

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

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

УТВЕРЖДАЮ  
зав. кафедрой ЭИГД

Т.Б. Коняхина

подпись    инициалы, фамилия

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Повышение эффективности деятельности предприятия (организации)

тема

Руководитель \_\_\_\_\_

подпись, дата    должность, ученая степень инициалы, фамилия

М.А. Кузнецова

Выпускник \_\_\_\_\_

подпись, дата

К.Д. Шингарев

инициалы, фамилия

Абакан 2021

Продолжение титульного листа бакалаврской работы на тему Анализ и

Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела  
милия

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

М.А. Кузнецова

инициалы, фа-

Аналитическая часть

наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

М.А. Кузнецова

инициалы, фамилия

Проектная часть

наименование раздела  
милия

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

М.А. Кузнецова

инициалы, фа-

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

М.А. Кузнецова

инициалы, фамилия

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	6
----------------	---

1 Теоретическая часть. Теоретические основы эффективности деятельности предприятия .....	8
1.1 Сущность эффективности деятельности предприятия.....	8
1.2 Показатели эффективности .....	13
1.3 Пути повышения эффективности деятельности .....	21
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности «Край света» .....	29
2.1 Характеристика организации .....	29
2.2 Анализ капитала.....	31
2.3 Анализ финансового состояния .....	35
2.4 Управленческий анализ.....	41
2.5 Заключительная оценка деятельности предприятия.....	43
2.6 Вопросы экологии.....	44
3 Проектная часть. Экономическое обоснование открытия филиала магазина .....	47
3.1 Характеристика проекта .....	47
3.2 Затраты на открытие филиала .....	52
3.3 Расчет эффективности .....	58
Заключение .....	65
Библиографический список .....	67
Приложение А Бухгалтерский баланс за 2020 год .....	70
Приложение Б Отчет о финансовых результатах за 2020 год	

## **ВВЕДЕНИЕ**

В современных условиях хозяйствования понятие «эффективность» явля-

ется универсальным. Его применяют во многих сферах человеческой деятельности: экономике и политике, науке и технике, культуре и в других сферах. Эффективность связывается, во-первых, с результативностью работы или действиями, а во-вторых, с экономичностью, то есть минимальным объемом затрат для действия или выполнения работы. С помощью одной результативности нельзя всесторонне характеризовать эффективность, поскольку может быть достигнут результат, но при этом являться наихудшим. Экономичность также не характеризует эффективность деятельности, поскольку могут быть минимальные затраты при низких результатах. Поэтому под эффективностью принято понимать уровень результативности работы или действия в соизмерении с произведенными затратами.

В экономике организации эффективность означает результативность производственно-хозяйственной деятельности, а также соотношение между достигнутыми результатами и затратами живого и овеществленного труда. Уровень эффективности характеризует уровень развития производительных сил и является важнейшим показателем развития экономики организации. В организации затраты имеют форму авансируемого основного и оборотного капитала, а конечные результаты – форму прибыли. Таким образом, показатель экономической эффективности дает представление о том, какой ценой организация получает прибыль. Соотнесение затрат и результатов используется в практике обоснования управленческих решений.

Главными задачами развития экономики организации на современном этапе является повышение эффективности деятельности и занятие устойчивых конкурентных позиций организации на рынках. Чтобы выдержать рыночную конкуренцию и завоевать доверие покупателей, необходимо выгодно выделяться на фоне организаций того же типа. Хорошо известно, что покупателя интересует не только качество продукции, работ, но и их цена. Чем выше качество и ниже цена, тем лучше и выгоднее для покупателей. Данные показатели заключены в себестоимости продукции, работ или услуг.

Актуальность выбранной темы не вызывает сомнений, поэтому цель вы-

пусковой квалификационной работы – повышение эффективности деятельности организации на примере магазина осветительных приборов «Край света». Для достижения поставленной цели в работе были поставлены и последовательно решены следующие задачи:

- изучены сущность и критерии экономической эффективности, а также пути повышения эффективности деятельности;
- проанализированы показатели, характеризующие финансовую и хозяйственную деятельность организации;
- предоставлена характеристика проекта, внедряемого в организации с целью повышения эффективности ее деятельности;
- дана оценка показателей эффективности деятельности.

