

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«Алтайский государственный университет»

Международный институт экономики, менеджмента и информационных систем
Кафедра экономической теории

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ООО «Сабриночка»:
НАПРАВЛЕНИЯ И ПОДХОДЫ
(выпускная квалификационная работа)**

Выполнил(а) студент(ка)
курс 5, группа 241з
А.А. Зикратый
И.О.Ф.

(подпись)

Научный руководитель,
ученая степень, звание
Н.А. Шутова, к.э.н., доцент
каф. эк. теории
И.О.Ф.

(подпись)

Допустить к защите
кафедрой экономической
теории, д.с.н., профессор

Выпускная работа защищена зав.

_____ 2019 г

_____ А.Я. Троцкий
(подпись) _____ 2019 г

Оценка _____

Председатель ГЭК
д.э.н., профессор
А.И. Миллер

(подпись)

РЕФЕРАТ

Тема ВКР «Повышение эффективности работы ООО «Сабриночка»: направления и подходы.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в разработке мероприятий, способствующих повышению эффективности деятельности предприятий.

Для того, чтобы достичь данную цель, необходимо решить ряд следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты повышения эффективности деятельности предприятия;
- проанализировать финансово-хозяйственную деятельность предприятия, являющегося объектом исследования, а также оценить ее эффективность;
- разработать ряд мероприятий, направленных на повышение эффективности деятельности предприятия, являющегося объектом исследования.

Объектом данного исследования является ООО «Сабриночка», а предметом – показатели экономической эффективности деятельности предприятия.

ВКР написана на 66 листах и содержит 23 таблицы и 14 рисунков, 44 источников литературы.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	6
1.1 Сущность и значение экономической эффективности деятельности предприятия, экономическая эффективность как объект управления	6
1.2 Показатели экономической эффективности деятельности предприятия	9
1.3 Факторы, оказывающие влияние на эффективность функционирования предприятия	18
1.4 Пути повышения эффективности деятельности предприятия	21
2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО САБРИНОЧКА	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия	28
2.2 Оценка эффективности функционирования предприятия	33
3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	44
3.1 Основные рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия	44
3.2 Экономическая эффективность от предложенных мероприятий	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	60
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	63
ПРИЛОЖЕНИЯ	68

ВВЕДЕНИЕ

В условиях коренного реформирования российской экономики проблемы повышения эффективности деятельности предприятий приобрели особое значение. В современных условиях рыночной экономики одним из ключевых факторов успеха является рост эффективности деятельности предприятий. Постоянное развитие и совершенствование деятельности - это один из параметров, приводящих к успеху в условиях нарастающей конкуренции.

В постоянно меняющейся внешней среде анализ и оценка факторов эффективности необходимы предприятию, так как помогают увидеть текущее положение дел и наметить дальнейшие пути развития и повышения эффективности. В зависимости от показателей эффективности принимаются решения об изменениях в организации, а также составляются планы дальнейшего развития и улучшения работы как отдельных подразделений, так и всей организации в целом. Все это направлено на выполнение основной деятельности предприятия, будь то производство продукции или оказание услуг.

Все большее нарастание значимости эффективного функционирования современных организаций определяет актуальность исследований путей и резервов повышения эффективности деятельности предприятий.

В связи с обозначенной актуальностью, цель выпускной квалификационной работы заключается в разработке мероприятий, способствующих повышению эффективности деятельности предприятий.

Для того, чтобы достичь данную цель, необходимо решить ряд следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты повышения эффективности деятельности предприятия;
- проанализировать финансово-хозяйственную деятельность предприятия, являющегося объектом исследования, а также оценить ее эффективность;

- разработать ряд мероприятий, направленных на повышение эффективности деятельности предприятия, являющегося объектом исследования.

Объектом данного исследования является ООО «Сабриночка», а предметом – показатели экономической эффективности деятельности предприятия.

Теоретической основой для написания данной работы послужили работы зарубежных и отечественных авторов, таких как Великосельский А., Воробьев И.П., Петрова Е.М., Шумпетера Й.А., Лопатников Л.И., Герчикова Н.И., Прыкина Л.В, Фридман А.М. Фурсов В.А., Лисина Ю.Ю., Хлебников Е.Н., Агарков А.П. В своих работах они рассматривают проблемы повышения эффективности деятельности предприятий.

Для достижения цели и решения поставленных задач использовались: математические, аналитические методы, методы сравнения и обобщения, экономико-математические и графико-аналитические методы, статистические методы обработки информации, инструменты маркетинга (PEST-анализ), методы финансового анализа.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

В качестве информационной базы использовались различные статистические материалы, официальные сайты в Интернете, а также данные бухгалтерского и управленческого учёта организации.

В первой главе рассмотрены теоретико-методологические основы оценки и повышения эффективности деятельности предприятия. Во второй главе проведена оценка эффективности функционирования ООО «Сабриночка» В третьей главе предложены мероприятия по повышению эффективности деятельности рассматриваемого предприятия.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы состоит в том, что полученные результаты можно использовать в дальнейшей деятельности предприятия.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность и значение экономической эффективности деятельности предприятия, экономическая эффективность как объект управления

Экономическая эффективность является важнейшей существенной характеристикой общественного производства. В современных условиях эффективность хозяйствования становится решающей предпосылкой социально-экономического прогресса страны и, в свою очередь, зависит от успеха рыночной трансформации экономики, активизации стимулирующих факторов свободной конкуренции, повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей на внутреннем и внешних рынках, создания системы хозяйственного управления эффективностью, адекватной рыночной экономике [33, с. 21].

Как показало проведение анализа разных общедоступных источников в процессе изучения содержания такого понятия, как «эффективность», ученые и практики дают неоднозначную трактовку этого понятия. Помимо этого, определения этого понятия почти нет в словарях, или же определение «эффективности» сводят к определению «эффекта» в качестве результата воздействия чего-то на определенный объект. В основном, в источниках раскрываются разные частные случаи такого понятия, как «эффективность». В экономике указанное понятие используется в разных аспектах, к примеру, для того, чтобы оценить капитальные вложения, оценить реализуемые технологические процессы и их совершенствование, оценить рационализацию производства. К примеру, с точки зрения, В.В Коршунова [22, с. 188], эффективность - это улучшение одного состояния в сравнении с другим состоянием.

Практически во всех экономических справочниках дается раскрытие содержания такого понятия, как «экономическая эффективность». Ее содержание, в основном, сводят к оценке соотношения конечного положительного результата к затратам на его достижение.

Можно привести следующее распространенное определение эффективности: эффективность отождествлена с продуктивностью использования ресурсов в достижении какой-то цели [43, с. 24] .

Отдельные авторы отождествляют эффективность со способностью субъекта рыночных отношений исполнять работу и достигать цели с наименьшими затратами всех видов ресурсов [3, с. 48; 9, с. 158; 13, с. 24; 20, с. 181].

Отдельные практики считают, что эффективность как категория включает в себя следующие 3 параметра: экономичность, результативность, продуктивность. Причем, с учетом специфики деятельности проверяемого предприятия, могут быть оценены только некоторые из вышеуказанных факторов [2, с. 107; 27, с. 233; 30, с. 63].

В зависимости от целей проведения исследования, возможно рассмотрение эффективности в качестве удовлетворенности потребностей, целесообразности, экономичности или результативности функционирования организации (таблица 1.1) [40, с. 308].

Таблица 1.1 - Матрица вариантов оценки эффективности деятельности организации в зависимости от целей исследования

Знаменатель	числитель		
	Потребности функционирования предприятия в условиях безубыточности)	Цель (прибыль)	Результат (эффект)
Результат	удовлетворенность		
Потребност и		целесообразность	
Цель			результативность
Затраты			экономичность

С экономической точки зрения, эффективностью следует называть сравнение результатов (включая побочные и косвенные) хозяйственной

деятельности предприятия с затраченными ресурсами: природными, трудовыми, материальными, с основными фондами [44, с. 3092].

В экономическую эффективность входят аспекты социально-экономической и технико-экономической эффективности, другими словами, в ней находят отражение не только уровень эффективности использования производственных сил общества, но также и степень достижения цели производства [8, с. 512].

Можно рассматривать, помимо экономической эффективности, экологическую, социальную либо прочие виды эффективности. В совокупности все виды эффективности являются общей интегральной эффективностью деятельности хозяйствующего субъекта. Главным отличием эффективности экономической от других видов эффективности является то, что затраты и полезные результаты выражаются в стоимостном виде [19, с. 652].

Можно представить суть экономической эффективности в виде схемы (рисунок 1.1) [10, с. 361; 6, с. 415; 29, с. 123].

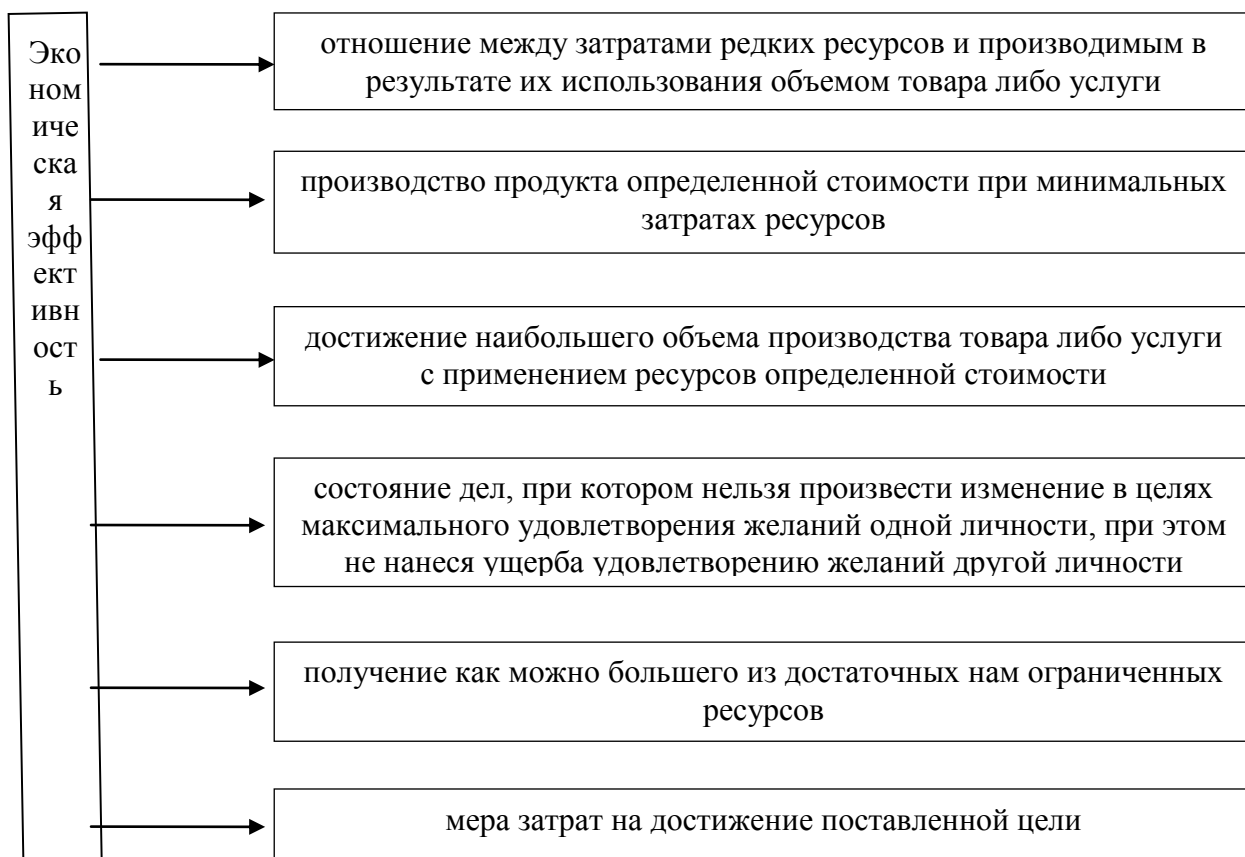


Рисунок 1.1 – Содержание экономической эффективности

Обобщая материалы, в которых раскрывается содержание такого понятия, как «эффективность», можно обозначить ключевые подходы к определению содержания эффективности предприятий.

В рамках первого подхода отдельные ученые и практики понимают эффективность в качестве степени достижения целей, поставленных предприятием. Причем управленцы признают факт динамичности целей, различают оперативные и официальные цели хозяйствующего субъекта.

В рамках второго подхода ученые представляют эффективность организации в качестве ее (организации) способности пользоваться внешней для извлечения из нее редких ресурсов, которые необходимы для ее развития.

В третьем подходе эффективность характеризуется в качестве набора способностей субъекта достигать поставленные цели (результаты) при минимизации затрат. Причем происходит достижение положительных результатов, обозначенных менеджерами.

В четвертом подходе эффективность является уровнем удовлетворенности потребителя производителем, а также ее конечным продуктом.

Таким образом, на взгляд автора выпускной квалификационной работы, базовая составляющая эффективности - это достижение максимального результата при минимуме приложенных усилий затрат. Суть проблемы роста эффективности производства заключается в повышении в процессе использования имеющихся ресурсов экономических результатов на каждую из единиц затраченных средств. Далее рассмотрим показатели экономической эффективности деятельности предприятия.

1.2 Показатели экономической эффективности деятельности предприятия

Оценка эффективности деятельности хозяйствующего субъекта позволяет предпринимателю определять границы соотношения результатов, достигнутых предприятием, и затрат, необходимых для этого. На основании такого анализа делается выбор наилучшего способа увеличения эффективности. Оценкой эффективности хозяйствующего субъекта называют процедуру, проводимую для того, чтобы определить стоимость бизнеса (предприятия) либо его доли. К мероприятию такого рода прибегают в различных ситуациях, в связи с чем, вопрос о том, необходимо ли проводить оценку эффективности деятельности хозяйствующего субъекта, периодически встает перед его руководителями. В том случае, когда предприятие рассчитывает на получение крупной прибыли, а не только на простое выживание на рынке, менеджерам, в первую очередь, необходимо учесть задачи стратегического характера, которые поставлены перед руководством, а также потенциал предприятия.

Общепринято, что успешное предприятие – это такое предприятие, чья хозяйственная деятельность предполагает высокую прибыль и, вместе с тем, маленькие затраты. С этим стоит согласиться в некоторых ситуациях, вместе с тем, по текущим финансовым показателям можно судить исключительно о положении дел в настоящее время. Для того, чтобы оценить будущие перспективы, нужна разработка полной стратегической карты, с учетом как материальных компонент в стоимости предприятия, так и таких моментов, как репутация, бизнес-проекты, инновации и тому подобное [41, с. 192].

Проведение анализа экономической эффективности деятельности организаций представляет собой связующее звено между учетом и принятием управленческих решений. При его проведении учетные данные подвергаются аналитической обработке:

- достигнутые результаты деятельности сравниваются с данными за прошлое время, со среднеотраслевыми показателями и с показателями других предприятий;

- устанавливается воздействие разных факторов на результат хозяйственной деятельности;

- определяются перспективы, неиспользованные возможности, ошибки, недостатки [1, с. 227].

