

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой ЭиМ

Т.Б.Коняхина
подпись инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Повышение эффективности деятельности торгового
предприятия ООО «АДИДАС»
тема

Руководитель _____ Т.Н. Плотникова
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ Д.А.Ерёмкина
подпись, дата инициалы, фамилия

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЕШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯИМЯ ...	7
1.1 Основные понятия эффективности деятельности	7
1.2 Критерии и показатели оценки экономической эффективности	13
1.3 Пути повышения эффективности деятельности предприятий.....	19
торговли	19
АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗФИНАНСОВО- ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АДИДАС»	27
2.1 Общая характеристика организации.....	27
2.2 Анализ финансовой деятельности.....	27
2.3 Анализ хозяйственной деятельности	41
2.4 Заключительная оценка финансово-хозяйственной деятельности организации	43
ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 ПРОЕКТ МЕРОПРИЯТИЙ ПО	46
ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АДИДАС»	46
3.1 Обоснование мероприятий проекта	46
3.2 Расчет предполагаемых затрат	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	67
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	69
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	73
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	75
ПРИЛОЖЕНИЕ В	77

ВВЕДЕНИЕ

В динамично развивающемся мире и современных быстроменяющихся условиях функционирования экономики страны, все предприятия и организации развивают различные направления повышения эффективности своей деятельности. Их руководящий состав приходит к тому, что необходимо осваивать новые технологии, искать резервы снижения себестоимости, повышать качество предоставляемых услуг или выпускаемой продукции, а также расширять ассортимент продукции или номенклатуру услуг.

Не каждая современная организация имеет неограниченные возможности роста эффективности предоставляемых услуг. Многие из них ограничены в своих действиях при привлечении дополнительных ресурсов. В связи с этим возрастает актуальность увеличения интенсивности использования уже имеющихся ресурсов в организации. Данный вопрос может быть решен посредством интенсификации деятельности организации, открытием новых направлений развития, применением инновационных методов управления. Это является возможным при наличии доступа современных руководителей к теории управления, а также опыту крупных отечественных и зарубежных организаций посредством применения нынешних каналов связи.

Главной целью выпускной квалификационной работы является повышение эффективности деятельности ООО «Адидас» путем освоения смежного направления деятельности.

Для достижения цели выпускной квалификационной работы необходимо решить следующие поставленные задачи:

- изучить теоретические аспекты эффективности: понятие, сущность, основные направления ее повышения, важнейшие показатели, как абсолютные так и относительные;

- проанализировать финансовую и хозяйственную деятельность исследуемой организации;
- выявить тенденции к развитию организации, сложившиеся при реализации основной деятельности;
- обосновать освоение нового направления деятельности ООО «Адидас»;
- рассчитать затраты на открытие выбранного направления повышения деятельности организации;
- спрогнозировать показатели эффективности деятельности организации от открытия нового направления.

Объектом исследования в выпускной работе выступает ООО «Адидас», основной деятельностью которого является реализация спортивной одежды, обуви и других сопутствующих товаров.

Предмет исследования – это разработка нового направления деятельности организации с целью повышению эффективности деятельности ООО «Адидас».

Выпускная квалификационная работа выполнена в полном объеме и состоит из введения, трех частей: теоретической, аналитической и проектной, заключения и библиографического списка.

В первой части разбираются основы эффективности с точки зрения теории, рассматриваются показатели эффективности, представляются основные факторы и источники повышения эффективности деятельности организации.

Вторая часть работы посвящена проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «Адидас»: охарактеризована организация, проанализирована бухгалтерская отчетность, изучены аспекты управленческого учета и выявлены основные проблемы развития организации.

В качестве мероприятия по повышению эффективности деятельности ООО «Адидас» в проектной части работы предлагается открыть новое

направление деятельности – семейный фитнес-центр на базе магазина спортивной одежды. Освоение нового вида деятельности позволит не только повысить показатели финансовых результатов деятельности, но и выйти на новый уровень развития, привлечь новых клиентов в магазин спортивной одежды и обуви, обеспечит расширение инфраструктуры района города, в котором планируется открыть фитнес-центр.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЕШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯИМЯ

1.1 Основные понятия эффективности деятельности

Проблема обеспечения экономической эффективности любого торгового предприятия является ключевой, так как она отражает результативность его деятельности во всем комплексе и взаимодействии его ресурсов и стратегических направлений. В особенности актуальной эта проблема становится в условиях, когда экономика страны испытывает кризисные проявления, когда постоянно идет конкурентная борьба, в случае увеличения предпринимательских рисков и роста дефицита сырьевых ресурсов.

Экономическая эффективность, как сложная категория экономической науки, затрагивает все сферы практической деятельности человека, все стадии общественного производства и является основой для построения количественных критериев ценности управленческих решений. Категория «экономическая эффективность» включает в себя следующие наиболее существенные характеристики хозяйственной деятельности: целостность, многомерность, динамичность и взаимосвязанность ее различных сторон.

По мнению многих отечественных и зарубежных экономистов-аналитиков современная экономика требует разработки нового подхода к понятию экономической эффективности, ориентирующейся на динамичное состояние предприятия с учетом взаимодействия компонентов социальной и экономических структур [6].

Обзор доступной экономической литературы по вопросам оценки эффективности деятельности предприятий показал, что набор показателей и методика их расчета представлены достаточно широко по отдельным видам ресурсов и отдельным обобщающим показателям эффективности. При этом большинство показателей построено на основе ресурсного подхода, что

приводит к ограниченности результатов оценки в части эффективности затрат предприятия. В настоящее время нет единства подходов к определению эффективности, характеристике ее видов в зависимости от различных признаков, классификации показателей эффективности. Несмотря на проведенные исследования, в области определения эффективности отсутствует обобщенная система показателей оценки эффективности [2].

Необходимо четко представить и различать содержание понятия «эффект» и «эффективность»:

1. Эффект является абсолютной величиной, которая показывает результат конкретного процесса определенной деятельности. В качестве эффекта в деятельности предприятия может выступать объем товарной продукции, объем реализованной продукции, финансовый результат от обычной деятельности, чистая прибыль. Следует отметить, что сама по себе абсолютная величина не дает полного представления об изучаемом явлении.

2. Эффективность – это относительная величина, позволяющая охарактеризовать результативность деятельности любого предприятия. Другими словами, один и тот же результат можно получить с помощью разных затрат и, наоборот, используя одинаковые затраты (ресурсы), можно получить разные результаты. В связи с этим помимо определения абсолютной величины эффекта необходимо сопоставлять данный эффект с затратами на его достижение [5].

Рассмотрение эффективности с точки зрения целей и ресурсов концентрируется на двух условиях: достижения цели является необходимым условием эффективной деятельности предприятия, и результативное использование ресурсов является необходимым, но не достаточным условием для эффективности.

В экономической науке понятие «эффективность» как экономическая категория сформировалось в конце 20-х годов XX в. Тогда существовали различные подходы к пониманию сущности и роли стоимостной категории в

деле регулирования хозяйственных процессов, что отражало различные взгляды на использование товарно-денежных отношений.

Свое дальнейшее развитие теория эффективности нашла при составлении и оценке первых годовых и пятилетних планов, где производительность труда, себестоимость продукции утверждались, в качестве обязательных плановых заданий [2].

Наибольшее развитие теория эффективности в ее современной трактовке получила в конце 50-х и в первой половине 60-х годов, когда были опубликованы работы академиков С.Г. Струмилина, Т.С. Хачатурова, С.С. Сергеева и другие. В настоящее время теория эффективности развивается в различных аспектах, которые находят отражение в трудах ведущих ученых-экономистов всех направлений.

Экономические словари под эффективностью понимают соотношение эффекта (или достигнутого результата) и затрат на его получение. В свою очередь эффективность системы представляет собой свойство системы, заключающееся в достижении поставленной цели [1,3].

Большинство авторов [3,4,5] утверждают, что эффективность любой деятельности принято выражать с помощью отношения результата к затратам. Целевая ориентация такого отношения – стремление к максимизации. При этом ставится задача максимизировать результат, приходящийся на единицу затрат. Возможно и обратное соотношение, когда показатель затрат относят к показателю результата. В этом случае сравнительный показатель минимизируется.

В самом узком понимании эффективность – способность системы (не только экономической системы, но и иной, технической, социальной) в процессе ее функционирования производить экономический эффект (потенциальная эффективность) и действительное создание такого эффекта (фактическая эффективность) [5]. Мнения экономистов по данному вопросу расходятся, так как данная трактовка является не применимой в контексте

экономической эффективности предприятия, так как не учитываются условия, поставленные цели, при которых достигается эффект.

Наиболее широкую трактовку эффективности дает А.Н. Асаул. Он определяет эффективность как качественную категорию, связанную с интенсивностью развития предпринимательства. Она отражает глубинные процессы совершенствования, происходящие во всех его элементах. Такая трактовка эффективности не противоречит узконаправленному ее пониманию. Широко известны показатели эффективности производства: его результативность, интенсивность функционирования системы, степень достижения цели, уровень организованности системы [4]. Это свидетельствует, с одной стороны, о многогранности категории эффективности, с другой – о сложности ее представления в показателях и измерителях.

В свою очередь Л.И. Лопатников при определении экономической эффективности деятельности считает необходимым рассмотреть категорию «эффективность экономических решений» (мероприятий), принимаемых в процессе экономической деятельности предприятия, и определяет ее как меру изменения эффективности рассматриваемой экономической системы в результате реализации оцениваемых решений (мероприятий). В хозяйственной практике обычно характеризуется дополнительным экономическим эффектом, получаемым за некоторый интервал времени (плановый горизонт, расчетный срок, определенный год) с учетом вероятностного характера последствий принимаемых решений [5].

Как считает О.Г. Туровец [6], «основное содержание эффективности производственной системы составляет реализация целей». При этом требование экономичности деятельности производственной системы предполагает установление определенного соответствия между результатами и затратами на их достижение.

Соотношение получаемых результатов и понесенных затрат описывается понятием эффективности. По мнению В.Н. Родионовой, главной

целью развития является обеспечение высокой экономической и социальной эффективности функционирования производственной системы [7].

По мнению Е. Н. Чижовой, «эффективность – это взаимосвязь научно-технического, социально-экологического и экономического эффектов. Каждый из этих эффектов является разным по своему качеству, их нельзя суммировать для получения обобщающего результата, так как каждый из них характеризует результат хозяйственной деятельности только по соответствующим критериям и показателям».

А. Томсон утверждает, что «эффективность – это отношение между количеством источников для производства, используемых предприятием, и качеством товара, произведенных при использовании данных источников».

Согласно мнения Д. Норты, «эффективность – это система, которая воспроизводит условия экономического роста, поскольку только экономически рост способствует увеличению благосостояния (богатства)».

Таким образом, экономическая эффективность предприятия – результативность форм, инструментов, методов и затрат на повышение эффективности в использовании ресурсов предприятия в инвестиционной, финансовой и производственной деятельности [8].

Поскольку предприятие является открытой системой и действует в пределах определенной национальной экономики, проблему эффективности его деятельности можно рассматривать с позиций разных заинтересованных сторон. Разновидности экономической категории эффективности представлены на рисунке 1.1.

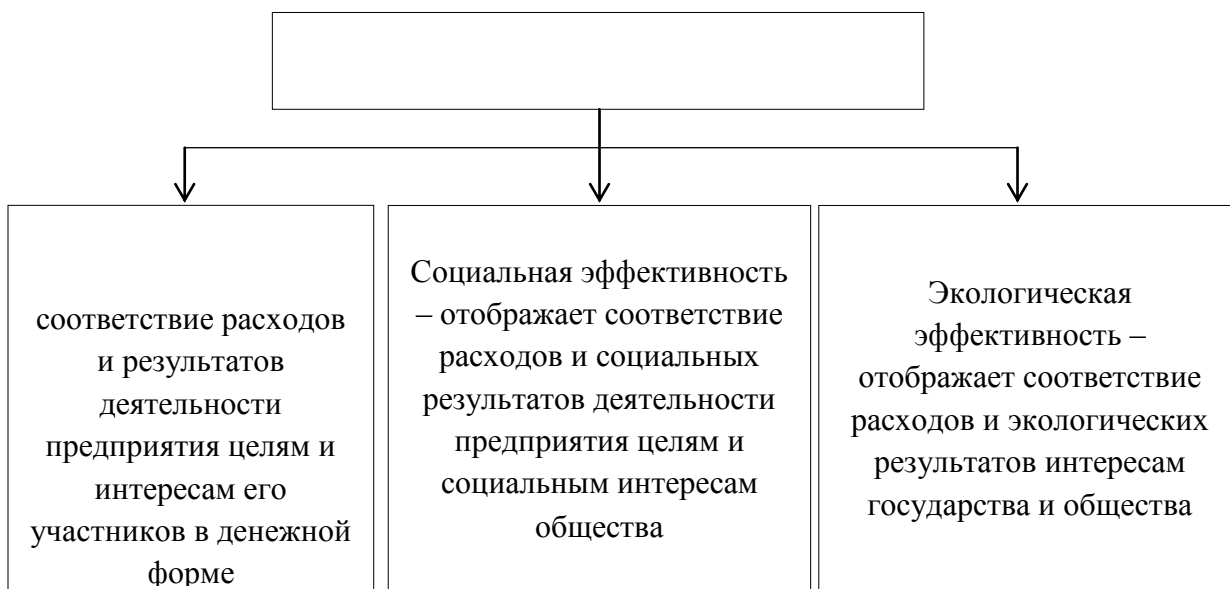


Рисунок 1.1 – Разновидности эффективности

Ведущие экономисты рекомендуют оценивать такие виды экономической эффективности, как:

- эффективность деятельности предприятия в целом;
- эффективность участия в капитале предприятия (эффективность собственного капитала владельца предприятия или эффективность инвестиций в уставный капитал предприятия его учредителей). Подобные расчеты осуществляются с целью подтверждения для каждого из участников целесообразности его участия в капитале предприятия и принадлежат к классу расчетов целесообразности инвестирования.

Рассмотрение проблемы эффективности с разных точек зрения и оценка ее для разных целей и пользователей информации определяют многовариантность подходов к определению эффективности деятельности предприятия.

Всегда есть искушение оценки лишь экономической эффективности на уровне предприятия как определенной системы. Однако не следует забывать, что предприятие является открытой системой, существует не изолировано, его деятельность должна быть гармонизированной с субъектами макро- и микросреды. На пути к повышению эффективности деятельности

необходимо минимизировать негативное влияние (при условиях, что такой имеет место) на окружающую среду и экономику государства.

1.2 Критерии и показатели оценки экономической эффективности

Во все времена торговля выступала самостоятельной отраслью экономики, другими словами, особым видом хозяйственной деятельности субъектов, занимающихся непосредственным обеспечением потребителей товарами и услугами.

Специфической чертой деятельности торговых организаций является то, что в их деятельности сочетаются операции производственного характера, такие как закупка, хранение, фасовка, упаковка, с операциями непроизводственного характера, связанными со сменой форм собственности, то есть непосредственно с реализацией продукции.

Для торговых предприятий важно своевременно определить стратегию управления запасами и нормативный уровень запасов, позволяющие высвободить значительные оборотные средства, замороженные в неликвидных запасах, что в конечном итоге повышает эффективность деятельности предприятия.

Управление запасами состоит в формировании такой структуры запасов, и определении такого порядка пополнения и расходования запасов, при которых затраты на их хранение будут минимальными, а прибыль от реализации товаров – максимальной.

Основным показателем, характеризующим эффективность деятельности торговых предприятий, является розничный оборот, который представляет собой объем проданных товаров в денежном выражении за определенный период времени и рассчитывается по формуле 1.1.

$$Q = Z_n + P - V - Z_k, (1.1)$$

где Q – объем реализации (розничный оборот);

Z_n – запасы товаров на начало периода;

P – поступление товаров;

V – прочее выбытие товаров;

Z_k – запасы товаров на конец периода.

