

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  
Заведующий кафедрой  
Т.Б.Коняхина  
подпись      инициалы, фамилия  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

## **БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01 Экономика  
код – наименование направления

Повышение эффективности деятельности организации на примере

ООО «Пищевые ингредиенты»  
тема

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

Выпускник      Т.С.Ваганова  
подпись, дата      инициалы, фамилия

Абакан 2021

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме Повышение эффективности деятельности организации на примере ООО «Пищевые ингредиенты»

Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.Н.Плотникова

инициалы, фамилия

Аналитическая часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.Н. Плотникова

инициалы, фамилия

Проектная часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.Н.Плотникова

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

Т.Н.Плотникова

**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**в форме бакалаврской работы**

Тема выпускной квалификационной работы Повышение эффективности деятельности организации на примере ООО «Пищевые ингредиенты»

ВКР выполнена на 80 страницах, с использованием 8 иллюстраций, 37 таблиц, 19 формул, A-B приложений, 24 использованных источников, 11 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: повышения эффективности на предприятии, анализ – хозяйственной деятельности, интернет магазин, розничный магазин.

Автор работы, гр. №3-76э  
подпись    инициалы, фамилия

\_\_\_\_\_ Т.С.Ваганова

Руководитель работы  
подпись    инициалы, фамилия

\_\_\_\_\_ Т.Н.Плотникова

Год защиты квалификационной работы - 2021

Целью выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий повышающих эффективную деятельность ООО «Пищевые ингредиенты».

Исходя из поставленной цели был разработан ряд задач:

- изучить теоретические основы эффективной деятельности организации;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Пищевые ингредиенты»;
- разработать проект мероприятий, повышающих эффективную деятельность ООО «Пищевые ингредиенты».

Научная и практическая новизна работы заключается в комплексном подходе и разработке перспектив улучшения деятельности предприятия на примере ООО «Пищевые ингредиенты».

Практическая значимость. Полученные основные результаты исследований по данной теме позволяют рекомендовать разработанные мероприятия для практического применения на ООО «Пищевые ингредиенты»

**SUMMARY**  
**GRADUATION THESIS**  
**Bachelor's thesis**

The theme of the graduation thesis is «Profitability Increase of OOO “Food Ingredients”, a limited liability company under the laws of the Russian Federation».

The graduation thesis comprises 80 pages, 8 figures, 37 charts, 19 formulae, 3 appendices, 24 reference items, 11 visual aids (slides).

Key words:enterprise efficiency increase, economic activity analysis, online store, retail store

Author of research (Z-76E)	_____	<u>T.S.Vaganova</u>
signature            full name		
Academic supervisor	_____	<u>T.N. Plotnikova</u>
signature            full name		
English language supervisor	_____	<u>N.V. Chezybaeva</u>
signature            full name		

Graduation paper presentation date – 2021

The purpose of the thesis is to develop measures to increase the economic efficiency of the enterprise of OOO “Food Ingredients”.

In this regard, it is necessary to set a number of objectives:

- to study theoretical aspects of economic efficiency of the enterprise;
- to analyze financial and economic activity of OOO “Food Ingredients”;
- to develop measures to increase the effective activity of OOO “Food Ingredients”.

Scientific and practical novelty of the paper: integrated approach and development of measures for improving financial and economic activity of OOO “Food Ingredients”.

Practical relevance: the results of the research could be recommended to be of implemented at OOO “Food Ingredients”.

## **ВВЕДЕНИЕ**

Рыночная экономика предлагает становление и развитие предприятий различных организационно-правовых форм, основанных на разных видах частной собственности, появление новых собственников, - как отдельных граждан, так и трудовых коллективов предприятий.

Понятие «эффективность» достаточно широко применяется в разнообразных областях науки и практики. Это понятие является собой достаточно сложную категорию экономики, служит основанием формирования численных критериев важности принимаемых решений и отражает процесс закономерного изменения производительных сил в тесной взаимосвязи с производственными отношениями.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы, можно подчеркнуть тем, что сегодня все большее значение приобретает необходимость упорядочивания всех направлений деятельности предприятия для повышения его эффективности, улучшения производственного процесса, в целях обеспечения конкурентных преимуществ, а также расширения рынков сбыта.

В связи со сложившейся экономической ситуацией, когда многие предприятия обречены на выживаемость, руководство предприятий вынуждено уделять больше внимания проблемам, связанным с формированием и повышением эффективности использования своих финансовых ресурсов, и активизировать поиск путей улучшения своего финансового состояния, тем самым способствуя росту их конкурентоспособности и стабильности развития.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий повышающих эффективную деятельность ООО «Пищевые ингредиенты».

Исходя из поставленной цели был разработан ряд задач:

- изучить теоретические основы эффективной деятельности

организации;

- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Пищевые ингредиенты»;
- разработать проект мероприятий, повышающих эффективную деятельность ООО «Пищевые ингредиенты».

Предметом бакалаврской работы является финансово-экономическая деятельность организации.

В качестве объекта исследования выступает организация ООО «Пищевые ингредиенты».

В процессе исследования применялись аналитический, программно-целевой, нормативный метод, методы сравнительного анализа. В качестве источников информации использовались бухгалтерская финансовая отчетность организации ООО «Пищевые ингредиенты».

В процессе написания бакалаврской работы в качестве методологического инструмента был изучен ряд пособий отечественных и зарубежных ученых-экономистов, среди которых Давыдова Л. А., Зыкова Н.В., Ковалев В. В., Шеремет А.Д., Ван Хорн Дж. К. и др.

Практическая значимость работы заключается в разработке комплекса рекомендаций, выполнение которых поможет организация ООО «Пищевые ингредиенты» не только повысить эффективность деятельности предприятия, но и выйти на новый рынок сбыта, тем самым обеспечить организации более высокую рентабельность и прибыльность.

Научная и практическая новизна бакалаврской работы заключается в комплексном подходе и разработке перспектив улучшения деятельности предприятия на примере ООО «Пищевые ингредиенты».

Практическая значимость. Полученные основные результаты исследований по данной теме позволяют рекомендовать разработанные мероприятия для практического применения на ООО «Пищевые ингредиенты»

## **Проектная часть. 3 Проектирование мероприятий, повышающих эффективность деятельности ООО «Пищевые ингредиенты»**

### **3.1 Обоснование мероприятий**

Проведя анализ хозяйственной деятельности фирмы, целесообразно открыть интернет-магазин и розничный магазин для расширения рынка сбыта. Однако неправильно было бы утверждать, что увеличение оборота – единственная причина.

При выработке стратегии и определении экономической рентабельности интернет-магазина учитывается множество факторов, влияющих на прибыль, для фирмы.

Основные факторы:

— Входящий трафик. Как правило, трафик формируется благодаря рекламе.

— Количество повторных заказов на одного клиента. Прибыль интернет-магазина во многом зависит от наличия постоянных клиентов. Если после первой покупки человек уходит, то в будущем его придется «покупать» вновь. По статистике, сохранение клиента обходится в четыре раза дешевле, чем привлечение нового.