По ходу достижения основных целей анализа происходит решение следующих задач:

- определяются базовые показатели для разработки производственных планов и программ на предстоящий период;

- увеличение научно-экономической обоснованности нормативов и планов;

- всестороннее и объективное изучение исполнения установленного плана и соблюдения нормативов по структуре, количеству и качеству продуктов, услуг и работ;

- установление экономической эффективности использования финансовых, трудовых и материальных ресурсов;

- прогноз результатов хозяйствования;

- подготовка аналитических материалов для отбора оптимальных управленческих решений, которые связаны с такими процессами, как разработка стратегических планов и корректировка текущей деятельности [11, с. 309].

Проведем рассмотрение принципов, на которых основана оценка эффективности деятельности предприятий.

1. Связь цели деятельности и итогового результата, является главным принципом оценки эффективности предприятия. Предпринимательство подразумевает ведение производственной, финансовой и коммерческой деятельности, у каждой из которых имеются самостоятельные цели, которые могут взаимно исключать друг друга в отдельных случаях. Здесь можно

привести в пример снижение затрат и максимизацию прибыли. В этой ситуации ставят задачи, заключающиеся в поиске компромиссного решения или целей единой направленности. В этих ситуациях оценка эффективности хозяйственной деятельности подразумевает использование метода многоцелевой оптимизации.

2. Присутствие критериев оптимальности. Оптимальностью называют достижение в системе максимальных и минимальных показателей отдельных параметров. При помощи критериев происходит определение оптимальности итоговых результатов. Здесь подразумевается не необходимое, а допустимое применение критериев. Системой критериев пользуются тогда, когда невозможно применить единые и обобщенные оценки. Открытая организационно-хозяйственная система называется «рыночная среда», где субъекты бизнеса действуют в соответствии с условиями конкуренции и преследуют взаимные интересы, другими словами, они занимают на рынке конкретную долю, сегмент.

Стратегической позиции бизнеса устойчивость придает ряд таких показателей деятельности, как увеличение доли рынка и рост преимуществ в рамках конкуренции. В целях реализации поставленных задач для повышения показателей прибыльности и доходности происходит образование дополнительного потенциала. Приоритетные цели - это цели, подразумевающие укрепление позиции на рынке, открытие новых потенциальных возможностей для роста комплексных результатов хозяйственной деятельности в определенное время.

3. Взаимосвязь показателей хозяйственной деятельности и жизненного цикла товара. Является общеизвестным, что на первоначальных этапах жизни продукции на рынке (этапы разработки и внедрения) нельзя получить прибыль, прибыль образуется перед переходом продукта (в конце этапа внедрения) на ступень роста. Прибыль - это мотивирующее звено, заставляющее предприятие повышать качество продукта, разрабатывать продукцию в соответствии с потребностями рынка, сделать как можно меньшими затраты на исследование и

апробацию, этим самым происходит сокращение длительности каждого этапа [17, с. 128].

Эффективность деятельности предприятия можно оценить с помощью не только абсолютных показателей, но также и показателей относительных.

С помощью абсолютных показателей выражается прибыль, они измеряются в стоимостном выражении, являются финансовым результатом. Имеются разные виды прибыли.

Валовая прибыль является разницей между выручкой хозяйствующего субъекта от продажи товаров (продукции) и затратами на их производство.

Расчет прибыли от продаж осуществляется как разница между валовой прибылью и суммой управленческих и коммерческих расходов, характеризует абсолютную экономическую эффективность основной деятельности хозяйствующего субъекта.

Налогооблагаемой прибылью называют величину прибыли (убытка) за определенный период, ее расчет производится согласно правилам налогообложения для целей определения налога на прибыль, который подлежит к уплате (к возмещению). Причем налогооблагаемую прибыль умножают на ставку налога на прибыль, которая установлена, согласно налоговому законодательству, и действует в отчетном периоде [4, с. 152; 5, с. 123; 42].

Чистой прибылью отчетного года называют прибыль предприятия, остающуюся в его распоряжении после того, как будет произведена уплата обязательных платежей, налогов, отчислений, сборов в бюджет. Рассчитывают чистую прибыль следующим образом: от прибыли до налогообложения отнимают текущий налог на прибыль и, если у организации имеются, иные обязательные платежи (к примеру, штрафы, пени по расчетам с бюджетом), прибавляют величину изменения отложенных налоговых активов и вычитают величину изменения отложенных налоговых обязательств [7, с. 14].

Относительные показатели характеризуют рентабельность, они измеряются в виде коэффициентов или в процентах.

Рентабельность отражает, с какой эффективностью используются все ресурсы, доступные хозяйствующему субъекту (материальные, трудовые, денежные). В зависимости от потребностей аналитика, можно производить расчет этого показателя не только на единицу прибыли, но также и на общий размер вложений. Наиболее часто в экономической теории, а также в практике, рентабельность выражают в процентах.

Благодаря таким расчетам, можно произвести оценку уровня эффективности управления хозяйствующим субъектом, рациональность распределения ресурсов, а также его будущее на долгосрочную перспективу [23, с. 503; 39, с. 461].

В показатель рентабельности включается 5 следующих групп показателей:

Рентабельность:

- продаж,
- продукции,
- собственного капитала,
- активов,
- другие показатели рентабельности.

1. Рентабельность продаж (англ. Return on Sales, ROS) – это коэффициент рентабельности, показывающий долю прибыли в одном заработанном рубле. Как правило, этот коэффициент рассчитывают, как отношение прибыли до налогообложения (операционной прибыли) за определённое время к объёму продаж в денежном выражении за это же время.

Рентабельность продаж дает реальную картину реализации основных продуктов бизнеса [36], она является отличным подспорьем в контроле ценовой политики и издержек предприятия. У каждого предприятия свои собственные техники и стратегии, в связи с чем, их коэффициенты рентабельности, в основном, являются неравнозначными, даже если у них равны операционный доход, выручка, а также прибыль без вычета налогов.

Следует заметить, что рентабельность продаж не отражает планируемого эффекта от долгосрочных вложений. Если предприятие желает провести изменение технологической системы либо купить инновационное оборудование, в этом случае может произойти некоторое снижение коэффициента рентабельности бизнеса. Вместе с тем, в случае правильной стратегии модернизации коэффициент рентабельности бизнеса быстро вернется к изначальному значению либо вообще повысится [34, с. 166; 37, с. 655].

2. Вторая группа показателей – рентабельность продукции, которая может быть выражена двумя способами.

Рентабельность единицы продукции/услуги ($R_{\text{прод}}$) определяют как отношение чистой прибыли (ЧП) к себестоимости (СС). Роль данного показателя заключается в следующем: при помощи этого коэффициента дают оценку затрат хозяйствующего субъекта на единицу выпускаемого продукта. Помимо этого, при помощи этого коэффициента определяют фактическую рентабельность. В мировой практике данный показатель называют «затраты плюс» [38, с. 429; 26, с. 142].

Повышение данного показателя может отражать рост цен на товары при постоянных затратах либо увеличение спроса и соответственно понижение затрат на единицу продукции. Снижение данного показателя отображает обратные тенденции. Помимо этого, данный показатель отражает долю прибыли в выручке от реализации, соответственно, соотношение в ней прибыли и полной себестоимости реализуемых продуктов. Именно при помощи данного показателя компания может принимать решение по вопросу выбора пути повышения прибыли: либо понижать себестоимость, либо повышать объемы производства [35, с. 297].

3. Третьей группой показателей рентабельности – является рентабельность собственного или акционерного капитала (ROE). Данный показатель находится на особом месте, потому что отражает доходность или отдачу ключевого вида средств, которые использует предприниматель, – собственных средств.

Специфика данного показателя заключается в следующем: в первую очередь, он отражает эффективность собственных средств, другими словами, чистую прибыль, полученную на затраченный рубль, и, во вторую очередь, степень риска хозяйствующего субъекта, которая отражает рост ROE [12, с. 37].

Вместе с расчетом ROE предприятие должно осуществлять расчет рентабельности заемного капитала и рентабельности перманентного капитала.

Расчет рентабельности перманентного капитала производится следующим образом: отношение чистой прибыли к размеру собственного капитала и долгосрочных заемных средств. Этот показатель отображает рентабельность собственных средств компании, или, иначе говоря, тех средств, которые вложены в компанию на длительное время [16, с. 359].

Аналогичным образом производится расчет рентабельности заемных средств, как краткосрочных и долгосрочных в целом, так и отдельно краткосрочных пассивов.

4. Четвертую группу показателей рентабельности составляет рентабельность активов (инвестиций).

Данный показатель можно встретить под названием ROI – Return on investment, другими словами, рентабельность инвестиций. В нем отражается эффективность денежных средств, вложенных в хозяйствующий субъект.

В зависимости от ситуации может быть использован тот либо другой вид прибыли, вместе с тем, по большей части оценку ведут по прибыли до налогообложения, другими словами, по валовой прибыли, а также по прибыли после налогообложения, другими словами, по чистой прибыли [25, с. 182; 32, с. 756].

5. В пятую группу показателей рентабельности входят все иные показатели. В их числе, в первую очередь, показатели рентабельности инвестиций и рентабельности акций. [21, с. 32].

Сведем в таблицу 1.2 формулы для расчета изученных показателей рентабельности.

Таблица 1.2 - Формулы для расчета показателей рентабельности предприятия*

Показатель	Формула расчета
1	2
1.Рентабельность единицы продукции	$R_{\text{прод}} = \text{Чистая прибыль} * 100\% / \text{Себестоимость}$
2. Рентабельность продаж	$R_{\text{продаж}} = \text{Операционная прибыль} * 100\% / \text{объем продаж}$
3.Рентабельность активов	$R_a = \text{Чистая прибыль} * 100\% / \text{активы}$ $R_a = (\text{Чистая прибыль} / \text{Выручка}) * (\text{Выручка} / \text{Активы})$
4.Рентабельность собственного капитала	$ROE = \text{Чистая прибыль} * 100\% / \text{Собственный капитал}$ Формула Дюпона: $ROE = (\text{Чистая прибыль} / \text{Выручка}) * (\text{Выручка} / \text{Активы}) * (\text{Активы} / \text{Собственный капитал}) = \text{Рентабельность продаж} * \text{Оборачиваемость активов} * \text{Финансовый леверидж}$
5.Рентабельность перманентного капитала	$R_{\text{пк}} = \text{Чистая прибыль} * 100\% / (\text{Собственный капитал} + \text{Долгосрочные кредиты и займы})$
6.Рентабельность заемного капитала	$R_{\text{зк}} = \text{Чистая прибыль} * 100\% / \text{Заемные средства}$
7.Рентабельность акций	$EPS = \text{Чистая прибыль} / \text{среднее число обращающихся за год акций}$
8.Рентабельность инвестиций	$R_{\text{инв}} = (\text{Доходы от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений} * 100) / \text{Долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения}$

Также важны показатели деловой активности: оборачиваемости активов, оборотных и основных средств, а также их элементов. Среди данных показателей самые важные – это такие коэффициенты, как фондоотдача основных средств, оборачиваемость активов, производительность труда, оборачиваемость оборотных средств, чьи значения сравнивают в динамике (таблица 1.3) [15, с. 381; 18, с. 263; 28, с. 255].

Таблица 1.3 - Формулы для расчета показателей деловой активности предприятия

Показатель	Обозначение	Формула расчета
1	2	3
Коэффициент оборачиваемости активов	Коа	Выручка/ Активы
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	Кооб	Выручка/ Оборотные активы
Коэффициент оборачиваемости запасов	Кобз	Выручка/Запасы
Фондоотдача	Ф	Выручка/ Основные средства
Производительность труда	Пт	Выручка/Среднесписочная численность рабочих

Таким образом, эффективность деятельности предприятия характеризует система абсолютных и относительных показателей, в число которых входят показатели деловой активности, рентабельности, прибыли, и показатели платежеспособности и структуры капитала.

Оценка эффективности деятельности хозяйствующего субъекта позволяет при помощи полученной в ее процессе информации сделать грамотные выводы, позволяющие найти баланс в деятельности всех систем хозяйствующего субъекта, повысить производительность труда, найти самое подходящее высокоэффективное оборудование, увеличить процент занимаемой доли рынка при помощи расширения сбыта. Использование этой процедуры, в целом, позволяет открыть для предприятия успешный путь развития и дает уверенность в будущем.

1.3 Факторы, оказывающие влияние на эффективность функционирования предприятия

В условиях рыночной экономики на экономическую эффективность деятельности хозяйствующих субъектов оказывают влияние самые разные факторы, которые действуют или в некоторой последовательности, либо одновременно, с разной силой и разнонаправлено. В отдельных случаях без проведения всестороннего и глубокого анализа прямого воздействия факторов невозможно прийти к обоснованным выводам о результатах деятельности хозяйствующего субъекта. В связи с чем, одной из важнейших задач руководства хозяйствующего субъекта в процессе проведения текущего и стратегического планирования и экономического анализа является выявление и учет влияния разных факторов внутренней и внешней среды.

Фактором называют причину, движущую силу какого-то явления, процесса, которая определяет его отдельные черты или его характер. В связи с тем, что численность факторов, оказывающих влияние на результаты

деятельности хозяйствующего субъекта, очень велика, то их совокупность, как правило, классифицируют по отдельным признакам [31].

Можно провести разделение факторов, влияющих на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта, на ряд следующих классификационных групп.

1. Национально-экономические факторы, в число которых входит: потенциал рынка, инвестиционная политика, социально-экономические тенденции развития, НТП.

2. Отраслевые факторы – специфические и общие характеристики отрасли в структуре национальной экономики, конъюнктура отраслевого рынка.

3. Территориальные факторы – климатические и природные условия, географическое местоположение.

4. Экстенсивные факторы – повышение объема используемых трудовых ресурсов, электроэнергии, материалов.

5. Интенсивные факторы – повышение ресурсоотдачи, производительности труда, капиталотдачи, фондоотдачи, снижение трудоемкости, фондоемкости, капиталоемкости.

6. Структурно-организационные факторы – организация сбыта, снабжения, управления, производства.

7. Особые факторы – риск и неопределенность.

8. Специфические факторы – уровень автоматизации и механизации управленческих работ, уровень квалификации персонала, а также эффективность их труда.

На деятельность хозяйствующего субъекта влияют разные факторы, непосредственно воздействующие на эффективность его работы.

Представим на рисунке 1.2 основные факторы, оказывающие влияние на величину рентабельности [31].



Рисунок 1.2 – Факторы, влияющие на показатели рентабельности деятельности организации

Факторы разделяют на внешние и внутренние, в зависимости от направленности действия.

В число внутренних факторов входит:

- способность менеджмента и руководителя управлять компанией в условиях рынка;
- ускорение НТП, используемая инновационная политика компании;
- улучшение качества продукции, организации труда и производства;
- организационно-правовая форма компании;
- особенности отрасли и производства;
- проводимая инвестиционная, амортизационная и ценовая политика.

