

1. Изучить отчёт «Управленческий баланс»

Управленческий баланс (УБ) – это отчет в ИБД 1С, который является одним из главных отчетов в управленческом учете, и даёт ответы на три главных вопроса:

- Сколько денег вложено в бизнес?
- Каковы их источники?
- Куда они были вложены?

Задача Управленческого баланса – это предоставление систематизированного отчета, который позволяет понять состояние компании в конкретный момент времени

Принцип работы УБ состоит в выводе финансовых показателей в разрезе статей учета компании

Отчеты → Стандартные отчеты → Управленческий баланс:

Баланс поставщика услуг – в отчёте демонстрируются затраты структурных подразделений Компании на Поставщиков услуг за выбранный период

Отчеты → Балансы → Баланс поставщика услуг



2. Проверить балансы в магазине

2.1 Баланс клиента

Отчеты-Балансы-Баланс клиента

В табличной части можно отфильтровать нужный тип поиска, где:

- 1 – Период (можно указать определенный день, месяц, год)
- 2 – Филиалы (Выбрать определённый 1 или несколько филиалов)
- 3 – Клиент (по ИНН, найти балансы определенного клиента)

После того как поставили нужную фильтрацию нужно Сформировать.

Как только мы сформируем список, перед нами появляются все балансы, тут мы видим все продажи за один день/месяц

В колонке клиенты отображаются контрагенты через которые проводились движения средств на конец дня могут оставаться не закрытыми только следующие виды контрагентов: Доставка; Каспи Маркет; Клиент интернет

магазина; Клиент интернет магазина (Доставка); Предоплата – остальные должны быть закрыты на конец дня

Основные причины возникновения дисбалансов:

В балансах клиента

Смена контрагента – был изменен контрагент после оплаты

Заказ не выдан вовремя

В балансах счёт фактур

От ЮР. лица поступила большая сумма наличных – при оплате клиент оплатил большую сумму чем нужно в следствии чего повисла переплата

Заказ не выдан вовремя

Отчеты -> Балансы -> Баланс поставщика услуг (61.1)

Отчет представляет собой таблицу, в которой демонстрируются затраты структурных подразделений Компании на Поставщиков услуг за выбранный период.

В роли Поставщика услуг выступает Контрагент, а это наименование карточки Юридического лица, которую завели в ИБД 1С.

Предназначен для контроля своевременного исполнения обязательств структурными подразделениями Компании перед поставщиками услуг (Коммунальными организациями, Арендодателями, Транспортными Компаниями, и т.д.).

1 - Указать период, за который необходимо сформировать отчет

2 - указать в поле "Филиалы" наименование структурного подразделения Компании

3 - указать в поле "Поставщик услуг" наименование Контрагента

Нажать кнопку "Сформировать"

Баланс по счёт-фактурам

Отчеты -> Балансы -> Баланс по сч/фактурам услуг (62.3)

Причины возникновения дисбалансов:

3. Изучить отчет о доходах и расходах: раздел «Доходы»

Отчеты / Стандартные отчеты / Отчет о доходах и расходах

1) **Выручка (без НДС)** - сумма всех денежных средств, полученных компанией от продажи (реализации) товаров и услуг покупателю

Основные факторы, влияющие на оборот магазина:

-выбранная локация

-ценовая политика

-ассортиментная матрица

На оборот магазина также влияют: частота подтоварки магазина, количество и качество персонала, наличие дополнительных сервисов и др

Она включает в себя такие статьи как:

Продажа товаров – сумма ДС поступивших в компанию от продажи товаров

Оказание услуг - сумма ДС поступивших в компанию от оказания услуг

Продажа доп. гарантий (Не используется в Казахстане)

Выручка рассчитывается по формуле

Выручка = Цена одного товара × Количество проданных товаров

Валовая прибыль – это разница между выручкой и себестоимостью продукции или услуг

Себестоимость – это деньги, которые компания потратила на производство продукции или услуги

Формула: Валовая прибыль = выручка - себестоимость.

Чистая прибыль - остаток дохода от деятельности после уплаты из него всех обязательных расходов

Чистая прибыль = общая прибыль – сумма всех расходов.

Маржа — это разница между себестоимостью товара и ценой, по которой продают товар. В себестоимость входят все издержки на производство, закупку, упаковку и логистику товара в том числе и зарплату сотрудников.