— Среднее количество товаров в заказе. У большинства интернет-магазинов есть инструменты по увеличению количества товаров в корзине. Например, помимо основной продукции, на сайте размещается ассортимент сопутствующих товаров. Так как клиенту удобнее приобрести все необходимое в одном месте, то и количество товаров в чеке вырастет.

— Стоимость товаров. Часто для увеличения прибыли интернет-магазина владельцы поднимают стоимость товаров или стараются продать наиболее дорогие. Для этого покупателю могут рекомендовать заменить продукт на более дорогой, так как он, например, более качественный или

удобный. Метод работает только с теми клиентами, которые прислушиваются к советам, а таких меньшинство.

Место интернет–маркетинга в деятельности ООО «Пищевые ингредиенты» сводится к процессу управления маркетингом на электронном рынке, который отражает совокупность операций и процедур, выполняемых работниками компании в следующей последовательности:

- Сбор и анализ информации о поведении рынка и конкурентов на нем посредством использования возможностей сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных;

- Моделирование психологических реакций поведения потребителя на электронном рынке с моделированием стратегий компаний в условиях риска и неопределенности,

- Формулирование новых стратегий развития текущих рынков, проникновения на рынок, стратегических альянсов и консолидаций, стратегий диверсификации и др.

Пользуясь интернетом, сотрудники ООО «Пищевые ингредиенты» имеют возможность:

- Быстро менять ассортимент, описание продуктов и их цены;

- Экономить на затратах (отсутствуют затраты на создание обеспечение функционирования магазина, на использование обычных методов почтовой рассылки, издание каталогов и т.п.);

- Легче осуществлять контакты с потенциальными потребителями, посылая им информацию (например, разъяснительного или рекламного характера) и получая от них ответы;

- Подсчитать число людей, посетивших сайт организации и отдельные его части.

В современном мире информационный интернет, является высокой конкуренцией, каждая коммерческая фирма, старается заявить о себе. Основой интернет-маркетинга в настоящее время является Web–сайт, как корпоративный, так и сайт сторонних посреднических организаций



(поисковые системы, каталоги, порталы, открытые и закрытые торговые площадки и т.п.).

Маркетинговое обоснование открытия розничного магазина можно назвать основой для прогнозирования результатов его работы. Это обоснование позволяет понять, на какую сумму дохода может рассчитывать владелец магазина. Результаты маркетингового обоснования служат ориентиром для построения инвестиционных и финансовых планов открытия розничного магазина. Расчет объема продаж и валовой доход от продаж напрямую зависят от многих факторов:

- местоположение розничного магазина (население в районе, где расположена торговая точка, наличие транспортных коммуникаций, места массового посещения и т.д.);

- торговая площадь и ожидаемый ассортимент товаров в открываемом розничном магазине;

- наличие конкурентов в зоне деятельности нового розничного магазина (федеральные и региональные розничные сети, розничные магазины с аналогичным ассортиментом, оптовые и розничные рынки);

- наличие финансовых ресурсов для проведения рекламных и торгово-маркетинговых кампаний по развитию розничного магазина.

Для получения маркетингового обоснования для открытия розничного магазина, необходимо выполнить определенную работу:

1. Рассчитать примерное количество людей, проживающих в районе, где расположен новый магазин (в радиусе 1-1,5 км вокруг магазина). Расчет основан на наличии и типах жилищного фонда (частный сектор, плотность жилой застройки и т.д.).

2. Определить количество потенциальных покупателей (можно использовать общедоступные данные о демографическом составе жителей населенного пункта, в котором будет работать розничный магазин).

3. Оценить влияние конкурентных факторов на предполагаемое количество покупателей — наличие торговых точек с аналогичным

ассортиментом в районе открытия магазина (сетевые и розничные магазины, оптовые и розничные рынки). Наличие конкурентов отражается в маркетинговом обосновании за счет сокращения числа потенциальных покупателей.

4. Прогнозировать частоту посещений магазина покупателями и сумму среднего чека (покупки). Эти данные могут быть получены от специализированных маркетинговых компаний, из общедоступных статистических источников, а также путем самоанализа населения.

5. Рассчитать предполагаемый оборот открывающегося магазина.

6. Оценить влияние факторов развития инфраструктуры в районе открытия магазина (наличие общественных мест (парки, аттракционы, кинотеатры, школы и т.д.), наличие государственных и коммерческих структур, степень развития транспортных коммуникаций (парковки, остановки общественного транспорта и т.д.) и т.д.

7. Прогнозировать частоту посещений магазина дополнительными покупателями, которые не проживают в районе его расположения, и сумму среднего чека (покупки).

8. Рассчитайте предполагаемый оборот для дополнительных клиентов

9. Суммировать расчетные данные пунктов 5 и 8 для прогноза общей ежемесячной выручки открывшегося магазина.

Важное место в открытие магазина занимает технический и инвестиционный планы. В техническом плане прорабатывают вопросы обеспечения магазина необходимым оборудованием и коммунальными ресурсами, готовят расчет количества торгового и административного персонала. В инвестиционном плане определяют величину финансовых ресурсов, которые потребуются для реализации технического плана. Также составляется финансовый план открытия розничного магазина, который предназначен для расчетов финансового результата деятельности магазина и периода окупаемости вложенных в него инвестиций. Открытие розничного

магазина позволит ООО «Пищевые ингредиенты» увеличить товарооборот, валовый доход от реализации товаров.

Анализ потребителя имеет важное значение в определении стратегии открытия и развития деятельности магазинов, направлена изучение вкусов, дифференциацию структуры потребностей по группам потребителей, выявление неудовлетворительных потребностей и т. д. Покупателями ООО «Пищевые ингредиенты» являются предприятия Красноярского края, Республики Хакасии и Тувы. Деятельность ООО «Пищевые ингредиенты» ориентирована на продажу сырья для пищевой промышленности, ингредиентов, упаковочных материалов и инвентаря для хлебопекарных, кондитерских и мясоперерабатывающих предприятий. Порядок обслуживания клиентов выглядит следующим образом:

1. Покупатель выбирает товар с помощью квалифицированных консультантов по продажам.
2. Менеджер по продажам подготавливает необходимый пакет документов, в том числе документы на оплату.
3. Осуществляется доставка товара и документов покупателю, покупатель оплачивает товар.

ООО «Пищевые ингредиенты» проводит сегментацию рынка по группам потребителей, так как считает ее наиболее универсальной. Успех компании в конкурентной борьбе зависит от того, насколько удачно выбран сегмент рынка. Разделим сегмент рынка по группам потребителей на подгруппы:

1. успешные клиенты – для этой группы потребителей ООО «Пищевые ингредиенты» предлагает высококачественные товары, в основном импортные;
2. клиенты со средним уровнем дохода. Для этой группы потребителей подходят практически все товары ассортиментного списка;

3. клиенты с низкими доходами – ООО «Пищевые ингредиенты» не обошло вниманием эту группу потребителей и планирует удовлетворить потребности этой группы.