Также внешние факторы влияют на эффективность работы компании, при этом в условиях рынка они являются очень весомыми. В число внешних факторов входят:

- колебание цен на мировом и внутреннем рынке, изменение предложения и спроса;
- изменение политической обстановки в мире и стране;
- деятельность государства;

– инфляционные процессы [26, с. 142].

Также имеется и еще одна классификация факторов, оказывающих влияние на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта, в соответствии с которой выделяют субъективные и объективные факторы. В число объективных входят факторы, не зависящие от воли и желания людей, к примеру, катастрофы, стихийные бедствия. В число субъективных – факторы, которые зависят от деятельности определенных компаний, людей.

Также выделяют специфические и общие факторы, оказывающие влияние на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта. Общие факторы являются характерными для всех сфер экономики, в то время, как специфические факторы проявляются в условиях определенной сферы экономики, или действуют для определенного хозяйствующего субъекта с учетом специфики его деятельности. Эта классификация факторов дает возможность учитывать особенности отдельных отраслей и предприятий и точно оценить их деятельность.

Можно разделить факторы, в зависимости от степени управляемости, на регулируемые, слаборегулируемые и нерегулируемые.

В число нерегулируемых факторов входят факторы, не зависящие от управленческих решений, к примеру, количество конкурентов, расположение предприятия.

Слаборегулируемые факторы – это такие факторы, чье изменение за некоторый промежуток времени слабо зависит от управленческого решения, к примеру, структура основных фондов, размер компании.

Регулируемые факторы – факторы, находящиеся в прямой зависимости от принятого управленческого решения, к примеру, уровень организации производства и труда.

Установление и системный анализ всех факторов, оказывающих влияние на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта, влияют на его деятельность, повышая его эффективность [26, с. 143].

Таким образом, на основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что на экономическую эффективность деятельности экономических субъектов оказывает влияние большое количество внутренних и внешних факторов. Рост экономической эффективности является одной из ключевых проблем современной экономики. Для эффективного решения разнообразных социальных и экономических задач нет другого способа, кроме как постоянное повышение эффективности всего общественного производства.

1.4 Пути повышения эффективности деятельности предприятия

Пути повышения эффективности производства следует назвать комплексную систему мероприятий, непосредственно связанную с повышением результативности деятельности в отдельных направлениях.

В первую очередь, эффективность деятельности хозяйствующих субъектов определяют финансовыми результатами, которые получены за определённое время. В связи с чем, увеличение суммы прибыли – это важнейший резерв роста эффективности деятельности предприятия. Для постоянного обеспечения роста прибыли, необходимо находить неиспользованные возможности его повышения, другими словами, резервы роста. Проведем рассмотрение количественного выражения отдельных резервов роста прибыли:

1) Объем продаж – резерв повышения объема продаж умножают на фактическую прибыль в расчете на единицу продукции соответствующего вида (1.1):

$$\text{РПП выр} = S (\text{РПВ } i * \text{Пр1 } i), \quad (1.1)$$

где РПП выр – резерв роста прибыли за счет увеличения объема продаж,

РПВ – резерв роста объема продаж на i -й вид продукции,

Пр1 i – фактическая прибыль анализируемого периода на единицу i -й продукции.

2) Резерв роста прибыли за счёт снижения себестоимости (1.2):

$$\text{РПП } c/c = S (\text{РСС } i * (\text{В1 } i + \text{РПВ } i), \quad (1.2)$$

где РПП с/с – резерв роста прибыли за счет снижения себестоимости,
 РСС i – резерв снижения себестоимости на i–й вид продукции,
 В1 i – фактическая выручка на i–й вид продукции.

Причем следует установить причины изменения себестоимости для разработки мероприятий на производство продукции и ее реализацию. На прибыль оказывает влияние ряд следующих факторов производства: материалы и сырье, трудовые ресурсы, основные фонды. В целом на прирост прибыли оказывают влияние следующие организационно–технические мероприятия: изобретательство и рационализация, повышение качества выпускаемых продуктов, внедрение прогрессивных технологий.

3) Резерв роста прибыли за счёт повышения качества продукции/услуг (1.3):

$$\text{РПП кач} = S (\text{D Уд} i * \text{Ц} i) / (\text{В1} i + \text{РПВ } i), \quad (1.3)$$

где РПП кач – резерв роста прибыли за счет повышения качества продукции/услуг,

D Уд i и Ц i – соответственно удельный вес и цена i–го вида продукции/услуг [24].

4) Резерв роста прибыли за счёт повышения объема капиталовложений (1.4):

$$\text{РПР к} = (\text{БП ф} + \text{РППб}) / S(\text{Кф} - \text{РС к} + \text{ДК}), \quad (1.4)$$

где РС к – резерв снижения капитала за счет ускорения его оборачиваемости,

ДК – дополнительная сумма основного и оборотного капитала, необходимая для освоения резервов роста прибыли [24].

Один из самых важных резервов роста прибыли - это эффект операционного рычага, действие которого заключается в следующем: любое изменение выручки от реализации всегда влечет за собой более сильное изменение прибыли от продаж, что обусловлено тем, что в случае увеличения объема реализации постоянная часть затрат остается неизменной, и,

соответственно, происходит увеличение разницы между совокупными затратами и выручкой. В том случае, когда все расходы предприятия были бы переменные, тогда изменение эксплуатационной прибыли происходило бы пропорционально изменению выручки.

В процессе принятия решения о повышении объемов производства следует учесть следующую закономерность: в случае постоянного повышения выручки происходит падение силы воздействия операционного рычага, такое падение эффекта операционного рычага начинается после того, как компания пройдет так называемый порог рентабельности – то есть тот уровень выручки от реализации, при котором компания не имеет прибыли, но покрывает все понесенные затраты. В случае постоянного увеличения постоянных затрат, предприятие вынуждено преодолевать новый порог рентабельности, при этом снова происходит рост эффекта операционного рычага.

При падении выручки от реализации происходит увеличение силы воздействия операционного рычага. Каждый из процентов падения выручки в этом случае дает все больший и больший процент понижения прибыли. Чем больше сила операционного рычага, тем больший предпринимательский риск [24].

В числе способов и путей повышения прибыли хозяйствующего субъекта выделяют такие, как:

- понижение себестоимости;
- повышение объема реализации товаров/услуг в натуральном выражении, чего можно достигнуть при помощи капитальных вложений на расширение производства, освоение новых технологий, приобретение более производительного оборудования;
- снижение величины нереализованных остатков в начале и конце отчетного периода;
- получение дохода от реализации основных фондов и прочего имущества компании, также возможно получение дохода от сдачи имущества в аренду.

В числе мероприятий, нацеленных на рост эффективности деятельности предприятий, важную роль играют вопросы рационального использования оборотных средств. В связи с тем, что финансовое положение компаний прямо зависит от состояния оборотных средств, компании заинтересованы в рациональной организации оборотных средств – организаций их движения с минимально возможной суммой для того, чтобы получить наибольший экономический эффект.

Изменение оборачиваемости средств выявляют с помощью сопоставления фактических показателей с плановыми либо с показателями предшествующего периода. В результате сравнения показателей оборачиваемости оборотных средств выявляют ее замедление либо ускорение. В случае ускорения оборачиваемости оборотных средств происходит высвобождение материальных ресурсов из оборота и источников их образования, в случае замедления – вовлечение в оборот дополнительных средств [14, с. 206].

В числе способов повышения оборачиваемости оборотных средств выделяют такие, как:

- сокращение времени, на протяжении которого отвлечены оборотные средства, другими словами, они находятся в обороте;
- снижение среднегодовых остатков оборотных средств;
- сокращении потребности предприятия в оборотных средствах;
- производить выпуск той продукции/услуг, которые можно сравнительно выгодно и быстро продать, при этом сократив выпуск продукции/услуг, которые не пользуются текущим спросом, что позволит избежать кризиса сбыта произведенных товаров/услуг;
- направление прибыли, полученной компанией, на дополнение оборотных средств;
- рациональная организация производственных запасов [22, с. 316].

Можно достичь повышения эффективности использования основных фондов множеством способов:

– своевременное введение в эксплуатацию новых производственных мощностей и основных фондов, их быстрое освоение, что позволит быстрее получить нужные товары/услуги с более совершенных с технической точки зрения основных фондов, ускорить их оборачиваемость и этим самым замедлить наступление морального износа основных фондов компаний, увеличить эффективность общественного производства;

– улучшение использования действующих основных фондов и производственных мощностей промышленных предприятий, включая вновь введенные в эксплуатацию, чего можно достичь благодаря:

а) росту интенсивности использования основных фондов и производственных мощностей (повышение темпов обновления, техническое перевооружение);

б) повышению экстенсивности их нагрузки (рост времени работы оборудования в календарный период, повышение удельного веса действующего оборудования в составе всего оборудования);

– проведение своевременного монтажа неустановленного оборудования и ввод в действие всего установленного оборудования за исключением части, которая находится в плановом ремонте и резерве;

– совершенствования организации производства с помощью:

а) снижения времени внутрисменных простоев оборудования;

б) обеспечения непрерывно–поточного графика работы;

– повышения мастерства, квалификации персонала, занимающегося обслуживанием оборудования, – совершенствование системы материального и морального стимулирования персонала компании [14, с. 207].

Итак, основным резервом повышения эффективности деятельности экономического субъекта является рост величины прибыли.

Основными путями роста финансового результата являются мероприятия по: снижению себестоимости; увеличению объема реализации продукции/услуг в натуральном выражении; уменьшению размеров запасов и остатков нереализованной продукции; рациональному использованию

оборотных средств; повышению эффективности использования основных фондов.

Таким образом, понятие эффективности деятельности организации в настоящее время не имеет общепринятой дефиниции.

Изучив различные подходы, имеющиеся в экономической литературе по данному вопросу, автор пришёл к мнению о том, что основной составляющей эффективности выступает достижение максимальных результатов при минимуме приложенных усилий и затрат.

На эффективность деятельности субъекта хозяйствования влияет множество внутренних и внешних факторов.

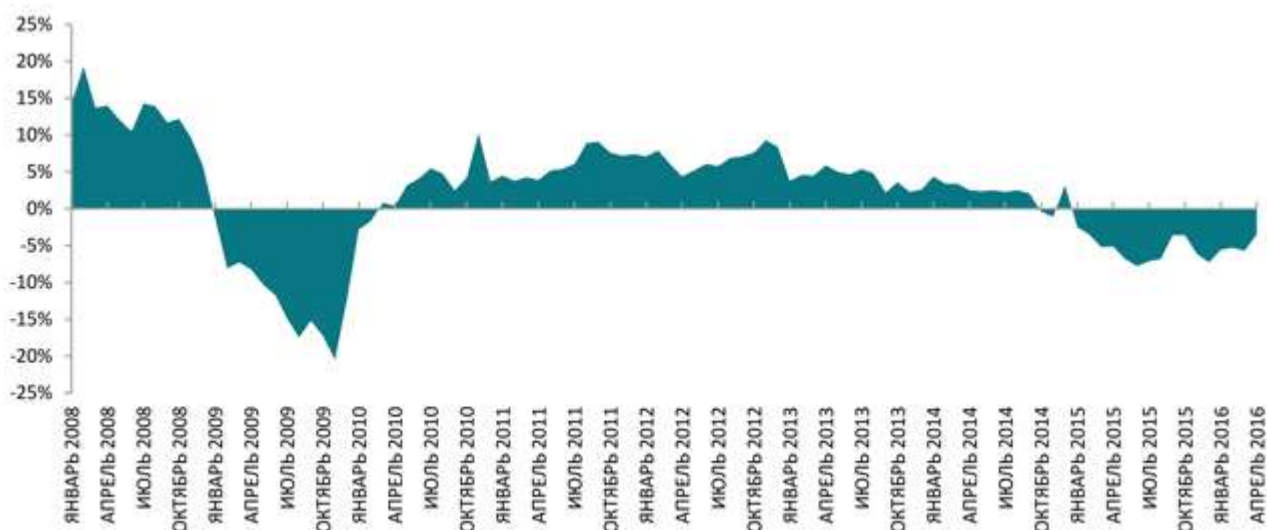
В экономической литературе нет единой системы, с помощью которой можно оценить экономическую эффективность деятельности предприятия. Однако, большинством авторов поддерживается точка зрения о том, что наиболее общий ответ на вопрос об экономической эффективности предприятия дают показатели рентабельности.

Пути повышения эффективности деятельности связаны с ростом товарооборота и снижением затрат, оптимизации объёмов запасов на складах, повышению оборачиваемости текущих активов и эффективности использования основных средств.

2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «САБРИНОЧКА»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Период с 2014 по 2018 годы был очень непростым периодом для отечественного рынка общественного питания. Понижение потребительской активности, которое было вызвано резким снижением доходов граждан, усугубилось обвалом национальной валюты и действием продовольственного эмбарго. Все это повлекло за собой значительный рост фудкоста предприятий. Повышение затрат и понижение трафика создали очень тяжелые условия, с которыми справиться смогла не каждая организация общественного питания. (рисунок 2.1).



Источник: Росстат

Рисунок 2.1 - Относительный темп прироста оборота общественного питания, январь 2008 г. - апрель 2018 г., в % к соответствующему месяцу предыдущего года [5, с 56]

По результатам 2017-2018 годов основной индикатор рынка, то есть оборот общественного питания, впервые с 2009 года показывает отрицательный прирост - на 5,5%. Соответственно, данный период стал кризисным для отечественного рынка общественного питания.

В число самых пострадавших сегментов отечественного рынка общественного питания вошли рестораны, находящиеся в среднем ценовом сегменте, которые показывают падение на 12,4% по итогам прошлого года. Оборот сегмента по результатам 2017 года составляет 396 миллиарда рублей. Такое быстрое падение объясняется введением продовольственных контрсанкций. Переход на отечественную продукцию, рост издержек предприятий, рост цен на блюда, изменения в меню, –это все представляет собой болезненный эффект от эмбарго.

Обвал национальной валюты стал камнем преткновения, повлекший за собой рост стоимости импортных продуктов, которые активно используют рестораны casualdining. Неизбежным результатом накопленных проблем стала потеря лояльных посетителей. Очень высокий уровень инфляции на услуги и товары при падении доходов граждан тоже усложнил задачу рестораторов. Множество россиян начали себе отказывать в посещении ресторанов, находящихся в среднем ценовом сегменте, предпочтя им менее дорогие заведения общественного питания.

Кафе «Пицца-Гранд» (ООО «Сабриночка») является участником рынка общественного питания Алтайского края. Организация расположена по адресу: г. Барнаул, ул. Сельскохозяйственная улица, дом 4 а. (торговая марка «Пицца-Гранд»).

ООО «Сабриночка» является юридическим лицом и обладает собственным имуществом, имеет самостоятельный баланс и иные формы бухгалтерской отчетности, расчетный счет, круглую печать, товарный знак и другие реквизиты. Общество осуществляет свою деятельность на основании Устава.

В ООО «Сабриночка» имеет место линейно-функциональная структура управления, при которой подразделения разделяются по выполняемым ими функциям и сотрудники подчиняются друг другу в порядке иерархии.