Информационной базой в выпускной квалификационной работе служат законопроекты и постановления Правительства РФ, данные Федеральной службы государственной статистики, а также документы торговой организации «Край света». Теоретической основой для исследования послужили работы В.В. Ковалева, А.В. Бальжинова, А.И. Алексеева, С.М. Пястолова, Г.В. Савицкой, А.В. Осташкова, А.Д. Шеремета и других российских и зарубежных экономистов. Выпускная квалификационная работа состоит из содержания, введения, трех частей: теоретической, аналитической и проектной, а также заключения и библиографического списка.

## **ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## 1.1 Сущность эффективности деятельности предприятия

Эффективность деятельности предприятия является одной из важнейших качественных характеристик хозяйствования на всех уровнях. Под экономической эффективностью деятельности предприятия понимается степень использования производственного потенциала, которая выявляется соотношением результатов и затрат производства. Чем выше результат при тех же затратах, чем быстрее он растет в расчете на единицу затрат необходимого труда, или чем меньше затрат на единицу полезного эффекта, тем выше эффективность деятельности предприятия. Слово «эффективный» означает «дающий эффект, приводящий к нужным результатам, действенный».

Термин эффективность характеризуется как “результативность” использования средств, для достижения целей. Можно сказать, что термины “эффективность” и “экономичность” во многом схожи, так как в обоих случаях необходимо получить как можно больше ресурсов из всех доступных [1]. Для этого нужно постоянно соотносить выгоды (блага) и затраты. Рациональное поведение заключается в том, что производитель и потребитель благ стремятся к наивысшей эффективности и для этого максимизируют выгоды и минимизируют затраты.

Эффективность имеет место тогда, когда общество не может увеличить выпуск одного блага, не уменьшая при этом выпуска другого. Эффективная экономика лежит на грани производственных возможностей. Эффективность необходимо понимать, как какое-либо полезное содержание, поэтому эффективность есть мера выполнения работы по отношению к затратам. Но эффективность надо рассматривать и как оценочную категорию.

В самом общем виде слово эффективность обозначает результативность. Это отношение эффекта к затратам, вызвавшим этот эффект [3]. Эффект – это величина абсолютная и затраты величина абсолютная, а эффективность – это всегда величина относительная, то есть показывает величину эффекта относительно данных затрат.

В качестве результата могут выступать различные показатели, которые представлены на рисунке 1.1.

