [Текст] / Е. Д. Дедаева, Л. Н. Кузнецова// Научный журнал «Молодой ученый.» 2020. № 27 (317). С. 178-181.

