

**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования**
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
Центр магистратуры

Курсовая работа

**на тему: «Расчетно-аналитические алгоритмы прогнозирования
финансовых результатов деятельности организации (на примере ООО
«Отдых и спорт»)**

Казань -2024 г.

Содержание

Введение.....	4
1.Теоретические аспекты прогнозного анализа финансовых результатов, его роль в системе экономической диагностики и управления организацией	8
2.Практическая интерпретация расчетно-аналитических методов прогнозирования финансовых результатов деятельности организации	18
3. Экономико-математические методы прогнозного анализа финансовых результатов хозяйствующего субъекта.....	30
Заключение	38
Список литературы	41
Приложения	44

Введение

Актуальность темы исследования. В условиях цифровой экономики эффективность деятельности организации зависит, прежде всего, от прогнозирования, от того, насколько руководство организации видит потенциал развития на краткосрочную, среднесрочную или долгосрочную перспективу. Без научного прогнозирования невозможно вести деятельность организации, чтобы добиться поставленных целей. Планировать ожидаемый ход развития организации, оптимизировать ее работу, а также принимать управленческие решения высокого качества, не возможно без прогнозирования. Знания расчетно-аналитических алгоритмов в прогнозировании финансовых результатов деятельности организации, позволяют компании разрабатывать стратегии, направленные на увеличение объемов продаж товаров и услуг, снижения затрат, тем самым увеличения доходности, прибыльности, рентабельности и финансовой устойчивости. Зная перспективы развития того или иного рынка, прогнозы развития отрасли, компания может прогнозировать свои объемы продаж, закупок и финансовых результатов.

Тема расчетно-аналитических алгоритмов в прогнозировании финансовых результатов организации наиболее актуальна в период развития цифровизации. Цифровая экономика – представляет собой экономическую деятельность, основанную на цифровых технологиях и инновационных решениях, которые являются базовыми производственными факторами и обеспечивают более высокую эффективность бизнеса. К области цифровой экономики относятся, главным образом, компании финансовой сферы, страхования, коммерции (в том числе e-commerce). Также цифровая экономика включает в себя деятельность, связанную с предоставлением онлайн-услуг, с электронными платежами, краудфандингом, блокчейном и криптовалютой. Развитие цифровой экономики способствует росту производительности труда, появлению новых рабочих мест, увеличению числа конкурентоспособных компаний и снижению затрат на производство.

Особенно актуально прогнозирование финансовых результатов организациям, работающим на рынке электронной коммерции. То, что вчера можно было продать в оффлайн среде, сегодня можно купить в интернет-магазине или маркетплейсе. Однако, необходимо знать потенциал и перспективы того или иного товарного рынка. Прогнозирование в данном случае позволят найти наиболее выгодные ниши для развития организации и определить финансовый результат в ближайшем будущем.

Далеко не все методы прогнозирования дают точную информацию, тем не менее, без прогнозирования разрабатывать стратегические направления развития организации крайне сложно. Не сможет компании добиться успеха на рынке, который не имеет перспектив; невозможно реализовать товар или услугу, которые не пользуются спросом или имеют хорошие аналоги.

Прогнозирование необходимо не только на этапе планирования, оно важно и на этапе реализации, в случае стратегических изменений. Чаще всего прогноз сводится к разработке различных вариантов развития бизнеса, из числа которых можно подобрать наиболее привлекательный и приемлемый по тем или иным критериям.

В связи с изложенной актуальностью, целью курсовой работы является: спрогнозировать финансовые результаты деятельности организации с помощью различных методов и разработать стратегическое видение на перспективу.

Для достижения указанной цели, необходимо решить следующие задачи:

- описать теоретические аспекты прогнозного анализа финансовых результатов и его роль в системе экономической диагностики и управления организацией;

- рассмотреть практическую интерпретацию расчетно-аналитических методов прогнозирования финансовых результатов деятельности организации;

- провести прогнозный анализ финансовых результатов хозяйствующего субъекта с помощью экономико-математических методов.

Объектом исследования является торговая компания ООО «Отдых и спорт». Компания работает на рынке электронной коммерции и представляет собой интернет-магазин по продаже товаров для спорта и отдыха.

Предмет рассмотрения – прогнозирование финансовых результатов и их слагаемых на примере торговой компании ООО «Отдых и спорт».

Структурно курсовая работа состоит из введения, основной части, заключения, списка использованных источников и приложений. Основная часть включает в себя три главы. Первая является теоретической, в ней описаны: понятие прогнозного анализа финансовых результатов и его роль в системе экономической диагностики и управления организацией; перечислены основные методы прогнозирования и дана характеристика. Вторая и третья главы работы – являются практическими, в них проведен расчет прогнозных финансовых показателей несколькими методами на примере анализируемой организации, а также предложены практические рекомендации по развитию данной компании на рынке электронной коммерции.

Информационной базой исследования послужили статьи, монографии, учебные пособия и изучаемой проблеме, статистическая информация по развитию рынка электронной коммерции, маркетплейсов, развитию рынка товаров для спорта и отдыха в России и иная информация.

Проблематикой изучения расчетно-аналитических алгоритмов прогнозирования финансовых результатов деятельности организации занимались множество авторов, наиболее известными из них являются: Абрамова Д.Н., Буневич К.Г., Быкова М.Л., Григорьева Т.И., Лебедева И.М., Литвинова Т. Н., Федорова А.Ю., Ушаков В.Я, Фраймович Д. Ю. и другие.

Однако, тема прогнозирования является не достаточно изученной. В частности, в последнее время широкую популярность в прогнозировании получил искусственный интеллект (ИИ). ИИ играет важную роль в финансовом прогнозировании, предоставляя компаниям и инвесторам ценную информацию для принятия решений. Основными областями применения ИИ в финансовом прогнозировании является: прогнозирование финансовых рынков;

прогнозирование финансовых показателей компаний; прогнозирование рисков и потерь; автоматизация финансовых процессов. При этом, искусственный интеллект (ИИ) предлагает широкий спектр алгоритмов и методов, которые могут быть применены в финансовом прогнозировании, в частности: нейронные сети; генетические алгоритмы, машинное обучение, анализ текста и настроений, алгоритмы кластеризации и классификации[12].

Однако, данный аспект темы –применение искусственного интеллекта в финансовом прогнозировании организации является спорным и требующим обсуждения, так как внедрение ИИ в экономической работе на предприятиях пока еще представляет собой редкое явление и не позволяет предложить завершенных алгоритмов аналитического обеспечения управления в рамках выбранной темы.

Более того, давно существующие методы прогнозирования, достаточно скудно освещены в литературных источниках, до сих пор нет четкого алгоритма применения метода прогнозирования на основе рыночных данных. Однако, не только этот метод, но и другие требуют завершенных алгоритмов в прогнозировании финансовых показателей деятельности организации.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные рекомендации могут быть применены на практике анализируемой компании.

В практических главах курсовой работы применялись следующие методы прогнозирования: метод на основе рыночных данных; метод факторного анализа, метод бюджетирования, ориентированного на результат; трендовый горизонтальный метод; метод скользящей средней и индексов сезонных колебаний, методы экстраполяции.

Написание курсового проекта осуществлялось на основании методов: анализа, классификации, синтеза, абстрагирования, описания, сравнения, дедукции, индукции, конкретизации и др.

1. Теоретические аспекты прогнозного анализа финансовых результатов, его роль в системе экономической диагностики и управления организацией

Финансовый анализ - представляет собой изучение финансовых показателей компании. Целью финансового анализа является определить, что происходит с прибылью и другими экономическими показателями компании и почему ожидания оправдались или, наоборот, не оправдались. Прогнозирование финансовых результатов позволяет снизить неопределенность, возникающую при принятии экономических решений. Для эффективного развития компании необходимо изучать и разрабатывать возможные пути развития. При этом, прогнозирование позволяет изучить тенденции развития в проведении финансовой политики с учетом влияния внутренних и внешних условий.

В финансовом прогнозировании стоит различать понятия: методов и моделей прогнозирования. Метод прогнозирования представляет собой последовательность действий, которые нужно совершить для получения модели прогнозирования. Метод прогнозирования - это совокупность приемов и способов мышления, позволяющих на основе анализа ретроспективных данных, экзогенных (внешних) и эндогенных (внутренних) связей объекта прогнозирования, а также их измерения в рамках рассматриваемого явления или процесса вывести суждения определенной достоверности относительно будущего развития объекта (процесса, системы) [14].

Модель прогнозирования - это функциональное представление, которое адекватно описывает исследуемый процесс и является основой для получения его будущих значений. При этом, существует различная классификация, как методов, так и моделей прогнозирования. Методы классифицируются по степени формализации и по качественно-количественным признакам, рис.1.

По степени формализации методы прогнозирования бывают: интуитивные, формализованные и комбинированные (объединяют первые два).



Рис.1. Классификация методов прогнозирования финансовых показателей организации[14] [15]

Интуитивные методы прогнозирования имеют дело с суждениями и оценками экспертов. В настоящее время они часто применяются в маркетинге, экономике, политике, так как система, поведение которой необходимо спрогнозировать, или очень сложна и не поддается математическому описанию, или очень проста и в таком описании не нуждается. Эвристические методы подразделяются на интуитивные (экспертные); индивидуальные и коллективные.

Интуитивные (экспертные) методы бывают следующих видов: метод «комиссий», метод Дельфи, метод «коллективной генерации идей» («мозговая атака»), метод морфологического анализа, метод написания сценария, метод аналогий (наивные методы), аналитический метод, метод интервью, коллективных экспертных опросов, метод «635», метод комиссий; метод «обмена мнениями», метод двойного мозгового штурма, обратный мозговой штурм, метод операционное творчество и другие, рис.2.

Сущность методов экспертных оценок заключается в том, что в основу прогноза берется мнение специалиста или коллектива специалистов, основанное на профессиональном, научном и практическом опыте. При этом, различают индивидуальные и коллективные экспертные оценки. Наиболее достоверными являются коллективные экспертные оценки, предполагающие работу двух и более экспертов. Для организации проведения экспертных оценок создаются рабочие группы, в функции которых входят проведение опроса, обработка материалов и анализ результатов коллективной экспертной оценки. Рабочая группа назначает экспертов, которые дают ответы на поставленные вопросы, касающиеся перспектив развития данного объекта. Количество экспертов, привлекаемых для разработки прогноза, может колебаться от 10 до 150 человек в зависимости от сложности объекта [17].