Данное предприятие имеет полный цикл производства, при котором осуществляется обработка сырья, выпуск полуфабрикатов и готовой продукции, и далее ее реализация.

На текущий момент времени организация осуществляет деятельность в рамках столовой и кафе.

Зал заведения вмещает в себя 30 посадочных мест. При банкетном обслуживании зал рассчитан на 50 гостей.

Система обслуживания клиентов направлена на то, чтобы соблюсти баланс качества блюд и стоимости обслуживания, а также удовлетворения требований посетителей, соблюдая нормативные акты и стандарты в общественном питании РФ. Общее руководство организацией осуществляет Директор.

Организация обслуживания посетителей в пиццерии возложена на официантов и администратора, которые выполняют несколько функций:

- организация обслуживания клиентов;
- прием, обработка и выполнение заказов;
- работа с жалобами;
- исследование потребностей клиентов и изучение степени их удовлетворенности;
- сбор, обработка и представление руководителю отчетов о текущей деятельности ресторана, а также предложений по повышению качества блюд и обслуживания.

Для того чтобы организации обслуживания клиентов была максимально эффективной, в организации используется общее программное обеспечение. При этом любой сотрудник может осуществить вход в единую информационную базу, где хранится информация об ассортименте блюд и продукции (их наличии), ценах, а также заказах посетителей.

К главным преимуществам данного предприятия общественного питания можно отнести невысокий уровень цен, большой ассортимент блюд и

продукции, а также высокий уровень обслуживания клиентов и организацию доставки заказов на заданный адрес.

Организационная структура ООО «Сабриночка» представлена на рисунке 2.2.

Отметим, что единоначалие, линейное построение структурных подразделений и распределение функций между ними – это основные характеристики линейно–функциональной структуры.

С ее помощью возможно коллегиально подготавливать и обсуждать решения, а высшему руководству непосредственно принимать решения и ответственность, что все вместе реализует принцип демократического централизма.

Рисунок 2.2 – Структура управления ООО «Сабриночка»

Необходимо выделить такие недостатки линейно–функциональной структуры как:

- в сравнении с чисто линейной организацией число и сложность деловых связей здесь заметно возрастает;
- оперативность в управлении снижается за счет того, что каналы коммуникаций могут оказаться переполненными информацией, что необходима для координации линейных и штабных элементов, что снижает;
- со стороны специалистов возможен подрыв авторитета линейного персонала;
- может произойти нарушение баланса по причине роста управленческих расходов [24, с. 384].

Отметим, что данная структура является наиболее распространенной, а в особенности среди средних звеньев управления. Линейные связи подчиненности характерны для нижних уровней управления, в то время как функциональные – для верхних.

Лучшие свойства линейной структуры, к которым можно отнести четкие связи подчиненности, централизацию управления, и функциональной структуры, среди которых разделение труда и квалифицированная подготовка решений объединены именно в линейно–функциональной структуре.

Важнейшей задачей при построении структуры управления ООО «Сабриночка» является правильное сочетание линейного и функционального руководства в системе управления.

Рассмотрим основные экономические показатели деятельности ООО «Сабриночка» (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Динамика основных экономических показателей ООО «Сабриночка» в 2016-2018 гг., тыс. руб

Показатели	2016г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста 2017/2016, %	Темп роста 2018/2017, %
Выручка от продаж	5739	7546	6728	131,49	89,16
Себестоимость продукции, услуг	5323	6700	6113	125,87	91,24
Прибыль от продаж	416	846	615	203,37	72,70
Чистая прибыль	301	656	318	217,94	48,48
Рентабельность продаж	5,24	8,69	4,73	165,83	54,43

Данные таблицы 2.1 свидетельствуют о том, что имеет место рост выручки от продаж и он выше, чем темп роста себестоимости, что оценивается положительно. При этом зафиксировано увеличение чистой прибыли в 2017 году на уровне 17,94% и ее снижение на 8,76% в 2018 году относительно предыдущего.

Рост оборотных активов в 2018 году относительно 2016года составил 9% , что указывает на увеличении интенсивности текущей деятельности ООО «Сабриночка». При этом наблюдается увеличение оборачиваемости оборотных активов.

Необходимо отметить, что несмотря на эти положительные тенденции, за 3 года произошло снижение рентабельности деятельности – на 0,51 процентных пункта.

Анализ основных экономических показатели деятельности свидетельствует об их небольшом увеличении. Однако, увеличение данных показателей находятся в пределах уровня инфляции, а, значит его нельзя назвать существенным.

2.2 Оценка эффективности функционирования предприятия

Оценку эффективности функционирования предприятия необходимо начать с анализа использования внеоборотных активов предприятия.

Вследствие специфики деятельности ООО «Сабриночка» организация не имеет основных средств, поскольку всё имущество находится в аренде.

Представим структуру кадрового состава ООО «Сабриночка» (таблица 2.3).

Таблица 2.3 – Динамика структуры персонала ООО «Сабриночка».

Категория работников	2016г.		2017 г.		2018 г.	
	Численность, человек	Удельный вес, %	Численность, человек	Удельный вес, %	Численность, человек	Удельный вес, %
Руководители	1	6,67	1	6,67	1	6,67
Специалисты	3	20,00	3	20,00	3	20,00
Служащие	11	73,33	11	73,33	11	73,33
Всего	15	100,00	15	100,00	15	100,00

Таким образом, в 2016-2018 гг. численность персонала не менялась и составляла 15 человек. При этом наибольшую долю в структуре составляли служащие (рисунок 2.4).

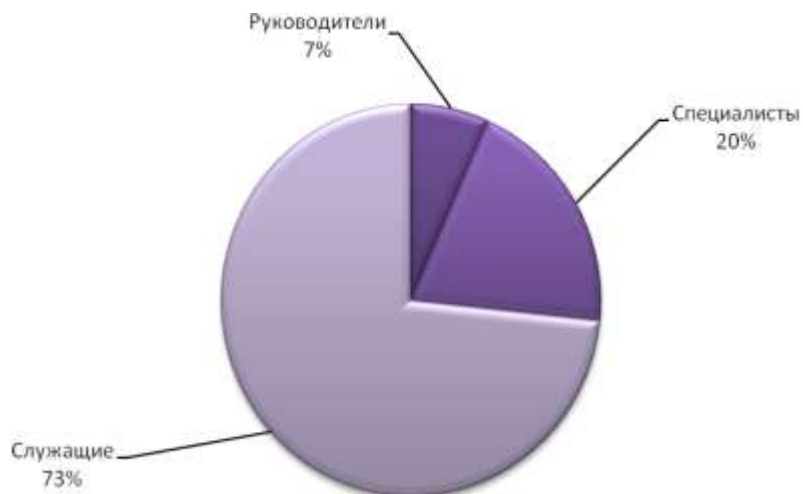


Рисунок 2.4 – Структура кадрового состава персонала ООО «Сабриночка» в 2018 г.

Далее представим гендерную характеристику персонала (таблица 2.4).

Таблица 2.4 – Гендерная характеристика персонала ООО «Сабриночка».

Пол	2016г.		2017 г.		2018 г.	
	Численность, чел.	Удельный вес, %	Численность, чел.	Удельный вес, %	Численность, чел.	Удельный вес, %
Мужской	3	20,00	4	26,67	4	26,67
Женский	12	80,00	11	73,33	11	73,33
Итого	15	100,00	15	100,00	15	100,00

Анализ гендерной характеристики указывает на то, что на предприятии по большей части работают женщины (80% в 2016г.). При этом с 2017 г. наблюдается увеличение удельного веса женщин в общей структуре персонала (до 26,67%).

Проведём анализ движения кадров ООО «Сабриночка». Для этого представим таблицу, характеризующую движение кадрового персонала (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Исходящие данные к анализу движения персонала ООО «Сабриночка».

Показатель	2016г.	2017 г.	2018 г.
Численность работников на начало года, чел.	15	15	15

Численность уволившихся, чел.	1	2	2
Численность принятых, чел.	1	2	2
Численность работников на конец года, чел.	15	15	15

Как видно из таблицы 2.5, численность работников на начало и конец каждого года не менялась. Количество принятых сотрудников равнялось уволенным. Наибольшее количество уволившихся и принятых на работу было в 2017-2018 гг. (2 человека).

Исходя из представленных данных, представим в следующей таблице анализ коэффициентов движения персонала (таблица 2.6).

Таблица 2.6 – Анализ движения персонала ООО «Сабриночка».

Показатель	Ед. изм.	2016г.	2017 г.	2018 г.
Коэффициент оборота по приему	%	7	13	13
Коэффициент оборота по выбытию	%	7	13	13
Коэффициент текучести кадров	%	7	13	13

Соответственно, анализ движения кадрового состава говорит о том, что показатель текучести персонала увеличился в 2017-2018 гг. по сравнению с 2016г., так как в этот период было уволено и принято больше сотрудников, чем в 2016г.

Оценим эффективность использования персонала организации (таблица 2.7, рисунок 2.5).

Таблица 2.7 – Анализ эффективности использования персонала ООО «Сабриночка».

Показатели	Единица измерения	2016г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста	Темп роста	Темп роста,

					2017/2016, %	2018/2017, %	2018/2016, %
Выручка от продаж	Тыс. руб.	5739	7546	6728	131,49	89,16	117,23
Среднесписочная численность персонала	Чел.	15	15	15	100,00	100,00	100,00
Производительность труда	тыс. руб./чел.	383	503	449	131,49	89,16	117,23

Данные таблицы 2.7 и рисунка 2.5 свидетельствуют о том, что среднесписочная численность персонала остаётся неизменной на протяжении исследуемого периода, а рост производительности труда составляет 17,23% вследствие роста выручки, что оценивается положительно.

Итак, общая численность предприятия составляет 15 человек, которая не меняется на протяжении 2016-2018 гг. При этом численность принятых соответствует численность уволенных сотрудников.

Установлено, что удельный вес персонала женского пола преобладает в организации, что обусловлено спецификой её деятельности

Анализ движения кадрового состава говорит о том, что показатель текучести персонала незначительно увеличился в рассматриваемом периоде.

Для анализа финансового состояния предприятия, в первую очередь, необходимо провести анализ ликвидности и финансовой устойчивости предприятия.

Сгруппируем активы баланса по степени ликвидности в порядке убывания ликвидности на следующие группы:

- A1 – наиболее ликвидные активы;
- A2 – быстрореализуемые активы;
- A3 – медленно реализуемые активы;
- A4 – трудно реализуемые активы.

Сгруппируем пассивы баланса по срокам погашения в порядке возрастания сроков на следующие группы:

П1 – наиболее срочные обязательства;

П2 – краткосрочные обязательства;

П3 – долгосрочные обязательства;

П4 – постоянные пассивы.

Сравним итоги полученных групп по активу и пассиву. Баланс считается абсолютно ликвидным, если имеются следующие соотношения (2.1):

$$A1 \geq П1;$$

$$A2 \geq П2;$$

$$A3 \geq П3;$$

$$A4 \leq П4, \tag{2.1}$$

Баланс считается ликвидным, если $A1 \geq П1$, $A2 \geq П2$, $A3 \geq П3$, а значит $A4 \leq П4$.

Невыполнение какого-либо из первых трех неравенств свидетельствует о том, что ликвидность баланса в большей или меньшей степени отличается от абсолютной. Полученные результаты представим в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Группировка активов и пассивов ООО «Сабриночка» в 2017\6-2018 гг.

Актив	2016г.	2017 г.	2018 г.	Пассив	2016г.	2017 г.	2018 г.	Платежный недостаток (-), излишек (+)		
								2016г.	2017 г.	2018 г.
A ₁	669	1105	977	П ₁	7193	7811	694 0	-6524	-6706	-5963
A ₂	0	0	0	П ₂	0	0	0	0	0	0
A ₃	7394	8231	7807	П ₃	0	0	0	7394	8231	7807
A ₄	0	0	0	П ₄	870	1525	184 4	-870	-1525	-1844
БАЛАН С	8063	9336	8784	БАЛАН С	8063	9336	878 4	0	0	0

Соответственно, баланс не является абсолютно ликвидным, поскольку наиболее срочные обязательства больше наиболее ликвидных активов. Для

более точного анализа проведем анализ коэффициентов ликвидности. Полученные данные представим в таблице 2.9 и на рисунке 2.6.

Таблица 2.9 – Коэффициенты ликвидности ООО «Сабриночка» в 2016-2018 гг.

Показатели	Нормативное значение	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп прироста, 2017/2016, %	Темп прироста, 2018/2017, %	Темп прироста, 2018/2016, %
Коэффициент текущей ликвидности	1,0–2,0	1,11	1,19	1,26	6,72	5,86	12,97
Коэффициент промежуточной ликвидности	0,8–1,0	0,09	0,14	0,14	52,10	-0,49	51,36
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2–0,4	0,09	0,14	0,14	52,10	-0,49	51,36

Значение текущей ликвидности указывает на то, что на предприятии на протяжении всех 3-х лет наблюдается относительно не устойчивое финансовое состояние, однако, текущая ликвидность растёт.

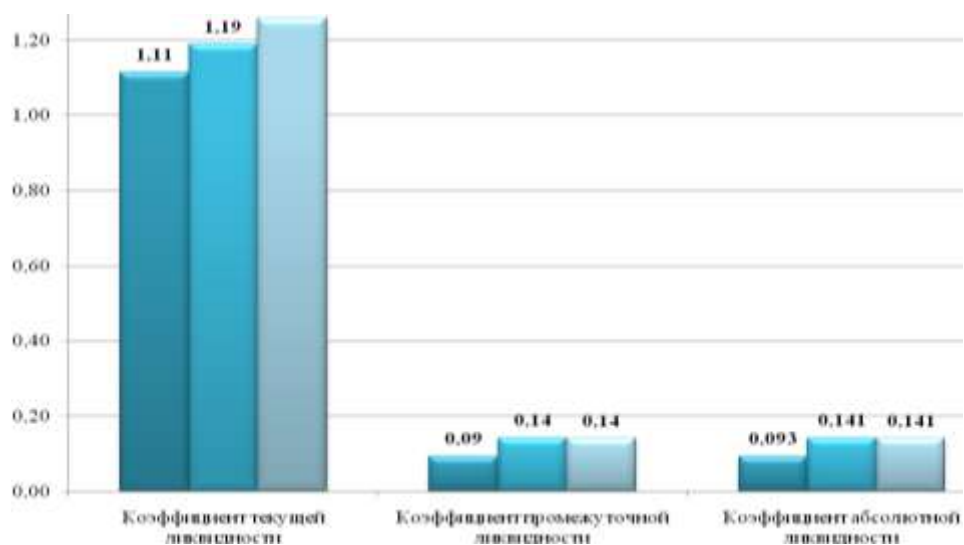


Рисунок 2.6 - Динамика показателей ликвидности ООО «Сабриночка» в 2016-2018 гг.

С помощью коэффициента быстрой ликвидности оценивается способность компании выполнить свои краткосрочные обязательства за счет своих самых ликвидных активов в случае проблем с реализацией продукции. Чем выше коэффициент ликвидности, тем устойчивее финансовое состояние

компании. Следовательно, в нашем случае у ООО «Сабриночка» наблюдается дефицит ликвидных средств, поскольку данный коэффициент меньше нормативного.