На рисунке представлена диаграмма, на которой выделены сегменты в соответствии с доходом клиентов.

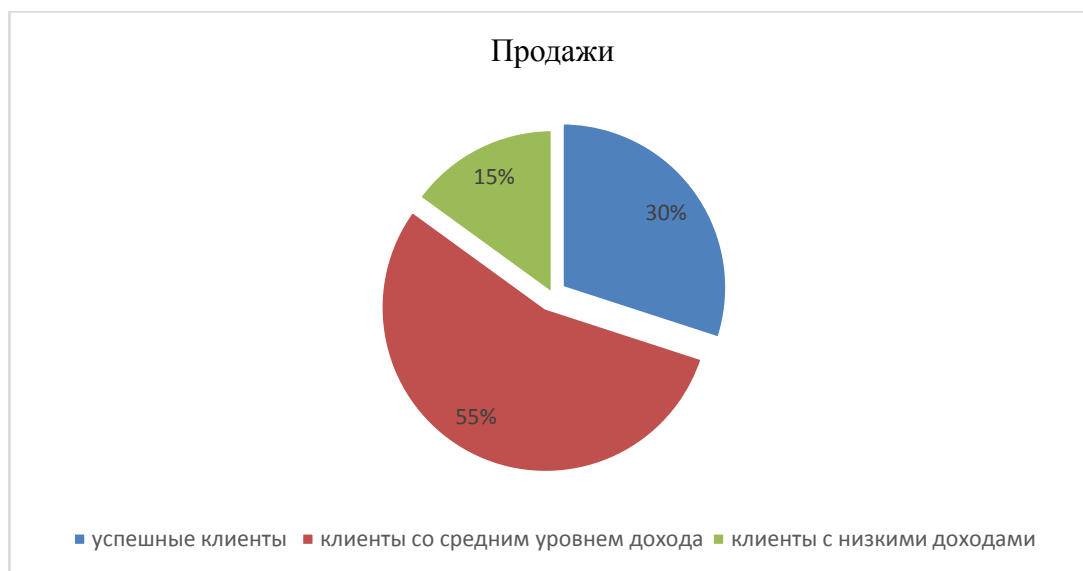


Рисунок 3.4 – Выделение сегментов в соответствии с доходом клиентов

На рисунке видно, что наибольший удельный вес занимают клиенты со средним уровнем дохода– 55%. Доля успешных клиентов – 30%, клиенты с низкими доходами – 15%.

С целью исследования удовлетворенности покупателей товаром ООО «Пищевые ингредиенты» было проведено анкетирование покупателей города Абакана. На вопрос: Часто ли Вы покупаете товары у ООО «Пищевые ингредиенты»? Результаты: 53 % опрошенных ответили, что часто; 25 % – ответили, что редко; 15 % ответили, что не приобретают, но планируют совершить покупки в ближайшем будущем; и всего лишь 7% ответили, что не покупают товары данного предприятия. Для наглядности информации изобразим частоту покупки товаров на рисунке



Рисунок 3.5 – Часто ли покупатели покупают товар у ООО «Пищевые ингредиенты»

На вопрос: нравится ли Вам товарный ассортимент, предлагаемый ООО «Пищевые ингредиенты», большинство опрошенных 78% ответили, что нравится и он соответствует их требованиям, 18% ответили, что не ставили перед собой целью поиск конкретного товара и 4% ответили, что не нашли свой товар. Для наглядности информация изображена на рисунке



Рисунок 3.6 – Отношение покупателей к товарному ассортименту ООО «Пищевые ингредиенты»

На вопрос: Ваше отношение к товарам ООО «Пищевые ингредиенты», большинство покупателей 68%, ответили, что они приобретают товары у данного поставщика и также имеют представление о достоинствах этих товаров. 20% покупателей ответили, что знают о товарах предлагаемых, но

не знают его потребительских свойств, и 12% ответили, что ничего не знают о товаре. Для наглядности информация изображена на рисунке



Рисунок 3.7– Деление покупателей по отношению к товару

Из результатов анкеты, можно сделать вывод: что большинство покупателей хорошо относятся товарам ООО «Пищевые ингредиенты» и стремятся к их приобретению. Но есть, и те покупатели, которые не знают об ассортименте предлагаемых товаров и их достоинствах, также не приобретали их.

При открытии магазинов важно учитывать конкурентов предприятия. В городе Абакане уже осуществляют свою деятельность предприятия-конкуренты: ООО «Владелита» и ООО «Таймерс» которые, обслуживают общепиты, пекарни и кондитерские. Анализ конкурентов в городе Абакане представлены в таблице 3.23

Таблица 3.23 - Анализ конкурентов в городе Абакане

Наименование	ООО «Пищевые ингредиенты»	ООО «Владелита»	ООО «Таймерс»
Год открытия	2008 г.	2002 г.	1997 г.
Цены	Низкие	Средние	Средние
Адреса	ул.Игарская, д.1	ул.Колхозная, д. 31	ул.Кирпичная, д.61
Режим работы	с 9:00 – 17:00 СБ- 9:00 – 13:00 ВС - выходной	с 9:00 – 18:00 СБ – 9:00 – 15:00 ВС - выходной	с 8:00 – 18:00 СБ, ВС - выходной
Ассортимент	3000	2500	2500
Покупатели	Более 450	Более 400	Более 350
Качество продукции	Высокое	Высокое	Высокое
Доставка	Красноярский край, РХ, Тыва	Красноярский край, РХ, Тыва	Красноярский край,РХ, Тыва
Интернет-магазин	-	+	-

Из таблицы видно, что наиболее сильным конкурентом получается ООО «Владелита», активно продвигает продовольственные товары оптом через интернет, но нашим преимуществом является уникальность продукции (качество) в разных ассортиментах, которую мы предлагаем.

### **3.2 Расчет затрат на реализацию проектных мероприятий по интернет – магазину**

ООО «Пищевые ингредиенты» на сегодняшний день имеет собственный интернет-сайта <http://september124.ru/> (рисунок 3.8), но не ведет деятельность в области электронного обеспечения продаж.