Для оценки уровня эффективности нужны как финансовые, так и нефинансовые показатели оценки эффективности. Сущность проблемы повышения эффективности заключается в том, чтобы на каждую единицу расходов достичь максимального результата. Оценка эффективности деятельности предприятия осуществляется с помощью определенных количественных характеристик, которые отображают соответствие результатов и расходов предприятия целям деятельности, а также некоторых качественных характеристик. Каждое предприятие в соответствии с интересами и целями деятельности по критерию эффективности формирует систему конкретных прямых показателей оценки уровня эффективности, по которым оценивается соответствие целям и интересам.

Прямой показатель оценки уровня эффективности определяются по формуле 1.2.

$$\text{Прямой показатель эффективности} = \frac{\text{Результат}}{\text{Затраты}} \quad (1.2)$$

В некоторых случаях расходы и результаты трудно связать в пределах одного периода. При оценке эффективности необходимо учитывать, что расходы предприятия, связанные с его деятельностью, могут быть осуществлены в разные периоды времени, а моменты достижения результатов могут не совпадать с моментами осуществления расходов. Поэтому при оценке эффективности имеет значение не только общая величина расходов и результатов, но и распределение их во времени. Не все расходы можно определить в стоимостном выражении, например, усилие менеджмента по налаживанию связей, повышению репутации предприятия и тому подобное нельзя определить количественно, однако именно они могут привести к росту результата в будущем.

Регламентированной и четкой системы показателей с заданными количественными значениями их параметров, позволяющих оценить эффективность деятельности предприятий разных по видам экономической деятельности, формой собственности, размерам и целям деятельности, до настоящего времени не разработано.

Собственника предприятия интересует не только проблема повышения эффективности деятельности предприятия, но и рост стоимости и капитализации бизнеса, по какой цене, в случае необходимости, его можно продать. Осуществлять оценку предприятия необходимо параллельно с расчетами эффективности его деятельности. Динамика роста стоимости предприятия опосредствовано отображает рост эффективности его функционирования, поскольку рост стоимости предприятия может происходить за счет, в том числе и реинвестируемой прибыли, действия факторов нематериального характера, которые не поддаются стоимостной оценке в структуре расходов периода. В случае, когда собственник предприятия не направляет прибыль на выплату дивидендов, а реинвестирует ее, для опосредствованного определения эффективности деятельности предприятия в долгосрочном периоде можно использовать темпы роста стоимости и капитализации предприятия.

Главной целью проведения оценки эффективности деятельности предприятия является выявление возможности его дальнейшего развития, определенного по результатам полного анализа финансово-хозяйственной деятельности, который необходимо проводить при помощи системы различных коэффициентов и показателей, которые способны в полной мере отобразить состояние и развитие объекта анализа.

Обзор экономической литературы показал, что набор различных коэффициентов и показателей, а также методика их расчета представлены достаточно широко именно по отдельным видам ресурсов и отдельным обобщающим показателям эффективности деятельности предприятия. При этом большинство показателей и коэффициентов основаны на ресурсном

подходе, что не позволяет в полной мере оценить результаты анализа затрат компании. Таким образом, в настоящий момент достаточно затруднительно выявить единый подход, направленный на выявление эффективности деятельности, классификации показателей [12].

При оценке эффективности различают разнообразные варианты сочетания принципов оценки, представленных на рисунке 1.2.

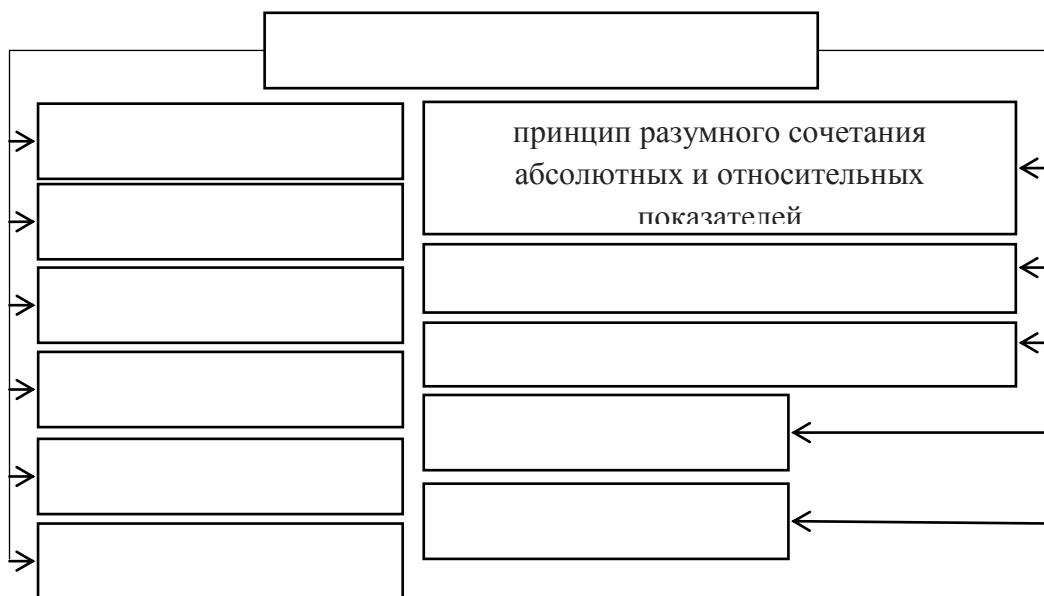


Рисунок 1.2 – Принципы оценки эффективности

Важнейшими показателями хозяйственной деятельности торговых организаций являются прибыль и рентабельность. Эти показатели и коэффициенты отражают всю полноту деятельности организации торговли: объем товарооборота, структуру и динамику розничного товарооборота, эффективность использования внутренних ресурсов, проведение политики по оптимизации функционирования предприятия [7].

Все факторы можно разделить на две основные группы:

1. Внутренние факторы влияют на рентабельность деятельности торговой компании и прибыль. Это ресурсные факторы, и факторы, взаимосвязанные с товарооборотом компании. К таким факторам следует отнести состояние ресурсов, условия использования и расходования ресурсов, величина и состав этих ресурсов.

К внутренним факторам целесообразно отнести следующее:

– структура товарооборота предприятия зависит от ширины ассортимента продукции. Если в общем товарообороте увеличивается доля товаров высокого качества, то это позволяет повысить долю прибыли в цене такого товара, поскольку такие товары приобретаются чаще именно как престижные и более удобные в использовании. В целом же расширение структуры товарооборота позволяет повысить рентабельность деятельности торгового предприятия;

– объем розничного товарооборота при постоянной доли прибыли в цене позволяет торговой компании получать большую сумму дохода;

– рациональная организация товародвижения способствует увеличению оборота товаров и минимизации текущих расходов торгового предприятия. Результатом этого является увеличение прибыли и доходов;

– организация технологического процесса реализации продукции и товаров;

– состав и численность персонала. При достижении торговой организацией определенного уровня, возникает необходимость корректировки состава и численности персонала. Уровень квалификации персонала, качество сервиса, и другие навыки, имеющие большое значение в торговле, способствуют увеличению прибыли компании;

– экономическое стимулирование персонала. Качественное стимулирование работы персонала может значительно повлиять на эффективность торгового предприятия в целом;

– производительность труда персонала торгового предприятия. Увеличению массы прибыли способствует рост производительности труда. Рост производительности труда способствует повышению рентабельности деятельности предприятия в целом;

– состояние технической базы, так как современная развитая база, имеющаяся на предприятии, способствует увеличению товарооборота. В

целом, увеличение товарооборота способствует увеличению прибыли повышению рентабельности;

- территориальное расположение торгового заведения оказывает непосредственное влияние на прибыль и доход предприятия;

- состояние основных средств, фондов предприятия.

- фондоотдача влечет за собой увеличение товарооборота;

- стоимость оборотных средств предприятия. Достаточный уровень прибыли обеспечивается большой суммой оборотных средств;

- политика ценообразования играет важную роль, так как сумма прибыли, получаемая компанией, зависит от размера прибыли, которая заложена в цену товара;

- управление дебиторской задолженностью. В современной экономике управление дебиторской задолженностью является очень важным моментом в управлении предприятием торговли. Уменьшение дебиторской задолженности позволяет ускорить оборот денежных средств, что непосредственно влияет на размер получаемой прибыли;

- политика экономии средств позволяет снизить затраты на реализацию, что позволит увеличить размер прибыли [3];

- деловая репутация торгового предприятия – это одно из нематериальных благ, представляет собой оценку профессиональных качеств предприятия. Это мнение потребителей данной организации о деятельности компании, ее возможностях на рынке. Каждое предприятие должно способствовать повышению уровня деловой репутации. Это позволит закрепить свое положение на рынке, увеличить размер получаемой прибыли и повысить рентабельность.

2. Внешние факторы, которые непосредственно влияют на размер прибыли предприятия торговли, включают в себя:

- емкость рынка, на котором работает торговое предприятие. От размера рынка напрямую зависит оборот товаров. Возможности предприятия по получению прибыли увеличиваются при увеличении емкости рынка;

– конкурентность на рынке. Развитие конкурентности способствует тому, что прибыль предприятия растет медленно, либо остается на прежнем уровне или снижается. Борьба на рынке с достаточно высоким уровнем конкуренции требует достаточных затрат от предприятия;

– уровень цен, задаваемый поставщиком продукции. Здесь очень важно иметь налаженные связи со стабильными поставщиками продукции, которые не злоупотребляют повышением цен на продукцию;

– цены на услуги сторонних предприятий. Повышение цен на услуги сторонних организаций, которыми приходится пользоваться, снижает рентабельность деятельности предприятия. К сторонним организациям относятся ремонтные, транспортные компании и прочие;

– профсоюзное движение. Имеет также большое значение, поскольку любая организация не хочет увеличивать расходы на оплату труда и всеми способами старается снизить эти расходы;

– работа общественных организаций, которые защищают права потребителей.

Вышеперечисленные факторы имеют значение в совокупности.

1.3 Пути повышения эффективности деятельности предприятий торговли

Суть проблемы повышения эффективности деятельности заключается в том, чтобы на каждую единицу расходов – трудовых, материальных и финансовых – достигать максимально возможного увеличения объема прибыли. Исходя из этого, единственным макроэкономическим критерием эффективности деятельности становится рост производительности общественного (живого и овеществленного) труда. Количественная определенность и содержание критерия отображаются в конкретных показателях эффективности производственно-хозяйственной и другой деятельности субъектов ведения хозяйства. Формируя систему показателей

эффективности деятельности субъектов ведения хозяйства, целесообразно придерживаться определенных принципов, а именно:

- обеспечение органической взаимосвязи критерия и системы конкретных показателей эффективности деятельности;
- отображение эффективности использования всех видов использованных ресурсов;
- возможности применения показателей эффективности в управлении разными звеньями деятельности в организации;
- выполнение ведущими показателями стимулирующей функции в процессе использования имеющихся резервов роста эффективности производства [4].

Комплексный анализ эффективности деятельности торговой организации предполагает:

- полноту его проведения как первый этап к достижению комплексности;
- взаимную связь и обусловленность отдельных направлений анализа, показателей и факторов торговли, комплексное выявление резервов, как по отдельным аналитическим показателям, так и по обобщающим показателям эффективности работы торговой организации;
- определение средств и путей реализации выявленных резервов [32].

Последовательность проведения комплексного анализа эффективности во многом определяется взаимосвязью показателей эффективности в их системе.

Схему анализа эффективности можно представить в виде следующих этапов:

1. Общая оценка эффективности, закономерностей и тенденций ее развития (анализ обобщающих показателей).
2. Анализ частных показателей эффективности.
3. Определение влияния основных торгово-экономических факторов на изменение эффективности.

4. Оценка интенсивности использования факторов, влияющих на эффективность.

5. Определение резервов роста и потенциально возможных уровней показателей эффективности.

6. Выбор путей реализации выявленных резервов.

7. Разработка рекомендаций по повышению уровня эффективности (снижению уровня текущих затрат и повышению эффективности использования примененных ресурсов) [32].

Достижение задачи повышения эффективности работы торговой организации невозможно без количественного измерения эффективности на основе системы показателей, а затем использования их в оценке, планировании и стимулировании деятельности организации.

Система показателей эффективности функционирования организаций торговли должна отвечать ряду требований:

1. Она с максимально возможной степенью должна отражать уровень использования всех экономических ресурсов.

2. Должна содержать несколько показателей, которые выражали бы главное качество этой системы и характеризовали эффективность торговли наиболее обобщенно (обобщающие показатели).

3. Иметь сквозные показатели для сравнительного анализа с системами более высокого порядка.

4. Система должна представлять собой комплекс показателей, находящихся во взаимосвязи и взаимозависимости.

Многие показатели эффективности не всегда отражают в себе критериальное соотношение эффективности (результата с ресурсами или затратами), но зато они помогают более объективно оценить эффективность в целом.

Система показателей экономической эффективности торговой организации в современных условиях претерпевает некоторые изменения, в силу того, что в условиях рыночной экономики на первый план в оценке

организаций торговли выходят показатели прибыли и того, что рыночная экономика предполагает наличие не только прибыльных организаций, но и убыточных.

Одним из признаков классификации показателей эффективности является степень обобщения оценки. Согласно этому признаку они подразделяются на обобщающие и частные. Обобщающие показатели экономической эффективности (коэффициенты эффективности) отражают критериальное соотношение показателей результатов деятельности организации к экономическим ресурсам или затратам на их достижение.

К обобщающим показателям экономической эффективности организаций относятся такие показатели как ресурсоотдача, ресурсоемкость, расходоотдача, расходоемкость, рентабельность текущих затрат, рентабельность совокупных ресурсов.

Для точности экономической обоснованности оценки эффективности организаций потребительской кооперации с многоотраслевым характером деятельности обобщающие показатели эффективности предлагаем рассчитывать в целом по организации, по торговой деятельности и по другим отраслям деятельности. Для расчета итоговых обобщающих показателей используются не совсем традиционные в настоящее время категории: валовая выручка, совокупные расходы. В стоимостном выражении валовая выручка исчисляется по формуле 1.3.

$$ВВ=ВР+ВД+ОД \quad (1.3)$$

где ВВ – валовая выручка;

ВР – выручка от реализации;

ВД – внереализационные доходы;

ОД – операционные доходы.

Совокупные текущие расходы рассчитываются по формуле 1.4.

$$СР=СБ+РР+ВР+ОР \quad (1.4)$$

где СР – совокупные расходы;

СБ – себестоимость произведенной продукции;

РР – расходы на реализацию продукции;

ВР – внереализационные расходы;

ОР – операционные расходы.

Показатель фондоотдачи является одним из обобщающих показателей эффективности торговли. Чем выше его значение, тем лучше осуществляется торговая деятельность и эффективнее используются экономические ресурсы.

Категория "рентабельность" отражает уровень прибыльности того или иного направления деятельности торгового предприятия. Один из критериальных показателей экономической эффективности – это ресурсорентабельность, показывает, ценой каких ресурсов организация достигла прибыли и в то же время насколько эффективно используются экономические ресурсы.

По нашему мнению расчет показателя итоговой рентабельности должен производиться по валовой выручке и прибыли от всех отраслей и видов деятельности, так как именно эти показатели отражают совокупный хозяйственный результат, то есть валовая выручка, и совокупный конечный финансовый результат, то есть прибыль. Показатель рентабельности целесообразно рассчитывать так же и по чистой прибыли, по формуле 1.5.

$$ИРч = \frac{ПЧ \times 100}{ВВ}, (1.5)$$

где ИРч – итоговая рентабельность, %;

ПЧ – чистая прибыль, ден.ед.

ВВ – валовая выручка.

Этот показатель более точно отражает эффективность работы организации в целом, так как показывает долю чистых доходов в выручке отчетного периода, часть прибыли, оставшуюся в организации после налогообложения и уплаты штрафных санкций.