Коэффициент абсолютной ликвидности характеризует способность компании погашать текущие обязательства (и в какой доле) за счёт ликвидных оборотных средств и других свободных активов. Значение показателя ниже нормативного демонстрирует утрату платежеспособности, неспособность компании погасить свои текущие обязательства за счет ликвидных оборотных активов.

Далее проведем анализ финансовой устойчивости предприятия (таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Показатели финансовой устойчивости ООО «Сабриночка» в 2016-2018 гг.

Коэффициент	Норматив	2016г	2017г	2018г	Темп роста, 2017/2016, %	Темп роста, 2018/2017, %	Темп роста, 2018/2016, %
Собственные оборотные средства	> 0	820,00	1475,00	1794,00	179,88	121,63	218,78
Автономии	$\geq 0,5$	0,11	0,16	0,21	151,39	128,52	194,56
Финансовой зависимости	≤ 1	8,27	5,12	3,76	61,95	73,48	45,52
Маневренности	0,2–0,5	0,94	0,97	0,97	102,62	100,59	103,22
Обеспеченности запасов собственными оборотными средствами	0,6–0,8	0,11	0,18	0,23	161,47	128,28	207,13
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	$\geq 0,1$	0,10	0,16	0,21	155,22	129,31	200,72

Анализ данных таблицы 2.10 свидетельствует о том, что у организации есть собственные оборотные средства и их объём увеличивается в динамике.

Рост показателя автономии с 0,11 до 0,21 говорит об укреплении финансовой независимости, хотя говорить о достаточности средств преждевременно, поскольку нормативный показатель составляет 0,5.

Коэффициент маневренности показывает, способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников. Рост коэффициента маневренности ООО «Сабриночка» – это положительная тенденция (рисунок 2.7).

Значения коэффициентов обеспеченности собственными средствами говорит о том, что с каждым годом данная обеспеченность у предприятия возрастает.

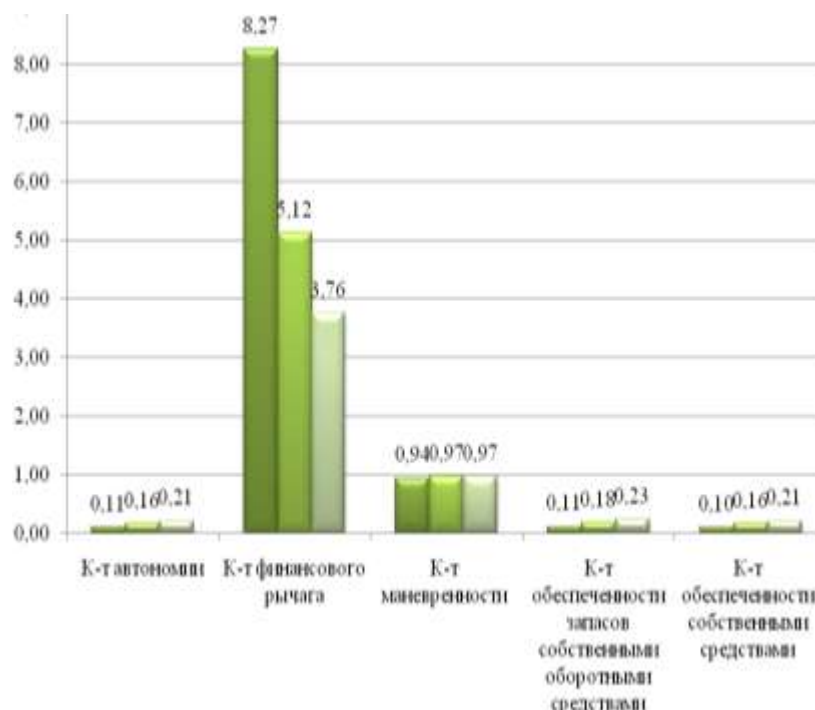


Рисунок 2.7 – Динамика показателей финансовой устойчивости ООО «Сабриночка».

Представим далее основные показатели финансовых результатов ООО «Сабриночка» (таблица 2.11).

Таблица 2.11 – Основные показатели финансовых результатов ООО «Сабриночка» в 2016-2018 гг.

Показатель	Значение, тыс. руб.			Темп роста	Темп роста	Темп роста
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2017/2016, %	2018/2017, %	

Выручка	5739	7546	6728	131,49	89,16	17,23
Расходы по обычной деятельности	5323	6700	6113	125,87	91,24	14,84
Валовая прибыль	416	846	615	203,37	72,70	47,84
Прибыль от продаж	416	846	615	203,37	72,70	47,84
Прочие расходы	37	26	179	70,27	688,46	383,78
Прибыль до налогообложения	379	820	436	216,36	53,17	15,04
Текущий налог на прибыль	78	164	118	210,26	71,95	51,28
Чистая прибыль	301	656	318	217,94	48,48	5,65

Таким образом, исходя из данных финансовых результатов можно сделать вывод, что в 2018 г. выручка составляла 6728 тыс. руб., что на 989 тыс. руб. (17,23%) больше 2016г.

Расходы по обычной деятельности выросли в 2018 г. на 790 тыс. руб. (14,84 %) по сравнению с 2016г.

Прочие расходы в 2016г. составляли 37 тыс. руб. В 2017 г. они уменьшились на 11 тыс. руб. В 2018 г. они выросли на 153 тыс. руб. и составили 179 тыс. руб.

Налог на прибыль в 2016г. составляли 78 тыс. руб. В 2017 г. он вырос на 86 тыс. руб. и составил 164 тыс. руб. В 2018 г. произошло его снижение на 46 тыс. руб. и он составил 118 тыс. руб.

Что касается основного показателя финансовых результатов – чистой прибыли, то она в 2016г. составляла 301 тыс. руб. В 2017 г. она возросла на 355 тыс. руб. и составила 656 тыс. руб. При этом в 2017 г. снова произошло ее снижение до прежнего уровня и она составила 318 тыс. руб.

Исследуем показатели рентабельности ООО «Сабриночка»(таблица 2.12).

Таблица 2.12 – Основные показатели эффективности деятельности ООО «Сабриночка» в 2016-2018 гг.

Показатель	Значение, тыс. руб.			Абсолютное изменение , проценти	Абсолютное изменение , проценти	Абсолютное изменение , проценти
	2016 г.	2017 г.	2018 г.			

				ых пункта, 2017-2016	ых пункта, 2018-2017	ых пункта, 2018–2016
Рентабельность совокупных активов	3,73	7,03	3,62	3,29	-3,41	-0,11
Рентабельность оборотных активов	3,76	7,06	3,64	3,31	-3,42	-0,12
Рентабельность чистого оборотного капитала	36,71	44,47	17,73	7,77	-26,75	-18,98
Рентабельность собственного капитала	34,60	43,02	17,25	8,42	-25,77	-17,35
Рентабельность продаж	5,24	8,69	4,73	3,45	-3,97	-0,52

Данные таблицы 2.12 позволяют заключить, что в 2016-2017 гг. имеет место увеличение показателей эффективности деятельности. Однако в 2017-2018 гг. наблюдается противоположная тенденция. Поэтому в общем и целом за 3 года основных показателей рентабельности снижаются, поскольку темп роста активов и капитала в 2016-2018 гг. опережали рост чистой прибыли.

Наглядно динамика показателей эффективности деятельности приведена на рисунке 2.9.

Итак, исходя из анализа ликвидности и платежеспособности можем прийти к выводу, что предприятие финансово нестабильно, имеет проблемы с платежеспособностью и не способно немедленно погашать кредиторскую задолженность. Однако, имеет место положительная тенденция в рассмотренных показателях, что позволяет надеяться на исправление финансовой ситуации ООО «Сабриночка» в будущем.

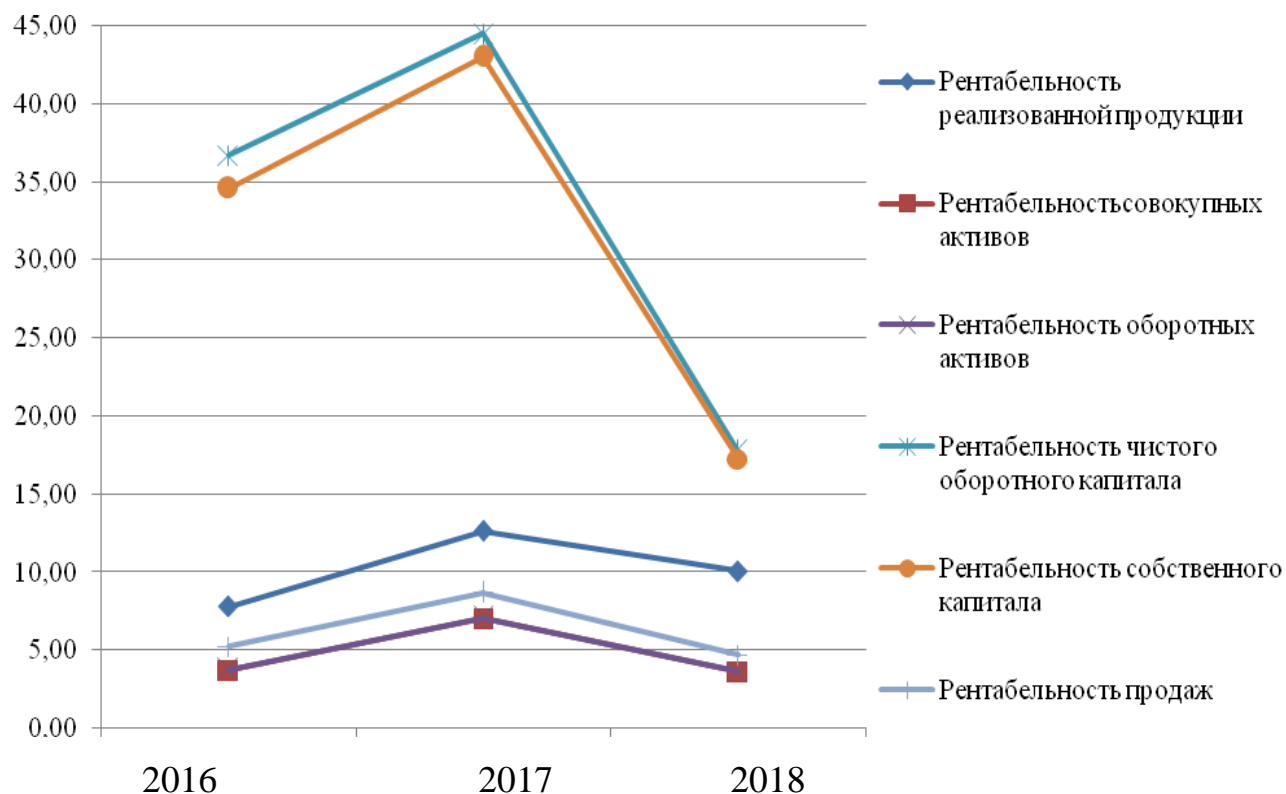


Рисунок 2.8 – Динамика основных показателей финансовых результатов ООО «Сабриночка».

Анализ показателей финансовых результатов даёт основание заключить, что в 2016-2017 гг. имел место рост чистой прибыли и рентабельности, а в 2017-2018 гг. произошло падение этих показателей. Причём рентабельность опустилась ниже уровня 2016г., что оценивается отрицательно.

Таким образом, анализ деятельности ООО «Сабриночка» позволил выявить следующие проблемы:

1. общее снижение эффективности деятельности организации;
2. высокая финансовая зависимость;
3. нарушенная ликвидность.

Всё вышесказанное указывает на необходимость разработки мероприятий по повышению эффективности функционирования данной организации, которые будут предложены в следующей главе выпускной квалификационной работы.

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

3.1 Основные рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия

Необратимые изменения хозяйственных, экологических, технологических и социальных сфер нашей жизни, накладываясь друг на друга, образуют сложную картину взаимодействия и влияния на конкретные организации. Что бы выжить и развиваться дальше, им необходимо приспосабливаться к динамично изменяющимся условиям окружающей среды. Для этого нужно принимать и реализовывать сознательные хозяйственные решения. Всегда существует проблема снижения издержек, рациональной организации производства, иначе говоря, повышения долгосрочной и краткосрочной эффективности производства.

Все действия по повышению прибыли организации необходимо проводить с четким контролем над выполнением плана продаж и плана расходов предприятия. Следует оперативно реагировать на любые отклонения в планах для принятия соответствующих мер, иначе мероприятия по повышению прибыли могут обернуться убытками.

Организация должна обеспечивать повышение эффективности производства, способствовать ускорению научно–технического прогресса. Поэтому особое место уделяется анализу производственно–хозяйственной деятельности.

Чтобы успешно функционировать в рыночных условиях хозяйствования, организация должна постоянно думать о качестве своих услуг и затратах на их осуществление. Это задача руководящих работников и специалистов, определяющих стратегию и тактику организации производства.

Как было выяснено в аналитической части выпускной квалификационной работы, основной проблемой эффективности деятельности ООО «Сабриночка»

является то, что она имеет низкие показатели чистой прибыли и, как следствие, рентабельности, которые имеют тенденцию к уменьшению.

Для повышения эффективности деятельности ООО «Сабриночка» необходимо найти пути роста чистой прибыли

Основными направлениями увеличения финансовых результатов деятельности ООО «Сабриночка» являются:

- увеличение товарооборота;
- снижение себестоимости;
- снижение прочих расходов.

Представим их наглядно на рисунке 3.1.