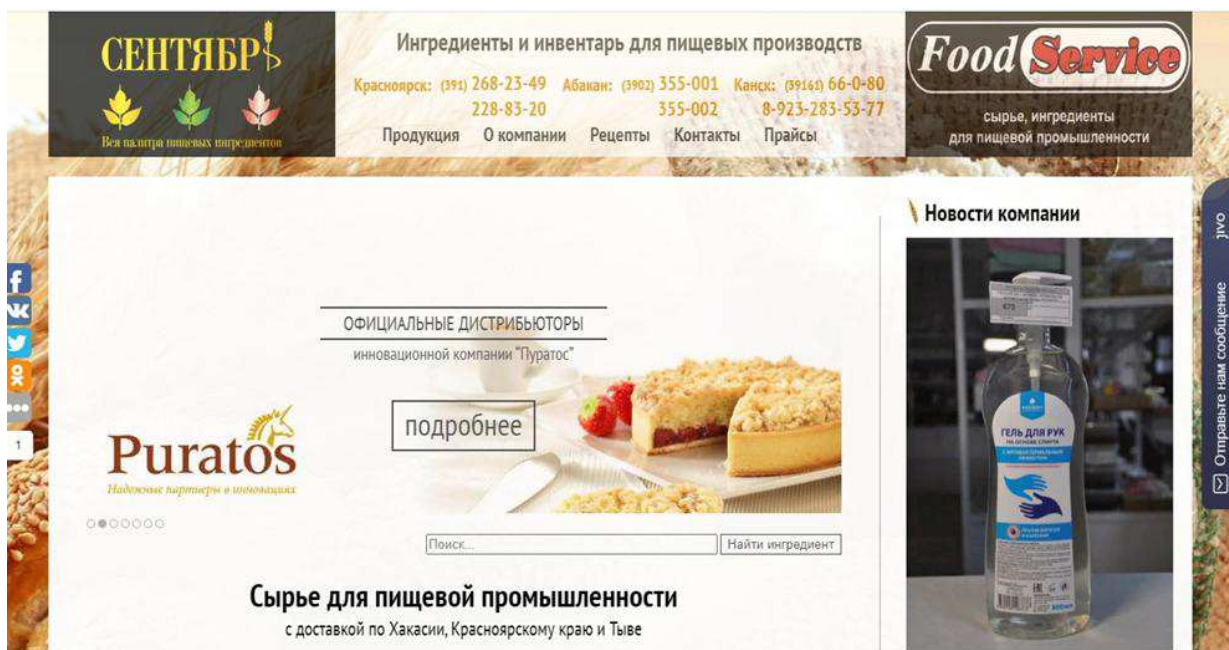


Рисунок 3.8- макет сайта ООО «Пищевые ингредиенты»

Следует предложить фирме организовать проект «Деятельность по электронной продаже товаров». Конечной целью проекта должна стать действующая и эффективная комплексная система.

Интернет—продвижение, включающая в себя многофункциональный сайт, интернет-рекламу, деятельность в рамках информационных и торговых бизнес – порталов.

Организация интернет - магазина ООО «Пищевые ингредиенты» будет проходить в несколько этапов:

- На первом этапе компания-разработчик, совместно с заказчиком, определяет цели и задачи проекта, проводит маркетинговое исследование. Исходя из результатов исследования, определяются функциональные возможности будущего интернет - магазина, требования к дизайну, методы последующего продвижения на рынке;

- Выбор решения. На данном этапе согласуется с заказчиком оптимальное программное решение, которое позволит успешно удовлетворить все поставленные задачи, интернет - магазином нужды;

- Разработка технического задания. От качества выполнения технического задания будет зависеть дальнейший результат всей последующей работы;



— Разработка дизайна. В результате реализации данного этапа формируются внешний вид, цветовая гамма, навигация и основные функциональные блоки сайта. Необходимым условием при разработке дизайна интернет-сайта является соответствие общему фирменному стилю предприятия;

— Вёрстка. На данном этапе дизайн интернет – магазина разбивается на блоки, которые в дальнейшем подключаются к созданному движку интернет магазина. Именно от неё зависит, как будет выглядеть интернет-магазин, насколько корректно будет отображаться браузером сайт, а также будет ли сайт доступен абсолютно всем пользователям сети Интернет;

— Тестирование проекта. После выполнения всех заявленных работ по проектированию и разработке сайта проводится его окончательное тестирование работоспособности на ранее сформированной товарной базе. Вовремя тестирования, если выявленные ошибки и недочёты немедленно устраняются в рамках технического задания;

— Сдача проекта. Включает в себя демонстрацию заказчику всех возможностей, ранее описанных в техническом задании проекта.

Далее рассмотрим структурную схему проектируемого интернет - магазина.

При помощи браузера покупатель заходит на web – сайт интернет - магазина. Сайт содержит электронную витрину, на которой представлен каталог товаров и необходимые элементы интерфейса для ввода регистрационной информации, формирования заказа, оформления доставки, проведения платежей, а также получения необходимой информации о компании-продавце.

Регистрация покупателя производится либо при оформлении заказа, либо при входе в магазин. После выбора товара ему необходимо заполнить форму, в которой указывается, каким образом будет осуществлена оплата и

доставка. С целью защиты персональной информации взаимодействие должно осуществляться по отдельному защищенному каналу типа SSL.

По завершении формирования заказа вся собранная информация о покупателе с электронной витрины поступает в торговую систему интернет-магазина, где осуществляется проверка наличия товара на складе, инициируется запрос к платежной системе.

При отсутствии товара на складе в момент проверки, система автоматически направляет запрос поставщику, а покупателю сообщается о времени ожидания товара.

В случае если оплата осуществляется при передаче товара покупателю, требуется подтверждение факта заказа. Чаще всего это происходит посредством телефонных переговоров или электронной почты.

Система электронной торговли подразделяется на три основных элемента:

- Интернет-магазин с электронной витриной и торговой системой;
- Система оплаты необходимого товара;
- Система доставки оплаченного товара.

Рассмотрим каждую из этих составляющих более подробно. Web-витрина представляет собой совокупность каталога, системы навигации и оформления заказа с последующей передачей менеджеру для дальнейшей обработки. На этом этапе работа с заказом переходит к менеджеру по продажам.

К основным функциям проектируемого интернет-магазина относятся:

- Информационное обслуживание покупателя;
- Обработка заказов;
- Проведение платежей;
- Сбор и анализ различной статистической информации.

Рассмотрим представленные функции подробно. Информационное обслуживание покупателей включает в себя следующие элементы:

- Работа с каталогом товаров;

- Работа с дополнительной справочной информацией;
- Работа с виртуальной корзиной, включающая процедуру регистрации.

В процессе выбора товара формируется список отобранного товара, отображенный в виде виртуальной корзины. Любой товар пожеланию покупателя может быть в любой момент изъят, как и в случае с реальной корзиной, с последующим пересчетом общей стоимости покупки. После окончания выбора товара наступает момент оформления заказа с определением метода оплаты и доставки товара до покупателя. В тех случаях, когда выбор условий доставки произведен покупателем заранее, ее стоимость может сразу учитываться при расчете общей стоимости покупки. Процесс обработки заказа начинается с проверки наличия товара и резервирования его на складе. При отсутствии части заказа система информирует покупателя о возможной задержке.

Затем инициируется запрос к выбранной платежной системе и при подтверждении оплаты происходит оформление заказа на доставку товара. Оплата товара осуществляется двумя вариантами:

- Предварительная оплата. К варианту предварительной оплаты можно отнести различные схемы, связанные с резервированием суммы покупки на счете покупателя с действительным переводом средств только после осуществления доставки (так называемые защищенные сделки);

- Оплата в момент его получения (при доставке курьером, по почте наложенным платежом или визите покупателя в функционирующий торговый зал).