Комбинированные методы прогнозирования включают в себя методы со смешанной информационной основой, в которых в качестве первичной информации используется, наряду с экспертной, и фактографическая.



Рис.2. Характеристика некоторых интуитивных (экспертных) методов прогнозирования финансовых результатов [17] [14]

К комбинированным методам можно отнести и такие методы прогнозирования, как балансовый, нормативный и программно-целевой, метод прогнозирования на основе рыночных данных, метод бюджетирования, рис.3.

Характеристика комбинированных методов прогнозирования	
<p>Балансовый метод. С помощью данного метода реализуется принцип сбалансированности и пропорциональности. Сущность его заключается в увязке потребностей в различных видах продукции, материальных, трудовых и финансовых ресурсов с возможностями производства продукции и источниками ресурсов.</p> <p>Балансовый метод предполагает разработку системы балансов: материальных, трудовых и финансовых.</p>	<p>Нормативный метод. Этот метод тесно связан с балансовым методом.</p> <p>Нормативный метод предполагает использование в процессе прогнозных и плановых расчетов норм и нормативов.</p> <p>Норма характеризует научно обоснованную меру расхода ресурса на единицу продукции (работы) в принятых единицах измерения.</p> <p>Нормативы, как правило, представляются в относительном выражении и характеризуют степень использования ресурса.</p> <p>С помощью норм и нормативов определяются потребности в ресурсах, регулируются социально-экономические процессы и решаются другие задачи.</p>
<p>Метод бюджетирования является широко распространенным традиционным подходом к прогнозированию прибыли и основывается на разработке бюджета, который представляет собой план доходов и расходов компании на определенный период времени. Бюджет строится на основе прогнозирования объемов продаж, цен на товары или услуги, затрат на производство, маркетинг и других операционных параметров. Метод бюджетирования требует тщательного анализа и планирования, а также постоянного мониторинга и корректировки в процессе выполнения бюджета.</p>	<p>Метод прогнозирования на основе рыночных данных. Этот метод основан на анализе рыночных данных, таких как спрос, цены, конкуренция и экономические факторы. Организация анализирует текущую ситуацию на рынке и делает прогноз о будущих тенденциях и изменениях. На основе этого анализа прогнозируется прибыль организации с учетом предполагаемых изменений на рынке.</p>
<p>Программно-целевой метод (ПЦМ). Сущность данного метода заключается в отборе основных целей социального, экономического и научно-технического развития, разработке взаимоувязанных мероприятий по их достижению в намечаемые сроки при сбалансированном обеспечении ресурсами с учетом эффективного их использования. ПЦМ применяется при разработке целевых</p>	

Рис.3. Характеристика некоторых комбинированных методов прогнозирования финансовых результатов[14] [16] [17]

Формализованные методы -это методы прогнозирования, в результате которых строят модели прогнозирования, то есть определяют такую математическую зависимость, которая позволяет вычислить будущее значение процесса, то есть сделать прогноз. Формализованные методы подразделяются на фактологические (фактографические) и экономико-математические. При этом, наиболее известными формализованными методами являются следующие: метод моделирования, метод экономического анализа, индексный метод, факторный метод, метод прямого счета, метод экстраполяции, трендовые, тренд-сезонные методы, методы на основе регрессионных моделей, имитационные, метод средних и другие, рис.4.

Достаточно часто в прогнозировании применяются трендовые методы анализа. Трендовый анализ - метод исследования, который позволяет отслеживать и анализировать паттерны и изменения в данных за определённый период времени. С помощью него можно отследить динамику показателей, идентифицировать тренды, составить прогнозы и стратегии. Главная цель трендового анализа - выявить общую направленность изменений в данных и использовать эту информацию для прогнозирования будущих тенденций. Исследованию подлежит вся информация - от продаж до потребительского поведения: прогнозирование продаж, анализ рынка, финансовый анализ, оценка эффективности маркетинга, управление персоналом, анализ потребительского поведения, рассмотрим подробнее.

1. Прогнозирование продаж. Анализ исторических данных о продажах позволяет выявить тренды и сезонность. Так можно эффективнее планировать будущее производство, закупки и маркетинговые кампании.

2. Анализ рынка. Изучение трендов помогает выявлять новые возможности и угрозы. Это включает анализ изменений в спросе, ценах, конкуренции, технологических инновациях и других важных факторах.

3. Финансовый анализ. Трендовый анализ можно использовать для оценки финансовой стабильности и производительности компании [22].

Характеристика формализованных методов прогнозирования		
<p>Метод скользящих средних является одним из широко известных методов сглаживания временных рядов. Применяя этот метод, можно элиминировать случайные колебания и получить значения, соответствующие влиянию главных факторов.</p>	<p>Прогнозирование финансовых результатов методом горизонтального и вертикального трендового анализа</p>	<p>Метод средних В данном подходе прогнозирования, все будущие значения принимаются равными средним значениям исторических данных. Метод усреднения позволяет разработать прогноз, основываясь на среднем значении прошлых наблюдений.</p>
<p>Методы экстраполяции. В методическом плане основным инструментом любого прогноза является схема экстраполяции. Сущность экстраполяции заключается в изучении сложившихся в прошлом и настоящем устойчивых тенденций развития объекта прогноза и в переносе их на будущее. Основу экстраполяционных методов прогнозирования составляет изучение динамических рядов. В зависимости от того, какие принципы и исходные данные положены в основу прогноза, выделяют следующие элементарные методы экстраполяции: средний абсолютный прирост; средний темп роста; экстраполяцию на основе выравнивания рядов по какой-либо аналитической формуле.</p>		
<p>Метод прямого счета. Метод прямого счета основан на прогнозировании прибыли путем прямого учета всех доходов и расходов компании. Для этого метода необходимо иметь детальное представление о структуре доходов и расходов компании, а также точные данные о прошлых финансовых результатах. Прогноз прибыли строится на основе анализа и учета различных составляющих, таких как объемы продаж, структура цен, себестоимость продукции, операционные расходы, налоги и прочие доходы и расходы, которые могут влиять на финансовые результаты компании.</p>	<p>Метод исторических данных. Этот метод основан на анализе и использовании предыдущих финансовых данных организации. В его контексте рассматриваются и анализируются исторические данные о прибыли, продажах, расходах и других финансовых показателях - затем происходит экстраполяция предыдущих трендов и паттернов для прогнозирования будущей прибыли.</p>	
<p>Факторный метод. Факторный метод основан на определении и анализе ключевых факторов, которые оказывают влияние на прибыль компании. Этот метод предполагает идентификацию факторов, таких как объем продаж, цены, затраты на производство, инфляция и другие экономические переменные, которые оказывают наибольшее воздействие на прибыль. Затем производится анализ и прогнозирование каждого фактора с целью определения их влияния на будущую прибыль компании. Этот метод требует доступа к актуальным данным и статистическим методам для анализа и прогнозирования факторов.</p>		

Рис.4. Характеристика некоторых формализованных методов прогнозирования финансовых результатов[14] [16] [17]

Финансовый анализ включает исследование изменений в доходах, долгах, прибыли и других финансовых показателях.

4. Оценка эффективности маркетинга. Анализ результатов маркетинговых кампаний показывает, какие оказались эффективнее, а также, что следует модернизировать.

5. Управление персоналом. Тренды в области найма, удержания и производительности персонала подскажут, какие есть проблемы и возможности роста в HR-секторе.

6. Анализ потребительского поведения. С помощью анализа потребительских предпочтений можно найти идеи для разработки новых продуктов и улучшить отдел обслуживания клиентов [22].

Трендовый анализ позволяет определить закономерности на рынке и составить прогноз. Однако такой метод не даёт абсолютно точных результатов. Вместе с ним следует использовать другие инструменты [9].

Итак, в рамках данной работы крайне сложно подробно описать все методы прогнозирования, поэтому выше была краткая характеристика методов. Описанные методы также подразделяются на количественные и качественные. Первые (формализованные) опираются на данные и аналитические техники. Вторые (субъективные) основаны на суждениях (оценках) экспертов. В последнее время популярность получили методы прогнозирования с помощью искусственного интеллекта. При этом, основные алгоритмы и методы искусственного интеллекта в финансовом прогнозировании следующие: нейронные сети, генетические алгоритмы, машинное обучение, анализ текста и настроений, алгоритмы кластеризации и классификации, Приложение 1.

Кроме классификации методов, существуют различные модели прогнозирования. Наиболее известными моделями прогнозирования являются: модели, относящиеся к конкретной предметной области, модели временных рядов, статистические модели, структурные модели, рис. 5 [14].