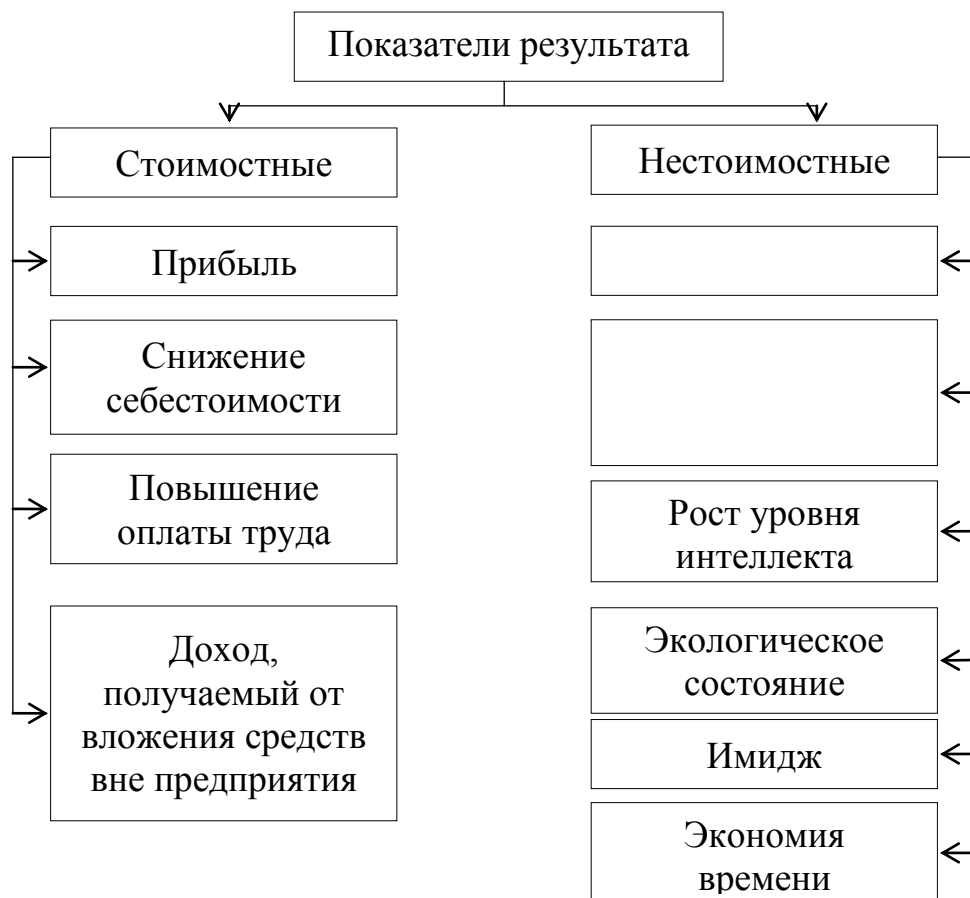


Рисунок 1.1 – Классификация результатов деятельности

Эффективность деятельности предприятия – это показатель деятельности его производства по распределению и переработке ресурсов с целью производства товаров. Эффективность можно измерить через коэффициент – отношение результатов на выходе к ресурсам на входе или через объемы выпуска продукции, ее номенклатуры.

Суть проблемы повышения экономической эффективности деятельности предприятия, состоит в том, чтобы на каждую единицу трудовых, материальных и финансовых ресурсов добиваться существенного увеличения объема производства продукции. Это, в конечном счете, означает повышение производительности труда, что и является критерием повышения эффективности деятельности предприятия.

Проблема эффективности существует в той или иной интерпретации с

периода возникновения материального производства и отражает взаимосвязь производственных отношений определенного способа производства. В условиях формирования рыночных отношений, когда результаты работы одних субъектов рынка зависят от четкости и слаженности работы других субъектов, проблема эффективности становится определяющей.

Далее рассматривается система показателей эффективности деятельности предприятия, которая способна давать всестороннюю оценку использования всех ресурсов предприятия и содержать все общеэкономические показатели.

Проблема повышения эффективности управления в целях обеспечения оптимизации эффективности функционирования – одна из важнейших для менеджмента предприятия. Понятие эффективности является многогранным, особенно учитывая, что слово «эффект» (от лат effectus – исполнение, действие и efficio – действую, исполняю) означает как результат каких-либо действий, так и впечатление, производимое кем-либо на кого-либо. Это впечатление может иметь экономическую, экологическую, организационную, правовую, социальную, этическую и иные окраски и соответственно может иметь различные результаты. Поэтому эффективность в целом следует понимать как комплекс экономических, социальных экологических и других проблем, которые должны решаться системно. Методологически, относительно эффективности, автор придерживается точки зрения, концентрированно сформулированной А.А. Рудычевым [13]. По его мнению, эффективность хозяйственной деятельности можно рассматривать как взаимосвязь научно-технического, социально-экологического и экономического эффектов. Следует подчеркнуть, что эти эффекты разнокачественные и попытка суммировать их для получения обобщающего результата неправомерна, так как, будучи взаимосвязанными, они характеризуют результат хозяйственной деятельности отдельно или совместно, но только по соответствующим критериям и показателям. Тем не менее, каждый из вышеуказанных эффектов практически всегда может иметь экономическую (стоимостную) оценку (кроме отдельных видов социально-экологического эффекта).



Современные подходы к оценке эффективности связаны с различными ее классификациями. Так, О. Романова различает внутреннюю и внешнюю эффективность, а также статическую и динамическую [23].

Внутренняя эффективность отражает собственную оценку результативности деятельности предприятия, его производительность на основе соотношения ресурсов (затрат) и продукта (результата).

Внешняя эффективность отражает структуру общественных потребностей, степень удовлетворения их предприятием, уровень полезности произведенного продукта, долю предприятия на рынке и направления ее изменения, потенциальные возможности предприятия на рынках готовой продукции и ресурсов.

Статическая эффективность является основной формой оценки и управления деятельностью предприятия на коротком отрезке времени, когда решаются оперативные и тактические вопросы, исключающие полноценное качественное обновление производственной базы.

Эффективность выведена на более высокий уровень системного анализа и более широкий диапазон свойств системы. Г. Клейнер классифицирует эффективность по составу подсистем (объектов), к которым применяется понятие эффективности, выделяя целевую (функциональную), технологическую (ресурсную) и экономическую эффективность [20].