Существуют следующие способы осуществления платежей:

- Банковский перевод. Путем перечисления средств на расчетный счет электронного магазина;

- Оплата наличными денежными средствами курьеру при доставке товара или при визите покупателя в функционирующий торговый зал;

— При помощи платежных систем Интернета;  
Доставка товара. Существуют следующие способы доставки купленных товаров до покупателя:

- Собственной курьерской службой ;
- Самовывозом;

Принимать оплату виртуальной покупки предприятие может, используя банковский перевод или наличный расчет. Расходы по созданию и размещению сайта в сети Интернет.

Для составления сметы сайта необходимо будет рассчитать такие показатели как: расходы по электроэнергии, расходы по размещению в сети интернет (хостинг), заработная плата программисту и прочие всевозможные расходы на канцелярские товары, и расходные материалы для компьютера. Так же учитывать стоимость аренды помещения, амортизации компьютеров и оргтехники.

В таблице 3 23 отображены первоначальные затраты.

Расчет электроэнергии для восьмичасового рабочего дня. Для организаций  $1 \text{ кВт/ч} = 7,32 \text{ В}$  месяц  $7,32 \times 177 = 1295,64$  рублей.

В сети Web-сайт планируется разместить на ресурсах провайдера города Абакан, что будет гарантией стабильного обслуживания

Таблица 3.23 – Первичные затраты на создание сайта

№ п/п	Наименование	Количество	кВт/ час	кВт/сутки (приблизительно)	кВт/ месяц
1	Компьютер	1	0,12	0,96	28,8
2	Световое оснащение	2	0,075	0,6	13,2
3	Кондиционер	1	0,75	6	135
4	Всего	4			177

Оплата труда наёмному сотруднику по открытию интернет - магазина составляет 25000 руб. Ежемесячные затраты на поддержание стабильной работы сайта приведены в таблице 3.24

Таблица 3.24 - Ежемесячные затраты на работу сайта

№	Наименование	Сумма, руб.
---	--------------	-------------

п/п		
1	Оплата программисту за услугу	25000
2	Электроэнергия	1295,65
3	Интернет 1 рабочее место	180
4	Прочие расходы 5% от всех расходов	1363,78
5	Хостинг	800
6	Итого	28639,43

РПост= 28639,43 постоянные ежемесячные расходы.

Помещение и оборудование есть в наличии у организации, далее рассчитываем годовую сумму амортизационных отчислений.

Годовая сумма амортизационных отчислений рассчитывается по формуле 3.13

$$A=(\Phi \times N_A) / 100\% (3.13)$$

Где,

$\Phi$  -первоначальная стоимость основных фондов по видам, руб.;

$N_A$ -норма амортизации по видам основных фондов, в %.

Сумма амортизационных отчислений в год представлена в таблице 3.25.

Таблица 3.25 – Годовая сумма амортизационных отчислений

№ п/п	Основные фонды	Количество	Цена, руб.	Сумма за год, руб.	Норма амортизации, %	Амортизационные отчисления, руб.
1	Компьютер	1	35000	35000	12,5	4375
2	Кондиционер	1	20000	20000	20	4000
3	Помещение	10 м <sup>2</sup>	8572	102864	3,33	3429
4	Всего					11804

Следовательно, годовая сумма амортизационных отчислений составляет 11804 рублей

Так как на создание информационного ресурса, т.е. сайта, понадобится 10 дней, будем рассчитывать амортизацию оборудования за этот период по формуле.....

$$A=A_{\text{год}} \times T_{\text{факт}} \div 360 \quad (3.14)$$

Где,

$T_{\text{факт}}$  – количество дней на создание сайта.

Рассчитаем сумму амортизационных отчислений для перечисленной группы оборудования с учетом числа календарных дней на разработку сайта по формуле(3.6)

$$A = 11804 \times 10 / 360 = 327,89 \text{ руб.}$$

Оплата труда программиста составляет 25000 руб. Соответственно, расходы на оплату труда включаются в себестоимость сайта, с учетом работы над сайтом в течение 10 дней составят по формуле 3.15

$$Зп = Зп_{\text{мес}} \times T_{\text{факт}} \div Д \quad (3.15)$$

Где

Зп – зарплатная плата за 10 дней;

ЗП<sub>мес</sub> – зарплатная плата в месяц сотрудника, руб.;

T<sub>факт</sub> – кол-во дней на создание сайта

Д - число рабочих дней в месяце.

$$ЗП = 25000 \times 10 / 22 = 11363,64 \text{ руб.}$$

Отчисления по страховым взносам составят 30% [20]. Следовательно, размер отчислений равен 3409,09 руб. ( $11363,64 \times 30\% = 3409,09$ ).

Ежемесячные материальные затраты представлены в таблице 3.26

Таблица 3.26 - Расчет ежемесячных материальных затрат

№ п/п	Наименование	Сумма, руб., в месяц
1	Электричество	1295,65
2	Хостинг	800,00
3	Интернет	180,00
4	Прочие расходы	1363,78
	Итого:	3639,43

Затраты составили 3639,43 рубля в месяц.

Рассчитаем затраты в период создания сайта по формуле 3.16

$$З_{\text{тр}} = З_{\text{м}} \times T_{\text{факт}} \div Д \quad (3.16)$$

Где, З<sub>м</sub> – ежемесячные затраты, руб.;

T<sub>факт</sub> – число дней на создание сайта;

Д – число дней в периоде (месяц).

$$З_{\text{тр}} = 3639,43 \times 10 \div 22 = 1654,29 \text{ руб.}$$

Произведем расчёт себестоимости разработки сайта по формуле 3.17

$$C_{ст} = Z_{тр} + Z_{п} + O_{тс} + A \quad (3,17)$$

Где,  $C_{ст}$ -себестоимость разработки программы;

$O_{тс}$  – отчисления социального страхования(взносы).

$$C = 1654,29 + 1363,64 + 3409,09 + 327,89 = 6754,91 \text{ рублей.}$$

Рассчитанная себестоимость является приблизительной, так как в ней не учтены некоторые детали, которые существенно не повлияют на результат.

$$C \approx 12000 \text{ рублей.}$$

Нормальный уровень рентабельности для оптово-розничной торговли составляет 8%, соответственно можно посчитать цену проекта по формуле 3.18

$$Ц = C + (C \times R \div 100\%) \quad (3.18)$$

где  $C$ -себестоимость разработки сайта;

$R$  -планируемый уровень рентабельности.

$$Ц = 12\ 000 + 12\ 000 \times 8/100 = 12\ 960 \text{ рублей.}$$

Так как помещение и оборудование уже имеется в наличии ООО «Пищевые ингредиенты», на внедрение программного продукта составят 12 960 рублей.