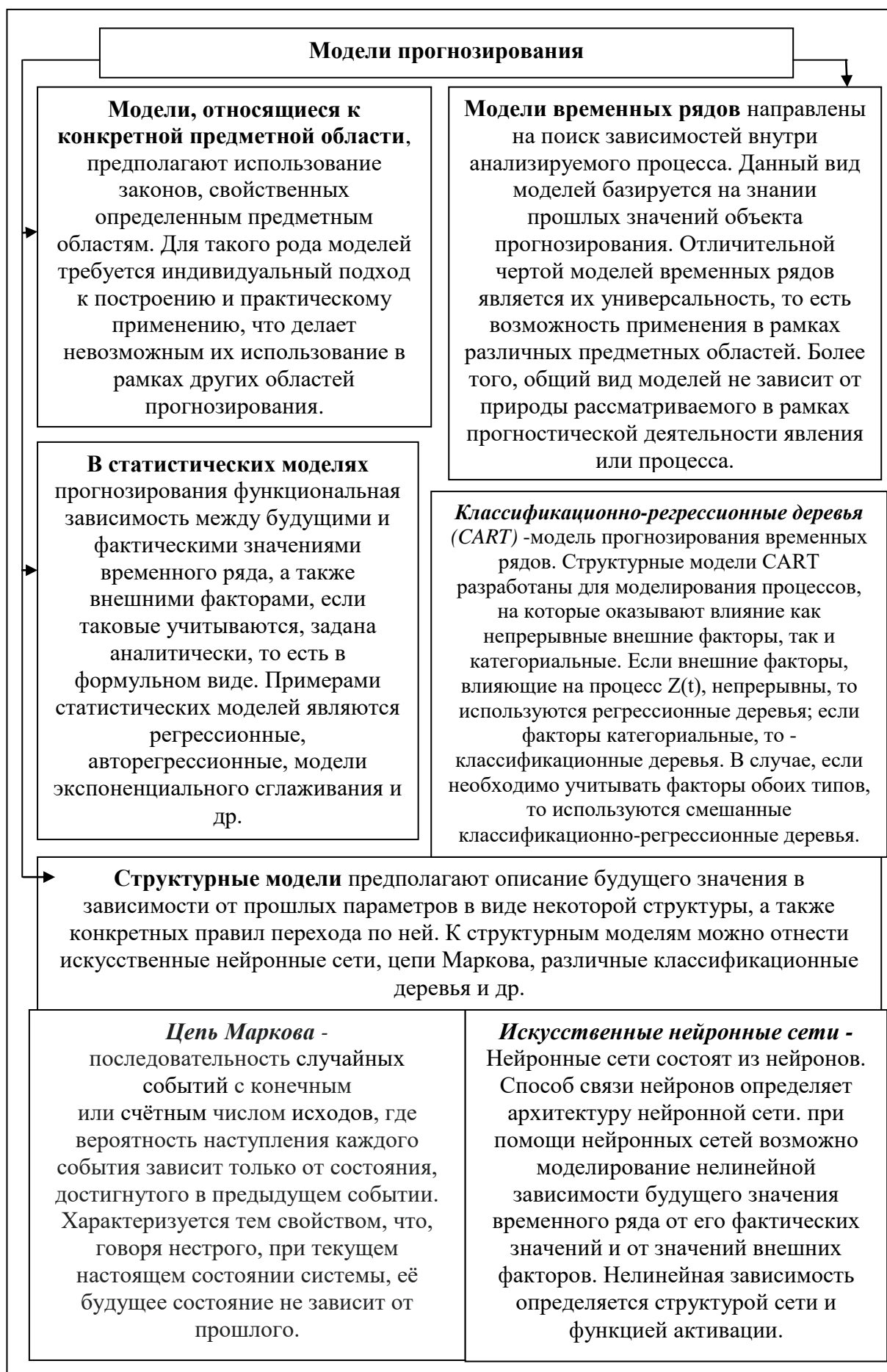


Рис.5.Классификация моделей финансового прогнозирования[14] [17]

В статистических моделях зависимость будущего значения от прошлого задается в виде некоторого уравнения. К ним относятся: регрессионные модели (линейная регрессия, нелинейная регрессия); авторегрессионные модели (ARIMAX, GARCH, ARDLN); модель экспоненциального сглаживания; модель по выборке максимального подобия и т.д.

В структурных моделях зависимость будущего значения от прошлого задается в виде некоторой структуры и правил перехода по ней. К ним относятся: нейросетевые модели; модели на базе цепей Маркова; модели на базе классификационно-регрессионных деревьев и т.д.

Итак, выбор эффективных методов и моделей прогнозирования финансовых результатов организации, зависит от целей исследования, а также имеющихся данных о прошлом состоянии рассматриваемого объекта. Прогнозирование будет успешным, только в том случае, если субъект сможет всесторонне оценить ситуацию и выбрать эффективные инструменты прогнозирования в рамках решения конкретной исследовательской задачи. Для того, чтобы на примере организации применить расчетно-аналитические алгоритмы прогнозирования финансовых результатов, перейдем к следующим главам курсовой работы.

2. Практическая интерпретация расчетно-аналитических методов прогнозирования финансовых результатов деятельности организации

Объектом исследования в курсовой работе была выбрана торговая компания ООО «Отдых и спорт». Данная организация занимается реализацией товаров для спорта и отдыха: палатки, туристическая мебель, спортивная обувь и одежда, товары для путешествия, товары для охоты и другое. Реализация товаров осуществляется на рынке электронной коммерции, через интернет-магазин. Для увеличения географии обслуживания и объемов продаж, компания планирует выходить на маркетплейсы и осуществлять реализацию товаров через крупные торговые площадки. В настоящее время лидирующие позиции на рынке маркетплейсов занимают: Wildberries, Ozon, AliExpress, Яндекс Маркет, Мегамаркет и другие.

Проведем прогнозирование финансовых результатов компании ООО «Отдых и спорт» методом прогнозирования на основе рыночных данных.

Для того, чтобы определить перспективным ли является рынок электронной коммерции и на сколько эффективно будет осуществлять реализацию товаров через маркетплейсы, была собрана статистическая информация. Рассмотрим прогнозные значения.

По данным Росстата, онлайн-продажи в России сильно отстают от офлайн, но все же демонстрируют постоянный рост. Так, на сентябрь 2023 года их доля в общем объеме розничной торговли составила 7,4%. Онлайн-торговля в России в основном держится на маркетплейсах. Онлайн-магазины получили сильный рост в развитии в период пандемии. Сложившаяся ситуация помогла привлечь новую аудиторию. Спустя несколько лет покупатели по-прежнему пользуются их услугами, при этом не заменяя обычные магазины онлайн, а увеличивая количество используемых вариантов.

Специалисты Data Insight считают, что двузначные темпы роста рынка e-commerce в России сохранятся в течение пяти лет как минимум. Этому способствует высокий уровень потребительского опыта с одновременным

изменением стиля жизни покупателей. Прогнозируется, что объем продаж на рынке электронной коммерции в 2027 году составит 15,0 трлн. руб., рис.6 [13].

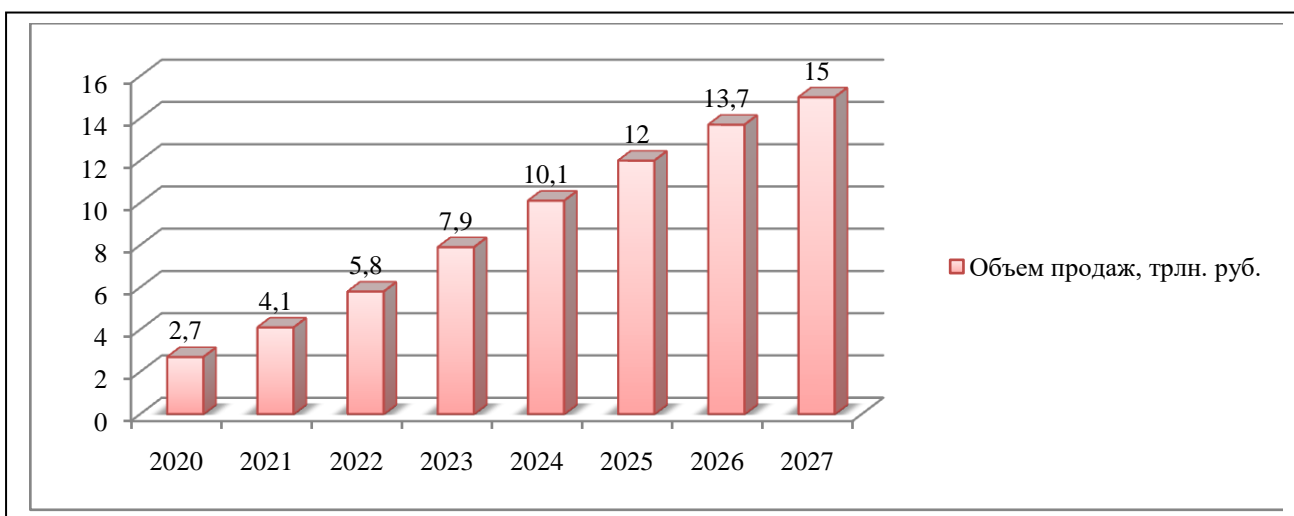


Рис.6. Прогноз объема продаж на рынке электронной коммерции в России до 2027 года[13]

Однако, темпы роста замедлятся, в 2024 году рост составит 27,0% относительно уровня прошлого года, а в 2027 году рост сформируется на уровне 10,0% по сравнению с данными 2026 года, рис. 7 [13].

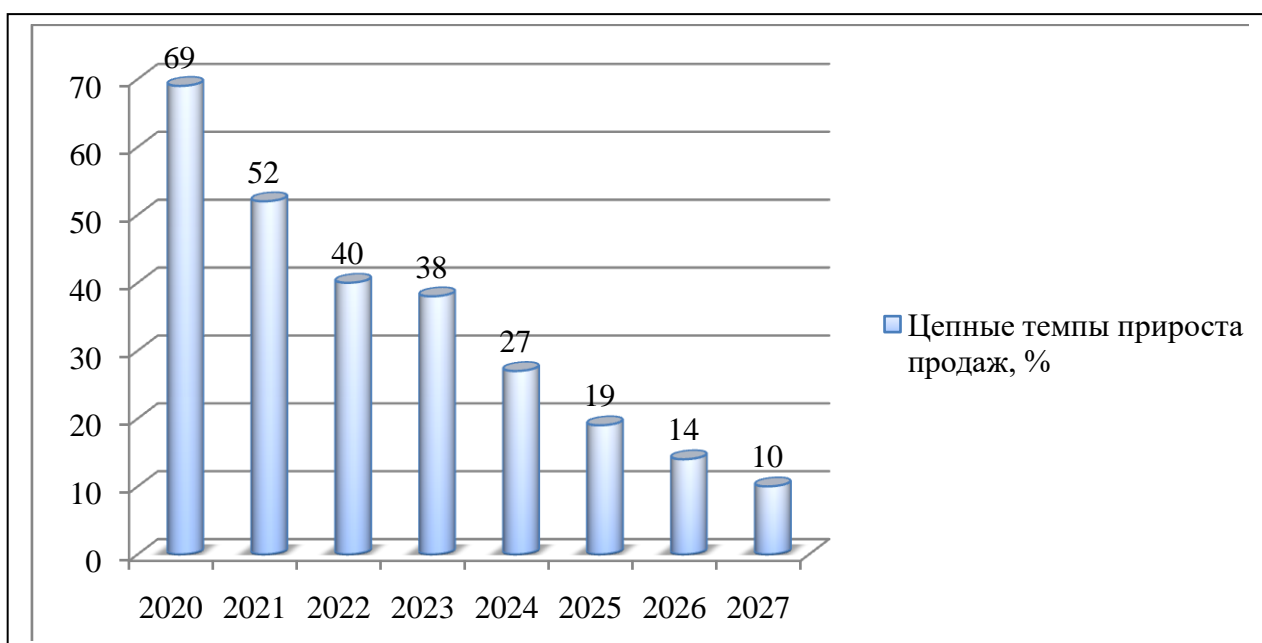


Рис.7. Цепные темпы прироста объема продаж на рынке электронной коммерции в России до 2027 года[13]

Объемы количества заказов в 2027 году на рынке электронной коммерции составят 11651 млн. штук, это более чем в два раза превышает показатель 2023 года, рис.8 [13].