Критериальными показателями эффективности труда являются показатели производительности труда. В отличие от традиционно рассчитываемого показателя производительности труда по товарообороту сегодня необходимо знать, сколько прибыли и чистой продукции зарабатывает организации каждый работник. Далее, необходимо динамику показателей производительности труда сравнивать с динамикой среднего дохода работника. Если темп роста среднего дохода выше темпа роста производительности труда - это говорит об отсутствии научного подхода к оплате труда в организации, которое может привести к потере мотивации труда, снижению результативных показателей организаций.

В таких условиях эффективность функционирования объектов розничной торговли становится решающим фактором их выживания. Следовательно, установление перспективных направлений повышения эффективности функционирования предприятий розничной торговли весьма актуально. Эффективность деятельности предприятий розничной торговли зависит от многих факторов, прежде всего, от объемов продаж, качества работы сотрудников, места расположения торговой точки [7]. Каждый предприниматель использует свои методы развития предприятия, однако, так или иначе, все они сводятся к трем большим группам: снижение коммерческих расходов; увеличение цены; наращивание объема продаж. Приведем основные направления совершенствования эффективности деятельности объектов розничной торговли, к которым можно отнести [5]: оптимизация работы с поставщиками, что вызывает необходимость диверсификации поставок. Например, разделение заказов между несколькими компаниями, что помогает магазину снизить зависимость от одного контрагента и избежать пустых полок. В связи с этим у торговых компаний возникает необходимость получения достоверных сведений о деятельности новых контрагентов. Оптимизация работы по формированию товарного ассортимента с учетом динамики спроса. Должен проводиться комплексный анализ покупок, оценка количества проданных единиц товара,

его оборачиваемость, сочетаемость с другими продуктами, сезонность и так далее. Важно правильно распределить ассортимент товаров в зависимости от доли в продажах и прибыли, которую они приносят, выявить неликвидные товары, занимающие складские помещения и полки магазина. Одним из путей работы с неликвидными товарами может стать организация акций с выдачей таких товаров в подарок за покупку других товаров. С точки зрения распределения площадей оптимальным считается 20 товарных позиций на один квадратный метр [8]. Установление эффективного графика работы объектов розничной торговли, удобного для ключевых клиентов. В то же время необходима оценка целесообразности, например, круглосуточной работы магазина с точки зрения дополнительных затрат на оплату труда работников в повышенном размере, а также на дополнительную охрану объектов. Автоматизация системы учета и выстраивание четкой системы логистики. Данные мероприятия позволят снизить закупочные цены, анализировать содержимое склада и давать информацию в режиме реального времени, оптимизировать складские остатки в магазинах, минимизировать количество персонала. Создание «программ лояльности». Они могут представлять собой акцию по собиранию «фишек», «наклеек» для буклета, который предоставляет торговая розничная сеть, чтобы покупатель смог приобрести товар из этого буклета по аукционным ценам. Такая промо-акция обычно приносит успех компании в виде высокого розничного торгового оборота и создает привязанность покупателей непосредственно к торговой сети. Программа лояльности позволяет выявлять предпочтения покупателей, удовлетворять их потребности с помощью адаптации ассортимента, предоставления индивидуального опыта совершения покупок каждому потребителю. Разработать рекламную кампанию. За счет проведения рекламной кампании предприятие получит дополнительную прибыль. Создание торговой сетью собственной торговой марки. Собственная торговая марка улучшает восприятие цен клиентами, благодаря возможности предложить покупателям качественные товары по низким ценам, разработать

уникальные предложения, которые будут выгодно отличают ассортимент торговой сети от брендов в других сетях. Повышение квалификации сотрудников. Управление торговым предприятием в условиях стремительного развития цифровых технологий требует от управленческого звена наличия совершенно новых компетенций, позволяющих эффективно использовать цифровые технологии в управлении бизнесом [12]. Таким образом, появляется острая необходимость в создании современных программ обучения управленческого звена розничной торговли, направленных на изучение цифровых технологий, внедрение которых позволит более эффективно управлять торговыми предприятиями. Современные программы обучения, связанные с использованием цифровых технологий, могут создаваться в трех основных направлениях: экономике, менеджменте и маркетинге, и содержать следующие дисциплины: диджитализация управления сбытовыми потоками; цифровые технологии в высокотехнологичном секторе; цифровой сервис как новый сегмент экономики; кибербезопасность и управление информационными системами; управление электронной коммерцией (цифровое предпринимательство); менеджмент цифрового бизнеса; маркетинг и PR в электронной коммерции и цифровом бизнесе; антикризисное управление цифровыми предприятиями; теория и практика стратегического управления цифровыми корпоративными структурами; цифровая (электронная) логистика. Данные дисциплины послужат формированию цифровых компетенций управленческого звена розничной торговли, а именно: уверенному и эффективному использованию информационно-коммуникационных технологий в процессе создания адаптивных систем управления сбытом.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АДИДАС»

2.1 Общая характеристика организации

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является ООО «АДИДАС», которое зарегистрировано 10 августа 1998 года по юридическому адресу: 121 614, город Москва, Крылатская улица, дом 15. Согласно данным ЕГРЮЛ учредителем ООО "Адидас" является одно иностранное юридическое лицо: АДИДАС АВСТРИЯ ГМБХ.

Целями основной деятельности ООО «Адидас» является торговая деятельность, направленная на удовлетворение потребностей покупателей в товарах спортивного и развлекательного назначения.

Основными конкурентами на российском рынке по данным сайта проверки и анализа российских юридических лиц являются такие крупные спортивные организации, как:

1. Компания Nike, основанная 25 января 1964 года под названием BlueRibbonSports, официально стала Nike в 1978 году.
2. PUMA – немецкая компания, основанная в 1948 г. в г. Герцогенаурах.
3. ASICS – производитель профессиональной спортивной экипировки из Японии, основанный в 1949 году в городе Кобе.
4. NewBalance – американский производитель спортивной одежды, обуви и инвенторя. Компания основана в 1906 году, как "New Balance Arch Support Company".

Организация осуществляет свою деятельность на всей территории Российской Федерации. Также действуют магазины «Адидас», «Rebook», дисконты в количестве 492 филиалов. По масштабам деятельности организацию можно признать крупной.

2.2 Анализ финансовой деятельности

Капитал представляет собой средства, которыми располагает организация с целью осуществления своей деятельности для получения максимальной прибыли. Он образуется за счет собственных и заемных источников. Для выполнения финансового анализа используем формы бухгалтерской отчетности за 2018 год: «Бухгалтерский баланс» Форма №0710001.

Агрегированный аналитический баланс ООО «АДИДАС», представленный в таблице 2.1, позволяет по внешним данным оценить масштабы деятельности организации и определить уровень его финансовой устойчивости.

Таблица 2.1 – Общий анализ структуры баланса за 2018 год

Актив	Сумма, тыс. руб.	%	Пассив	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	8 699 104,0	26,5	Собственный капитал	27 991 429,0	85,2
Оборотные активы	24 160 311,0	73,5	Заемный капитал	4 867 986,0	14,8
Баланс	32 859 415,0	100,0	Баланс	32 859 415,0	100,0

По данным агрегированного аналитического баланса ООО «АДИДАС», данные которого представлены в таблице 2.1, обладает устойчивым финансовым положением, так как собственный капитал преобладает над заемным капиталом на 23 123 443,0 тыс. руб., или 70,4 %.

Стоимость имущества организации составила 32 859 415 тыс. руб. в 2018 году. Увеличение стоимости имущества в 2018 году на 1 487 182 тыс. руб. по сравнению с 2017 годом объясняется увеличением суммы оборотных активов, в частности финансовых вложений, на 55,5 %. В составе актива баланса внеоборотные активы составляют 26,5 %, а 73,5 % приходится на оборотные активы. Увеличение оборотных активов является благоприятным для дальнейшего развития исследуемой торговой организации. При этом величина собственного капитала покрывает внеоборотные активы и частично

оборотные средства, что позволяет характеризовать деятельность организации как финансово-устойчивую.

За отчетный период предприятие получило положительный финансовый результат – прибыль в размере 1 616 618 тыс. руб., поэтому можно сделать вывод, что предприятие эффективно работает на рынке спортивных товаров.

С целью оценки масштабов деятельности торговой организации необходимо рассчитать коэффициент деловой активности по формуле 2.1:

$$K_o^{общ} = \frac{Bp}{B}, \quad (2.1)$$

где: Bp – выручка от продаж;

B – валюта баланса.

$$K_o^{2017} = \frac{40578958}{31372233} = 1,3$$

$$K_o^{2018} = \frac{40705698}{32859415} = 1,2$$

По результатам расчета коэффициента деловой активности можно сделать следующий: в 2018 году на 1 рубль вовлеченных в оборот организации средств приходится 1,2 руб. выручки, что говорит о высокой деловой активности организации. Показатель деловой активности за 2018 год снизился на 0,1 по сравнению с 2017 годом.

Капитал может быть рассмотрен с двух сторон: со стороны размещения – активы и со стороны источников формирования – пассивы. Целью анализа капитала является рассмотрение формирования и использования капитала в организации, а также выработка рекомендаций по его увеличению.

Актив баланса содержит сведения о размещении капитала, имеющегося в распоряжении организации, то есть о вложениях в конкретное имущество и материальные ценности, о расходах организации на реализацию товаров и об

остатках свободной денежной наличности. Размещение средств организации имеет очень большое значение в финансовой деятельности и повышении ее эффективности. От того, какие средства вложены в основные и оборотные средства, сколько их находится в сфере обращения, в денежной и материальной форме, насколько оптимально их соотношение, во многом зависят результаты производственной и финансовой деятельности. Проведем анализ активного капитала по данным документов бухгалтерской отчетности за 2017-2018 гг. Полученные данные представим в виде таблицы 2.2.

Таблица 2.2 – Структура имущества ООО «АДИДАС»

Актив	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего активов, в том числе:	31 372 233,0	100,0	32 859 415,0	100,0	1 487 182,0	4,7
внеоборотные, из них:	10 231 011,0	32,6	8 699 104,0	26,5	-1 531 907,0	-15,0
материальные	4 659,0	0,05	932,0	0,01	-3 727,0	-80,0
финансовые	10 226 352,0	99,9	8 698 172,0	99,9	-1 528 180,0	-14,9
оборотные, из них:	21 141 222,0	67,4	24 160 311,0	73,5	3 019 089,0	14,3
материальные	14 065 676,0	66,5	11 208 863,0	46,4	-2 856 813,0	-20,3
финансовые	7 075 546,0	33,5	12 951 448,0	53,6	5 875 902,0	83,0

Как видно из данных таблицы 2.2 в 2018 году в деятельность организации вовлечен капитал на общую сумму 32 859 415,0 тыс. руб. Анализируя показатели активов в динамике, можно отметить, что общая стоимость имущества возросла на 4,7 %, то есть масштабы деятельности торговой организации увеличились. Рост произошел за счет увеличения доли оборотных активов на 14,3 %, или 3 019 089,0 тыс.руб. в абсолютном выражении. Рассмотрим структуру и динамику внеоборотных активов ООО «АДИДАС» в таблице 2.3, где доля внеоборотных активов в общем объеме вовлеченных в оборот средств снизилась, а значит, уменьшилась доля более надежного капитала.

Таблица 2.3 – Структура и динамика внеоборотных активов

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы, всего, в том числе:	10 231 011,0	100,0	8 699 104,0	100,0	-1 531 907,0	-15,0
нематериальные активы	4 659,0	0,05	932,0	0,01	-3 727,0	-80,0
основные средства	8 447 480,0	82,6	7 515 755,0	86,4	-931 725,0	-11,0
отложенные налоговые активы	693 067,0	6,8	658 186,0	7,6	-34 881,0	-5,0
прочие внеоборотные активы	1 085 805,0	10,6	524 231,0	6,0	-561 574,0	-51,7

Сведения таблицы 2.3 позволяют сделать вывод о том, что доля внеоборотных активов в общем объеме вовлеченных в оборот средств в 2018 году снизилась на 15,0 %. Внеоборотные активы ООО «Адидас» за 2018 год в большей мере представлены основными средствами – 86,4 %. Также в структуру внеоборотных активов вошли отложенные налоговые активы – 7,6 %, прочие внеоборотные активы – 6,0 %. Незначительную долю занимают нематериальные активы – 0,01 %.

Об эффективности использования основных средств можно судить по факторному анализу, рассчитав показатели, представленные в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Структура и динамика внеоборотных активов

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонения
Фондоотдача	4,8	5,4	0,6
Фондорентабельность	0,2	0,2	0,0
Фондоемкость	0,02	0,4	0,38

Показатель фондоотдачи (таблица 2.4) в отчетном 2018 году увеличился. Это говорит о том, что основные средства использовались эффективнее, чем в 2017 году. Но при этом показатели высокие, что говорит о высоком уровне отдачи на основной капитал. Показатель фондорентабельности остался на прежнем уровне. Рост фондоемкости

говорит о том, что размер потребления основных фондов на единицу продукции увеличился на 0,38 рубля.

Показатели структуры и динамики оборотных активов представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Структура и динамика оборотных активов

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы – всего, в том числе	21 141 222,0	100,0	24 160 311,0	100,0	3 019 089,0	14,3
запасы	13 922 660,0	65,9	10 991 344,0	45,5	-2 931 316,0	-21,1
НДС по приобретенным ценностям	143 016,0	0,7	217 519,0	0,9	74 503,0	52,1
дебиторская задолженность	1 683 998,0	8,0	1 845 668,0	7,6	161 670,0	9,6
финансовые вложения	4 693 593,0	22,2	10 540 274,0	43,6	5 846 681,0	124,6
денежные средства	635 383,0	3,0	506 561,0	2,1	-128 822,0	-20,3
прочие оборотные активы	62 572,0	0,3	58 945,0	0,2	-3 627,0	-5,8

Из данных таблицы 2.5 видно, что объем оборотных активов увеличился на 14,3 %, что положительно сказывается на деятельности торговой организации. Большое влияние на состояние оборотных активов оказывает их оборачиваемость. Результаты представим в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Расчет общих показателей оборачиваемости оборотных активов

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонения
Выручка от продажи, тыс. руб.	40 578 958,0	40 705 698,0	126 740,0
Средние остатки оборотных средств, тыс. руб.	21 141 222,0	24 160 311,0	3 019 089,0
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,9	1,7	-0,2
Длительность одного оборота, дней	190,2	216,6	26,5

Из таблицы 2.6 видно, что за 2018 год выручка от продаж увеличилась на 126 740,0 тыс. руб. В течение 2018 года активы обернулись в 1,7 раза. Длительность прохождения средств по фазам кругооборота составила в 2018 году 216,6 дней.

Дебиторская задолженность – это часть капитала организации, находящаяся во временном пользовании ее партнеров и подлежащая возврату в товарной форме. Состояние дебиторской задолженности, показатели которой представлены в таблице 2.7, оказывает сильнейшее влияние на финансовое положение торговой организации.

Таблица 2.7 – Анализ дебиторской задолженности

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность	1 683 998,0	1 845 668,0	161 670,0	9,6

Анализ дебиторской задолженности, представленный в таблице 2.7, показал, что в 2018 году произошел рост дебиторской задолженности на 9,6 %. Данный фактор оказывает негативное влияние на деятельность исследуемой организации, так как большая доля капитала отвлекается из оборота.

Оборачиваемость дебиторской задолженности по выручке можно рассчитать по формуле 2.2.

$$K_{ДЗ}^{общ} = \frac{Вр}{ДЗ}, \quad (2.2)$$

где: $K_{ДЗ}$ – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;

$Вр$ – выручка от продаж;

$ДЗ$ – дебиторская задолженность.

Расположим данные о дебиторской задолженности и выручке организации в формуле 2.2, тем самым рассчитав показатели

оборачиваемости дебиторской задолженности в динамике за 2017 и 2018 годы.

$$K_{ДЗ}^{2017} = \frac{40578958}{1683998} = 24,1$$

$$K_{ДЗ}^{2018} = \frac{40705698}{1845668} = 22,1$$

По данным показателям можно сделать выводы о том, что дебиторский капитал в 2018 году обернулся 24,1 раза, что на 8,3 % медленнее, чем в 2017 году. При условии, если разделить 365 дней на рассчитанные коэффициенты за каждый год соответственно, то получим длительность оборачиваемости дебиторской задолженности в 2017 году 15 дней, а в 2018 году – 17 дней. Длительность одного оборота увеличилась на 2 дня, что связано с увеличением выручки и дебиторской задолженности в 2018 году.