Под целевой (функциональной) эффективностью понимается степень соответствия функционирования исследуемой системы ее целевому назначению. Поскольку предприятие представляет собой многофункциональный объект и является объектом ожиданий со стороны многих социально-экономических субъектов, понятие целевой эффективности дробится в соответствии с разнообразием этих субъектов и их точек зрения.

Под технологической или ресурсной эффективностью понимается степень интенсивности использования ресурсов предприятия с точки зрения соотношения между объемами выпуска различных видов продукции, с одной стороны, и размерами затраченных ресурсов – с другой. Эта характеристика может

измеряться в общем случае векторными показателями отдачи различных видов ресурсов или выпуска различных видов продукции в натуральном выражении на единицу затраченного ресурса.

Эффективность экономистами понимается исключительно как степень доходности, выгоды, и соответственно, как относительный показатель, в числителе которого – результаты, а в знаменателе – затраты. Между тем, понятие эффективности – многогранное. Под эффективностью понимается степень фактического или ожидаемого результата требуемому (желаемому) то есть степень достижения цели. Эффективность процесса – степень приспособленности к достижению цели. Эффективность системы – степень достижения цели. Различие между показателями качества и эффективности состоит в том, что показатели эффективности характеризуют процесс и эффект от функционирования системы, а показатели качества – пригодность системы для реализации ею своего предназначения.

Сущность теории эффективности состоит в оценке эффективности – достижения системой цели и затраченных на это усилий. Теория эффективности учитывает три группы показателей эффективности процесса, характеризующих: степень достижения цели (целевые эффекты); затраты ресурсов (ресурсоемкость процесса); затраты времени (оперативность процесса).

К задачам анализа процесса эффективности относятся:

1. Оценка эффективности процесса по выбранному критерию.
2. Анализ чувствительности показателей к изменению параметров.
3. Исследование направленности и степени влияния параметров на показатели эффективности процесса.
4. Выбор параметров, наиболее существенным образом влияющих на показатели эффективности процесса.

Синтез предполагает формулирование цели процесса в значениях ее показателей и критерия их оценивания и выработку требований к параметрам системы, организации и управления процессом при определенных условиях его проведения. К задачам синтеза процесса эффективности относятся:

1. Определение закона изменения структуры системы управления в зависимости от условий ее применения.
2. Определение закона управления системой через ее параметры.
3. Выбор вида расходуемого ресурса и создание системы обеспечения, хранения и восполнения ресурсов.
4. Выработку требований к параметрам и показателям качества системы в зависимости от условий ее функционирования.

Задачи анализа и синтеза эффективности решаются с помощью различных методов оценки систем и методов моделирования и программирования.

## **1.2 Показатели эффективности**

Исходные принципы измерения эффективности производства для всех общественных формаций аналогичны. Безусловно, имеются и различия, обусловленные местом, временем и практическим назначением конкретного метода измерения, в конечном итоге - характером экономических отношений, в том числе организацией управления предприятием.

Различают общую (абсолютную) и сравнительную (относительную) эффективность. Общая эффективность необходима для оценки и анализа общеэкономических результатов и эффективности на различных уровнях экономики (макро- и микроуровнях) за определенный период времени и в динамике для сопоставления уровня эффективности по предприятиям и регионам. Сравнительная эффективность рассчитывается и анализируется при обосновании принимаемых производственно-хозяйственных, технических и организационных решений, для отбора из альтернативных вариантов наилучшего (оптимального). Такой отбор осуществляется на основе сопоставления (сравнения) по вариантам системы технико-экономических показателей, расчета срока окупаемости или коэффициента эффективности дополнительных капитальных вложений, величины экономического эффекта. Сущность экономической эффективности наряду с ее критериями конкретизируется на основе классификации экономического эффекта (результата), а также затрат и ресурсов. Реальность информации об

уровне эффективности всего связана с классификацией и формами выражения экономического эффекта [5].

Оценка экономического эффекта, как правило, включает три группы показателей, которые представлены на рисунке 1.2.



Рисунок 1.2 – Группы показателей оценки экономического эффекта

Для правильного определения важнейших направлений повышения экономической эффективности деятельности предприятия, необходимо сформулировать критерий и показатели эффективности.