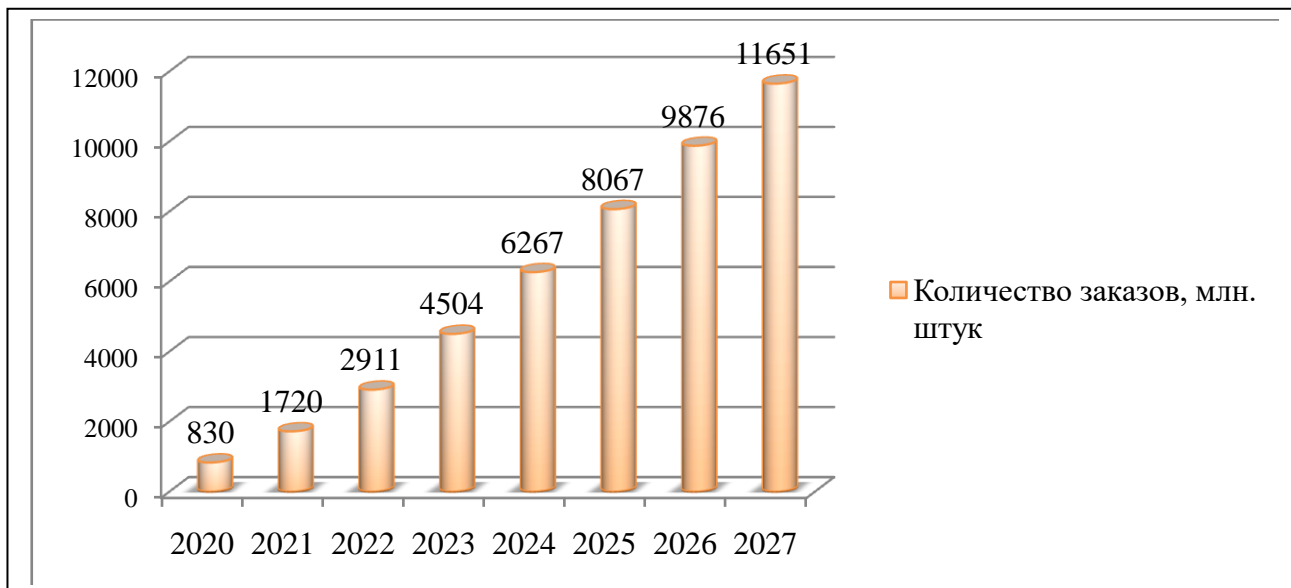


Рис. 8. Прогноз количества заказов на рынке электронной коммерции в России до 2027 года[13]

Однако, темпы роста заказов будут замедляться. В 2024 году рост составит 39,0% относительно уровня прошлого года, а 2026-2027 гг. рост сформируется на уровне 22,0-18,0% в год соответственно, рис. 9 [13].

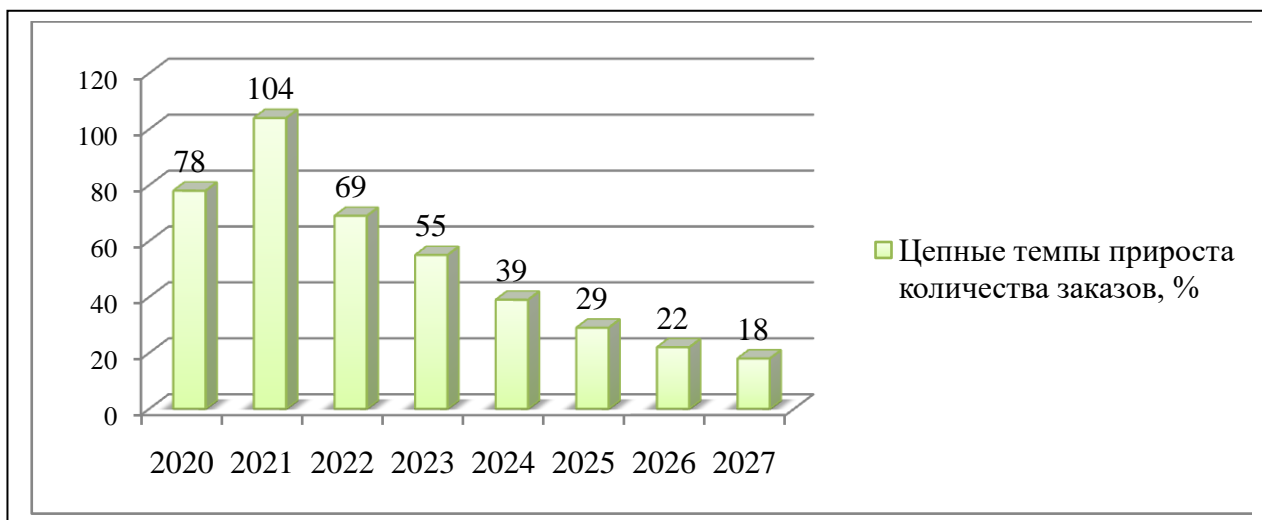


Рис. 9. Цепные темпы прироста количества заказов на рынке электронной коммерции в России до 2027 года[13]

Особая популярность на рынке электронной коммерции принадлежит маркетплейсам. Во втором полугодии 2023 года доля заказов на Wildberries и Ozon – лидерах в nonFood-ритейле – составила 77,0%, а по объему онлайн-продаж они выросли на 53,0%. В частности этому способствует сила данных брендов, а в целом маркетплейсы отличаются следующими преимуществами:

1) На маркетплейсе торгуют десятки тысяч селлеров, что обеспечивает более высокую стабильность и полноту ассортимента по сравнению с офлайн-точками;

2) Новые бренды и импортеры в первую очередь идут на маркетплейсы;

3) Офлайн-розница частично деградирует: ассортимент сокращается, магазины закрываются, цены становятся непредсказуемыми;

4) Растет доступность онлайн. Так, количество ПВЗ Wildberries в 2,5 раза превышает совокупные показатели точек X5 и «Магнита».

Рассмотрим статистику продаж на маркетплейсах. В 2023 году потребители тратили на маркетплейсах почти в 1,5 раза больше, чем в 2022-м, а транзакции выросли в 1,6 раз. Такие данные приводит Tinkoff eCommerce, платформа, которая помогает компаниям и предпринимателям развиваться в онлайн-продажах.

Тенденцию роста в онлайн-торговле подстегнул уход с российского рынка некоторых западных брендов. Адаптироваться к этому магазины смогли только к началу 2024 года, но потребительские привычки уже успели измениться. Люди стали искать альтернативу онлайн, сравнивать предложения и получать новый опыт. Также росту e-commerce способствует улучшение условий доставки, юзабилити и расширение сети ПВЗ.

В 2023 году количество селлеров на маркетплейсах увеличилось на 8,0%. Этому способствовало освоение бизнесом второй и последующих площадок – таких продавцов стало больше на 17,0%. Самым популярным маркетплейсом остается Wildberries, на нем работают 51,0% продавцов, несмотря на то, что количество новых регистраций упало на 5,0%. Далее по популярности у

селлеров идут Ozon (35,0%) и Яндекс Маркет (12,0%). По рис. 10 видно, насколько приросла их аудитория [13].

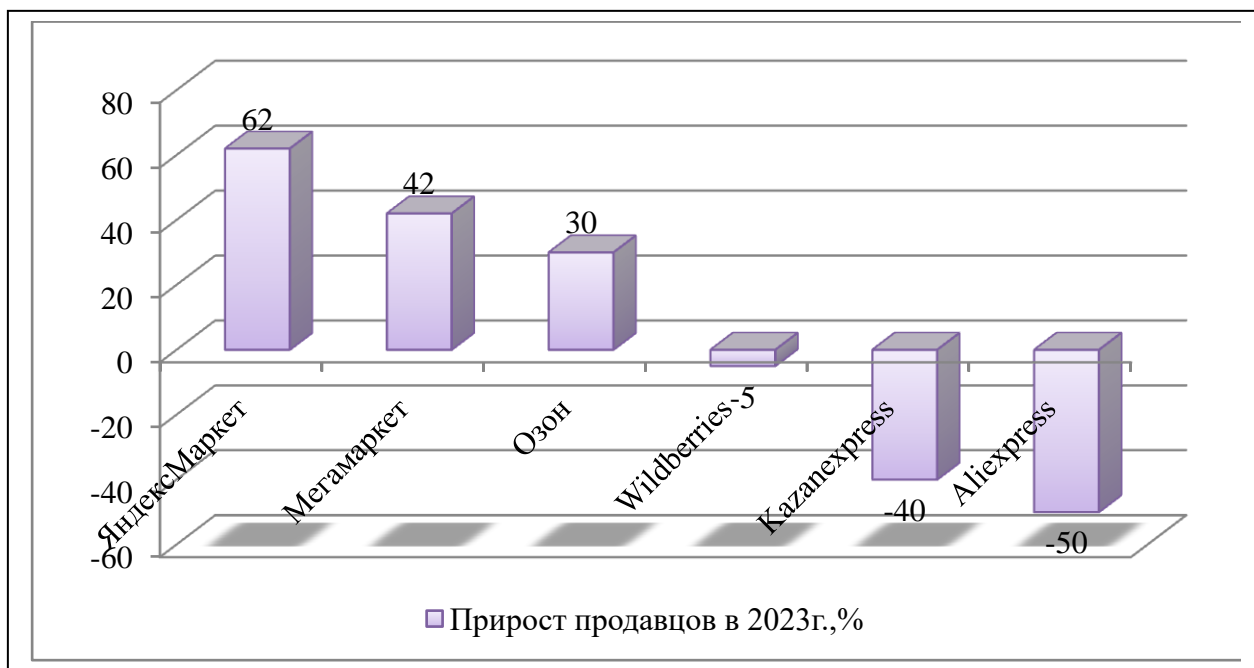


Рис.10. Прирост продавцов на маркетплейсах в 2023 году[13]

Число онлайн-покупателей увеличивается в целом по России. Темпы прироста количества и суммы покупок в разрезе регионов представлены на рис. 11. В 2023 году на региональных продавцов приходится 67,0% от их общего количества. Интерес стимулируют и сами площадки, предлагая привлекательные условия логистики и хранения и мотивируя селлеров распределять товары по складам во всех точках страны [13].