Если в активе баланса отражаются средства организации, то в пассиве – источники их образования. Финансовое состояние организации во многом зависит от того, какие средства она имеет в своем распоряжении и куда они вложены. Анализ пассивного капитала проводится по форме № 0710001 «Бухгалтерский баланс».

В таблице 2.8 представлены показатели структуры и динамики пассивов.

Таблица 2.8 – Показатели структуры и динамики пассивов

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего источников, в том числе	31 372 233,0	100,0	32 859 415,0	100,0	1 487 182,0	4,7
собственных	26 373 025,0	84,1	27 991 429,0	85,2	1 618 404,0	6,1
заемных, из них:	4 999 208,0	15,9	4 867 986,0	14,8	-131 222,0	-2,6
долгосрочных	176 057	3,5	132 389,0	2,7	-43 668,0	-24,8
краткосрочных	4 823 151,0	96,5	4 735 597,0	97,3	-87 554,0	-1,8

Проанализировать источники капитала можно с помощью данных таблицы 2.8 и сделать вывод о том, что совокупный капитал организации увеличился на 4,7 %, что в большей мере обусловлено увеличением собственных источников. Увеличение собственного капитала на 6,1 % положительно сказывается на деятельности ООО «Адидас».

Положительно характеризует положение пассивов снижение суммы долгосрочных заемных средств на 24,8 %, что говорит о рациональном использовании средств. Структуру и динамику заемного капитала по категориям кредиторов представим в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Структура и динамика заемного капитала по категориям кредиторов

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Обязательства, всего, в том числе:	4 999 208,0	100,0	4 867 986,0	100,0	-131 222,0	-2,6
кредиты и займы	453 368,0	9,1	5 159,0	0,1	-448 209,0	-98,9
отложенные налоговые обязательства	176 057,0	3,5	132 389,0	2,7	-43 668,0	-24,8
кредиторская задолженность	4 349 097,0	87,0	4 729 851,0	97,2	380 754,0	8,8
прочие обязательства	20 686,0	0,4	587,0	0,01	-20 099,0	-97,2

Из данных таблицы 2.9 видно, что сумма заемного капитала предприятия в 2018 году снизилась на 2,6 %. При этом заемный капитал в 2018 году на 97,2 % состоит из кредиторской задолженности.

Финансовая устойчивость организации – это способность пассивов финансировать активы в пределах допустимых рисков. Мету расположенности к рискам характеризует структура баланса – она раскрывает обеспеченность предприятия надежными источниками финансирования. Финансовая устойчивость организации характеризуется состоянием финансовых ресурсов. Оценка финансовой устойчивости

организации начинается с исследования абсолютных показателей финансовой устойчивости.

Показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования, тыс. руб.

Показатели	2017 г.	2018 г.
Собственный капитал	26 373 025,0	27 991 429,0
Внеоборотные активы	10 231 011,0	8 699 104,0
Собственные оборотные средства	16 142 014,0	19 292 325,0
Долгосрочные пассивы	176 057,0	132 389,0
Собственные и долгосрочные источники	16 318 071,0	19 424 714,0
Краткосрочные кредиты и займы	433 493,0	-16 502,0
Общая величина основных источников	16 751 564,0	19 408 212,0
Общая величина запасов и затрат	14 065 676,0	11 208 863,0
Излишек (+) или недостаток (-) СОС	2 076 338,0	8 083 462,0
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников	2 252 395,0	8 215 851,0
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников	2 685 888,0	8 199 349,0

По данным таблицы 2.10 можно сказать, что источники собственных средств в 2018 году увеличились в общей сумме на 1 618 404тыс. руб., или на 6,1 %. Собственный капитал полностью покрывает внеоборотные активы. Положительным моментом в деятельности организации является то, что в 2018 году по сравнению с 2017 годом в 2,8 раза вырос излишек собственных оборотных средств. Из проведенного анализа можно сделать вывод, что организация находится в устойчивой финансовой ситуации. Это подтверждает и коэффициентный анализ. Анализ коэффициентов, представленных в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Расчет коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	Нормативное значение
Коэффициент автономии	0,8	0,9	0,01	≥ 0,5

Коэффициент обеспеченности запасов	1,1	1,7	0,6	$\geq 0,6$
Коэффициент обеспеченности оборотных средств	0,8	0,8	0,03	$\geq 0,1$
Коэффициент маневренности	0,6	0,7	0,1	$\geq 0,3$

По данным таблицы 2.11 видно, что все коэффициенты финансовой устойчивости за 2018 год удовлетворяют нормативным значениям, но при этом они все увеличились по сравнению с 2017 годом. Коэффициент автономии за анализируемый период увеличился незначительно. Значение коэффициента обеспеченности запасов собственными источниками формирования за 2018 год изменилось на 0,6 и составило 1,7. Это говорит о том, что 170,0 % потребности в запасах покрывается собственным оборотным капиталом организации. Рассчитанные коэффициенты выше нормативных значений, поэтому можно сделать вывод, что финансовая устойчивость организации находится на высоком уровне.

Финансовое состояние исследуемой организации определяется с помощью оценки ее платежеспособности. Оценка платежеспособности проводится с помощью коэффициентов платежеспособности, являющихся относительными величинами, а также отражающими возможность торговой организации погасить краткосрочную задолженность за счет тех или иных элементов оборотных средств. В таблице 2.12 приведена группировка статей баланса.

Таблица 2.12 – Группировка статей баланса, тыс. руб.

Актив	2017 г.	2018 г.	Пассив	2017 г.	2018 г.
Наиболее ликвидные активы, <i>Анл</i>	5 328 976,0	11 046 835,0	Наиболее срочные обязательства, <i>Пнс</i>	4 349 097,0	4 729 851,0
Быстро реализуемые активы, <i>Абр</i>	1 746 570,0	1 904 613,0	Краткосрочные обязательства, <i>Пкс</i>	453 368,0	5 159,0

Медленно реализуемые активы, <i>Амр</i>	14 065 676,0	11 208 863,0	Долгосрочные обязательства, <i>Пдс</i>	176 057,0	132 389,0
Трудно реализуемые активы, <i>Амр</i>	10 231 011,0	8 699 104,0	Постоянные пассивы, <i>Ппост</i>	26 393 711,0	27 992 016,0
Баланс	31 372 233,0	32 859 415,0	Баланс	31 372 233,0	32 859 415,0

Анализ ликвидности баланса, представленный в таблице 2.12, позволяет сравнить средства по активу с обязательствами по пассиву. Для определения ликвидности баланса ООО «Адидас» следует сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс считается абсолютно ликвидным, если имеют место соотношения: $A_{нл} > P_{нс}, A_{бр} > P_{кс}, A_{мр} > P_{дс}, A_{мр} < P_{пост}$.

Составим пропорции для оценки ликвидности баланса ООО «Адидас» за 2018 год:

$$11\,046\,835,0 > 4\,729\,851,0$$

$$1\,904\,613,0 > 5\,159,0$$

$$11\,208\,863,0 > 132\,389,0$$

$$8\,699\,104,0 < 27\,992\,016,0.$$

Баланс исследуемой организации можно признать абсолютно ликвидным. Выполнение четвертого условия свидетельствует о соблюдении минимального условия финансовой устойчивости – наличии в организации собственных оборотных средств, что уже показывал выше проведенный анализ.

Для правильного вывода о динамике и уровне платежеспособности торговой организации необходимо провести анализ по коэффициентам абсолютной, критической и текущей ликвидности. Результаты расчетов представим в таблице 2.13. Нормативные значения их приняты на основе мнений отечественных экспертов.

Таблица 2.13 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2017 г.	2018 г.	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	1,1	2,3	≥ 0,1
Коэффициент критической ликвидности	1,5	2,7	≥ 0,7-0,8
Коэффициент текущей ликвидности	4,4	5,1	≥ 1,2-1,5

Из данных таблицы 2.13 видно, что коэффициент абсолютной ликвидности за 2018 год 230,0 % текущих долгов могло быть погашено за счет денежных средств. Столь высокая платежеспособность удовлетворяет требованиям отечественных норм. С учетом суммы дебиторской задолженности, срочные обязательства обеспечены ликвидными активами на 270,0 %. Коэффициент текущей ликвидности в 2018 году соответствует предельным нормативным ограничениям и увеличился по сравнению с 2017 годом на 0,7.

К показателям эффективности деятельности торговой организации относится сумма полученной прибыли и коэффициенты, характеризующие рентабельность. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее ведет свою деятельность организация, тем устойчивее ее финансовое состояние. Проанализируем финансовые результаты деятельности ООО «Адидас» и представим результаты в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Финансовые результаты деятельности предприятия

Показатели	2017 г., тыс. руб.	2018 г., тыс. руб.	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	40 578 958,0	40 705 698,0	126 740,0	0,3
Себестоимость продаж	14 775 368,0	14 281 792,0	-493 576,0	-3,3
Валовая прибыль	25 803 590,0	26 423 906,0	620 316,0	2,4
Коммерческие расходы	25 671 331,0	23 648 674,0	-2 022 657,0	-7,9
Прибыль от продаж	132 259,0	2 775 232,0	2 642 973,0	1 998,3
Проценты к получению	223 728,0	439 826,0	216 098,0	96,6
Проценты к уплате	149 726,0	12 357,0	-137 369,0	-91,7
Прочие доходы	486 232,0	593 855,0	107 623,0	22,1
Прочие расходы	1 732 299,0	1 610 404,0	-121 895,0	-7,0

Прибыль (убыток) до налогообложения	-1 039 806,0	2 186 152,0	3 225 958,0	310,2
Текущий налог на прибыль	19 501,0	578 322,0	558 821,0	2 865,6
Чистая прибыль	-1 027 776,0	1 616 618,0	2 644 394,0	257,3

По данным таблицы 2.14 видно, что на результат деятельности исследуемой торговой организации основное воздействие оказала выручка от продаж, которая увеличилась на 0,3 %, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности ООО «Адидас», при этом снизилась себестоимость продаж на 3,3 %. В 2017 году сформировался убыток, поскольку в организации возникли высокие коммерческие расходы, то в 2018 году организация получила положительный финансовый результат в виде чистой прибыли в размере 1 616 618,0 тыс. рублей. Поэтому можно говорить об эффективности деятельности организации.

С целью оценки результатов деятельности организации в целом необходимо синтезировать показатели таким образом, чтобы выявить причинно-следственные связи, влияющие на финансовое положение организации. Одним из таких синтетических показателей является рентабельность. Рассмотрим показатели рентабельности в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Показатели рентабельности, %

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	Отклонения
Рентабельность продаж	0,3	6,8	6,5
Рентабельность основной деятельности	0,9	19,4	18,5
Рентабельность активов	-3,3	6,7	10,0
Рентабельность собственного капитала	-3,9	5,8	9,7

Анализируя данные таблицы 2.15, можно отметить тенденцию к увеличению всех показателей рентабельности. Большое влияние на рентабельность оказал убыток, полученный в 2017 г., но за 2018 год ситуация изменилась, поэтому можно говорить об эффективности деятельности исследуемой организации. Необходимо сказать, что ООО «Адидас» – организация, обладающая

устойчивым финансовым положением, все исследуемые показатели рентабельности увеличились и характеризуют организацию с положительной стороны, поэтому ее деятельность можно признать рентабельной.

2.3 Анализ хозяйственной деятельности

Управленческий анализ – это процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей организации, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, а также выявление стратегических проблем.

Прибыль торговой организации непосредственно зависит от спроса на товарную продукцию и предоставляемые услуги, а спрос – от качества этой продукции. Основная деятельность ООО «Адидас» заключается в продаже товаров спортивного назначения, необходимых для удовлетворения разнообразных потребностей в спортивной одежде, обуви и так далее.

Результаты управленческого анализа должны направить персонал организации понять и принять необходимость внесения изменений. Важность и необходимость проведения управленческого анализа определяется также изменением парадигмы управления. Объемы реализации спортивной продукции по укрупненным группам ООО «Адидас» отражены в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Объемы реализации спортивных товаров ООО «АДИДАС», тыс. руб.

Наименование группы товара	2017 г.	2018 г.	Отклонения	
			Сумма	%
Одежда для мужчин	9 162 177,0	8 996 741,0	-165 436,0	-1,8
Одежда для женщин	10 931 182,0	10 589 630,0	-341 552,0	-3,1
Одежда для детей	6 199 622,0	6 289 201,0	89 579,0	1,4
Обувь для мужчин	4 322 338,0	3 992 148,0	-330 190,0	-7,6
Обувь для женщин	4 872 248,0	4 829 920,0	-42 328,0	-0,9
Обувь для детей	2 799 930,0	2 896 358,0	96 428,0	3,4

Аксессуары (перчатки, напульсники, бутылки для воды и прочее)	2 291 461,0	3 111 700,0	820 239,0	35,8
Всего	40 578 958,0	40 705 698,0	126 740,0	0,3

По данным таблицы 2.16 видно, что объемы реализации спортивной одежды и обуви, а также спортивных аксессуаров в 2018 году увеличились на 0,3 % по сравнению с 2017 годом. Наблюдается тенденция увеличения объемов реализации спортивных аксессуаров. Динамика реализации спортивных аксессуаров ООО «Адидас» представлена на рисунке 2.1.

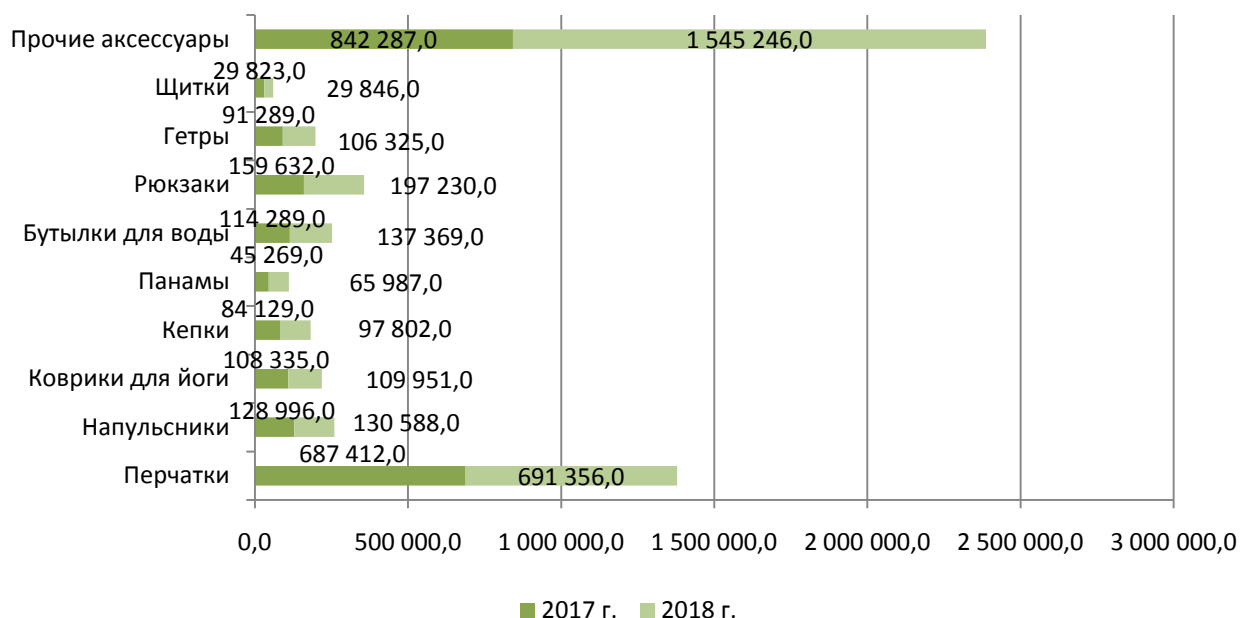


Рисунок 2.1 – Динамика объемов реализации спортивных аксессуаров, тыс. руб.