Система показателей эффективности деятельности предприятия должна давать всестороннюю оценку использования всех ресурсов предприятия и содержать все общеэкономические показатели. Очень важно, чтобы расчеты эффективности производства велись непрерывно: на стадиях проекта плана, утверждения плана, по мере его выполнения.

В системе показателей эффективности деятельности предприятия не все из них имеют одинаковую значимость. Есть главные и дополнительные (дифференцированные) показатели. Если первые принято называть обобщающими, то вторые являются функциональными, характеризующими какую-либо определенную сторону деятельности.

Для оценки и анализа экономической эффективности предприятия применяются дифференцированные и обобщающие показатели эффективности [8]. Эффективность использования какого-либо одного вида затрат и ресурсов выражается в системе дифференцированных показателей эффективности. К ним относятся:

- производительность труда или трудоемкость;
- материалоотдача или материалоемкость продукции;
- фондоотдача или фондоемкость;
- капиталоотдача или капиталоемкость.

Дифференцированные показатели эффективности рассчитываются как отношение выпуска продукции к отдельным видам затрат или ресурсов или наоборот – затрат или ресурсов к выпуску продукции.

Для оценки экономической эффективности в целом предприятию применяются обобщающие (комплексные, интегральные) показатели эффективности. Эти показатели позволяют более полно и во взаимосвязи учесть многие факторы и составляющие, которые оказывают влияние на уровень и динамику эффективности. В основе формирования обобщающих показателей находятся два условия: учет конечного, качественного результата и отражения совокупной величины затрат и ресурсов (например, издержки производства и обращения, суммарная величина производственных фондов). К основным обобщающим показателям экономической эффективности относятся следующие:

- национальный доход (НД);
- валовой национальный продукт (ВНП) на душу населения;
- производительность общественного труда;
- коэффициент общей эффективности;

- затраты на рубль товарной продукции;
- прибыль;
- рентабельность производства и рентабельность продукции.

Важнейшими показателями экономической эффективности любого производства служат трудоемкость, материалоемкость, капиталоемкость и фондоемкость [11].

Одним из показателей экономической эффективности производства является трудоемкость продукции - величина, обратная показателю производительности живого труда, определяется как отношение количества труда, затраченного в сфере материального производства, к общему объему произведенной продукции:

$$t = T/Q, \quad (1.1)$$

где  $T$  – количество труда, затраченного в сфере материального производства;  
 $Q$  – общий объем произведенной продукции.

Материалоемкость продукта исчисляется как отношение затрат сырья, материалов, топлива, энергии и других предметов труда к валовому продукту. Материалоемкость продукции предприятия определяется как отношение материальных затрат к общему объему произведенной продукции:

$$m = M/Q, \quad (1.2)$$

где  $m$  – уровень материалоемкости продукции;  
 $M$  – общий объем материальных затрат на производство продукции в стоимостном выражении;  
 $Q$  – общий объем произведенной продукции.

В известной степени близки между собой показатели капиталоемкости и фондоемкости продукции. Показатель капиталоемкости продукции показывает отношение величины капитальных вложений к определяемому ими приросту объема выпускаемой продукции:

$$KQ = K / DQ, \quad (1.3)$$

где  $KQ$  – капиталоемкость продукции;  
 $K$  – общий объем капитальных вложений;  
 $DQ$  – прирост объема выпускаемой продукции.

Фондоемкость продукции исчисляется как отношение средней стоимости основных производственных фондов предприятия к общему объему произведенной продукции:

$$f = F/Q, \quad (1.4)$$

где  $f$  – фондоемкость продукции;  
 $F$  – средняя стоимость основных производственных фондов предприятия;  
 $Q$  – общий объем произведенной продукции (как правило, валовой продукции).

Широко применяется показатель фондоотдачи, обратный показателю фондоемкости:

$$F_{отд} = Q/F \quad (1.5)$$

К дифференцированным показателям эффективности относятся также показатели, характеризующие относительную экономию отдельного вида затрат и ресурсов. Так, относительная экономия живого труда (относительное высвобождение численности работников ( $\text{Эт}$ )) определяется по формуле:

$$\text{Эт} = Чб * Kп - Чо, \quad (1.6)$$

где  $Чб$  – численность работников предприятия в базисном периоде,  
 $Kп$  – индекс роста производства продукции, работ или услуг;  
 $Чо$  – численность работников в плановом или отчетном периоде.