Итак, рынок электронной коммерции растет достаточно быстрыми темпами, также особую популярность на данном рынке отводится маркетплейсам. Более того, еще не менее положительной динамикой для компании ООО «Отдых и спорт» является увеличение спроса на товары для туризма и отдыха. В частности, в 2022 году спрос на товары для туризма и кемпинга в России вырос на 45,0% относительно уровня 2021года. А в 2023 году спрос на товары для туризма и кемпинга в РФ выросли на 107% по сравнению с данными 2022 года. [19][20] Таким образом, спрос на данные виды товаров в среднем за два года увеличился на 76,0%. Если данная тенденция

сохраниться, можно прогнозировать рост продаж товаров для туризма и кемпинга на данном уровне.

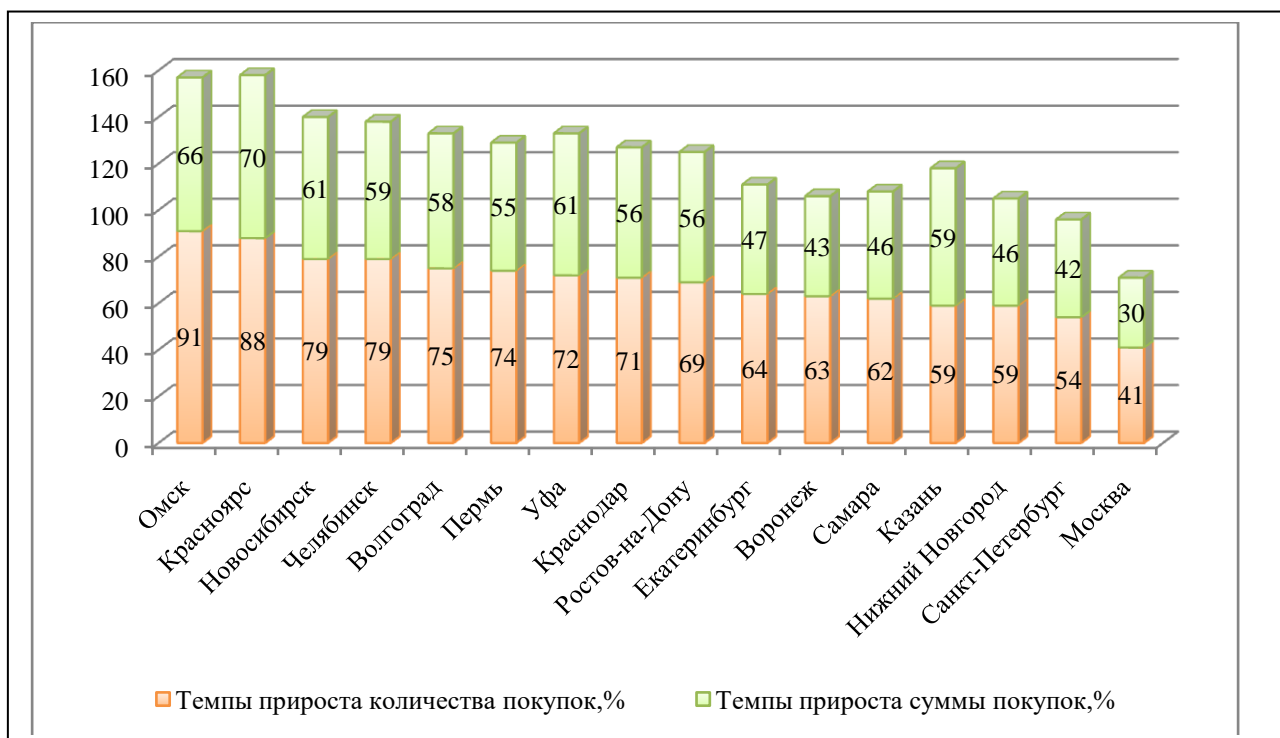


Рис.11. Цепные темпы прироста количества и суммы покупок на маркетплейсах в разрезе регионов РФ в 2023 г. [13]

Таким образом, исходя из имеющейся прогнозной информации по развитию рынка электронной коммерции, а также росту спроса на товары для спорта и туризма, в среднем можно прогнозировать рост продаж компании ООО «Отдых и спорт». Крайне сложно давать прогнозы относительно роста продаж любой компании, не исключением является и анализируемая организация.

Так, в 2024 году прогнозируется рост продаж на рынке электронной коммерции на 27,0% относительно уровня 2023 года. Также статистические данные показали средний рост спроса на товары для спорта и туризма на уровне 76,0% в год. В совокупности если такой рост продолжится, то рынок данной группы товаров может дать рост в 103,0%. Однако, точно прогнозировать, что конкретная компания сможет увеличить продажи именно

на этом уровне, сказать крайне сложно. Этот показатель можно рассматривать как ориентир.

Рынок электронной коммерции дает большие перспективы, вполне вероятно, что если компания ООО «Отдых и спорт» увеличит географию обслуживания выйдя на рынок маркетплейсов, то как минимум сможет увеличить продажи своих товаров. Исходя из более реальных цифр, можно прогнозировать рост продаж на уровне 50,0% в год, а при оптимистичном сценарии развития возможно увеличить продажи и на 103,0%, табл. 1.

Таблица 1

Прогнозные значения финансовых показателей компании ООО «Отдых и спорт» методом прогнозирования на основе рыночных данных

№ п/п	Показатели	2023 год	Прогнозный		Отклонения от 2023 года	
			Пессимистичный сценарий развития	Оптимистичный сценарий развития	Пессимистичный сценарий развития	Оптимистичный сценарий развития
1	Выручка от продаж, тыс. руб.	13500	20250	27405	6750	13905
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	8775	13162	17813	4387	9038
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	4725	7088	9592	2363	4867
4	Коммерческие и управленческие расходы, тыс. руб.	1025	1281	1281	256	256
5	Прибыль от продаж, тыс. руб.	3700	5807	8311	2100	4611

Исходя из прогнозных значений роста выручки, рассчитываются и другие показатели. В частности, себестоимость продаж составляет в среднем 65,0% от выручки. Коммерческие и управленческие расходы ежегодно увеличиваются в компании на 25,0%. Исходя из прогнозных значений, прибыль от продаж при пессимистичном сценарии развития составит 5807,0 тыс. руб., а это на 56,95% выше показателя 2023 года. При еще более благоприятном прогнозе, прибыль

от продаж может сформироваться на уровне 8311,0 тыс. руб., это на 124,62% превысит показатель отчетного периода.

Представленный расчет является прогнозируемым, данные значения могут быть выше или ниже ожидаемых. Анализ рынка проводится с целью исследования для поиска лучших возможностей увеличения продаж. Данное исследование позволило выявить, что для компании ООО «Отдых и спорт» целесообразно развиваться на рынке электронной коммерции, путем увеличения своего присутствия на маркетплейсах, тем более что данный рынок обещает хороший рост. Кроме этого было выявлено, что спрос на товары для спорта и отдыха существенно растет не первый год подряд. Но какими на самом деле будут финансовые показатели и какая цифра сформируется в строке прибыль у компании ООО «Отдых и спорт», покажет время, в любом случае прогнозы благоприятные.

Рассмотренный выше метод прогнозирования на основе рыночных данных очень похож на метод бюджетирования. При этом, бюджетирование бывает разным, наиболее предпочтительный способ - бюджетирование, ориентированное на результат - это прогноз на основе сопоставления целевых показателей. В частности, компания может прогнозировать ежегодный рост продаж на уровне 35,0% в год. При этом планирует снижение управленческих и коммерческих расходов на 5,0% в год. Себестоимость продаж составляет 65,0% от общей суммы выручки. Исходя из целевых показателей планируются доходы и расходы компании, табл. 2.

Показатель валовой рентабельности рассчитывается отношением валовой прибыли и выручке от реализации. Показатель рентабельности продаж рассчитывается отношением прибыль от продаж к выручке от реализации. Прогнозирование методом бюджетирования, ориентированного на результат позволяет компании удерживать финансовые показатели на определенном уровне. В частности, при прогнозировании роста продаж в 35,0%, снижении затрат, рентабельность продаж составит 29,66%, это на 2,26% выше показателя отчетного периода. Прибыль от продаж при таких условиях увеличится на

46,0%. Итак, выше был рассмотрен метод бюджетирования, ориентированного на результат.

Таблица 2

Прогнозирование финансовых показателей методом бюджетирования, ориентированного на результат в компании ООО «Отдых и спорт»

№ п/п	Показатели	2023 год	Прогноз	Темпы роста, %	Темпы прироста, %
1	Выручка от продаж, тыс. руб.	13500	18225	135,0	+35,0
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	8775	11846	135,0	+35,0
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	4725	6379	135,0	+35,0
4	Коммерческие и управленческие расходы, тыс. руб.	1025	974	95,0	-5,0
5	Прибыль от продаж, тыс. руб.	3700	5405	146,08	+46,08
6	Валовая рентабельность, %	35,00	35,00	-	-
7	Рентабельность продаж, %	27,40	29,66	-	+2,26

Проведем прогнозирование финансовых показателей на примере предприятия ООО «Отдых и спорт» методом факторного анализа. При прогнозировании выручки и прибыли от продаж будем учитывать влияние двух факторов – роста объема реализации и изменения цен на товары. Для определения прогнозной величины выручки от продаж компании ООО «Отдых и спорт» следует провести факторный анализ. Исходными данными для анализа является следующая информация:

1) темп инфляции за 2023 год или индекс роста цен на реализуемую продукцию. Инфляция в 2023 году составила 7,42% [18]. Индекс цен равен 1,0742 (107,42 %);

2) выручка и прибыль от продаж за отчетный и предыдущий период компании из отчета о финансовых результатах;

3) расходы в разрезе элементов затрат.

Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж предприятия ООО «Отдых и спорт» представлены в табл. 3.

Таблица 3

Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж предприятия ООО «Отдых и спорт»

№ п/п	Показатели	2022 год	2023год	Изменения	
				Тыс. руб.	%
1	Выручка от продаж, тыс. руб.	12340	13500	1160	109,40
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	8021	8775	754	109,40
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	4319	4725	406	109,40
4	Коммерческие и управленческие расходы, тыс. руб.	819	1025	206	125,15
5	Прибыль от продаж, тыс. руб.	3500	3700	200	105,71

Итак, рассчитаем показатели, показывающие влияние на изменение прибыли от продаж всех представленных выше факторов, в табл. 4.