Предполагается, что самоокупаемость интернет-сайта при ежемесячных затратах в 28639,43 рублей произойдет уже при увеличении товарооборота на 20% прибыли на 6% (3.19).

$$П = (Тоб_{н} + Тоб_{н} \times Тоб_{\%}) \times П_{\%} \quad (3.19)$$

Где,  $П$ -предполагаемая прибыль;

$Тоб_{н}$ -базовый вариант товарооборота;

$Тоб_{\%}$ -предполагаемый процент прироста товарооборота;

$П_{\%}$ -предполагаемый прирост прибыли.

$$П = (575\ 379 + 575\ 379 \times 8/100) \times 6/100 = 37284,55 \text{ рублей}$$

Поэтому полная окупаемость Web-сайта с учетом затрат на внедрение произойдет за 1,5 месяца.

Таким образом, произведенные расчеты подтверждают предположение о том, что получение прибыли сайта ожидается со второго месяца после начала его деятельности.

### 3.3 Расчет затрат на реализацию проектных мероприятий по открытию розничного магазина

Магазин ООО «Пищевые ингредиенты» будет располагаться по адресу: в городе Абакане, ул. Некрасова, дом №18, с хорошей проходимостью и удобной парковкой.

Работу по открытию магазина начнем с составления календарного плана проекта, предполагает планирование двух фаз жизненного цикла проекта:

- прединвестиционная фаза;
- инвестиционная фаза;

Календарный план нашего проекта представлен в таблице 3.27, где мы отразили все этапы подготовительного периода, а так же продолжительность каждого из этапов.

Таблица 3.27– Календарный план открытие магазина

№ п/п	Наименование этапа	Дата начала	Дата окончания	Длительность этапа в днях
Подготовительный этап (прединвестиционная и инвестиционная фаза)				
1	Маркетинговые исследования	01.05.2021 г.	28.07.2021 г.	28
2	Оформление документов	29.07.2021 г.	11.08.2021 г.	14
3	Выбор помещения и подготовки смены	16.08.2021 г.	14.09.2021 г.	30
4	Финансовый план	01.09.2021 г.	14.09.2021 г.	14
5	Производственный план	15.09.2021 г.	30.09.2021 г.	16
6	Закупка и установка оборудования	01.10.2021 г.	20.10.2021 г.	20
7	Подготовка квалифицированных сотрудников	25.10.2021 г.	05.11.2021 г.	12
8	Закупка продукции	05.11.2021 г.	19.11.2021 г.	15
9	Итого подготовительный этап			149

На основе данных таблицы.... мы видим, что длительность подготовительного этапа занимает 149 дней.



Для начала работы магазина необходимо приобрести мебель и оборудование для магазина. Поставщиком является «Дефо», «Торг96.ру», «МДМ», и сайт «Авито».

Таблица 3.28 – Необходимая мебель для магазина

№ п/п	Наименование	Цена, руб.	Количество, шт.	Стоимость, руб.
1	Компьютерное кресло	3650	1	3650
2	Прилавок	3925	2	7850
3	Холодильная камера закрытая	17000	2	34000
4	Витрина холодильная для рыбы	71198	1	71198
5	Витрина холодильная открытая б/у	13000	2	26000
6	Стеллажи б/у	7000	10	70000
7	Весы	7300	1	7300
8	Корзинки	250	20	5000
Итого				224998

Из данной таблицы можно сделать вывод, что для покупки торгового оборудования необходимы денежные средства в размере 224998 руб.

Для начала работы розничного магазина необходимо приобрести 1 ноутбук, онлайн кассу и установить ее, лицензию для работы в программе 1с 8, а так же многофункциональное устройство, совмещающее в себе принтер, ксерокс и сканнер. Всё оборудование покупается в магазине электронной техники «ДНС» и «ККМ кассы»

Таблица 3.29 – Компьютерное обеспечение

№ п/п	Наименование	Цена, руб.	Количество, шт.	Стоимость, руб.
1	Онлайн - касса	27000	1	27000
2	Ящик для денег	1500	1	1500
3	Лицензия для 1с	6300	2	12600
4	Ноутбук Lenovo	25999	1	25999
5	Принтер 3 в 1	8600	1	8600
Итого				75699

В таблице 3.29 показана стоимость необходимых для приобретения внеоборотных активов, мебели и компьютерной техники, для оборудования офиса.

Таблица 3.30- Внеоборотные активы и их срок эксплуатации

Наименование внеоборотных активов	Балансовая стоимость актива, руб.	Период эксплуатации, лет.
Мебель и оборудование	224998	5
Компьютерное оборудование	75699	5
Итого стоимость, ВОА	300697	X

Таким образом, стоимость инвестиций во внеоборотные активы составляет 300697 руб. Данная сумма не зачисляется в расходы предприятия сразу. Её необходимо списывать в виде амортизации.

Для данной компании выбран линейный способ амортизации. Подсчитаем формирование амортизационных сумм для нашего капитала на следующее 5 лет, расчет представлен в таблице....

Таблица 3.31– Расчет амортизационных отчислений по годам

№ п/п	Наименование	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
1	Мебель и оборудование	11024,9	44999,6	44999,6	44999,6	44999,6
2	Компьютерная техника	3709,3	15139,7	15139,7	15139,7	15139,7
3	Итого за год	14734,2	60139,4	60139,4	60139,4	60139,4

Расходы операционной деятельности любого предприятия включают:

- материальные расходы;
- расходы на оплату труда;
- расходы на социальные выплаты;
- амортизационные расходы;
- другие расходы

Для организации деятельности необходим персонал. Проведем планирование численности персонала на следующие 5 лет

Заработная плата будет рассчитывается без учета социальных, стандартных и имущественных вычетов. Районный и северный коэффициент согласно законодательству РФ в Республике Хакассия равен 60% и страховые взносы 30% [20]. Система заработной платы простая повременная с окладом 19000 руб.

Расчет зарплаты на месяц и суммы социальных взносов на каждого работника приведен в таблице 3.32.

Таблица 3.32 – Расчет заработной платы за месяц

№ п/п	Должность	Количество сотрудников	Оклад	Районный и северный коэффициент	НДФЛ к вычету	ЗП к выдаче
1	Кассир	2	38000	60800	7904	52896

Рассчитаем фонд оплаты труда с 2021 по 2025 год, с учетом того, что в 2023 году мы принимаем на работу дополнительных сотрудников, а именно, еще 2 кассира, итоговые данные приведены в таблице 3.33.

Таблица 3.33 – Расчет ФОТ

№ п/п	Показатель	2021 г.	2020 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
1	Количество персонала, чел	2	2	4	4	4
2	Заработная плата	38000	456000	912000	912000	912000
3	Страховые взносы	11400	136800	273600	273600	273600
4	Фонд оплаты труда	98800	1185600	4742400	4742400	4742400

У генерального директора есть в собственности помещение по адресу Некрасова 18, площадью 50 м<sup>2</sup>.