По такой же методике определяется и относительная экономия материальных затрат, производственных фондов. Важнейшими показателями конечных результатов и совокупной эффективности деятельности предприятия в условиях рыночной экономики являются прибыль и рентабельность (прибыльность). Управление рентабельностью (планирование, обоснование и анализ-контроль) находятся в центре экономической деятельности предприятий. Уровень рентабельности зависит прежде всего от величины прибыли и размера затрат и применяемых ресурсов. Прибыль в условиях рынка – это конечная цель и движущий мотив производства на предприятии. Оптимальным дополнением к показателю прибыли явилось бы выделение, в том числе удельного веса увеличения прибыли, полученной за счет снижения себестоимости. Следует также отметить, что по мере формирования цивилизованных рыночных отношений у предприятия останется лишь один путь увеличения прибыли - увеличение объема выпуска продукции, снижение затрат на ее производство [10].

При оценке величины прибыли различают валовую (балансовую) прибыль, прибыль от реализации продукции, чистую (расчетную) прибыль.

Валовая (балансовая) прибыль определяется по:

- результатам всей производственно-хозяйственной деятельности на основе баланса доходов и расходов как алгебраическая сумма прибыли от реализации продукции основной деятельности;

- прибыли (убытков) от прочей реализации товаров и услуг, продукции подсобного сельского хозяйства, реализации излишних товарно-материальных ценностей, а также реализации работ и услуг непромышленного характера;

- прибыли (убытков) от внереализационных операций – штрафы, пени, неустойки, убытки от списания безнадежных долгов, стихийных бедствий и т. п.;

- доходам от реализации ценных бумаг (акций, облигаций).

Прибыль от реализации продукции рассчитывается как разность между величиной реализованной продукции в действующих оптовых ценах и затратами на ее производство и реализацию, включаемыми в себестоимость.



Чистая (расчетная) прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, определяется как разность между балансовой прибылью или прибылью от реализации за вычетом арендной платы, налогов и процентов за долгосрочный кредит.

Комплексным, интегральным показателем экономической эффективности производственно- хозяйственной деятельности предприятия выступает рентабельность.

Рентабельность выражает абсолютный или относительный (в процентах) размер полученной прибыли на 1 рубль текущих затрат или на 1 рубль используемых ресурсов (основных производственных фондов, оборотных средств, собственного и заемного капитала). Расчет выполняется по формуле:

$$P = \frac{\Pi}{Z} * 100, \quad (1.7)$$

где  $\Pi$  – прибыль;

$Z$  – размер текущих затрат или используемых ресурсов.

В планировании и проектировании общая экономическая эффективность определяется как отношение эффекта к капитальным вложениям, а сравнительная – как отношение разности текущих затрат к разности капитальных вложений по вариантам. При этом общая и сравнительная экономическая эффективность дополняют друг друга.

При сопоставлении вариантов хозяйственных и технических решений, размещения предприятий и их комплексов, строительства новых или реконструкция старых предприятий и тому подобное рассчитывается сравнительная экономическая эффективность затрат.

Если один из сравниваемых вариантов для своей реализации требует меньше капитальных вложений и одновременно обеспечивает более низкую себестоимость, то при прочих равных условиях он признается экономически более выгодным. В этом случае достигается двойной эффект: экономия от снижения себестоимости (текущих затрат) и экономия на капитальных вложениях.

Однако нередко повышение производительности труда, снижение себестоимости, эксплуатационных затрат достигается ценой дополнительных капитальных вложений. В этих случаях оптимальный вариант выбирается на основе расчетов срока окупаемости (Т) или коэффициента сравнительной эффективности дополнительных капитальных вложений (Е) и их сопоставления с нормативными значениями:

$$T = (K_2 - K_1) / (C_1 - C_2) < T_n \quad (1.8)$$

или

$$E = (C_1 - C_2) / (K_2 - K_1) > E_n, \quad (1.9)$$

при  $K_2 > K_1$  и  $C_1 < C_2$ ,

где  $K_1, K_2$  – капитальные вложения по вариантам;

$C_1, C_2$  – себестоимость продукции или работ по вариантам;

$T_n, E_n$  – нормативный срок окупаемости и нормативный коэффициент сравнительной эффективности капитальных вложений.

При  $T < T_n$  или  $E > E_n$  оптимальным признается вариант, требующий дополнительных капитальных вложений (более капиталоемкий), и, наоборот, при  $T > T_n$  или  $E < E_n$  – менее капиталоемкий.