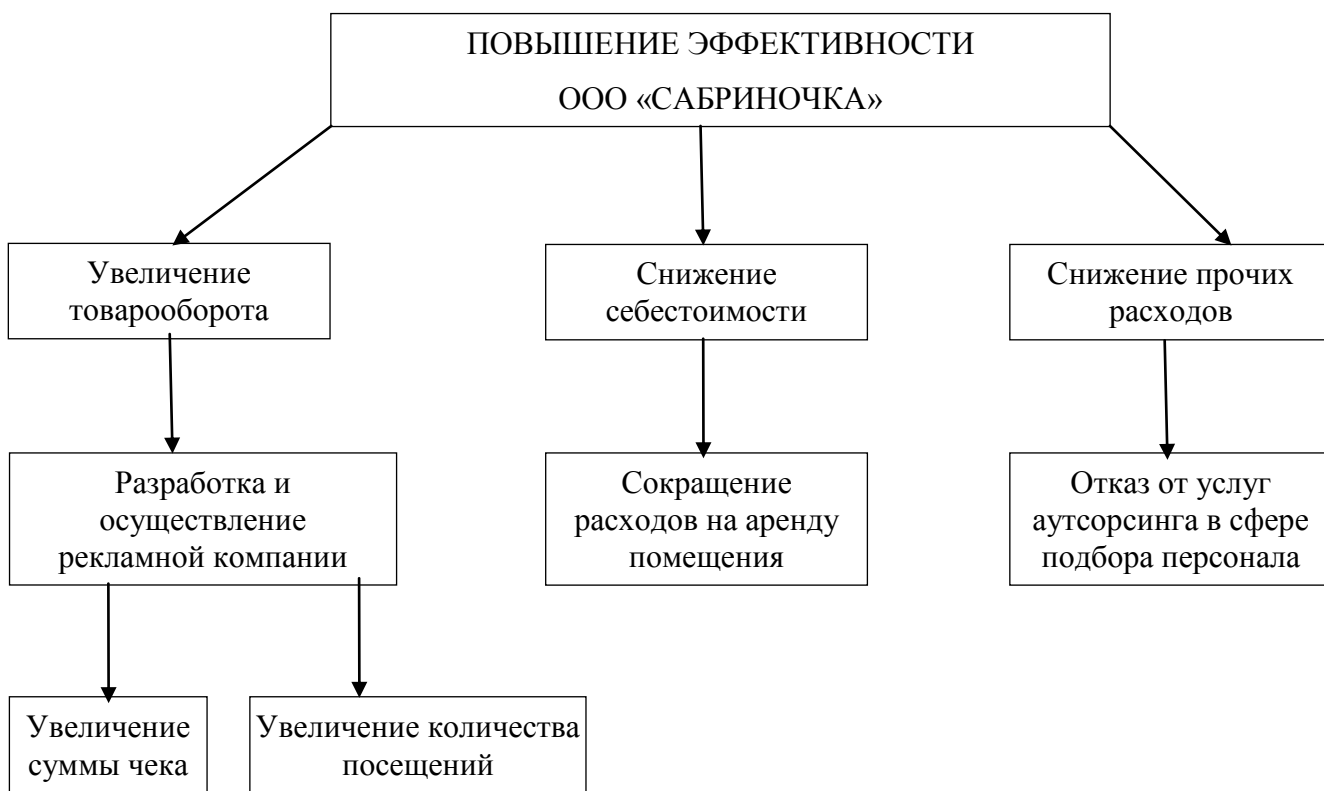


Рисунок 3.1 – Мероприятия по повышению эффективности ООО «Сабриночка».

I. Увеличение товарооборота.

Главным из направлений по росту товарооборота может стать увеличение количества посещений и средней суммы чека.

Для увеличения количества посещений необходимо развивать рекламную компанию.

Организации необходимо увеличивать рекламный бюджет, тем самым способствуя собственному продвижению на рынке услуг общественного питания.

Для роста популярности ООО «Сабриночка» на рынке г. Барнаула в области услуг общественного питания, нужно сформировать рекламную стратегию, которая даст возможность усилить конкурентные преимущества данной организации и привлечь новых клиентов, которые в будущем имеют шансы стать постоянными посетителями заведения.

Цель проведения данной рекламной кампании состоит в стимулировании продаж продукции и услуг, формировании благоприятного имиджа кафе «Пицца-Гранд», а также сохранение конкурентоспособности и повышении экономической эффективности.

1. Стратегия рекламной кампании.

Первый этап заключается в том, что бы еще раз напомнить о качестве и скорости обслуживания в кафе «Пицца-Гранд». Это рекомендуется сделать путем радиоротации на радиостанции «Европа+», потому что данная радиостанция предоставляет рекламный пакет роликов со скидкой. Кроме того, нужно напечатать рубрикатор заведения в журнале «Я покупаю».

Это будет более эффективным, поскольку внимание человека при чтении журнала или газеты более сконцентрировано, чем при просмотре телепередач. Даже если речь идет не о вдумчивом чтении, а лишь о просмотре страниц журнала. Даже для того, чтобы бегло просматривать заголовки статей необходима большая степень внимания. Во всяком случае, при чтении или просмотре журнала инициатива получения информации однозначно принадлежит читателю, тогда как телезритель обычно пассивен.

2. Составление обращения.

Рекламная кампания будет проводиться в 2 этапа: в августе и в сентябре 2019 года. Идея ролика будет такова: кафе «Пицца-Гранд» – «Вкусно, Быстро, Доступно»:

– «Вкусно» – множество блюд, в том числе 16 видов пиццы, приготовленных по оригинальной рецептуре: воздушное тесто, золотистая корочка и незабываемый вкус;

– «Быстро» – наши блюда готовятся не более 15 минут, доставка по городу производится за 30 мин после вашего звонка;

– «Доступно» – мы предлагаем блюда по самой доступной цене в городе.

После недельной радиоротации, когда название ресторана уже на слуху у потенциального клиента, необходимо дать ему неделю на освоение принятой информации, а, возможно, даже на первое посещение кафе «Пицца-Гранд». Затем нужно начинать повторную акцию, которая заключается опять же в радиоротации, только с более частым прокатом. И также размещаем информацию в журнале «Я покупаю» на рубрикаторе плюс реклама акции на отдельной странице.

Следующим этапом предлагаемой рекламной компании является выпуск серии рекламных листовок с информацией об акциях и месторасположением кафе «Пицца-Гранд».

Здесь предлагается провести 2 промо-акции для увеличения суммы чека.

Идею первой акции составляют «Счастливые часы». Примерные текст листовки может быть следующего содержания: «Внимание! Каждый день только в кафе «Пицца-Гранд», с 9 утра и до 12 часов дня пицца с ветчиной и грибами по супер цене 100 руб. А с 12 часов дня и до 6 часов вечера: возьми одну пиццу и получи вторую бесплатно (2 пиццы по цене одной)».

В заключение еще через 2 недели после окончания предыдущей акции, планируется запуск еще одной акции. Идея акции: «Спец-предложение от кафе «Пицца-Гранд». Возьми две пиццы с собой или закажи по телефону и получи скидку 30% . Мы рады видеть вас каждый день с 10-00 до 23-00».

Данные акции позволят привлечь новых посетителей и увеличить среднюю сумму чека от уже существующих клиентов.

Кроме того, кафе «Пицца-Гранд» необходимо обратить внимание на ассортиментную политику. Как уже было отмечено, кафе «Пицца-Гранд»

обладает широким ассортиментом горячих блюд, пиццы, салатов и напитков. Для совершенствования ассортимента услуг предлагается разработать и ввести специальное меню, используемое в утренние часы с 8:00 до 12:00 для предоставления специального меню «На завтрак», которого нет в кафе «Пицца-Гранд». Кроме того, частыми посетителями кафе являются взрослые люди с детьми, а анализ ассортимента блюд кафе «Пицца-Гранд» выявил отсутствие любимых детьми десертов и сладких блюд. В связи с этим заведению рекомендуется разработать и внедрить специальное «Детское меню», которое будет включать мороженое, молочные коктейли, пудинги, пирожные, торты, маффины и другие кулинарные изделия. Предполагается, что данные меры не только увеличат средний чек посетителей с детьми, но и позволит привлечь новых клиентов.

Предлагаемая рекламная кампания будет распространяться в прессе и на листовках. В таблице 3.1 представлен медиаплан рекламных мероприятий.

Таблица 3.1 – Медиаплан (по времени выхода)

Вид рекламы	Август 2019 г.				Сентябрь 2019г.			
	I нед	II нед	III нед	IV нед	I нед	II нед	III нед	IV нед
Радио на радио-станции «Европа+»	+		+					
Реклама в журнале «Я покупаю»	+		+			+		
Печать листовок			+			+		

В таблице 3.2 отражен график ролика на радио «Европа+».

Выпуск журнала «Я покупаю»: Журнал выходит 2 раза в месяц. 1 выпуск – с 1–15 число, каждого месяца. 2 выпуск – с 16–30 число, каждого месяца.

Таблица 3.2 – График выхода ролика на радио «Европа+»

Часы ротации рекламного ролика	Время ротации: 1 раз в час на 20 минуте 1 раз в час на 50 минуте
I блок с 7.00–10.00	1 раз в час на 20 минуте
II блок с 12.00–14.00	1 раз в час на 50 минуте
III блок с 17.00–22.00	1 раз в час на 20 минуте

При разработке рекламной кампании, важно не только правильно разработать цель и стратегию рекламы, но и не забывать о возможностях в области финансирования, то есть разработки рекламного бюджета. Для рекламной кампании кафе «Пицца-Гранд», выбран метод исчисления от «наличных средств».

Этот метод заключается в том, что при составлении годового бюджета руководство анализируемого предприятия общественного питания выделяет определенное количество финансовых средств на проведение рекламных мероприятий.

При этом рассматривается бюджет, выделенный на рекламу, в предыдущем году. Если предназначенные на рекламную кампанию средства не были оприходованы, то они вычитаются из первоначальной суммы, полученный остаток и является бюджетом на рекламу в текущем году.

Вторым вариантом составления бюджета согласно данному способу является составление плана рекламных мероприятий с учетом тех финансовых средств, которые руководство планирует выделить. В данном случае главным является обоснование, каким образом будут распределены эти средства в ходе работы, то есть требуется детальный план мероприятий с указанием их точной стоимости.

При составлении собственной программы рекламных мероприятий, автором данного исследования выбран второй вариант этого метода, то есть составление плана мероприятий с учетом тех финансовых средств, которые руководство кафе «Пицца-Гранд» планирует выделить.

Охарактеризуем распределение рекламного бюджета в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Распределение рекламного бюджета предлагаемой рекламной компании

Вид рекламы	Характеристика	Временные рамки	Бюджет
Реклама в печатных изданиях	Ежемесячный журнал «Я покупаю». Модуль: 1 полоса	Срок публикации – 30 дней.	Бюджет: $3 \times 7\,000 = 21\,000$ руб.
Реклама на радио	3 блока в день	1-я и 3-я неделя в августе	Бюджет: $2 \times 10\,000 = 20\,000$
Рекламно–полиграфическая продукция	Визитные карточки, пластиковые карты–дисконт, сувенирные спички.	Срок исполнения – 30 дней.	Бюджет: 10 000 руб.
Имиджевая реклама	Папки меню. Макетирование, изготовление.	Срок исполнения – 60 дней.	Бюджет: 25 000 руб.
Презентация	Дегустация, памятные подарки.	Срок актуальности – 10 дней.	Бюджет: 15 000 руб.
Итого			91 000 руб.

Таким образом, исходя из проведённого анализа распределения рекламного бюджета, можно сделать вывод о том, что для проведения рекламной кампании необходимо – 91 тыс. руб.

Следующий этап разработки рекламной кампании – составление графика ее проведения – сколько, какой и когда рекламы можно дать. Предлагаемая рекламная кампания рассчитана на год. Предположим, что будущая рекламная кампания по интенсивности воздействия будет нарастающей. Пик рекламной кампании должен планироваться на конец лета.

3.2 Экономическая эффективность от предложенных мероприятий

Экономическая эффективность традиционно определяется соотношением результатов и затрат, обеспечивших достижение этих результатов. Под экономической эффективностью понимают результаты рекламы в стоимостном

выражении. Эти результаты могут характеризоваться улучшением показателей деятельности предприятия: ростом его выручки и увеличением прибыли.

Экономическую эффективность рекламы определяют, сопоставляя расходы на рекламу с размером дополнительной прибыли, полученной в результате роста выручки под воздействием рекламы. В случаях когда размер прибыли окажется больше общей суммы затрат на рекламу или же равной этой сумме, реклама считается экономически эффективной.

Абсолютно точно определить эффективность отдельных средств рекламы, рекламной кампании в большинстве случаев не представляется возможным. Однако приблизительные подсчеты оправдывают себя.

В результате рекламных мероприятий кафе «Пицца-Гранд» планирует увеличить выручку от оказываемых услуг на 30%.

Экономический результат определяется соотношением между прибылью от дополнительного товарооборота, полученного под воздействием рекламы, и, расходами на нее.

Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы определяется по формуле:

$$T_d = (T_c * П * Д) / 100, \quad (3.1)$$

где T_d – дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, руб;

T_c – среднедневной товарооборот до рекламного периода, руб;

$П$ – прирост среднедневного товарооборота за рекламный и послерекламный периоды, % (30%);

$Д$ – количество дней учета товарооборота в рекламном и послерекламном периодах.

Рассчитаем среднедневной товарооборот до рекламного периода:

$$T_c = 6728 / 365 = 18,433 \text{ тыс. руб.}$$

За показатель товарооборота взят показатель объема продаж за последний год, количество дней в отчетном периоде – 365.

Так как данная рекламная компания еще не проведена, то нет возможности точно узнать, на сколько процентов увеличится среднедневной

товарооборот после рекламной компании. Эту цифру мы можем только предположить. В 2018 г. среднее количество клиентов в день составило 53 чел., а средний чек - 348 руб. Предположим, что после осуществления рекламной компании, проведения акций и расширения меню кафе «Пицца-Гранд» количество клиентов возрастёт на 5%, а средний чек увеличится на 10%. Тогда среднедневной товарооборот увеличится на 15,50% (таблица 3.4).

Таблица 3.4 - Прирост среднедневного товарооборота за счёт проведения рекламной компании, новых акций и расширения ассортимента блюд в прогнозном периоде по сравнению с отчётным

Показатель	2018г.	Прогноз	Темп роста, %
1.Среднее количество посещений в день, чел.	53	56	105
2.Средний чек, руб.	348	382,8	110
3.Среднедневной товарооборот, руб. (стр.1*стр.2)	18444	21303	115,50

Таким образом, среднедневной объем продаж возрастет на 15,5 %. Следовательно, $\Pi = 15,5$.

Рассчитаем дополнительный товарооборот под воздействием рекламы за 3 месяца (2 месяца рекламной компании и дополнительно ещё один месяц, в течение которого ожидается клиентская активность).

$$T_{д3} = (18444 * 15,5 * 3 * 30 / 100 = 257,294 \text{ тыс. руб.}$$

Определим расчётную торговую наценку ($R_{тн}$) (3.2):

$$R_{тн} = T_n / (100 + T_n), \quad (3.2)$$

$$R_{тн} = 300 / (100 + 300) = 0,75.$$

Далее сопоставляется полученный эффект от проведения рекламного мероприятия с затратами на его осуществление (3.3):

$$\mathcal{E} = T_d * R_{тн} - I_p, \quad (3.3)$$

где \mathcal{E} – экономический эффект рекламирования, руб.;

T_d – дополнительный товарооборот от эффекта рекламирования, руб.;

$R_{тн}$ – расчётная торговая наценка;

I_p – расходы на рекламу, руб.

$$\mathcal{E}_3 = 257,294 * 0,75 - 91 = 101,97 \text{ тыс. руб.}$$

Дополнительно рассчитывается рентабельность рекламы, то есть отношение полученной прибыли к затратам на рекламу по формуле (3.4):

$$P = Э * 100\% / И, \quad (3.4)$$

где P – рентабельность рекламы, %

Э – экономический эффект рекламирования, руб.;

И – сумма расходов на рекламу, руб.

Рассчитаем рентабельность предложенной рекламы за 3 месяца:

$$P_3 = 101,97 * 100 / 91 = 112 \%$$

Все расчёты сведём в таблицу 3.5.