В первый год на рекламу и продвижение запланировано 45000 руб. в год. Здесь предполагается заказ рекламы на щитах, радио, местном телевидении. Так же компания для связи использует мобильную связь и интернет, поэтому эти затраты также необходимо заложить, и они составляют 32 000 руб. в год.

Переходим к обоснованию рыночной цены продукта. Весомую категорию статьи расходов занимают коммунальные расходы: электричество – 42000руб., отопление – 54 000 руб., и всего в год выходит 96000 руб.

Сводные данные по расходам представлены в таблице 3.34

Таблица 3.34 – Расчет себестоимости

№ п/п	Показатели	2021 г. 1 мес	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
1	Реклама	45000	45000	45000	45000	45000
2	Связь	2700	32000	32000	32000	32000
3	Коммунальные услуги	8000	96000	96000	96000	96000
4	Всего	55700	173000	173000	173000	173000
5	Заработная плата	98800	1185600	4742400	4742400	4742400
6	Амортизация	14734,2	60139,4	60139,4	60139,4	60139,4
7	Затраты на приобретение	8999545	9359527	9701509,51	10034493	10349477
8	Итого затрат:	9168779,20	10778266,40	14677048,91	15010032,40	15325016,40

Расчет затрат на приобретение товара = средняя цена товара \* на количество =  $263*2000 + 166 * 1100 + 224*3000 + 154,80*2200 + 144*1900 + 517,48* 3400 + 143,67*6600 + 253,25*800 + 712,79*2900 + 241,76*2000 + 643,30*2400 = 526000 + 182600 + 672000 + 340560 + 273600 + 1759432 + 948222 + 202600 + 2067091 + 483520 + 1543920 = 8999545$  руб.

На каждую группу товаров предприятие осуществляет наценку. Данные по доходам представлены в таблице 3.35.

Таблица 3.35 – Доходы розничного магазина

№ п/п	Показатели	Розн. наценки, %	2021 г. 1 мес	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
1	Колбасные изделия	40	757938,90	946422,83	1427089,66	1454336,46	1480110,46
2	Кондитерские изделия	30	257380,41	414544,40	843913,93	852696,99	861005,29
3	Консервы	50	1031077,40	1241784,47	1765106,64	1802402,64	1837682,64

4	Молочные изделия	45	516120,15	700580,13	1188195,89	1206466,93	1223750,35
5	Мясо	40	404578,90	578928,43	1046167,58	1060340,06	1073746,46
6	Напитки	70	3017188,78	3329935,50	3993282,08	4103950,35	4208636,55
7	Овощи, грибы	80	1734492,47	2007228,94	2654109,14	2717260,72	2776998,71
8	Рыба	40	305178,90	475552,43	939014,38	949509,06	959436,46
9	Соусы, специи	60	3331961,49	3646001,52	4289033,37	4411405,16	4527162,26
10	Сыры	30	648576,41	821388,24	1265623,22	1288880,53	1310880,69
11	Фрукты, ягоды	100	3118609,86	3469306,22	4233335,04	4347585,12	4455659,52
	Итого:	585	15123103,67	17631673,11	23644870,93	24194834,02	24715069,39

Из таблицы видно, на соусы и специи планируется получить наибольший доход. Также прогнозируется увеличение дохода с каждым годом и к концу 2025 г. он должен составить 24715069,39 руб. Приведем расчет прибыли от реализации товара в таблице

Таблица 3. 36– Расчет прибыли от реализации товара

№ п/п	Показатели	2021 г. 1 мес	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
1	Колбасные изделия	216553,97	270406,52	407739,90	415524,70	422888,70
2	Кондитерские изделия	59395,48	95664,09	194749,37	196776,23	198693,53
3	Консервы	343692,47	413928,16	588368,88	600800,88	612560,88
4	Молочные изделия	160175,22	217421,42	368750,45	374420,77	379784,59
5	Мясо	115593,97	165408,12	298905,02	302954,30	306784,70
6	Напитки	1242371,85	1371149,91	1644292,62	1689861,91	1732967,99
7	Овощи, грибы	770885,54	892101,75	1179604,06	1207671,43	1234221,65
8	Рыба	87193,97	135872,12	268289,82	271288,3	274124,7
9	Соусы, специи	1249479,56	1367250,57	1608387,51	1654276,93	1697685,85
10	Сыры	149671,48	189551,13	292075,90	297433,97	302510,93
11	Фрукты, ягоды	1559304,93	1734653,11	2116667,52	2173792,56	2227829,76
	Итого:	5954324,47	6853406,90	8967822,02	9184801,62	9390052,99

Из таблицы виден рост прибыли с каждым годом. К 2025 году планируется увеличение прибыли на 3435728,52 руб. Срок окупаемости

розничного магазина зависит от размера вложений и прибыли и составит 1,5 месяца (9168779,20/5954324,47).

В таблице 3.37 представлена оценка эффективности данных мероприятий

Таблица 3.37– оценка эффективности мероприятий

Наименование мероприятий	Расходы	Прогнозируемые Доходы	Срок окупаемости	Прибыль
Интернет-магазин	28639	65923,35	1,5	37284,35
Розничный магазин	9168779,20	15123103,67	1,5	5954324,47
Интегральный эффект	9197418,20	15189027,02	1,5	5991608,82

Из таблицы видно, что открытие магазинов позволит ООО «Пищевые ингредиенты» получить дополнительную прибыль, для интернет-магазина она составит – 37284,35 руб., розничного магазина –5954324,47 руб.

В результате проведенных мероприятий прибыль увеличится на 5991608,82 руб. Открытие интернет-магазина и розничного являются одновременными мероприятиями и дополняют друг друга. Срок окупаемости для обоих магазинов одинаковый и составит 1,5 месяца. Открытие магазинов и получение прибыли приведет к повышению эффективности деятельности предприятия и положительно скажется на его дальнейшем развитии.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрение информационного теоретического массива по проблематике темы дипломного исследования, позволяет выделить следующие основные моменты.

Основным фактором улучшения деятельности предприятия, является его эффективность или результативность. Несмотря на то, что данная

экономическая категория не имеет единой характеристики, в научной литературе были и остаются попытки систематизировать подходы к оценке эффективности деятельности предприятия.

Эффективность или результативность деятельности - это соотношение результата эффекта и затрат. Оценка экономического эффекта, как правило, включает в себя три группы показателей: объемные, конечные, социальные результаты.

Усиление эффективности деятельности предприятия возможно достичь посредством следующих мер:

- снижение себестоимости продукции: в условиях отраслевой конкуренции устойчивое финансовое положение предприятия зависит в большей степени от снижения издержек до среднеотраслевого уровня и ниже;

- увеличение объемов инвестирования денежных средств на расширение, техническое перевооружение производства, разработку и внедрение новых видов продукции/товаров/услуг, улучшение материального положения сотрудников компании;

- разумное снижение цен на продукцию/ услуги позволяет вести успешную конкурентную борьбу;

- повышение экономической эффективности использования всех ресурсов на предприятии; – совершенствование ценообразования.