Как видно из рисунка 2.1 объемы реализации спортивных аксессуаров в ООО «Адидас» в 2018 году возросли на 820 239,0 тыс. рублей в абсолютном выражении, или на 35,8 %. Это самая динамично развивающаяся группа товаров, по ней произошли наибольшие изменения, поэтому динамика представлена на рисунке.

Управленческий анализ представляет собой систему учета, планирования, контроля, анализа доходов, расходов и результатов хозяйственной деятельности в необходимых аналитических разрезах, оперативного принятия различных управленческих решений в целях оптимизации финансовых результатов деятельности организации в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Главная цель управленческого анализа – оценить эффективность деятельности организации и выявить пути ее повышения, кроме того, оценить результаты производственно - хозяйственной деятельности, проанализировать ход выполнения производственной программы с целью прогнозирования возможных результатов, а также анализ производства и реализации продукции (услуг) с целью оперативного воздействия на ход деятельности организации. В связи с ограниченностью полученной информации в организации управленческий анализ в данной работе проведен лишь по объемам реализации.

2.4 Заключительная оценка финансово-хозяйственной деятельности организации

По результатам анализа деятельности организации можно прийти к заключению, что ООО «Адидас» относится к крупному размеру, так как объем капитала, вовлеченного в хозяйственную деятельность в 2018 году, составляет 32 859 415,0 тыс. рублей. Увеличение стоимости имущества в 2018 году на 4,7 % по сравнению с 2017 годом объясняется ростом суммы оборотных активов на 14,3 %.

Анализ активов показал, что масштабы деятельности исследуемой организации увеличились. Анализ размещенного капитала показал, что в 2018 году организация разместила 73,5, % привлеченных в свою деятельность средств в оборотные активы, а 26,5 % – во внеоборотные активы, что характерно для торговой организации.

Значительную долю оборотных активов составляют запасы (45,5 %) и финансовые вложения (43,6 %), а также дебиторская задолженность (7,6 %). Уменьшение запасов в 2018 году на 21,1 % свидетельствует о росте активности деятельности торговой организации. Выручка от продаж в 2018 году составила в денежном выражении 40 705 698,0 тыс. рублей, при этом произошло ее увеличение на 0,3 %. Данный факт свидетельствует о повышении эффективности деятельности организации. При этом себестоимость продаж снизилась на 3,3 %.

В результате проведенного анализа выяснилось, что ООО «Адидас» вела свою деятельность эффективно, так как в 2018 году получена чистая прибыль, которая составила в денежном выражении 1 616 618,0 тыс. руб.

Показатели рентабельности являются положительными в 2018 году, это характеризует деятельность организации как не рентабельную. По результатам деятельности организации можно сделать вывод, что в 2018 году ее деятельность была прибыльной.

В целом анализ финансово-хозяйственных показателей организации показал, что оно находится в устойчивом финансовом состоянии, имеет достаточно свободных денежных средств для расширения сферы своей деятельности.

2.5 Вопросы экологии

Спорт нуждается в чистой и здоровой окружающей среде, так же, как и окружающая среда не должна разрушаться, истощаться и деградировать под натиском спорта. Две тенденции характеризуют начало третьего тысячелетия: первая состоит в том, что глобальная человеческая экосистема находится в опасности вследствие серьезного дисбаланса в производстве и распределении товаров и услуг; вторая, так называемая "угрожающая", тенденция связана с ускоренными изменениями в крайне неравномерном экономическом и социальном развитии отдельных регионов. Этот процесс

нуждается в регулировании для предупреждения болезненных экологических и социальных катастроф.

Экологические тренды в моде с каждым годом становятся всё устойчивее. Масс-маркет выпускает капсульные коллекции, а на подиумах появляются модели в платьях из мусорных мешков или крышечек от газировки. Но кто сказал, что спортивная экипировка не может быть экологически чистой.

Несколько лет назад всемирно известная компания «Адидас» выпустила обувь, которая помогала предотвратить загрязнение водной поверхности Земли. Пара кроссовок сделана из пластиковых отходов, найденных в океане.

Для начала в качестве материала производители решили использовать береговой мусор и рыболовные сети, поднятые со дна. Одна из коллекций сделана как раз из таких браконьерских сетей, в которых гибли сотни морских жителей. Но самая оригинальная идея – это технология запоминания, которая позволит обуви сохранить морской аромат. Представители adidas рассказали, что продажи обуви из океанского пластика в 2017 году достигли миллионной отметки, а в этом они настроены добиться ещё более грандиозного числа продаж.

Ещё один проект в защиту экологии от adidas – Runfortheoceans. В июне 2018 года около 1 млн. человек пробежали более суммарно 12 млн. километров в защиту мирового океана и собрали миллион долларов для молодёжных образовательных инициатив ParleyOceanSchool. Проект прошлого года закончен, но это больше, чем движение. И никогда не поздно стать его частью. Вы можете проявить творческий подход, сплотить людей вокруг себя и запустите собственный сбор средств, чтобы поддерживать движение.

В ООО «Адидас» проводятся работы по охране окружающей среды, соответственно установленным требованиям законодательства. При организации мест временного хранения отходов приняты меры по

обеспечению экологической безопасности. Оборудование мест временного хранения проведено с учетом физико-химических свойств, реакционной способности образующихся отходов, а также с учетом требований соответствующих ГОСТов и СНИПов.

Таким образом, организация вопросами охраны окружающей среды занимается, но вместе с тем эту работу следует интенсифицировать, с тем, чтобы в большей степени обеспечить безопасность окружающей среды.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 ПРОЕКТ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АДИДАС»

3.1 Обоснование мероприятий проекта

В качестве дополнительных видов деятельности организации зарегистрирован такой вид, как деятельность фитнес-центров. ООО «Адидас» является успешной организацией на рынке спортивной женской и мужской, а также детской одежды. В Москве компания успешно ведет не только торговлю одеждой для занятия спортом и фитнесом, но и активно развивает фитнес-направление. Фитнес-центр открыт рядом с магазином спортивной одежды, что помогает извлечь дополнительную выгоду.

В связи с вышеизложенным в работе предлагается открытие семейного фитнес-центра в одном из крупных городов России. Семейный фитнес-центр будет функционировать от имени зарекомендовавшей себя организации и реализующей спортивную одежду, а также обувь для всей семьи.

Основная цель предлагаемого проекта заключается в получении дополнительной прибыли организации, а в результате – расширении масштабов ее деятельности. Коммерческий успех открытия семейного фитнес-центра обоснован тем, что в условиях современного ритма жизни многие отдают предпочтение вести здоровый образ жизни. А когда фитнес-центр удачно расположен, то это треть успеха такого проекта.

Популярность фитнеса ежегодно возрастает. А если это будет семейный фитнес-центр, расположенный рядом с магазином спортивной одежды, то это позволит увеличить продажи одежды для фитнеса и спорта разных категорий, спортивных аксессуаров и обуви.

Фитнес-центр предлагается расположить на территории арендованного помещения в городе Красноярск, предусматривающего ремонт и оснащение специализированным спортивным оборудованием. Инвестиционные издержки должны быть направлены в этом случае на аренду помещения, организацию пространства для тренировок и закупку необходимого оборудования.

Открытие семейного фитнес-центра нацелено на удовлетворение потребностей всех членов семьи в услугах тренеров, а также предоставление спортивных тренажеров и прочего спортивного инвентаря. Благодаря

семейному направлению в фитнес-центр одновременно привлекается не один клиент, а несколько.

Помещение фитнес-центра

Центр предлагается расположить в ТЦ «Июнь» по адресу: город Красноярск, улица Партизана Железняка, дом 23. Данное решение обосновано тем, что по этому адресу расположен фирменный магазин «Адидас» и есть возможность аренды площади под фитнес-центр с соблюдением ГОСТ Р 57116-2016 «Фитнес-услуги. Общие требования к фитнес-объектам». Рядом с торговым центром располагается удобная автомобильная парковка. На фасаде здания имеется свободное место для вывески. Также соблюдены все технические требования к помещению, которые представлены на рисунке 3.1.

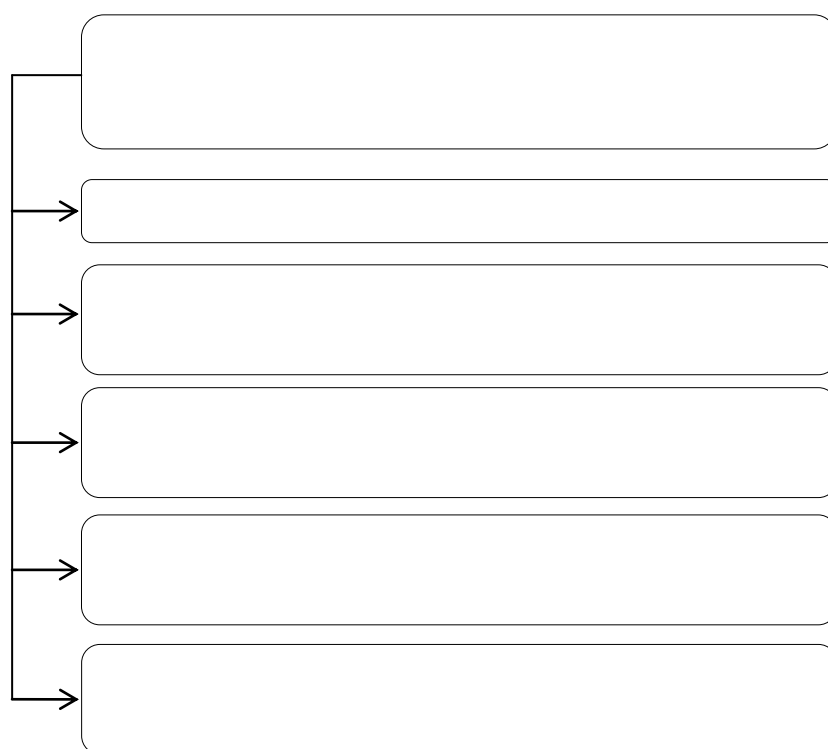


Рисунок 3.1 – Требования к помещению центра

Внутреннее пространство открываемого фитнес-центра предлагается разбить на несколько функциональных зон:

- зона приема клиентов;

- подсобная зона для персонала – администратора и тренеров;
- подсобная зона для инвентаря;
- зона индивидуальных тренировок;
- зона групповых занятий;
- фотозона – «изюминка»;
- санитарная зона: душевая, санузел и раздевалка.

Для функционирования фитнес-центра необходимо проработать вопрос с оформлением разрешительных документов. Для этого необходимо получить:

1. Согласие на открытие и функционирование семейного фитнес-центра от администрации ТЦ «Июнь».
2. Разрешение от Роспотребнадзора.
3. Разрешение от государственной пожарной инспекции по городу Красноярску.
4. Соответствующие медицинские документы на персонал (на каждого индивидуально).
5. Квалификационные документы на каждого из сотрудников, так как им предстоит вести оздоровительную и физкультурную деятельность.

Услуги семейного фитнес-центра

Семейный фитнес-центр имеет существенное преимущество перед своими конкурентами. Вместе с открытием фитнес-центра потенциальных потребителей одновременно можно обеспечить спортивной одеждой и обувью, а также предоставлять широкий выбор других спортивных аксессуаров. Рекомендованный к открытию семейный центр будет предоставлять как стандартные, так и оригинальные семейные спорт-услуги.

Важным конкурентным преимуществом является широкий выбор фитнес-услуг, которые будут оказываться в фитнес-центре и которые представлены на рисунке 3.2.

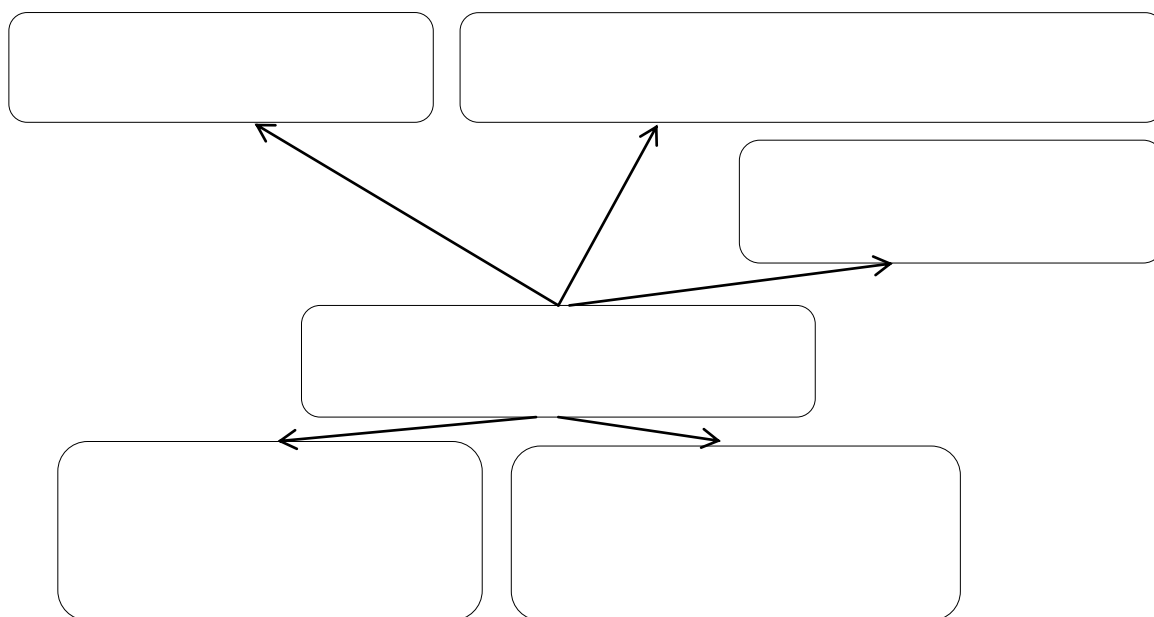


Рисунок 3.2 – Услуги фитнес-центра

Учитывая те услуги, которые представлены на рисунке 3.2, можно сделать соответствующие выводы: фитнес-центр могут посещать как взрослые, так и дети; у потенциальных клиентов есть возможность персональных тренировок; имеется уникальная возможность заниматься в специализированной спортивной одежде от ООО «Адидас».

Штат сотрудников

Предлагается набрать штат сотрудников для центра в соответствии с услугами и, учитывая необходимость во вспомогательном персонале:

1. Обязанности директора будет выполнять руководитель магазина ООО «Адидас», так как нет необходимости в этом. В учредительных документах ООО «Адидас» прописан такой дополнительный вид деятельности, как деятельность фитнес-центров. В связи с этим предлагается заключить дополнительное соглашение с действующим директором, так как он также является наемным работником.

2. За организационный порядок в фитнес-центре будет отвечать администратор. То есть фитнес-центр станет дополнительным подразделением ООО «Адидас» со своим отдельным администратором.

3. Физкультурные и спортивные тренировки будут осуществляться тренерами в течение восьмичасовой смены (учитывается утренняя и вечерняя).

4. Дополнительно будет принят на работу тренер для детской аудитории.

5. Сотрудничество с магазином спортивной одежды и помощь в ее выборе для клиентов будет исполняться менеджером по продажам.

6. Общий порядок в помещениях будет поддерживаться специалистом по клинингу.

Иерархия сотрудников нового семейного фитнес-центра представлена на рисунке 3.3.