Таблица 3.5 – Эффективности проведения рекламной компании

Показатель	Ед. изм.	Расчет	Значение
1 Среднедневной товарооборот до рекламного периода	тыс. руб	6728/365	18,444
2 Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы	тыс. руб	(18,444*15,5/100*3*30)	257,294
3 Общие затраты на рекламу	тыс. руб	21+20+10+25+15	91
4 Экономический эффект от проведения рекламной кампании	тыс. руб	257,294 * 0,75 – 91	101,97
5 Рентабельность (эффективность) рекламной акции за 1 год, %	%	101,97 * 100 / 91	112

Итак, рассчитанная рентабельность рекламы составляет 123 %, что позволяет сделать вывод об эффективности рекламной компании.

Таким образом, на основании проведённых расчётов, считаем, что внедрение предлагаемых мероприятий позволит кафе «Пицца-Гранд» совершенствовать систему продвижения продукции и услуг на рынке общественного питания г. Барнаул и, соответственно, повысить экономическую эффективность своей деятельности.

II. Снижение себестоимости.

Одним из факторов, способствующих увеличению получаемой прибыли, является снижение ее себестоимости. Эффект снижения себестоимости может быть достигнут снижением расходов на аренду помещения.

Отметим, что немаловажной статьёй расходов организации в настоящее время является аренда офиса, зала, производственных и подсобных помещений, а также коммунальные платежи. К примеру, для ООО «Сабриночка», это сравнительно большие расходы: аренда площадей 205 м² составляет 92 тыс.руб. в месяц.

Однако часть площадей арендуемого помещения не используется вообще (1 кабинет офиса), или используется нерационально (1 кабинет офиса используется, как складское помещение).

Следовательно, автор считает рациональным отказаться от 50 м² площади офиса. Тогда сумма расходов на аренду снизится до значения около 70 тыс.руб. в месяц, а экономия составит:

$$92 - 70 = 22 \text{ тыс.руб. в месяц.}$$

или

$$22 * 12 = 264 \text{ тыс. в год.}$$

Себестоимость прогнозного периода рассчитаем, пропорционально себестоимости 2018 г. (90% от выручки) за вычетом экономии от аренды.

Тогда прогнозная себестоимость составит:

$$6113 * 0,9 - 264 = 6239 \text{ тыс.руб.}$$

III. Снижение прочих расходов.

В 2017 г. прочие расходы составили 179 тыс.руб., из которых 25 тыс.руб. было уплачено кадровому агентству «Persona» за услугу подбора персонала для организации.

Для того чтобы снизить прочие расходы, руководству ООО «Сабриночка» рекомендуется осуществлять поиск работников самостоятельно, используя профессиональные контакты и биржи труда в сети Internet.

Тогда в прогнозном периоде сумма прочих доходов уменьшится и составит:

179–25 = 154 тыс.руб.

Исходя из вышеизложенных расчётов, составим прогнозный отчёт о финансовых результатах ООО «Сабриночка»(таблица 3.6). При этом, текущий налог на прибыль рассчитаем исходя из ставки 20%

Таблица 3.6 – Динамика финансовых результатов ООО «Сабриночка»до и после реализации предлагаемых мероприятий

Показатель	2018 г.	Прогноз	Абсолютное отклонение Прогноз–2018, тыс.руб.	Темп роста/снижения, Прогноз/ 2018%
Выручка	6728	6985	257	103,82
Расходы по обычной деятельности	6113	6023	-90	98,52
Валовая прибыль	615	963	348	156,51
Коммерческие расходы	0	91	91	-
Прибыль от продаж	615	872	257	141,71
Прочие расходы	179	154	-25	86,03
Прибыль до налогообложения	436	718	282	164,57
Текущий налог на прибыль	118	144	26	121,61
Чистая прибыль	318	574	256	180,51

Данные таблицы 3.5 свидетельствуют о том, что в прогнозном периоде будет иметь место рост финансовых результатов, который выразится в увеличении выручки на 3,82 % (257 тыс.руб.), валовой прибыли – на 56,51 % (615 тыс.руб.), прибыли от продаж - на 41,71% (257 тыс.руб.) прибыли до налогообложения на 64,57% (282 тыс.руб.) и чистой прибыли на 80,51 % (256 тыс.руб.).

При этом в прогнозном периоде сумма чистой прибыли составит 574 тыс.руб.

Наглядно основные финансовые результаты отражены на рисунке 3.2, откуда видно, что темпы роста чистой прибыли опережают темпы роста выручки и себестоимости, что оценивается положительно.

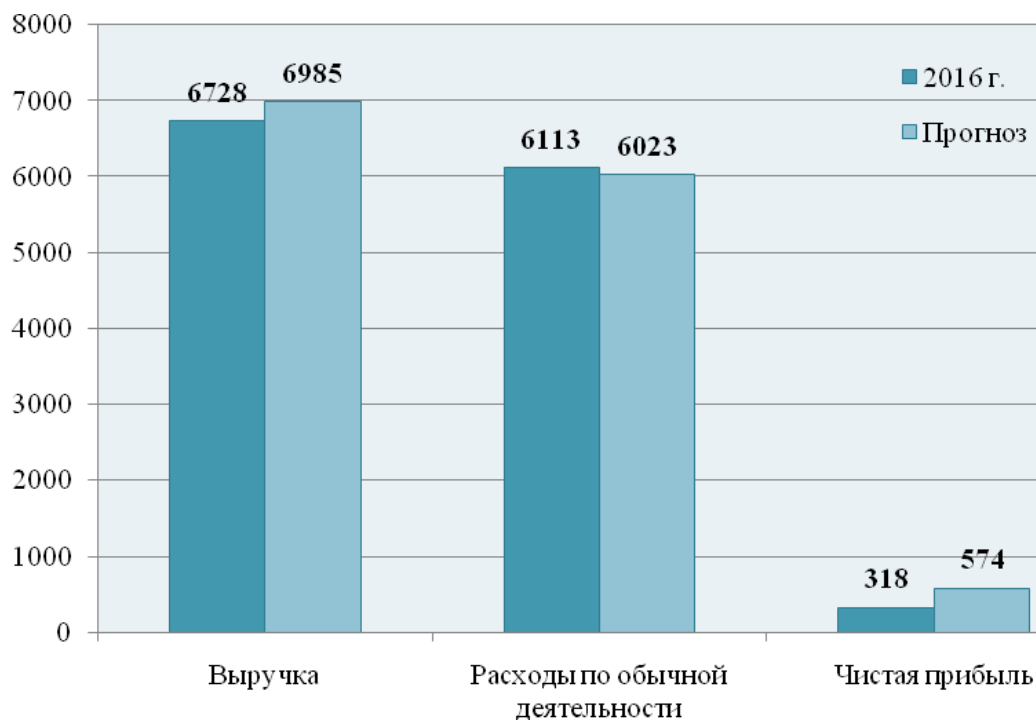


Рисунок 3.2 – Динамика выручки, расходов по обычной деятельности и чистой прибыли ООО «Сабриночка» до и после реализации предлагаемых мероприятий

Представим динамику показателей эффективности деятельности в прогнозном периоде по сравнению с 2018 г. (таблица 3.7, рисунок 3.3)

Таблица 3.7 – Динамика показателей рентабельности ООО «Сабриночка» до и после реализации предлагаемых мероприятий

Показатель	2018 г.	Прогноз	Абсолютное изменение, процентных пункта, Прогноз-2017
Рентабельность реализованной продукции	10,06	15,98	5,92
Рентабельность совокупных активов	3,62	6,53	2,91
Рентабельность оборотных активов	3,64	6,57	2,93
Рентабельность собственного капитала	17,25	31,13	13,88
Рентабельность продаж	4,73	8,22	3,49

Итак, рентабельность реализованной продукции в прогнозном периоде увеличится на 5,92 процентных пункта и каждый рубль себестоимости принесёт организации 15,98 коп. валовой прибыли.

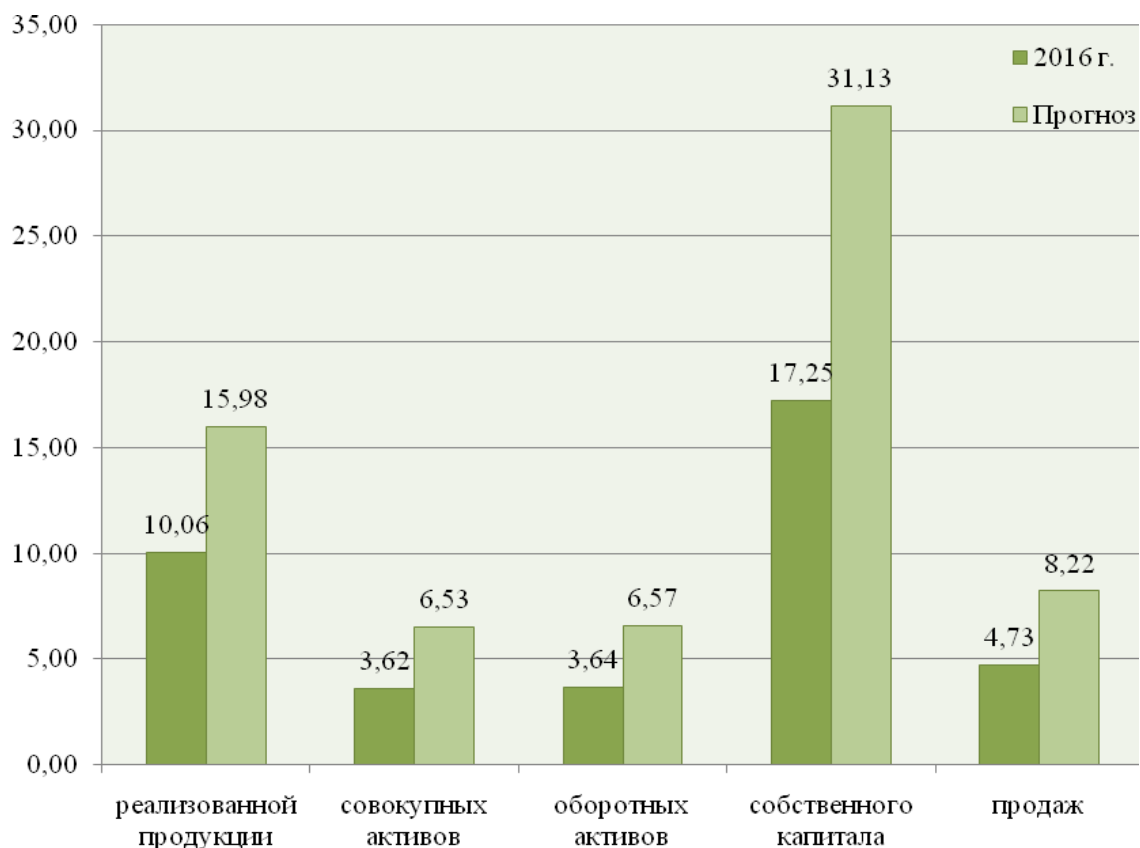


Рисунок 3.3 – Динамика показателей рентабельности ООО «Сабриночка» до и после реализации предлагаемых мероприятий

Рентабельность совокупных активов в прогнозном периоде вырастет на 2,91 процентных пункта и каждый рубль имущества принесёт организации 6,53 коп. чистой прибыли.

Рентабельность внеоборотных активов находится на очень высоком уровне вследствие отсутствия основных средств.

Рентабельность текущих активов в прогнозном периоде увеличится на 2,93 процентных пункта и каждый рубль оборотных средств принесёт организации 6,57 коп. чистой прибыли.

Рентабельность собственного капитала в прогнозном периоде вырастет на 13,88 процентных пункта и каждый рубль собственных средств, вложенных в имущество, принесёт организации 31,13 коп. чистой прибыли.

Рентабельность продаж по прогнозу увеличится на 3,49 процентных пункта и каждый рубль выручки принесёт ООО «Сабриночка» 8,22 коп. чистой прибыли.

Таким образом, данные таблицы 3.7 и рисунка 3.3 подтверждают необходимость внедрения предложенных для ООО «Сабриночка» мероприятий по повышению эффективности деятельности организации. Поскольку, исходя из представленных данных, финансовая отдача от вложенных средств в прогнозном периоде существенно увеличится.

Рассмотрим динамику показателей абсолютной ликвидности и финансовой устойчивости ООО «Сабриночка» (таблица 3.8, рисунок 3.4).

Таблица 3.8 – Динамика показателей финансовой устойчивости и ликвидности ООО «Сабриночка» до и после реализации предлагаемых мероприятий

Показатель	Нормативное значение	2018 г.	Прогноз	Абсолютное отклонение, 2018	Прогноз
Коэффициент абсолютной платежеспособности	0,2-0,4	0,14	0,24	0,10	
Коэффициент автономии	$\geq 0,5$	0,21	0,28	0,07	

Рассчитанные показатели свидетельствуют об увеличении рассмотренных показателей в прогнозном периоде по сравнению в 2018 г. При этом коэффициент абсолютной ликвидности войдёт в рекомендуемый в научной литературе диапазон. То есть, 25% наиболее срочных обязательств ООО «Сабриночка» будут обеспечены наиболее ликвидными активами - денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями.

Показатель финансовой устойчивости в прогнозном периоде составит 0,28, что выше значения 2018 г., но, тем не менее, всё ещё не входит в нормативный диапазон ($\geq 0,5$). Однако при устойчивой динамике роста чистой прибыли в последующие отчётные периоды, данный показатель также имеет все шансы выйти на приемлемый уровень через несколько лет.

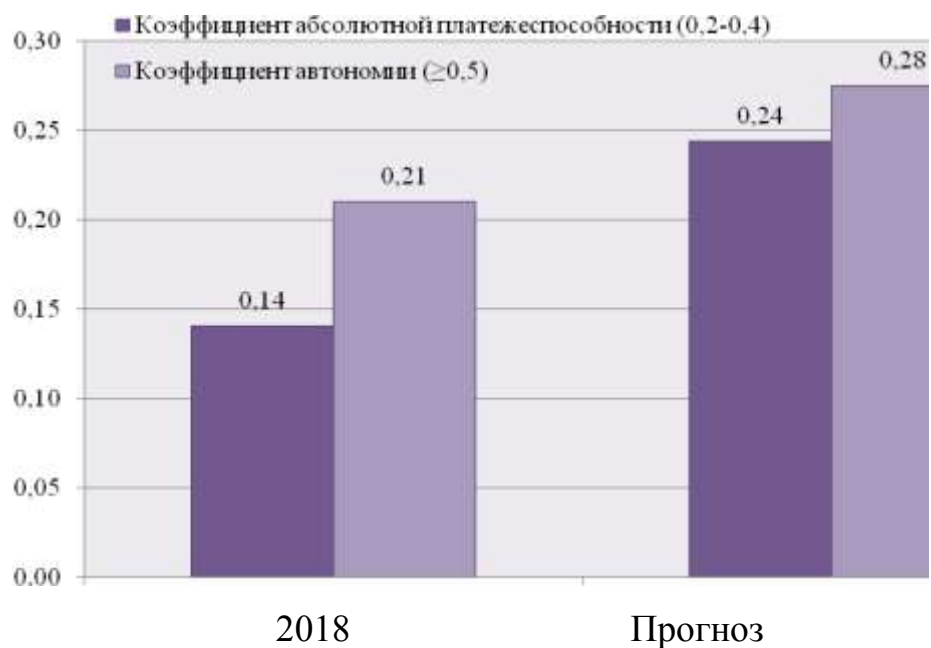


Рисунок 3.4 – Динамика показателей ликвидности и финансовой устойчивости ООО «Сабриночка» в 2018 г. и в прогнозном периоде

Итак, в данном разделе автором выпускной квалификационной работы были разработаны рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия ООО «Сабриночка». К ним следует отнести такие мероприятия, как:

- увеличение выручки посредством разработки и реализации рекламной компании, что позволит повысить товарооборот на 257 тыс.руб.;
- снижение расходов по обычной деятельности посредством уменьшения арендуемого помещения и затрат на него, что позволит сократить затраты на 264 тыс. руб. в год;
- уменьшение прочих расходов посредством отказа от аутсорсинга в сфере подбора персонала, что позволит сократить затраты на 25 тыс. руб. в год.