Объектом исследования явилось ООО «Пищевые ингредиенты». Основное направление деятельности данной организации – поставка и

продажа сырья для пищевой промышленности, а также продажа ингредиентов, упаковочных материалов и инвентаря для хлебопекарных, кондитерских и мясоперерабатывающих предприятий.

Произведенный анализ указанного предприятия, показал, что коммерческая деятельность организации в исследуемом периоде происходила в условиях общей экономической нестабильности – сложно прогнозируемой законодательной, налоговой и ценовой политики.

Эти обстоятельства негативным образом сказались на результатах деятельности организации

Усматривается увеличение удельного веса запасов, что свидетельствует: о стремлении защитить денежные средства от обесценивания под воздействием инфляции; о неэффективном управлении запасами. По данным баланса, использованным при расчетах показателей ликвидности и платежеспособности, видится, что соответствующие показатели не во всех случаях соответствуют нормативным значениям и поэтому организация финансово не устойчива, что может привести к возможной неплатежеспособности.

Анализ состава и структуры баланса позволяет дать удовлетворительную оценку финансового состояния организации. В процессе построения сравнительного аналитического баланса выявлены следующие положительные тенденции: увеличение собственного капитала; рост внеоборотных активов; показатели рентабельности выше нуля, что говорит о наличии прибыльности организации.

Данному предприятию необходимо предпринять ряд мер, направленных на улучшение финансового состояния. В качестве мероприятий, повышающих эффективность деятельности ООО «Пищевые ингредиенты» было предложено открыть интернет-магазин и розничный. Также был произведен расчет целесообразности предложенных мероприятий. Проведенные расчеты показывают, что открытие магазинов позволит увеличить выручку предприятия на 15189027,02 руб., прибыль на 5991608,82 руб. В целом, можно сделать вывод, что цель работы успешно достигнута путем полноценного решения ее задач.



## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ. Часть первая (ред. от 22.06.2017 № 16-П) // СПС Консультант-Плюс.
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (последняя редакция) // СПС Консультант-Плюс.
3. Бердникова, Л. Ф. Ключевые показатели финансового анализа

бухгалтерской отчетности / Л. Ф. Бердникова, С. П. Альдебенева // Экономика, управление, финансы: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). Пермь: Зебра, 2015. - С. 108-116.

4. Бочаров, В.В. Комплексный финансовый анализ / В.В. Бочаров. - М.: СПб: Питер, 2018. – 426 с.

5. Вахрин, П.И. Финансовый анализ: учебное пособие. М.: Изд-во «Маркетинг», 2015. – 118 с.

6. Губанов, Р.С. Концептуальные основы анализа финансового состояния в системе корпоративного менеджмента: теория и практика // Финансовый менеджмент. 2017. - №3. - С.17-22

7. Дроздов, О.А. Система количественных показателей качества прибыли организации / О.А. Дроздов // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. - № 17. – С. 22 – 28.

8. Зыкова Н.В. Исследование подходов к оценке эффективности деятельности организации // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/12/6529> (дата обращения: 29.12.2020).

9. Кан Е.Д. Подходы и методы оценки эффективности деятельности предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. - №4. – С. 12-18.

10. Ковалев А.И. Анализ финансового состояния организации. – 5-е изд., перераб и доп.- М.: Центр экономики и маркетинга, 2015.- 250 с.

11. Куприянова, Л.М., Осипова И.В. Бухгалтерский баланс – важнейший источник информации для оценки развития бизнеса // Финансовая аналитика: проблемы и решения. - 2016. - № 40. - С. 45–59.

12. Литвиненко, Т. А. Анализ эффективности деятельности организации / Т. А. Литвиненко, Н. В. Лукашина. // Молодой ученый. - 2016. - № 12 (116). - С. 1349-1352.

13. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: практич. пособие / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - 2-е изд.,

перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2018. –316 с.

14. Поленова, С.Н. Нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности в России: понятие, предмет, метод // Международный бухгалтерский учет. - 2015. - № 2. - С. 24–36.

15. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий: учебное пособие - М.: Изд-во Питер, 2017. – 348 с.

16. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. - Ростов на/Д, 2015. - 368 с.

17. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – С.62.

18. Гарант Информационно-правовой портал [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru> - дата обращения (30.05.2021 г.)– Режим доступа: для авториз. пользователей

19. Компания ДЭФО-мебель [электронный ресурс]. Режим доступа - <https://www.defo.ru/> - дата обращения ( 30.05.2021г.) - Режим доступа: для авториз. Пользователей

20. Налоговый кодекс Российской Федерации: в 2 ч. [Электронный ресурс]федер. закон от 31.07.1988 № 146-ФЗ (ред. от 17.02.2021) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) (дата обращения 06.05.2021) – Режим доступа: для авториз. пользователей.

21. Компания ДНС - компьютерная техника [электронный ресурс]. Режим доступа - <https://www.dns-shop.ru/product/30aa736516731b80/156-noutbuk-lenovo-ideapad-s145-15api-cernyj/> - дата обращения (30.05.2021г.) - Режим доступа: для авториз. пользователей

22. Консультант Плюс Интернет версия [электронный ресурс]. Режим доступа - [www.Consultant.ru](http://www.Consultant.ru) - дата обращения (30.05.2021г.) - Режим доступа: для авториз. пользователей

23. Главбух РФ[электронный ресурс]. Режим доступа - <http://www.glavbukh.ru/> - дата обращения (30.05.2021г.) - Режим доступа: для авториз. пользователей

24. Финансы и кредит[электронный ресурс]. Режим доступа - <http://www.fin-izdat.ru/journal/fc/>- дата обращения (30.05.2021г.) – Режим доступа: для авториз. пользователей

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  
Заведующий кафедрой  
Т.Б.Коняхина  
подпись      инициалы, фамилия  
« ТБ »      06 2021 г.

### БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика  
код – наименование направления

Повышение эффективности деятельности организации на примере

ООО «Пищевые ингредиенты»  
тема

Руководитель

18.06.2021г.

подпись, дата

Т.Н.Плотникова  
должность, ученая степень

Т.Н.Плотникова

инициалы, фамилия

Выпускник

Т.С.Ваганова  
18.06.2021

подпись, дата


Т.С.Ваганова

инициалы, фамилия

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме Повышение эффективности деятельности организации на примере ООО «Пищевые ингредиенты»


Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть  
наименование раздела

 18.06.2021  
подпись, дата


Т.Н.Плотникова  
инициалы, фамилия

Аналитическая часть  
наименование раздела

 18.06.2021  
подпись, дата


Т.Н. Плотникова  
инициалы, фамилия

Проектная часть  
наименование раздела

 18.06.2021  
подпись, дата

Т.Н.Плотникова  
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

 18.06.2021  
подпись, дата

Т.Н.Плотникова  
инициалы, фамилия