Таблица 4

Факторный анализ прибыли от продаж предприятия ООО «Отдых и спорт»

Показатели	Алгоритм расчета	Результат расчета, тыс. руб.	Прогноз
1. Выручка отчетного года в сопоставимых ценах	$V_o^c = V_o / I_{ц}$	$V_o^c = 13500/1,0742=12567,49$	$V_o^c = 13500/1,044=12931,03$
2. Прирост выручки за счет изменения объема продаж	$V_{об} = V_o^c - V_{п}$	$V_{об} = 12567,49-12340=227,49$	$V_{об} = 12931,03-12340=591,03$
3. Прирост выручки за счет изменения цен	$V_{п} = V_o - V_o^c$	$V_{п} = 13500-12567,49=932,51$	$V_{п} = 13500-12931,03=568,97$
4. Удельный вес прибыли отчетного и предыдущего годов в выручке	$M = П / В$	$M_o = 3500/12340=0,28$ $M_{п} = 3700/13500=0,27$	$M_o = 3500/12340=0,28$ $M_{п} = 3700/13500=0,27$
5. Прирост прибыли от изменения объема продаж	$П_o = V_o^c * M_{п}$	$П_o = 1160 \times 0,27 = 313,2$	$П_o = 1160 \times 0,27 = 313,2$
6. Прирост прибыли от изменения цен	$П_{ц} = V_{п} * M_{п}$	$П_{ц} = 932,51 \times 0,27 = 251,77$	$П_{ц} = 568,97 \times 0,27 = 153,62$
7. Общее изменение прибыли	$П = П_o + П_{ц}$	$П = 313,2 + 251,77 = 564,97$	$П = 313,2 + 153,62 = 466,82$

За счет изменения объема продаж прибыль увеличилась на 313,2 тыс. руб., за счет изменения цен, прибыль от продаж увеличилась на 251,77 тыс. руб.

Общее влияние обоих факторов увеличило прибыль на 564,97 тыс. руб. Наибольшее влияние на показатель прибыли от продаж оказало изменение объема продаж.

Для расчета прогнозных финансовых показателей на 2024 год, необходимо учитывать показатель инфляции. По имеющимся данным уровень инфляции в 2024 году по итогам года составит 4,4% [18]. Индекс цен составляет 104,4% или 1,044. Рассчитаем исходя из этих данные прогнозные показатели выручки и прибыли от продаж в 2024 году, табл. 4.

Прогнозный показатель прибыли увеличится на 466,82 тыс. руб., в том числе за счет роста цен на 153,62 тыс. руб., за счет изменения выручки на 313,2 руб. Прогнозный показатель прибыль от продаж увеличится на меньшую величину, чем годом ранее, в связи с тем, что инфляция в 2024 году снизилась по сравнению с инфляцией 2023 года.

Итак, выше были рассмотрены прогнозные финансовые показатели на примере предприятия ООО «Отдых и спорт», рассчитанные методом: прогнозирования на основе рыночных данных; прогнозирования методом бюджетирования, ориентированного на результат; прогнозирования методом факторного анализа, рис. 12.

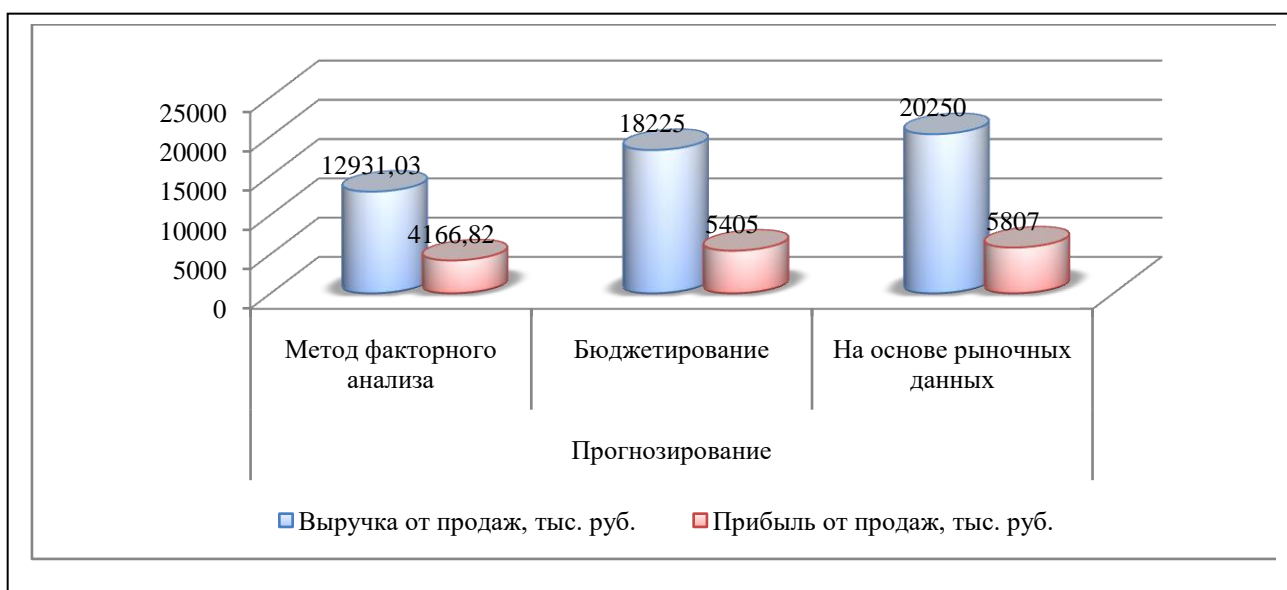


Рис.12. Прогнозные значения показателей прибыли от продаж рассчитанные различными методами на примере ООО «Отдых и спорт»

В рамках данной работы крайне сложно рассмотреть все существующие методы прогнозирования финансовых показателей. Поэтому были рассмотрены лишь некоторые из них, и то малая часть из существующих методов. Прогнозирование крайне необходимо любому торговому предприятию, не исключением является и ООО «Отдых и спорт». Представленное выше исследование показало, что на самом деле прогнозы для анализируемой компании очень положительные и ей стоит развиваться в направлении рынка электронной коммерции, да и в целом спрос на товарный ассортимент анализируемой организации обещает быть хорошим. Для того, чтобы на примере ООО «Отдых и спорт» рассмотреть экономико-математические методы прогнозного анализа финансовых результатов, перейдем к следующей главе курсовой работы.

3. Экономико-математические методы прогнозного анализа финансовых результатов хозяйствующего субъекта

Существует множество экономико-математических методов прогнозного анализа финансовых результатов, однако в данной главе остановимся на нескольких из них, в частности: прогнозирование финансовых результатов методом горизонтального трендового анализа; прогнозирование финансовых результатов методом скользящей средней и индексов сезонных колебаний; прогнозирование финансового показателя организации методом экстраполяции с помощью среднего абсолютного прироста.

1) Прогнозирование финансовых результатов методом горизонтального трендового анализа на примере ООО «Отдых и спорт». Для прогнозирования финансового результата используем трендовый анализ показателей отчета о финансовых результатах. Рассчитаем индексы показателей статей отчета за 2021-2023 гг. и усредним их, табл. 5.

Таблица 5

Горизонтальный трендовый анализ доходов и расходов ООО «Отдых и спорт»

№ п/п	Показатели	2021 год	2022 год	2023 год	Среднее значение показателя	Индекс роста 2022 г.	Индекс роста 2023 г.	Среднее значение индекса роста	Прогнозное значение
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10=6×9
1	Выручка от продаж, тыс. руб.	11800	12340	13500	12546,66	1,045	1,094	1,0695	13418,65
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	7670	8021	8775	8155,33	1,045	1,094	1,0695	8722,12
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	4130	4319	4725	4391,33	1,045	1,094	1,0695	4696,53
4	Коммерческие и управленческие расходы, тыс. руб.	670	819	1025	838	1,222	1,251	1,2365	1036,18
5	Прибыль от продаж, тыс. руб.	3460	3500	3700	3553,33	1,011	1,057	1,034	3674,14

Индекс отражает относительное изменение показателей. При условии сохранения тенденций динамики доходов и расходов, сложившейся за три предыдущих года, рассчитаем прогнозное значение показателей на 2024 г., табл. 5.

В результате горизонтального трендового анализа прибыль от продаж снизится и составит 3674,14 тыс. руб. По сравнению с данными на 2023 год снижение произойдет на 0,69%.

2) Прогнозирование финансовых результатов методом скользящей средней и индексов сезонных колебаний на примере ООО «Отдых и спорт».

Для того, чтобы рассчитать прогноз этим методом, рассчитаем скользящую среднюю, центрированную скользящую среднюю и индекс сезонных колебаний. Данные представим в виде табл. 6.

Рассчитаем средний уровень ряда центрированной скользящей средней:
 $13794,25/16=862,14$.

С помощью данного индекса рассчитываем индекс сезонных колебаний. На основе рассчитанных показателей индекса сезонных колебаний заполняем в табл. 7 и делаем расчет скорректированного индекса [10].

Средний индекс сезонных колебаний рассчитываем путем деления суммы индексов за данный квартал на число значений: для 1 квартала: $(0,92+1,01+1,01+1,14)/4=1,02$ и т.д.

Полученные средние индексы сезонных колебаний проверим на точность расчета. Среднее значение всех квартальных индексов не должно превышать 1 (единицу). В данном случае:

$$(1,02+0,984+0,97+1,01)/4=0,996$$

Так как индекс меньше 1, его следует скорректировать, увеличив на 0,004.

Завершающая стадия – составление прогноза. Для этого центрированную скользящую среднюю за определённый период и умножим на скорректированный индекс сезонных колебаний [10].