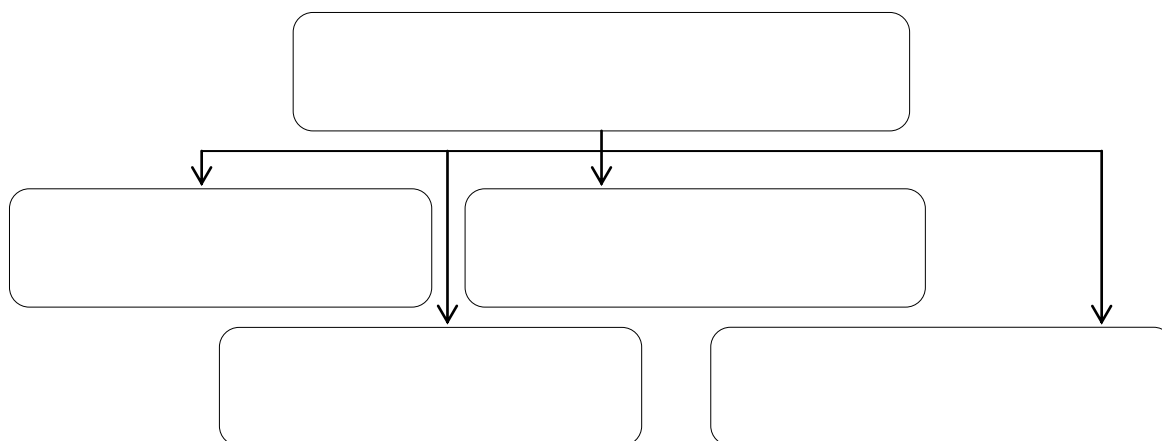


Рисунок 3.3 – Иерархия сотрудников

В обязанности администратора входит контроль всех управленческих процессов, связанных с отбором и наймом персонала, а также мотивацией и повышением эффективности деятельности сотрудников. Зачастую выполнять текущую деятельность и в то же время заниматься оперативным управлением и стратегическими задачами весьма трудно. В будущем необходимо будет внедрить систему управления фитнес-центром «КРАФТ-Фитнес», которая позволит автоматизировать и упростить административные процессы. Данная программа аккумулирует в себе знания обо всех сотрудниках и клиентах фитнес-центра. Дополнительных знаний для работы в данной программе не требуется: легкий интерфейс и индивидуальный

рабочий стол для сотрудников. Программа дает возможность составлять расписания тренировок для каждого тренера, отражает их занятость и устанавливает время индивидуальных тренировок. Другими словами, программа «КРАФТ-Фитнес» рационально распределяет нагрузку персонала и исключает человеческий фактор забывчивости.

Оборудование и мебель фитнес-центра

Правильно подобранное, а также эргономически расставленное оборудование, играет важную роль в успехе фитнес-центра – его посещаемости. Для интенсивных тренировок необходимо приобрести тренажеры, которые имеют различное предназначение. А также кардиооборудование, которое подходит для клиентов любых возрастов и практически не имеет медицинских противопоказаний. Важным является оборудование для слайд-аэробики: коврики, степ-платформы, фитболы и так далее. Оборудование для мягкого фитнеса имеет также важную, а порой и решающую роль: босу, балансировочная полусфера, балансировочная скамья и прочее. Оборудование, которое необходимо закупить, расставляется с учетом опыта других фитнес-центров, учитывая также и зарубежный опыт. Модели расстановки тренажеров и прочего оборудования представлены в сети Интернет в свободном доступе.

С поставщиками оборудования и мебели для центра будут заключены договоры на покупку и обслуживание. В качестве поставщика спортивного оборудования предлагается выбрать фирму-партнера.

Реклама

Первоначальные вложения в рекламную кампанию – это значимое направление работы фитнес-центра. Если потенциальные потребители услуг быстрее узнают о новом фитнес-центре, тем быстрее будут получены определенные финансовые результаты, быстрее окупятся инвестиции и так далее.

1. На территории магазина ООО «Адидас» будет размещена реклама в виде картонных фигур штанги и гантелей, указывающих на новый фитнес-центр.

2. Раздача ярких листовок в местах скопления людей – потенциальных клиентов центра.

3. Распространение рекламы о фитнес-центре в социальных сетях. Это современный и действенный способ. В этом поможет лайфхак проекта – фотозона. С той целью, чтобы клиенты охотнее делились фотографиями в социальных сетях, в самом начале сотрудничества можно предложить им бонус за активность. В качестве примера: можно предложить запостить в свой инстаграм снимок, сделанный в фотозоне семейного фитнес-центра и получить бонус от администратора – электронный вариант тренировок.

Анализ внешней и внутренней среды

В целях более верного позиционирования нового фитнес-центра целесообразно провести исследование фитнес-центров не всего города Красноярска, а только район местонахождения фитнес-центра. Результаты SWOT-анализа представлен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты SWOT-анализа семейного фитнес-центра

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие деловых связей и партнеров Отсутствие фитнес-центров в шаговой доступности Разнообразие программ тренировок Отличная финансовая база Большая клиентская база у магазина Адидас Сотрудничество с крупнейшим магазином спортивной одежды	Реклама Цены
Возможности	Угрозы
Запуск тренировок детского фитнеса Борьба за постоянных клиентов Открытие филиалов	Высокая конкуренция Неблагоприятные законодательные условия

Учитывая, что открытие фитнес-центра достаточно масштабный проект, то рационально разбить этот процесс на несколько этапов. Календарный план открытия фитнес-центра представлен в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Основные этапы открытия фитнес-центра

Наименование этапа	Календарный месяц прогнозного года	Примечание
Регистрация фитнес-центра	Январь	Оформление документов, получение разрешений
Аренда помещения	Январь	-
Ремонт в помещении (монтаж душевых, покраска стен, мелкий ремонт, установка зеркал)	Февраль-Апрель (включительно)	Выполняется наемными сотрудниками компании ООО «МонтажВ»
Приобретение и установка спортивного оборудования	Май	-
Отбор и прием персонала	Июнь-Июль	-
Запуск рекламы	Июнь-Июль	-
Оборудование фотозоны	Июль	-
Начало работы фитнес-центра	Август	-

Из таблицы 3.2 становится ясным, что от работы на этапах подготовки к открытию центра, продуманности и четкости действий управляющего состава, во многом зависит путь к коммерческому успеху, отсутствие или сокращение к минимуму количества «простоев» тренажерного оборудования и так далее.

3.2 Расчет предполагаемых затрат

Оказание фитнес-услуг в новом центре требует наличия профессиональных тренажеров и прочего спортивного инвентаря. Для

расчета затрат на приобретение тренажеров и другого спортивного оборудования составим потребность в нем для нового фитнес-центра. Выбор оборудования осуществлялся по каталогам поставщика с учетом мнения тренеров и других спортивных экспертов.

Результаты выбора спортивного оборудования для семейного фитнес-центра представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Потребность в оборудовании для фитнес-центра и его стоимость

Наименование оборудования	Количество, шт.	Общая стоимость, руб.
Тренажеры	14	496 900,0
Оборудование для кардиотренировок	6	160 300,0
Коврики для слайд-аэробики	20	28 000,0
Степ-платформы	20	115 000,0
Фитболы	30	62 800,0
Прочее	-	71 500,0
Всего:	-	934 500,0

Из данных таблицы 3.3 видно, что затраты на приобретение оборудования для тренажерного зала в абсолютном денежном выражении составят 934 500,0 рублей. Кроме этого необходимо приобрести мебель и вспомогательное оборудование, которое представлено в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Потребность в мебели и вспомогательном оборудовании

Наименование оборудования	Количество, шт.	Общая стоимость, руб.
Стойка для ресепшн	1	76 830,0
Стол	2	7 960,0
Душевые кабины	4	108 600,0
Стулья	4	8 680,0
Скамейки	12	44 260,0

Шкафчики в раздевалку	4	59 400,0
Зеркала	11	98 470,0
Кресло	2	9 300,0
Ноутбук	1	42 500,0
Всего	-	456 000,0

Арендуемое помещение для фитнес-центра требует проведения косметических ремонтных работ. В ремонтные работы входит:

- монтаж душевых;
- покраска стен
- установка зеркал.

Данные работы будут выполнены наемными сотрудниками компании ООО «МонтажВ». Стоимость договора-подряда составляет 72 000,0 рублей.

Важной статьёй затрат являются расходы на оплату труда сотрудников. Характеристика затрат на оплату труда персонала представлена в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Затраты на заработную плату персонала с учетом отчислений в месяц

Показатели	Администратор	Тренер	Детский тренер	Менеджер по продажам	Специалист по клинингу
Количество сотрудников, человек	1	4	1	1	1
Сумма оклада, руб.	21 000,0	15 300,0	16 400,0	14 600,0	12 300,0
Северная надбавка, руб.(0,3)	6 300,0	4 590,0	4 920,0	4 380,0	3 690,0
Районный коэффициент, руб.(0,3)	6 300,0	4 590,0	4 920,0	4 380,0	3 690,0
Отчисления на социальные нужды, руб.(30,2%)	10 147,2	7 392,9	7 924,5	7 054,7	5 943,4

Всего	43 747,2	127 491,2	34 164,5	30 414,7	25 623,4
-------	----------	-----------	----------	----------	----------

По результатам данных, отраженных в таблице 3.5, видно, что затраты на заработную плату и отчисления на социальные нужды нового персонала составят 261 441,0 рубль в месяц. Соответственно, годовые затраты составят 3 137 292,0 рубля.

Расходы на рекламную кампанию представлены в таблице 3.6 и включают в себя затраты на рекламу в виде картонных фигур штанги и гантелей, печать цветных листовок, оборудование фотозоны.

Таблица 3.6 – Расходы на рекламную кампанию

Наименование показателя	Сумма расходов, руб.
Приобретение на заказ картонных фигур штанги и гантелей	7 830,0
Печать цветных листовок	2 610,0
Баннер для фотозоны	2 970,0
Ковер для фотозоны	3 750,0
Освещение фотозоны (светодиоды)	1 968,0
Всего	19 128,0

Сведем общие затраты на открытие семейного фитнес-центра в первый год его работы и представим в виде таблицы 3.7.

Таблица 3.7 – Единовременные расходы (инвестиции) на открытие центра в первый год

Наименование затрат	Сумма затрат, руб.
Оформление документации	20 000,0
Аренда помещения (на период оформления документов и проведения ремонта)	784 000,0
Ремонт помещения	72 000,0
Тренажеры	934 500,0
Мебель и вспомогательное оборудование	456 000,0
Рекламная кампания	19 128,0
Всего	2 285 628,0

Структура первоначальных расходов на открытие фитнес-центра представлена на рисунке 3.4.



Рисунок 3.4 – Структура первоначальных вложений в открытие центра

Из рисунка 3.4 видно, что большую долю инвестиций занимают тренажеры и спортивное оборудование – 40,9 %, аренда помещения на период не функционирования центра – 34,3 %, а также мебель и вспомогательное оборудование для организации рабочих мест сотрудников и зоны отдыха клиентов – 20,0 %.

Кроме инвестиционных расходов фитнес-центр будет нести ежемесячные расходы, которые представлены в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Ежемесячные расходы фитнес-центра, руб.

Наименование расходов	Сумма затрат, руб.
Заработная плата с начислениями	200 800,0
Отчисления на социальные нужды	60 641,4
Аренда помещения	112 000,0
Коммунальные услуги	24 800,0
Расходы непредвиденные	10 000,0
Всего	408 241,4

Учитывая ежемесячные затраты фитнес-центра, приведенные в таблице 3.8, представим годовые затраты в рамках календарного года – первого года открытия и работы центра на рисунке 3.5.

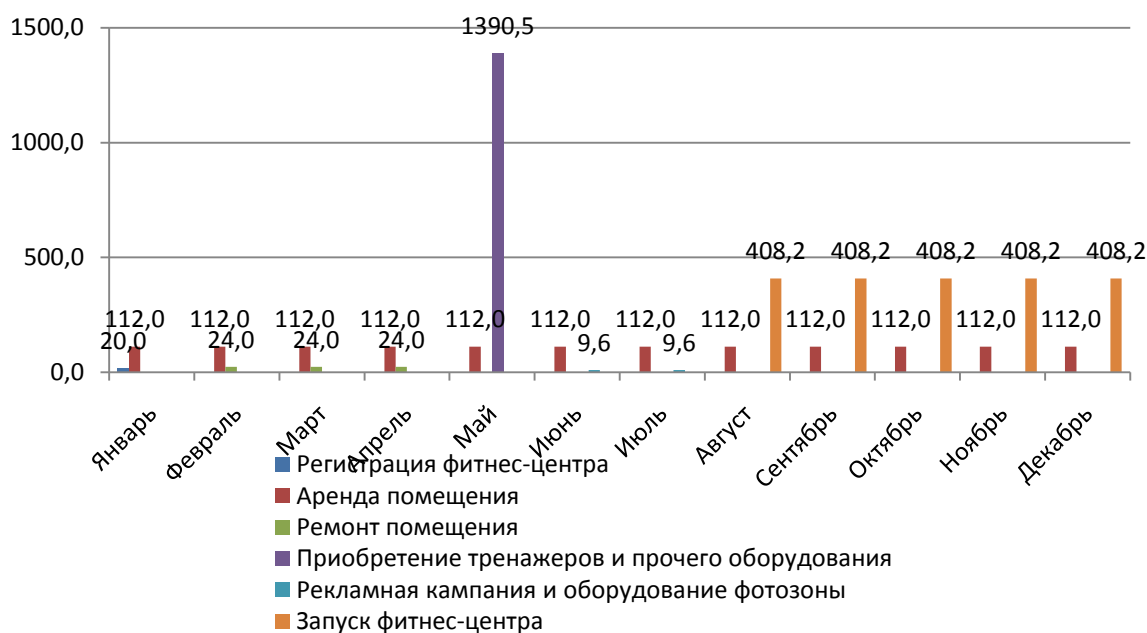


Рисунок 3.5 – Затраты первого года работы фитнес-центра, тыс. руб.

3.3 Эффективность разработанных мероприятий

Представление о финансовых результатах открытия фитнес-центра позволит рассчитать показатели эффективности предложенных мероприятий. Для того, чтобы сделать выводы об окупаемости, рассчитаем план объема продаж услуг фитнес-центра. Исходя из площади фитнес-центра на постоянной основе центр и тренировки могут посещать 335 клиентов, 32 из них дети. Практика работы других клубов показывает, что 11 % обладателей абонементов редко посещают клуб, или не посещают вовсе.

Важным аспектом является стоимость услуг. Для расчета применена средняя цена годового абонемента по городу Красноярску. Сайт Sportgyms.ru, являющийся онлайн-путеводителем по фитнес-клубам, сравнивает цены услуг популярных фитнес-центров города. Прайс цен на годовые абонементы для расчета средней стоимости представлен в Приложении С. Средняя стоимость годового абонемента составляет 18 790,0 рублей. Результаты расчета представим в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – План объема продаж услуг фитнес-центра в первый год

Календарный месяц	Продажа клубной карты (годовой абонемент), руб.	Персональные тренировки, руб.
Август	319 430,0	47 914,5
Сентябрь	375 800,0	56 370,0
Октябрь	394 590,0	59 188,5
Ноябрь	375 800,0	56 370,0
Декабрь	375 800,0	56 370,0
Всего	1 841 420,0	276 213,0

Исходя из того, что в первый год фитнес-центр не может работать на полную мощность, для расчета плана продаж за первый прогнозный год взяты показатели около 60,0 % заполняемости центра. По итогам первого года работы выручка от реализации фитнес-услуг составит 2 117 633,0 рублей.

Во второй прогнозный год планируется довести общее число постоянных клиентов до пропускной нагрузки, исходя из площади фитнес-центра. План продаж на второй прогнозный год представим в таблице 3.10, исходя из того, что в первый год детские абонементы входили в стоимость взрослого, а во второй год оплачиваются отдельно – 11 750,0 рублей в год. Количество персональных тренировок остается на прежнем уровне с учетом расписания тренеров и их загруженности (порядка 15,0 % от общего числа продаж).