Маржинальность считается по отношению к цене продажи, а наценка — к переменных расходам

Наценка — это сумма или процент надбавки к стоимости товара или услуги, которые могут быть добавлены к себестоимости или закупочной цене. Другими словами, наценка — это маржинальность наоборот

Показатели	ИТОГО	Июнь 2023 г.
Выручка без НДС	19 303 837	19 303 837
<i>Продажи товара</i>	<i>19 132 730</i>	<i>19 132 730</i>
<i>Себестоимость продаж товара</i>	<i>(16 572 390)</i>	<i>(16 572 390)</i>
<i>Себестоимость товара</i>	<i>(16 572 390)</i>	<i>(16 572 390)</i>
<i>Резерв по уцененному товару</i>		
<i>Маржа</i>	<i>21,15</i>	<i>21,15</i>
<i>Доходы будущих периодов (рибейты)</i>	<i>1 485 914</i>	<i>1 485 914</i>
<i>Оказано услуг(маркетинг)</i>		
<i>Оказано услуг(розница)</i>	<i>171 107</i>	<i>171 107</i>
<i>Оказано услуг(сервис)</i>		
<i>Продажа дополнительной гарантии</i>		
Валовая прибыль	4 217 361	4 217 361
<i>Резерв под непришедшие ДБП</i>		
<i>Резерв под обесценение основного товара</i>		
Затраты	(1 416 145)	(1 416 145)
<i>Функционирование</i>	<i>(1 416 145)</i>	<i>(1 416 145)</i>
<i>Финансовые (дилерские, штрафы)</i>	<i>(1 256 277)</i>	<i>(1 256 277)</i>
<i>Транспортные расходы</i>	<i>(156 368)</i>	<i>(156 368)</i>
<i>Содержание офиса (производственные расходы)</i>	<i>(3 500)</i>	<i>(3 500)</i>
Прочие доходы и расходы	(15 596)	(15 596)
<i>Прочее</i>	<i>(22 969)</i>	<i>(22 969)</i>
<i>Не систематизировано</i>	<i>7 373</i>	<i>7 373</i>
Чистая прибыль	2 785 620	2 785 620
Доходы/расходы международного бизнеса		
Прибыль до налогообложения	2 785 620	2 785 620
Налог на прибыль		

Формула

Отчет

4. Изучить отчет о доходах и расходах: раздел «Расходы»

Затраты — это сумма всех расходов магазина (аренда, коммунальные платежи, зарплата сотрудникам, налоги с зарплаты, охрана, уборка помещения, интернет и т.д.).

Затраты на функционирование — это регулярные повторяющиеся затраты, необходимые для того, чтобы магазин функционировал. Затраты на функционирование идут с определенной периодичностью, и их можно прогнозировать в дальнейшем. Если затраты на функционирование магазина не меняются, то мы можем достаточно точно спланировать будущие показатели работы магазина (затраты, валовая и чистая прибыль и т.д.).

Затраты на функционирование:

содержание помещений

(аренда, охрана, коммунальные платежи, уборка, интернет, телефония)

оплата труда

(зарплата сотрудникам, налоги по заработной плате)

стройка/ремонт

(когда речь идёт о мелких строительных работах на действующем филиале)

реклама

(аренда рекламных мест, аудио или тв реклама и прочие активности, ежемесячные или многоразовые)

финансовые штрафы

(% по эквайрингу; комиссия по инкассации, проценты по онлайн-эквайрингу, госпошлины)

транспортные расходы

(доставка грузов (в зависимости от), затраты на доставку товара клиенту)

затраты по гарантии

(все затраты, связанные с СЦ)

содержание офиса

(все затраты связанные с содержанием ТТ: скотч, ВВП, канцелярия, вода для кулеров, расходные материалы, ПО, тех. обслуживание.)

потребительское кредитование

(затраты на кредиты/ рассрочки)

Затраты на развитие — это однократные, нерегулярные затраты на оборудование, ремонт и оформление магазина, направленные на улучшение финансовых показателей магазина в будущем. В дальнейшем используются результаты этих вложений. Для качественного планирования объёма инвестиций необходимо просчитать стоимость изменений (стоимость услуг, материалов, времени и ЗП сотрудников) и соотнести её с планируемой прибылью от изменений.

оборудование для магазина, офиса, производства.

(стеллажи, витрины, мебель (столы выдачи, кассы, стеклянные витрины, мебель под встраиваемую технику), компьютерная техника (рабочие места, принтеры, сеть магазина.)

стройка/ремонт

(строительство нового магазина или масштабные ремонтные работы, обычно связанные с инвестиционными магазинами)

реклама

(затрата на оформление магазина, обычно разовая - изготовление вывески, внутреннее оформление инвестиционного магазина)

6. Изучить показатели финансовой эффективности магазина

Эффективность - связь между достигнутым результатом и использованными ресурсами

Результативность – степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов. Простыми словами: выполнено ли все, что планировали, и получили ли тот результат, который хотели

Быть результативным — значит делать правильные и необходимые для конечного результата задачи, в то время как быть эффективным — значит делать все правильно.

Чтобы определить, насколько хорошо работает магазин, используют ключевые показатели эффективности (KPI)

- Оборот
- Средний чек
- Количество чеков
- Кол-во строк в чеке
- Прибыль