Таблица 6

Расчет значений скользящей средней и индексов сезонных колебаний на примере ООО «Отдых и спорт»

Год	Квартал	Прибыль от продаж, тыс. руб.	Скользящая средняя	Центрированная скользящая средняя	Индекс сезонных колебаний
2019	1	350			
	2	970	$(350+970+1120+510)/4=737,5$		
	3	1120	$(970+1120+510+380)/4=745$	$(737,5+745)/2=741,25$	$741,25/862,14=0,86$
	4	510	$(1120+510+380+1010)/4=755$	$(745+755)/2=750$	$750/862,14=0,87$
2020	1	380	$(510+380+1010+1420)/4=830$	$(755+830)/2=792,5$	$792,5/862,14=0,92$
	2	1010	$(380+1010+1420+520)/4=832,5$	$(830+832,5)/2=831,25$	$831,25/862,14=0,96$
	3	1420	$(1010+1420+520+490)/4=860$	$(832,5+860)/2=846,25$	$846,25/862,14=0,98$
	4	520	$(1420+520+490+970)/4=850$	$(860+850)/2=855$	$855/862,14=0,99$
2021	1	490	$(520+490+970+1620)/4=900$	$(850+900)/2=875$	$875/862,14=1,01$
	2	970	$(490+970+1620+380)/4=865$	$(900+865)/2=882,5$	$882,5/862,14=1,02$
	3	1620	$(970+1620+380+510)/4=870$	$(865+870)/2=867,5$	$867,5/862,14=1,01$
	4	380	$(1620+380+510+980)/4=872,5$	$(870+872,5)/2=871,75$	$871,75/862,14=1,01$
2022	1	510	$(380+510+980+1590)/4=865$	$(872,5+865)/2=868,75$	$868,75/862,14=1,01$
	2	980	$(510+980+1590+420)/4=875$	$(865+875)/2=870$	$870/862,14=1,01$
	3	1590	$(980+1590+420+550)/4=885$	$(875+885)/2=880$	$880/862,14=1,02$
	4	420	$(1590+420+550+1610)/4=1042,5$	$(885+1042,5)/2=963,75$	$963,75/862,14=1,12$
2023	1	550	$(420+550+1610+1080)/4=915$	$(1042,5+915)/2=978,75$	$978,75/862,14=1,14$
	2	1610	$(550+1610+1080+460)/4=925$	$(915+925)/2=920$	$920/862,14=1,07$
	3	1080	-	-	-
	4	460	-	-	-

Таблица 7

Расчет скорректированного индекса сезонных колебаний

Год	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
2019	-	0,86	0,87	0,92
2020	0,92	0,96	0,98	0,99
2021	1,01	1,02	1,01	1,01
2022	1,01	1,01	1,02	1,12
2023	1,14	1,07	-	-
Средний индекс сезонных колебаний	1,02	0,984	0,97	1,01
Скорректированный индекс сезонных колебаний	1,02	0,99	0,98	1,01

Для 2024 г. необходимо взять центрированную скользящую среднюю за 1 квартал 2023 г. (978,75) и умножить на скорректированный индекс сезонных колебаний за 1 квартал (1,02):

1 квартал 2024 г. = $978,75 \times 1,02 = 998,325$ тыс. руб.

2 квартал 2024 г. = $920 \times 0,99 = 910,8$ тыс. руб.

Соответственно, прогнозная прибыль на первое полугодие 2024 г. будет равна: $998,325 + 910,8 = 1909,13$ тыс. руб.

3) Прогнозирование финансовых результатов организации методом экстраполяции на примере ООО «Отдых и спорт».

Проведем прогнозирование финансового показателя организации методом экстраполяции с помощью среднего абсолютного прироста [7, с.31].

Прогнозирование по среднему абсолютному приросту может быть выполнено в том случае, если есть уверенность считать общую тенденцию линейной, т.е. метод основан на предположении о равномерном изменении уровня (под равномерностью понимается стабильность абсолютных приростов).

Базисный темп роста ($T_{рб}$)- характеризует отношение каждого последующего уровня к базисному, выраженное в процентах(1):

$$T_{рб} = \frac{Y_n}{Y_0} * 100\% , \quad (1)$$

Где:

Y_n - данный уровень ряда

Y_0 -базисное значение уровня ряда

$T_{рб}$ - базисный темп роста.

Цепной темп роста ($T_{рц}$) определяется следующим соотношением(2):

$$T_{рц} = \frac{Y_n}{Y_{n-1}} * 100\% , \quad (2)$$

Темп роста показывает, какую долю составляет текущее значение уровня ряда относительно начального или предыдущего (в зависимости от базисного или цепного способа составления ряда).

Средний темп роста характеризует среднее процентное изменение изучаемого показателя. Расчет данного показателя осуществляется по формуле средней геометрической простой (3):

$$\overline{T_p} = \sqrt[n-1]{T_{рц1} * T_{рц2} * \dots * T_{рцn-1}} = \sqrt[n-1]{\frac{Y_n}{Y_0}} * 100\% \quad , (3)$$

Темп прироста представляет собой отношение абсолютного прироста (базисного или цепного) к начальному значению временного ряда, выраженное в процентах . [7, с.32]

Соответственно базисный темп прироста может быть найден по формуле(4):

$$T_{прб} = \frac{\Delta_{базис}}{Y_0} * 100\% = \frac{Y_n - Y_0}{Y_0} * 100\% \quad , (4)$$

где:

$T_{прб}$ - базисный темп прироста;

Y_n - данный уровень ряда

Y_{n-1} -предыдущее значение уровня ряда относительно Y_n

Y_0 -базисное значение уровня ряда

Цепной темп прироста находится по следующим формулам(5):

$$T_{прц} = \frac{\Delta_{цепн}}{Y_{n-1}} * 100\% = \frac{Y_n - Y_{n-1}}{Y_{n-1}} * 100\%$$

$$T_{прц} = T_{рц} - 100\% \quad , (5)$$

где:

$T_{прц}$ - цепной темп прироста;

$T_{рц}$ - цепной темп роста;

Средний темп прироста позволяет оценить величину, на которую в среднем изменилась величина изучаемого показателя (6):

$$\overline{T}_{\text{пр}} = \overline{T}_p - 100\% \quad , (6)$$

Где:

$\overline{T}_{\text{пр}}$ - средний темп прироста;

\overline{T}_p - средний темп роста.

Коэффициенты роста могут быть базисными или цепными(7):

$$K_{\text{рб}} = \frac{Y_n}{Y_0}$$
$$K_{\text{рц}} = \frac{Y_n}{Y_{n-1}} \quad , (7)$$

В отличие от темповых характеристик они показывают относительную скорость изменения ряда, выраженную в долях, а не процентах.

Базисные или цепные коэффициенты прироста вычисляются по формулам(8):

$$K_{\text{прб}} = K_{\text{рб}} - 1$$
$$K_{\text{прц}} = K_{\text{рц}} - 1 \quad , (8)$$

Где:

$K_{\text{прб}}$ - базисный коэффициент прироста;

$K_{\text{рб}}$ - базисный коэффициент роста;

$K_{\text{прц}}$ - цепной коэффициент прироста;

$K_{\text{рц}}$ - цепной коэффициент роста [7, с.33].

Рассчитаем прогнозное значение прибыли от продаж на основе экстраполяции по среднегодовому темпу роста показателя, данные оформим в виде табл. 8.

Таблица 8

Динамика цепного коэффициента роста прибыли от продаж предприятия
«ООО «Отдых и спорт»

годы	Прибыль от продаж, тыс. руб.	Цепной коэффициент роста,%	Цепной коэффициент роста	Цепной коэффициент прироста,%
2017	2540	100	1	-
2018	2680	105,51	1,055	+5,51
2019	2750	102,61	1,026	+2,61
2020	2890	105,09	1,050	+5,09
2021	3460	119,72	1,197	+19,72
2022	3500	101,15	1,011	+1,15
2023	3700	105,71	1,067	+5,71

Среднегодовой цепной коэффициент роста прибыли от продаж составит:

$$1+1,055+1,026+1,137+1,011+1,067=7,493/7=1,058\times 100\%=105,8\%$$

Таким образом, за исследуемый промежуток времени наблюдается рост показателя (цепной) прибыли от продаж в среднем на 5,8%. Положительное значение темпа прироста говорит о том, что в случае сохранения данной тенденции в будущем ожидается рост данного показателя. Прогнозное значение прибыли от продаж на 2024 год составит: $3700\times 1,058=3914,6$ тыс. руб.

Рассчитаем прогнозный показатель прибыли от продаж с учетом значений базисного коэффициента роста, данные оформим в виде табл. 9.

Таблица 9

Динамика базисного коэффициента роста прибыли от продаж
предприятия «ООО «Отдых и спорт»

годы	Прибыль от продаж, тыс. руб.	Базисный коэффициент роста,%	Базисный коэффициент роста	Базисный коэффициент прироста,%
2017	2540	100	1	-
2018	2680	105,51	1,055	+5,51
2019	2750	108,26	1,0826	+8,26
2020	2890	113,77	1,1377	+13,77
2021	3460	136,22	1,3622	+36,22
2022	3500	137,79	1,3779	+37,79
2023	3700	145,66	1,4566	+45,66

Среднегодовой базисный коэффициент роста прибыли от продаж составит:

$$(1+1,055+1,0826+1,1377+1,3622+1,3779+1,4566)/7=1,2103\times 100\%=121,03\%$$

Таким образом, за исследуемый промежуток времени наблюдается рост показателя (базисный) прибыли от продаж в среднем на 21,03%. Положительное значение темпа прироста говорит о том, что в случае сохранения данной тенденции в будущем ожидается рост данного показателя. Прогнозное значение прибыли от продаж на 2024 год составит: $3700\times 1,2103=4478,11$ тыс. руб. Итак, при расчете прогнозной прибыли от продаж методом экстраполяции по среднегодовому цепному темпу роста, прибыль от продаж в 2024 году составит 3914,6 тыс. руб. По среднегодовому базисному темпу роста, прибыль от продаж в 2024 году составит 4478,11 тыс. руб. Выше было рассмотрено прогнозирование финансовых показателей экономико-математическими методами на примере организации «ООО «Отдых и спорт». В результате были получены следующие показатели, рис.13.