Таблица 3.10 – План объема продаж услуг фитнес-центра во второй год

Календарный месяц	Продажа клубной карты (годовой абонемент), руб.	Детский абонемент, руб.	Персональные тренировки, руб.
Январь	488 540,0	35 250,0	73 281,0
Февраль	526 120,0	58 750,0	78 918,0
Март	582 490,0	58 750,0	87 373,5
Апрель	657 650,0	47 000,0	98 647,5
Май	657 650,0	70 500,0	98 647,5
Июнь	638 860,0	70 500,0	95 829,0
Июль	901 920,0	35 250,0	135 288,0
Август	319 430,0	-	47 914,5
Сентябрь	375 800,0	-	56 370,0

Октябрь	394 590,0	-	59 188,5
Ноябрь	375 800,0	-	56 370,0
Декабрь	375 800,0	-	56 370,0
Всего	6 294 650,0	376 000,0	944 197,5

Для просмотра динамики доходов рационально включить в анализ третий прогнозный год, но уровень продаж предлагается оставить на уровне второго года функционирования фитнес-центра – 7 614 847,5 рублей. В будущем можно рассмотреть варианты расширения списка предоставляемых услуг.

Доходами от продаж является выручка от реализации фитнес-услуг, которая представлена в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Выручка от реализации фитнес-услуг, рублей.

Показатели	1 год реализации мероприятий	2 год реализации мероприятий	3 год реализации мероприятий	Всего
Выручка от реализации фитнес-услуг	2 117 633,0	7 614 847,5	7 614 847,5	17 347 328,0

При открытии новой организации, а именно семейного фитнес-центра, важно рассчитать точку безубыточности, которая отразит, в какой момент времени открываемый фитнес-центр полностью покрывает расходы на свое открытие и функционирование и начнет приносить доход. Основой для расчета точки безубыточности является маржинальный доход, который рассчитывается по формуле 3.1.

$$МП = Вр - \text{Переменные затраты}, \quad (3.1)$$

где МП – маржинальная прибыль;
Вр – выручка от продаж.

Точка безубыточности в денежном выражении, что актуально для фитнес-центра, рассчитывается по формуле 3.2.

$$ТБ = Зп * Вр / МП, \quad (3.2)$$

где ТБ – точка безубыточности в денежном выражении;
Зп – постоянные затраты.

Маржинальный доход организации – семейного фитнес-центра, при отсутствии переменных затрат, составит:

$$МП = 2\,117\,633,0 \text{ руб.}$$

Так как в таблице 3.11 уже рассчитана выручка от реализации фитнес-услуг нового центра, то можно рассчитать точку безубыточности, в денежном выражении и она будет равна:

$$ТБ = 2\,041\,207,0 * 2\,117\,633,0 / 2\,117\,633,0 = 2\,041\,207,0 \text{ руб.}$$

Учитывая прогнозы объемов продаж фитнес-услуг на первые три прогнозных года, а также суммы постоянных затрат на работу центра, составим прогноз финансовых результатов деятельности нового фитнес-центра в таблице 3.12. В новом центре будет применяться упрощенная система налогообложения: 15,0 % от разницы между доходами и расходами. Такой налоговый режим выбирает большинство организаций среднего бизнеса, в том числе фитнес-центры.

Таблица 3.12 – Прогноз финансовых результатов деятельности фитнес-центра, рублей.

Показатели	1 год реализации мероприятий	2 год реализации мероприятий	3 год реализации мероприятий	Всего
Выручка от реализации фитнес-услуг	2 117 633,0	7 614 847,5	7 614 847,5	17 347 328,0
Себестоимость продаж	2 041 207,0	4 898 896,8	4 898 896,8	11 839 000,6
Прибыль до налогообложения	76 426,0	2 715 950,7	2 715 950,7	5 508 327,4
Налог на прибыль (15 %)	11 463,9	407 392,6	407 392,6	826 249,1

Чистая прибыль	64 962,1	2 308 558,1	2 308 558,1	4 682 078,3
----------------	----------	-------------	-------------	-------------

По данным таблицы 3.12 можно сделать вывод о том, что деятельность нового фитнес-центра можно признать эффективной. В системе показателей эффективности деятельности фитнес-центров существенное место имеют показатели рентабельности, расчет которых представлен в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – Прогноз показателей рентабельности, %

Показатели	1 год реализации мероприятий	2 год реализации мероприятий	3 год реализации мероприятий
Рентабельность основной деятельности	3,7	55,4	55,4
Рентабельность продаж	3,6	35,7	35,7

По данным таблицы 3.13 видно, что показатели рентабельности имеют положительные значения и в период реализации проекта по открытию семейного фитнес-центра ежегодно повышаются, что свидетельствует о высокой доходности предлагаемого к реализации проекта.

Динамика показателей рентабельности мероприятий по открытию фитнес-центра представлена на рисунке 3.6.

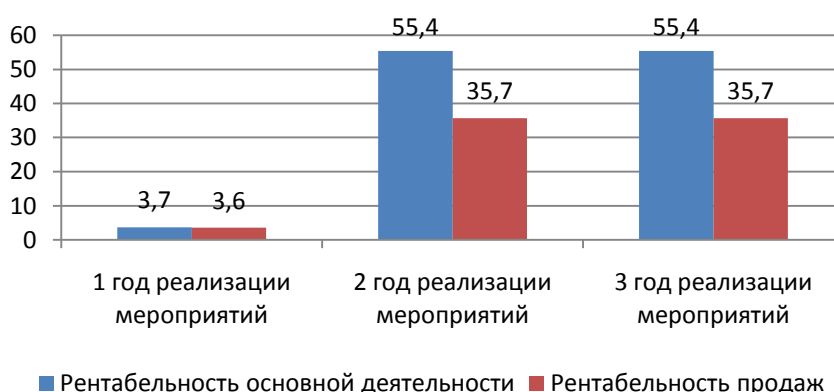


Рисунок 3.6 – Прогноз показателей рентабельности, %

Показатели рентабельности показали, что инвестиции в открытие фитнес-центра будут эффективно вложены. Ежемесячные денежные

поступления от реализации в жизнь проекта по открытию фитнес-центра редко являются равными суммами. Поэтому показатель окупаемости инвестиционных затрат на открытие центра применяется в совокупности с другими критериями оценки эффективности.

Предлагаемый к применению метод оценки ставки дисконтирования проводится для различных инвестиционных проектов, где сложно статистически определить сумму риска. Формула 3.3 – это формула расчета ставки дисконтирования с учетом премии за риск:

$$r = r_f + r_p + I, \quad (3.3)$$

где r – ставка дисконтирования;

r_f – минимальная реальная ставка дисконтирования;

r_p – премия за риск;

I – темп инфляции.

Минимальная реальная ставка дисконтирования в расчете – это ставка рефинансирования ЦБ РФ за 2019 год, равная 6,25 %. При этом темп инфляции (с начала 2019 года) составляет 3,0 %. Применяя методику определения премии за риск она определена в размере 3,0 %. Подставим имеющиеся данные в формулу 3.3 и получим следующий результат:

$$r = 6,25 + 3 + 3 = 12,25 \%$$

Первоначальные вложения в открытие составляют 2 285 628,0 рублей. Расчет срока окупаемости представим в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Денежный поток от основной деятельности

Показатели	Старт проекта	1 год реализации мероприятия	2 год реализации мероприятия	3 год реализации и мероприятий	Среднее значение
Инвестиции (первоначаль	2 285 628,0	-	-	-	-

ные вложения)					
Доходы	-	2 117 633,0	7 614 847,5	7 614 847,5	-
Расходы	-	2 052 670,9	5 306 289,4	5 306 289,4	-
Чистый денежный поток	-	64 962,1	2 308 558,1	2 308 558,1	-
Годовая ставка дисконтирова ния	-	1,1225	1,1225	1,1225	-
Коэффициент дисконтирова ния	-	1,1225	1,2600	1,4144	-
Дисконтирова нный денежный поток	-	57 872,7	1 832 179,9	1 632 231,5	1 174 094,7
Дисконтирова нный срок окупаемости, годы	1,9	-	-	-	-

Из данных таблицы 3.14 видно, что окупаемость первоначальных вложений с учетом дисконтирования наступит через 1 год и 9 месяцев начала функционирования фитнес-центра. В период с января по июль первого прогнозного года будут решаться организационные вопросы, проводиться ремонт помещения и так далее.

Целесообразно сделать сравнительную характеристику финансовых результатов до и после внедрения проекта по открытию центра. Результаты представим в таблице 3.15.

Таблица 2.14 – Сравнительная характеристика финансовых результатов

Показатели	2018 г., тыс. руб.	1 год реализации мероприятий	2 год реализации мероприятий
Выручка от продаж	40 705 698,0	40 707 815,6	40 713 312,8
Себестоимость продаж	14 281 792,0	14 283 833,2	14 286 690,9
Валовая прибыль	26 423 906,0	26 423 982,4	26 426 621,9

Коммерческие расходы	23 648 674,0	23 648 674,0	23 648 674,0
Прибыль от продаж	2 775 232,0	2 775 308,4	2 777 947,9
Проценты к получению	439 826,0	439 826,0	439 826,0
Проценты к уплате	12 357,0	12 357,0	12 357,0
Прочие доходы	593 855,0	593 855,0	593 855,0
Прочие расходы	1 610 404,0	1 610 404,0	1 610 404,0
Прибыль (убыток) до налогообложения	2 186 152,0	2 186 228,4	2 188 867,9
Текущий налог на прибыль	578 322,0	578 333,5	578 729,4
Прочее	8 788,0	8 788,0	8 788,0
Чистая прибыль	1 616 618,0	1 616 682,9	1 618 926,5

Учитывая небольшой объем первоначальных инвестиционных затрат в размере 2 285 628,0 рублей, небольшой срок окупаемости, а также отсутствие зависимости от заемных средств (инвестиционные вложения делает учредитель организации ООО «Адидас»), высокую рентабельность проекта по открытию семейного фитнес-центра и ряд прочих факторов, следует признать, что уровень рисков, связанных с реализацией проекта открытия фитнес-центра крайне низок.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение выпускной квалификационной работы можно сделать выводы, что она выполнена в соответствии с требованиями к работе. В ней были изучены теоретические основы эффективности, рассмотрены главные факторы повышения эффективности деятельности организации. Эффективность основной деятельности торговой организации отлично характеризуется сравнительно небольшим количеством абсолютных и относительных показателей. При этом на каждый вышеуказанный показатель оказывают влияние многие факторы. Поэтому необходимо изучать факторы эффективности торговой организации, уметь их определять, а также учитывать их влияние на принятые показатели эффективности, создавать механизмы поиска резервов повышения эффективности.

Высшее руководство организации заинтересовано в достижении более высоких финансовых результатов деятельности. От полученных показателей напрямую зависит премиальный фонд. Чистую прибыль при таких условиях можно назвать важнейшим ориентиром инвестиционной привлекательности для привлечения инвесторов. В результате повышается доверие поставщиков, партнеров, кредиторов и прочих контрагентов.

Объектом исследования в работе является ООО «Адидас». Основным видом деятельности является розничная торговля спортивной одеждой и обувью, а также спортивными аксессуарами. Организацию имеет смысл отнести к категории крупных. В ней активно развивается торговая сеть, открываются новые филиалы, внедряются и осваиваются новые виды деятельности. Что говорит об эффективности не только с финансовой точки зрения, но и о зрелых управленческих решениях, которые предлагаются и тщательно прорабатываются сплоченной командой специалистов, имеющих большой опыт и умеющих применять свои знания.

В результате проведенного анализа финансово-хозяйственной деятельности выяснилось, что организация вела свою деятельность более чем эффективно. Чистая прибыль в 2018 году составила в денежном выражении 1 616 618,0 тыс. рублей. Относительные показатели эффективности также находятся на высоком уровне: рентабельность основной деятельности составила 19,4 %, рентабельность продаж – 6,8 %. Данный фактор характеризует деятельность организацию как высокорентабельную.

Проведенный анализ внешней и внутренней среды торговой организации показал востребованность спортивных товаров современным потребителем. Организацию можно назвать финансово-устойчивой: коэффициенты ликвидности соответствуют нормативным значениям и значительно возросли в 2018 году по сравнению с предыдущим годом.

В проектной части выпускной квалификационной работы для повышения эффективности деятельности всей торговой организации было предложено открыть и освоить новое направление деятельности – семейный фитнес-центр, которое позволит создать дополнительные трудовые места в количестве 8 единиц, а также принесет дополнительную прибыль. Чистая прибыль при реализации данного мероприятия возрастет значительными темпами и обеспечит исследуемой организации высокий уровень дополнительного дохода. Прогноз основных финансовых показателей деятельности позволяет сделать вывод о высокой рентабельности

мероприятия. В стратегической перспективе ООО «Адидас» необходимо выходить на новые уровни развития, совершенствовать системы движения своих товаров и услуг, в полной мере выполнять планы финансовой и хозяйственной деятельности, усовершенствовать организацию торговой деятельности, а также внедрять прогрессивные методы продаж спортивных товаров. В связи с вышеизложенным можно сказать, что задачи, поставленные в выпускной квалификационной работе, решены, главная цель достигнута.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров, 2-е изд., пер. и доп. / Е.Ю. Алексейчева, М. Магомедов. – М.: Дашков и К, 2016. – 292 с.
2. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – М.: Дашков и К, 2016. – 240 с.
3. Акулич, И. Л. Маркетинг: Учебник [Текст] / И. Л. Акулич. – 4-е изд., перераб и доп. – Мн.: Высшая школа, 2017. – 463 с.
4. Аристархова, Н. Маркетинг рынка предметов потребления [Текст] / Н. Аристархова // Маркетинг. – 2018. – №8. – С. 26-32.
5. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов [Текст] / Г. Ассэль. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 804 с.
6. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник для бакалавров / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. — М.: ИТК Дашков и К, 2018. — 372 с.
7. Балабанов, И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта [Текст] / И. Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 315 с.

8. Басовский, Л. Е. Маркетинг: курс лекций [Текст] / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 219 с.
9. Басовский, Л. Е. Теория экономического анализа: учебное пособие [Текст] / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 432 с.
10. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие [Текст] / И. К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 320 с.
11. Березин, И. С. Маркетинг и исследование рынка [Текст] / И. С. Березин. – М.: Русская Деловая Литература, 2017. – 416 с.
12. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учеб. пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 215 с.
13. Благаев, В. И. Маркетинг в определениях и примерах [Текст] / В. И. Благаев. – СПб.: Двадцатый трест, 2018. – 377 с.
14. Бревнов, А. А. Маркетинг малого предприятия: практическое пособие [Текст] / А. А. Бревнов. – К.: ВИРА –Р, 2016. – 384 с.
15. Бухалков, М. И. Планирование на предприятии [Текст]: учеб. пособие / М. И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 416 с.
16. Веретенникова, И.И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; Под ред. И.В. Сергеев. – М.: Юрайт, 2018. – 671 с.
17. Гелета, И.В. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие / И.В. Гелета, Е.С. Калининская, А.А. Кофанов. – М.: Магистр, 2017. – 303 с.
18. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – М.: КноРус, 2018. – 416 с.
19. Дорошев, В. И. Введение в теорию маркетинга: учебное пособие [Текст] / В. И. Дорошев. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 285 с.

20. Дуровин, А. П. Маркетинг предпринимательской деятельности [Текст] / А. П. Дуровин. – Минск.: Финансы, учет, аудит, 2016. – 464 с.
21. Забелина, О. В. Финансовый менеджмент [Текст] / О. В. Забелина, Г. Л. Толкаченко. – М.: Экзамен, 2015. – 428 с.
22. Иванов, Г.Г. Экономика организации (торговля): Учебник / Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2017. – 352 с.
23. Ключникова, Е.Н. Экономика организации. учебник для спо / Е.Н. Ключникова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 447 с.
24. Кнышова, Е.Н. Экономика организации: Учебник / Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 336 с.
25. Коробкин, А.З. Экономика организации отрасли: учебное пособие / А.З. Коробкин. – Минск: Изд-во Гревцова, 2013. – 288 с.
26. Коробко, В.И. Охрана труда: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Экономика и управление на предприятии», «Менеджмент организации», «Государственное и муниципальное управление» / В.И. Коробко... – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 239 с.
27. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия) 3-е изд., пер. и доп. учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В.В. Коршунов. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 407 с.
28. Кротов, А. Сегментация по важности свойств продукта [Текст] / А. Кротов // Маркетинг. – 2017. - №5. – С. 37-57.
29. Крылова, Г. Д. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: учебное пособие для вузов [Текст] / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2016. – 519 с.
30. Лебедев, О. Т. Основы маркетинга [Текст] / О. Т. Лебедев, Т. Ю. Филиппова. – СПб.: ИД «МиМ», 2017. – 224 с.
31. Либерман, И. А. Анализ и диагностика деятельности предприятия [Текст]: учеб. пособие / И. А. Либерман. – М.: ПРИОР, 2015. – 159 с.