Данные мероприятия дадут возможность повысить чистую прибыль на 256 тыс.руб., увеличить показатели рентабельности в почти в 2 раза, кроме того, увеличатся и значения финансовой устойчивости и абсолютной ликвидности, что позволит ООО «Сабриночка» стать более привлекательным в глазах кредитных учреждений, потенциальных партнёров и инвесторов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экономическая эффективность включает в себя аспекты эффективности технико-экономической и социально-экономической, то есть отражает и уровень эффективности использования производственных сил общества, и степень достижения цели производства.

Повышение экономической эффективности – одна из центральных проблем экономики.

Анализ деятельности ООО «Сабриночка» проведённый во второй главе выпускной квалификационной работы показал, что предприятие осуществляет деятельность в сфере общественного питания. Организационная структура имеет линейно-функциональный тип.

Основная цель предприятия состоит в получении прибыли посредством удовлетворения спроса населения на услуги общественного питания, а также осуществление экономических и социальных интересов руководства и сотрудников организации.

Анализ использования внеоборотных активов показал, что вследствие специфики деятельности ООО «Сабриночка» организация не имеет основных средств, поскольку всё имущество находится в аренде.

Анализ динамики персонала и эффективности его использования показал, что общая численность предприятия составляет 15 человек, которая не меняется на протяжении 2016-2018 гг. При этом численность принятых соответствует численность уволенных сотрудников.

Установлено, что удельный вес персонала женского пола преобладает в организации, что обусловлено спецификой её деятельности

Анализ движения кадрового состава говорит о том, что показатель текучести персонала незначительно увеличился в рассматриваемом периоде.

Оценка финансового состояния ООО «Сабриночка» позволила выявить, что предприятие финансово нестабильно, имеет проблемы с

платежеспособностью и не способно немедленно погашать кредиторскую задолженность.

Абсолютные финансовые результаты деятельности увеличились в рассматриваемом периоде. Рост чистой прибыли составил 17 тыс. (5,65 %), что, однако, коррелируется с темпами инфляции, а значит, не вполне может свидетельствовать о реальном увеличении эффективности деятельности ООО «Сабриночка».

При этом, необходимо отметить тот факт, что в 2016-2017 гг. имел место рост показателей рентабельности, а в 2017–2018 гг. снова произошло их падение. Причём показатели рентабельности опустились даже ниже уровня 2016г., что вызывает особые опасения и оценивается отрицательно.

Таким образом, анализ деятельности данной организации позволил выявить следующие проблемы:

- снижение показателей рентабельности;
- высокая финансовая зависимость;
- нарушенная ликвидность.

Всё вышесказанное указывает на необходимость разработки мероприятий по повышению эффективности функционирования объекта исследования.

Для повышения эффективности деятельности ООО «Сабриночка» необходимо найти пути роста чистой прибыли.

Основными направлениями увеличения финансовых результатов деятельности ООО «Сабриночка» являются:

увеличение товарооборота посредством увеличения количества посещений и средней суммы чека, чему будут способствовать разработки и осуществление рекламной компании, предложение клиентам промо-акций «Счастливые часы» «Спец-предложение от кафе «Пицца-Гранд», а также расширение ассортимента блюд в меню и разработка новых видов меню: «На завтрак» и «Детское».

Это позволит повысить товарооборот на 257 тыс.руб. при затратах на рекламную компанию в размере 91 тыс.руб., то есть её эффективность составит 112 %;

– снижение расходов по обычной деятельности посредством уменьшения арендуемого помещения и затрат на него, что позволит сократить затраты на 264 тыс. руб. в год;

– уменьшение прочих расходов посредством отказа от аутсорсинга в сфере подбора персонала, что позволит сократить затраты на 25 тыс. руб. в год.

Благодаря данным мероприятиям рост чистой прибыли в прогнозном периоде составит 276 тыс. руб. (темп прироста 80,51%).

В этом случае произойдёт повышение показателей рентабельности деятельности почти в 2 раза. За счёт роста чистой прибыли повысится финансовая устойчивость, а показатель абсолютной ликвидности войдёт в нормативный диапазон, рекомендуемый в экономической литературе.

Таким образом, можно сделать вывод, что предложенные автором направления являются рациональными и позволят повысить эффективность деятельности ООО «Сабриночка».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник/ В.В. Бузырев, И.П. Нужина. – М.: КРОНУС, 2017. – 336 с.
2. Анищенко, Ю.А. Методика оценки эффективности деятельности малого инновационного предприятия / Ю.А. Анищенко, М.А. Рагозина, М.В. Сафронов // *Фундаментальные исследования*. – 2017. – № 9–1. – С. 106–110.
3. Антохина, Ю.А. Стратегический выбор методов менеджмента для повышения эффективности деятельности торгового предприятия / Ю.А. Антохина, К.М. Гумбатов // *Экономика и экологический менеджмент*. – 2017. – №2. – С.48–55.
4. Барсукова, М.А. Прибыль как показатель экономического анализа конкурентоспособности торговой организации / М.А. Барсукова // *Экономические науки*. – 2016. – № 6 (91). – С. 151–153.
5. Барышев, С.Б. Концепция управленческого учета и анализа прибыли / С. Б. Барышев // *Бухгалтерский учет*. – 2016. – № 10. – С. 122–124.
6. Бланк, И.А. Основы финансового менеджмента. Т.1. / И. А. Бланк. – М.: Ника–Центр, 2017. – 516 с.
7. Вагазова, Г.Р. Сущность финансовых результатов деятельности предприятия / Г.Р. Вагазова, Е.С. Лукьянова // *Молодой ученый*. – 2017. – №11.3. – С. 13–15.
8. Волынчук, А.Б. Сравнительный анализ методов оценки эффективности деятельности в сфере грузоперевозок / А.Б. Волынчук, И.А. Крылова // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. – 2018. – № 2–4. – С. 511–516
9. Гаврилова, А.Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / А.Н. Гаврилова, Е.Ф. Сысоева, А.И. Барабанов. – М.: КноРус, 2017. – 432 с.

10. Галицкая, С.В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятий: учебное пособие / С.В. Галицкая. – СПб.: Питер, 2018. – 656 с.
11. Григорьева, Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: Учебник / Т.И. Григорьева. – Люберцы: Юрайт. – 2018. – 486 с.
12. Данилова, Н.Л. Методика анализа финансовых результатов производственного предприятия по данным бухгалтерской отчетности / Н.Л. Данилова // Научно–методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – № 12 (декабрь). – С. 36–40.
13. Дистергефт, Л.В. Результативность, эффективность, производительность или что необходимо измерять предприятию / Л.В. Дистергефт // Методы менеджмента качества. – 2017. – № 6. – С. 24–29.
14. Домрачева, М.А. Пути повышения эффективности работы предприятия / М.А. Домрачева // Научное сообщество студентов : материалы XIV Междунар. студенч. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 26 мая 2017 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. – С. 205–208.
15. Ефимова, О.В. Финансовый анализ / О.В. Ефимова. – М.: Бухгалтерский учет, 2017. – 528 с.
16. Жегалина, А.С. Ключевые показатели эффективности деятельности предприятия / А.С. Жегалина // Молодой ученый. – 2018. – №21. – С. 358–360.
17. Илюшина, О.С. Анализ методических подходов к оценке экономической эффективности деятельности предприятия / О.С. Илюшина, Ю.К. Стуколова // Молодой ученый. – 2017. – №19. – С. 127–131.
18. Каплан, Роберт С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Каплан, Роберт С., Нортон, Дейвид П.. – М.: Олимп–Бизнес, 2018. – 304 с.
19. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент; теория и практика. – 3–е изд., перераб. и доп. / В.В. Ковалев. – М.: ТК Велби, Изд–во Проспект, 2018. – 1104 с.

20. Колчина, Н.В. Финансы организаций (предприятий): учебник для студентов вузов / Н.В. Колчина. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2017. – 383 с.
21. Колачева, Н.В. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа / Н.В. Колачева, Н.Н. Быкова // Вестник НГИЭИ. – 2017. – № 1(44). – С. 29–35.
22. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия). – 2-е изд. / В. В. Коршунов– М.: Юрайт, 2013. – 434 с.
23. Крылов, Э.И. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции: Учебное пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власова, И.В. Журавлева. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 720 с.
24. Кулешова, Т.А. Резервы повышения эффективности деятельности предприятия / Т.А. Кулешова // Интернет–журнал «Науковедение». – Том 8, №2 - (2018) [Электронный ресурс] Электрон. дан. – Москва, 2018. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/79EVN216.pdf>, свободный. – Загл. с экрана. – (дата обращения: 12.04.2019).
25. Кургузова, Е.В. Рентабельность активов и капитала / Е.В. Кургузова // Концепт. – 2018. – №34. – С. 181–186
26. Лаврова, О.В. Влияние факторов на формирование прибыли хозяйствующих субъектов Хабаровского края/ О.В. Лаврова // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». – 2013. – Том 4. – № 4. – С. 141–146. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles/2013/TGU_4_51.pdf, свободный. – (дата обращения: 13.05.2019).
27. Лелькова, Т.Э. Методики анализа финансовых результатов // Молодой ученый. – 2017. – №11. – С. 231–234.
28. Марр, Б. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер / Б. Марр. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2016. – 344 с.
29. Мартянова, О.В. Анализ эффективности деятельности организации / О. В. Мартянова // Бухгалтерский учет. – 2017. – № 5. – С. 123–125.

30. Мешкова, Г.В. Основные подходы к анализу эффективности деятельности предприятия в условиях рыночной экономики / Г.В. Мешкова // Финансы и кредит. – 2018. – №4(46). – С. 63–67.

31. Наумова, Л.Г. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации / Л.Г. Наумова [Электронный ресурс] Электрон. дан. – Москва, 2018. – Режим доступа: <http://eprints.tstu.tver.ru/406/1/1.pdf>, свободный. – Загл. с экрана. – (дата обращения: 12.05.2019).

32. Панфиль, Л.А. Оценка эффективности деятельности предприятия / Л.А. Панфиль, Е.Э. Муртазина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2018. – № 6–4. – С. 753–756.

33. Парменгер, Д. Ключевые показатели эффективности. Разработка, внедрении применение решающих показателей / [Пер. с англ. А. Платонова]. – М.: ЗАО «Олимп–Бизнес», 2017. – 288 с.: ил.

34. Русак, Н.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования: Справ. Пособие / Н.А. Русак, В.А. Русак. – М.: Высшая школа, 2017. – 309 с.

35. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. – М.: НИЦ ИНФРА–М, 2018. – 608 с.

36. Саргсян, А.С. Анализ рентабельности и факторов ее изменения / А.С. Саргсян // Студенческий форум: электрон. научн. журн. – 2017. – № 3(3) [Электронный ресурс] / Электрон. дан. – Москва, 2017. – Режим доступа: <https://nauchforum.ru/journal/stud/3/19240>, свободный. – Загл. с экрана. – (дата обращения: 13.04.2019).

37. Сахапова, Г.Р. Направления повышения показателей рентабельности предприятия в условиях кризиса / Г.Р. Сахапова // Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 5 (часть 5). – С. 655.

38. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ: Учебное пособие / Н.Н. Селезнева, А.В. Ионова. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2017. – 624 с.

39. Толпегина, О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для бакалавров / О.А. Толпегина, Н.А.

Толпегина. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 672 с. – Серия : Бака– лавр. Базовый курс.

40. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов / Под ред. акад. Г. Б. Поляка. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2016. – 527 с.

41. Чернышева, Ю. Г. Анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Ю.Г. Чернышева, Э.А. Чернышев. – М.: ИКЦ МарТ, Ростов н/Д: МарТ, 2017. – 304 с.

42. Шарипова, А.Д. Анализ финансовых результатов организации / А.Д. Шарипова // Экономика и социум. – 2017. – №1(32). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_32/Sharipova%20A.D..pdf, свободный. – (дата обращения: 13.04.2019).

43. Шеремет, А.Д. Финансовые результаты хозяйственной деятельности экономического субъекта / А.Д. Шеремет // Аудит и финансовый анализ. – №2. – 2017. – С. 22–28.

44. Ющенко, А.А. Применение комплексной методики оценки финансового состояния в целях повышения эффективности управления организациями / А.А. Ющенко, Д.Н. Ющенко // Научно–методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – Т. 11. – С. 3091–3095.

Финансовая отчетность ООО «Сабриночка» за 2016-2018 гг.

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2018 г.

Пояснения	Наименование показателя	31	На 31 декабря	На 31 декабря
		На <u>декабрь</u>	20 <u>17</u> г.	20 <u>16</u> г.
	АКТИВ			
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы	50	50	50
	Запасы	7757	8181	7344
	Финансовые вложения	718	780	490
	Денежные средства	259	325	179
	БАЛАНС	8784	9336	8063
Пояснения	Наименование показателя	31	На 31 декабря	На 31 декабря
		На <u>декабрь</u>	20 <u>15</u> г.	20 <u>14</u> г.
	ПАССИВ			
	Капитал и резервы	1844	1525	870
	Кредиторская задолженность	6940	7811	7193
	БАЛАНС	8784	9336	8063

Отчет о финансовых результатах
за январь-декабрь 2017 г.

Наименование показателя	Январь–	Январь–
	За <u>декабрь</u>	За <u>декабрь</u>
	20 <u>17</u> г.	20 <u>16</u> г.
Выручка	7546	5739
Расходы по обычной деятельности	6700	5323
Прочие расходы	26	37
Текущий налог на прибыль	164	78
Чистая прибыль (убыток)	656	301

Отчет о финансовых результатах
за январь-декабрь 2018 г.

Наименование показателя	Январь–	Январь–
	За <u>декабрь</u>	За <u>декабрь</u>
	20 <u>18</u> г.	20 <u>17</u> г.
Выручка	6728	7546
Расходы по обычной деятельности	6113	6700
Прочие расходы	179	26
Текущий налог на прибыль	118	164
Чистая прибыль (убыток)	318	656

Выпускная квалификационная работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

« ___ » _____ 20__ г. _____
(подпись выпускника) *(Ф.И.О.)*