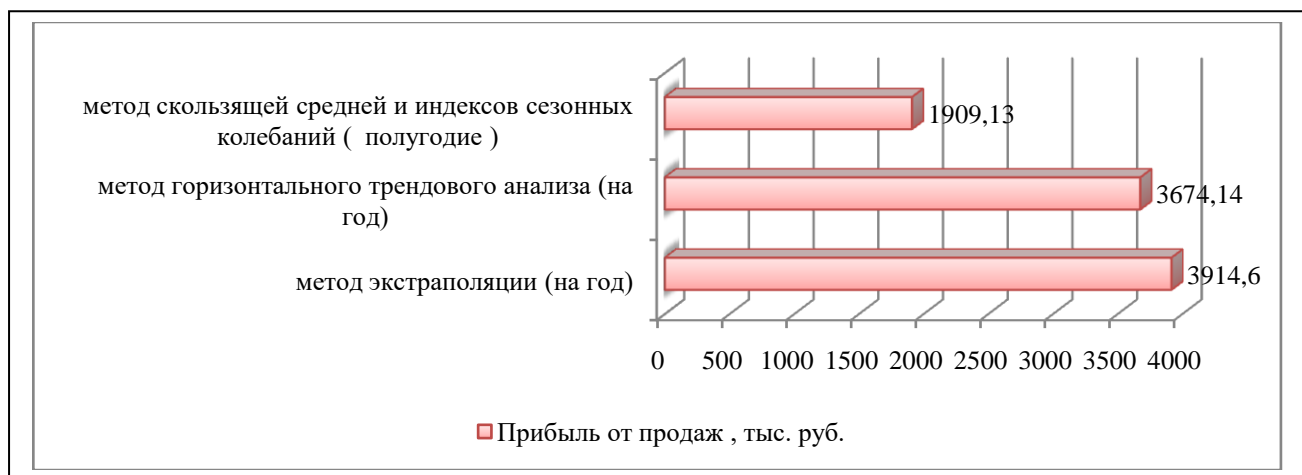


Рис.13. Прогнозные показатели прибыли от продаж компании «ООО «Отдых и спорт», рассчитанные экономико-математическими методами

Рассчитанные показатели являются прогнозируемыми, на самом деле прогнозные значения могут отличаться от реальных. В любом случае, прогнозирование необходимо для наилучшей разработки стратегии организации и определения перспектив ее развития.

Заключение

В результате написания курсовой работы была достигнута цель и были решены задачи. Прогнозирование финансовых результатов позволяет снизить неопределенность, возникающую при принятии экономических решений. Для эффективного развития компании необходимо изучать и разрабатывать возможные пути развития. При этом, прогнозирование позволяет изучить тенденции развития в проведении финансовой политики с учетом влияния внутренних и внешних условий.

В финансовом прогнозировании стоит различать понятия: методов и моделей прогнозирования. Метод прогнозирования представляет собой последовательность действий, которые нужно совершить для получения модели прогнозирования. Методы классифицируются по степени формализации и по качественно-количественным признакам. По степени формализации методы бывают: интуитивные, формализованные, комбинированные.

Интуитивные методы прогнозирования имеют дело с суждениями и оценками экспертов, они бывают следующих видов: метод «комиссий», метод Дельфи, метод «коллективной генерации идей» («мозговая атака»), метод морфологического анализа, метод написания сценария, метод аналогий (наивные методы), аналитический метод, метод интервью, коллективных экспертных опросов, метод «635», метод комиссий; метод «обмена мнениями», метод двойного мозгового штурма, обратный мозговой штурм, метод операционное творчество и другие. Сущность методов экспертных оценок заключается в том, что в основу прогноза берется мнение специалиста или коллектива специалистов, основанное на профессиональном, научном и практическом опыте.

Формализованные методы -это методы прогнозирования, в результате которых строят модели прогнозирования, то есть определяют такую математическую зависимость, которая позволяет вычислить будущее значение процесса, то есть сделать прогноз. Формализованные методы подразделяются

на фактологические (фактографические) и экономико-математические. При этом, наиболее известными формализованными методами являются следующие: метод моделирования, метод экономического анализа, индексный метод, факторный метод, метод прямого счета, метод экстраполяции, трендовые, тренд-сезонные методы, методы на основе регрессионных моделей, имитационные, метод средних и другие.

Комбинированные методы прогнозирования включают в себя методы со смешанной информационной основой, в которых в качестве первичной информации используется, наряду с экспертной, и фактографическая.

К комбинированным методам можно отнести и такие методы прогнозирования, как балансовый, нормативный и программно-целевой, метод прогнозирования на основе рыночных данных, метод бюджетирования

Модель прогнозирования -это функциональное представление, которое адекватно описывает исследуемый процесс и является основой для получения его будущих значений. Наиболее известными моделями прогнозирования являются: модели, относящиеся к конкретной предметной области, модели временных рядов, статистические модели, структурные модели.

Объектом исследования в курсовой работе была выбрана торговая компания ООО «Отдых и спорт». Компания работает на рынке электронной коммерции и представляет собой интернет-магазин по продаже товаров для спорта и отдыха. С целью прогнозирования финансовых результатов были выбраны методы: прогнозирование на основе рыночных данных; метод бюджетирования, ориентированного на результат; метод факторного анализа; метод горизонтального трендового анализа; метод скользящей средней и индексов сезонных колебаний; метод экстраполяции с помощью среднего абсолютного прироста.

Для прогнозирования на основе рыночных данных был проведен прогнозный анализ развития рынка электронной коммерции и маркетплейсов в России. Также было выявлено, что за последние два года 2022-2023гг. спрос на товары для туризма и спорта существенно увеличился. В результате были

спрогнозированы показатели продаж и прибыли от продаж на перспективу для анализируемой компании ООО «Отдых и спорт». Также был представлен метод бюджетирования, ориентированного на результат, целью которого являлось увеличение объемов продаж компании, снижения затрат и роста рентабельности, что и было достигнуто в результате исследования. Метод факторного анализа позволил спрогнозировать показатель прибыли от продаж и иные финансовые значения с учетом уровня инфляции и изменения объемов продаж. Экономико-математические методы прогнозирования на примере компании, позволили рассчитать финансовые показатели, используя данные значений скользящей средней и индексов сезонных колебаний, темпов роста и прироста прибыли от продаж, средних индексов роста. Рассчитанные прогнозные показатели по различным методикам, имеют некоторые различия в прогнозе прибыли от продаж, а также других показателей. Однако, в целом, прогнозирование позволило наметить положительный тренд в развитии анализируемой компании и сделать предложения, которые будут способствовать росту бизнеса.

В частности, в связи с развитием рынка электронной коммерции и маркетплейсов, было рекомендовано развиваться на данном направлении. Это позволит существенно увеличить объемы продаж и прибыли компании. Но какие именно финансовые результаты будут достигнуты в ООО «Отдых и спорт», сказать крайне сложно, прогнозы не всегда могут сбываться, тем не менее, потенциал роста бизнеса есть, а следовательно, есть и необходимость в дальнейшем развитии.

Список литературы

Книги, монографии

1. Авдеева, В. И., Финансовый менеджмент: учебник / В. И. Авдеева, О. И. Костина, Н. Н. Губернаторова. - Москва : КноРус, 2021. - 427 с.
2. Абдукаримов, И. Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учеб. пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 214 с.
3. Анализ финансовой отчетности : учебник / под ред. М.А. Вахрушиной. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 434 с.
4. Григорьева Т.И. «Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз « Учебник для бакалавриата и магистратуры». Юрайт, 2018 г., 487 с.
5. Лебедева И.М., Федорова А.Ю., Макроэкономическое планирование и прогнозирование / И.М. Лебедева, А.Ю. Федорова; под ред. А.Ю. Федоровой. – СПб: Университет ИТМО, 2016. – 54 с.
6. Литвинова Т. Н. Планирование на предприятии (в организации): учеб. пособие / Т.Н. Литвинова, И.А. Морозова, Е.Г. Попкова. — Москва: ИНФРА-М, 2018. - 156 с.
7. Статистическое моделирование и прогнозирование: учеб. пособие / авт.-сост.: Д. Ю. Фраймович, М. Л. Быкова; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2023. – 209 с.
8. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: практическое пособие / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 208 с.

Печатная периодика

9.Абрамова Д.Н. Трендовый анализ как способ планирования затрат предприятия. «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки» №6(45), 2020 г.

10.Ушаков В.Я, Буневич К.Г. Прогнозирование прибыли в рамках оптимизации финансового планирования на предприятии. Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление , 2017'1 (20).

Электронные ресурсы

11.Бюджетирование как инструмент финансового планирования [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.1cashflow.ru/byudzhetrovanie-finansovoe-planirovanie> (дата обращения: 25.02.2024);

12.Искусственный интеллект в финансовом прогнозировании: преимущества, методы и будущее[Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/ii-v-oblasti-finansovogo-prognozirovaniya/?ysclid=lto62w1acc326990137>(дата обращения: 06.03.2024);

13.Как поживает российский e-commerce и можно ли нажать на нем добра [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://blog.click.ru/marketplejsy/e-commerce-v-rossii/?ysclid=ltndd0lgxc510248746>(дата обращения: 26.02.2024);

14.Кузьмина О.В. Изучение методов прогнозирования деятельности организации [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013005899?ysclid=lto3jm513i939720543>(дата обращения: 05.03.2024);

15.Методы бюджетного планирования [Электронный ресурс] - Режим доступа:<https://wiseadvice-it.ru/o-kompanii/blog/articles/metody-budzhetnogo-planirovaniya/>(дата обращения: 20.02.2024);

16.Методы бюджетного планирования [Электронный ресурс] - Режим доступа:<https://wiseadvice-it.ru/o-kompanii/blog/articles/metody-budzhethnogo-planirovaniya/?ysclid=ltoccb3ge1589982575>(дата обращения: 16.02.2024);

17.Обзор методов прогнозирования [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ivan-shamaev.ru/overview-forecast-methods/>(дата обращения: 23.02.2024);

18.Росстат назвал размер инфляции за 2023 год[Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://bankinform.ru/news/132106>(дата обращения: 25.02.2024);

19.России более чем в два раза выросли продажи товаров для туризма [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://iz.ru/1547082/2023-07-21/v-rossii-bole-chem-v-dva-raza-vyrosli-prodazhi-tovarov-dlia-turizma>(дата обращения: 05.03.2024);

20.Россияне заинтересовались товарами для спортивного отдыха [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/rossiyane-zainteresovalis-tovarami-dlya-sportivnogo-otdykha-16-yanvary-a-2023-224646/>(дата обращения: 15.02.2024);

21.Что такое цифровая экономика и где ей обучиться? [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://hsbi.hse.ru/articles/chto-takoe-tsifrovaya-ekonomika-i-gde-ey-obuchitsya/>(дата обращения: 01.03.2024);

22.Что такое трендовый анализ? [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://fin-ctrl.ru/glossary/trendoviy-analiz>(дата обращения: 17.02.2024);

Приложения