32.Лиференко, Г. Н. Финансовый анализ предприятия: учеб.пособие [Текст] / Г. Н. Лиференко. – М.: Экзамен, 2015. – 322 с.

33.Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия): Учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 400 с.

34. Любушин, Н.П. Экономика организации: Учебник / Н.П. Любушин. – М.: КноРус, 2018. – 304 с.

35.Мокий, М.С. Экономика организации (предприятия). Курс лекций. 3-е изд., стереотип / М.С. Мокий. – М.: Экзамен, 2018. – 254 с.

36.Мокий, М.С. Экономика организации: Учебник и практикум. 2-е изд., пер. и доп. / М.С. Мокий. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 334 с.

37.Раздорожный, А.А. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие / А.А. Раздорожный. – М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2017. – 95 с.

38.Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа [Текст] / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – М.: Инфра-М., 2015. – 165 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский баланс

Наименование показателя	Код	31.12.18	31.12.17	31.12.16	31.12.15	31.12.14	31.12.13	31.12.12	31.12.11
АКТИВ									
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ									
Нематериальные активы	1110	932	4 659	0	0	0	0	0	0
Основные средства	1150	7 515 755	8 447 480	8 783 997	8 622 430	4 282 889	4 299 886	2 793 531*	2 421 004
Отложенные налоговые активы	1180	658 186	693 067	734 241	376 960	81 467	289 956	132 861	69 085
Прочие внеоборотные активы	1190	524 231	1 085 805	975 563	794 152	662 264	30 426	0	0
Итого по разделу I	1100	8 699 104	10 231 011	10 493 801	9 793 542	5 026 620	4 620 268	2 926 392	2 490 089
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ									
Запасы	1210	10 991 344	13 922 660	17 118 663	14 908 391	14 816 903	18 081 125	11 607 675	10 774 489
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	217 519	143 016	227 144	1 120 408	380 872	352 277	117 266	84 118
Дебиторская задолженность	1230	1 845 668	1 683 998	1 957 227	2 439 133	3 221 172	5 896 588	2 678 405	2 294 160
Финансовые	124	10 540	4 693	6 138	13 116	15 498	10 682	15 098	9 461

вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	274	593	467	299	815	343	570*	347
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	506 561	635 383	572 008	341 884	354 117	376 907	825 258	426 939
Прочие оборотные активы	1260	58 945	62 572	50 463	59 618	37 484	36 196	37 067	32 464
Итого по разделу II	1200	24 160 311	21 141 222	26 063 972	31 985 733	34 309 363	35 425 436	30 364 241	23 073 517
БАЛАНС	1600	32 859 415	31 372 233	36 557 773	41 779 275	39 335 983	40 045 704	33 290 633	25 563 606
ПАССИВ									
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ									
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	61 700	61 700	61 700	61 700	61 700	61 700	61 700	61 700
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	27 908 068	26 291 450	27 319 226	29 535 409	31 408 846	31 528 437	27 120 083*	21 144 711
Итого по разделу III	1300	27 969 768	26 353 150	27 380 926	29 597 109	31 470 546	31 590 137	27 181 783*	21 206 411
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА									
Отложенные налоговые обязательства	1420	132 389	176 057	267 076	241 047	10 024	341 450	169 605	121 694
Итого по разделу IV	1400	132 389	176 057	267 076	241 047	10 024	341 450	169 605	121 694
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА									
Заемные средства	1510	5 159	453 368	2 938 407	4 619 128	1 929	1 299	10 128	1 130
Кредиторская задолженность	1520	4 729 851	4 349 097	5 928 715	7 254 360	7 826 842	8 066 933	5 881 733*	4 189 064
Оценочные обязательства	1540	21 661	19 875	30 051	30 963	26 642	45 885	47 384	45 307
Прочие обязательства	1550	587	20 686	12 598	36 668	0	0	0	0
Итого по разделу V	1500	4 757 258	4 843 026	8 909 771	11 941 119	7 855 413	8 114 117	5 939 245	4 235 501
БАЛАНС	1700	32 859 415	31 372 233	36 557 773	41 779 275	39 335 983	40 045 704	33 290 633	25 563 606

ПРИЛОЖЕНИЕБ

Отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках)

Наименование показателя	Код	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Выручка	2110	40 705 698	40 578 958	47 252 786	46 738 009	52 596 824	45 383 175	44 064 710	34 857 917
Себестоимость продаж	2120	(14 281 792)	(14 775 368)	(20 392 872)	(20 584 185)	(22 161 835)	(15 126 190)	(16 303 168)	(11 107 244)
Валовая прибыль (убыток)	2100	26 423 906	25 803 590	26 859 914	26 153 824	30 434 989	30 256 985	27 761 542	23 750 673
Коммерческие расходы	2210	(23 648 674)	(25 671 331)	(27 781 892)	(26 623 175)	(29 575 763)	(24 074 113)	(20 146 942)	(17 198 775)
Управленческие расходы	2220	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(1)*	(0)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	2 775 232	132 259	(921 978)	(469 351)	859 226	6 182 872	7 614 599	6 551 898
Проценты к получению	2320	439 826	223 728	662 388	1 728 582	634 884	697 581	566 173	91 022
Проценты к уплате	2330	(12 357)	(149 726)	(397 447)	(322 982)	(6 167)	(6 055)	(3 655)	(2 030)
Прочие доходы	2340	593 855	486 232	532 799	268 735	353 849	788 789	1 095 136	2 035 953
Прочие расходы	2350	(1 610 404)	(1 732 299)	(2 379 731)	(3 129 255)	(1 739 042)	(1 967 700)	(1 672 213)	(1 981 196)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	2 186 152	(1 039 806)	(2 503 969)	(1 924 271)	102 750	5 695 487	7 600 040	6 695 647
Текущий	241	(578 322)	(19 501)	(0)	(0)	(334 468)	(1 277)	(1 635)	(1 233)

налог на прибыль	0						068)	673)	019)
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	(43 668)	91 020	(26 030)	(231 022)	52 040	(241 846)	(47 911)	(56 855)
Изменение отложенных налоговых активов	2450	34 881	(41 174)	357 281	295 493	70 897	222 268	63 776	(92 391)
Прочее	2460	17 575*	(18 315)	(43 465)	(13 637)	(10 810)	4 683	(4 858)*	528
Чистая прибыль (убыток)	2400	1 616 618	(1 027 776)	(2 216 183)	(1 873 437)	(119 591)	4 403 524	5 975 374	5 313 910
СПРАВОЧНО									
Совокупный финансовый результат периода	2500	1 616 618	(1 027 776)	(2 216 183)	(1 873 437)	(119 591)	4 403 524	5 975 374	5 313 910

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Цены на услуги фитнес-центров (стоимость годового абонемента) за 2019 год

Безлимитный абонемент на 12 месяцев	Цена
Фитнес-клуб «ИньЯн» (13:00-17:00)	16 000 рублей
Фитнес-клуб «Три Богатыря» (07:00-23:00)	16 990 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Новгородская)	15 000 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Взлётка-Плаза)	15 000 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Комсомолл)	15 000 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Щорса)	17 000 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Спасский)	17 000 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Комсомольский)	18 000 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Телевизорная)	18 000 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Говорова)	16 000 рублей
Тренажерный зал «Колизей» (Планета)	19 000 рублей
Фитнес-центр «StrongoFamaly» (08:00-17:00)	17 300 рублей
Фитнес-холл «Самсон» на Взлётке (10:00-17:00)	18 400 рублей

Фитнес-холл «Самсон» на Metallургов (09:00-17:00)	18 400 рублей
Фитнес-центр «Strongo Hammer Strength» (07:00-17:00)	19 400 рублей
Фитнес-клуб «ИньЯн» (17:00-23:00)	25 000 рублей
Тренажерный зал «RealSteel»	18 000 рублей
Фитнес-холл «Самсон» на Взлётке (10:00-22:00)	19 000 рублей
Фитнес-холл «Самсон» на Metallургов (09:00-23:00)	21 000 рублей
Фитнес-клуб «Fit-Studio»	19 000 рублей
Фитнес-центр «StrongoHard»	18 400 рублей
Спортивный комплекс «Академия Биатлона»	18 500 рублей
Фитнес-центр «StrongoFamaly» (08:00-23:00)	18 300 рублей
Фитнес-центр «Family Fitness DAVINCI» (07:00-00:00)	19 900 рублей
Фитнес-центр «Революция» (06:00-00:00)	19 900 рублей
Универсальный спортивный комплекс «Теннис Холл»	24 000 рублей
Фитнес-центр «Strongo Hammer Strength» (07:00-23:00)	24 000 рублей
Фитнес-центр «StrongoWoman»	24 600 рублей

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой ЭиМ
Т.Б.Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« 03 » 07 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Повышение эффективности деятельности торгового
предприятия ООО «АДИДАС»
тема

Руководитель

Мозолина доцент, кандидат эк.н. Т.Н. Плотникова
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник


Ерёмкина, 02.07.20 Д.А.Ерёмкина
подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2020

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме _____
Повышение эффективности деятельности торгового предприятия ООО
«АДИДАС»


Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

 02.07.20
подпись, дата


Т.М. Тютникова
инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

 02.07.20
подпись, дата

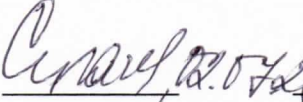
Т.М. Тютникова
инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

 02.07.20
подпись, дата

Т.М. Тютникова
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

 02.07.20 К.В. Семенов
подпись, дата инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы Повышение эффективности деятельности торгового предприятия ООО «АДИДАС»

ВКР выполнена на 72 страницах, с использованием 12 иллюстраций, 31 таблицы, 10 формул, 3 приложений, 38 использованных источников, 10 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: ЭФФЕКТ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, АНАЛИЗ, МЕРОПРИЯТИЕ, ПРИБЫЛЬ.

Автор работы (76э-21)


подпись

Д.А.Ерёмкина
инициалы, фамилия

Руководитель работы


подпись

Т.Н.Плотникова
инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы - 2020

Главной целью выпускной квалификационной работы является повышение эффективности деятельности ООО «Адидас» путем освоения смежного направления деятельности.

Задачи: изучить теоретические аспекты эффективности; проанализировать финансовую и хозяйственную деятельность исследуемой организации; выявить тенденции к развитию организации, сложившиеся при реализации основной деятельности; обосновать освоение нового направления деятельности ООО «Адидас»; рассчитать затраты на открытие выбранного направления повышения деятельности организации; спрогнозировать показатели эффективности деятельности организации от открытия нового направления.

Не каждая современная организация имеет неограниченные возможности роста эффективности предоставляемых услуг. Многие из них ограничены в своих действиях при привлечении дополнительных ресурсов. В связи с этим возрастает актуальность увеличения интенсивности использования уже имеющихся ресурсов в организации. Данный вопрос может быть решен посредством интенсификации деятельности организации, открытием новых направлений развития, применением инновационных методов управления.


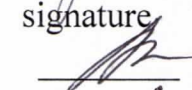
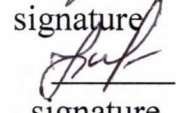
В проектной части выпускной квалификационной работы для повышения эффективности деятельности всей торговой организации было предложено открыть и освоить новое направление деятельности – семейный фитнес-центр. Чистая прибыль при реализации данного мероприятия возрастет значительными темпами и обеспечит исследуемой организации высокий уровень дополнительного дохода.

SUMMARY
GRADUATION THESIS
Bachelor's thesis

The theme of the graduation thesis is «Trading Company Efficiency Performance Improvement: “ADIDAS”, LLC».

The graduation thesis comprises 72 pages, 12 figures 31 charts, 10 formulae, 3 appendices, 38 reference items, 10 visual aids (slides).

Keywords: EFFECT, EFFICIENCY, ACTIVITY,, ANALYSIS, MEASURES, PROFIT.

Author of research (76-1)	 signature	<u>D.A. Eremkina</u> full name
Academic supervisor	 signature	<u>T.N. Plotnikova</u> full name
English language supervisor	 signature	<u>N.V. Chezybaeva</u> full name

Graduation paper presentation date – 2020

The purpose of the thesis is to increase the efficiency performance of “ADIDAS”, LLC via the development of a related business area.

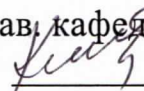
Objectives: to study theoretical aspects of efficiency; to analyze financial and economic activity of the present organization; to identify trends in the organization development established during the implementation of ordinary business activities; to give reasons for the development of a new trend of “ADIDAS”, LLC; to calculate costs for starting up new trends to promote the company performance; to predict performance indicators.

Not every modern organization has unlimited opportunities for increasing the efficiency of the services provided. Many of them are limited in their actions when attracting additional resources. In this regard, the relevance of the use of existing resources in the organization is increasing. This issue can be resolved through the intensification of the organization, the discovery of new areas of development, the use of innovative management methods.

The project component part deals with the efficiency increase of the entire trading organization; it has been proposed to start up and master a new area of activity - the family fitness center. Net profit will increase at a significant pace and provide the organization under study with extra income.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой ЭиМ
 Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« 03 » 07 2020 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студенту Ерёмкиной Дарье Александровне

фамилия, имя, отчество

Группа 76э-1
номер

Направление 38.03.01 Экономика
код наименование

Тема выпускной квалификационной работы Повышение эффективности деятельности торгового предприятия ООО «АДИАС»

Утверждена приказом по институту № 245 от 27.04.2020

Руководитель ВКР

Т.Н.Плотникова, кандидат экономических наук, доцент, начальник отдела по науке, международным связям и дополнительному образованию, ХТИ-филиал СФУ

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР Бухгалтерская отчетность за 2019 год: Форма № 0710001 «Бухгалтерский баланс»; форма № 0710002 «Отчет о финансовых результатах»

Перечень разделов ВКР Теоретическая часть 1 Теоретические основы повышения эффективности деятельности торгового предприятия 1.1 Основные понятия эффективности деятельности 1.2 Критерии и показатели оценки экономической эффективности 1.3 Пути повышения эффективности деятельности предприятий торговли Аналитическая часть 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «АДИДАС» 2.1 Общая характеристика организации 2.2 Анализ финансовой деятельности 2.3 Анализ хозяйственной деятельности 2.4 Заключительная оценка финансово-хозяйственной деятельности организации Проектная часть 3 Проект мероприятия по повышению эффективности деятельности ООО «АДИДАС» 3.1 Обоснование мероприятий проекта 3.2 Расчет предполагаемых затрат 3.3 Эффективность разработанных мероприятий

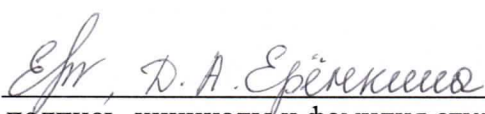
Перечень иллюстративного материала (слайдов) Наименование работы «Повышение эффективности деятельности торгового предприятия ООО «АДИДАС»»; цель и задачи выпускной квалификационной работы; Теоретические основы повышения эффективности деятельности; анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «АДИДАС»; анализ финансового состояния; управленческий анализ; проект мероприятий по повышению эффективности деятельности ООО «АДИДАС»; основные затраты на реализацию; плановый объем продаж услуг и прогноз финансовых результатов; эффективность разработанных мероприятий;

Руководитель ВКР


подпись

Т.Н. Плотникова
инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению


подпись, инициалы и фамилия студента

«23» апреля 2020 г.