На практике для отбора оптимального варианта (особенно, когда сопоставляется более двух вариантов) применяется формула приведенных затрат – преобразованное выражение формулы отбора оптимального варианта по сроку окупаемости или коэффициенту сравнительной эффективности дополнительных капиталовложений. Критерием оптимального варианта в этом случае служит минимум приведенных затрат, которые представляют собой совокупную величину текущих и единовременных затрат, приведенных к одинаковой размерности, и определяются по формуле:

$$Z_{pi} = C_i + E_n K_{imin}, \quad (1.10)$$

где  $Z_{pi}$  – приведенные затраты по данному варианту;

$C_i$  – текущие затраты по тому же варианту;

$K_i$  – капитальные вложения по каждому варианту;

$E_n$  – нормативный коэффициент сравнительной экономической эффективности капитальных вложений.

Для полного представления об общей эффективности затрат нужна обобщенная характеристика стоимостных и натуральных показателей. Этой цели служат общая и сравнительная экономическая эффективность затрат.

### **1.3 Пути повышения эффективности деятельности**

В России сложилась ситуация, когда уровень управления в промышленности не отвечает тем требованиям, которые предъявляет современная экономика. Однако это не означает, что у отечественных предприятий исчерпаны все резервы повышения эффективности хозяйственной деятельности. С развитием научно-технического прогресса появляются все новые виды сырья и материалов, новые виды машин и оборудования, новые технологии, более совершенные формы организации труда, позволяющие снижать материалоемкость, трудоемкость продукции и услуг, ускорять оборачиваемость средств, повышать рентабельность и другие показатели эффективности бизнеса, то есть источники резервов неисчерпаемы. Проблема заключается в отсутствии соответствующих механизмов анализа и оценки резервов [17].

Осуществляя поиск резервов, аналитику любого промышленного предприятия необходимо руководствоваться следующими принципами организации данного процесса. Прежде всего, выявление резервов должно носить научный характер, то есть основываться на положениях диалектической теории познания, знаниях экономических законов, достижениях науки и передовой международной практики. Необходимо при этом хорошо знать экономическую сущность и природу хозяйственных резервов, источники и основные направления их поиска, а также методику и технику их подсчета и обобщения. Далее поиск резервов должен быть комплексным и носить системный характер.

Комплексный подход требует всестороннего выявления резервов по всем направлениям хозяйственной деятельности с последующим их обобщением. Системный подход к поиску резервов означает умение выявлять и обобщать резервы с учетом взаимосвязи и соподчиненности изучаемых явлений. Это позволяет, с одной стороны, более полно выявлять резервы, а с другой - избежать их повторного счета.

Одним из требований к поиску резервов является обеспечение их, комплектности, то есть сбалансированности по трем основным моментам процесса труда. Наибольший резерв, выявленный по одному из ресурсов, не может быть реализован, если, не достает резервов по другим ресурсам. Поэтому возникает необходимость проверки комплектности резервов. Резерв будет комплектным тогда, когда он будет обеспечен всеми необходимыми ресурсами не только в стоимостной оценке, но и по натурально-общественному составу.

Следующий принцип поиска резервов – это принцип их экономической обоснованности, то есть при подсчете резервов необходимо учитывать реальные возможности предприятия, а расчетная величина резервов должна быть подкреплена соответствующими мероприятиями. Временной принцип поиска резервов – это оперативность и постоянность их выявления. Чем быстрее проводится поиск, тем эффективнее этот процесс. Особенное значение имеет сокращение времени между выявлением и освоением резервов. Поиск резервов необходимо вести планомерно, систематически и даже ежедневно.

Еще один принцип поиска резервов – принцип массовости, то есть привлечение к этому процессу работников разных профессий и специальностей. При предварительном определении направлений поиска резервов необходимо выделить ведущие звенья или узкие места в повышении эффективности производства. По этому принципу выделяют участки производства, где систематически не выполняются планы, или имеются большие потери сырья, допускаются производственный брак, простои техники. Таким образом, определяются основные направления, по которым поиск идет в первую очередь. Определение

резервоёмких направлений значительно может повысить эффективность поиска резервов.

Для того чтобы величина выявленных резервов была реальной, подсчет резервов должен быть по возможности точным и обоснованным. Методика подсчета резервов зависит от характера резервов, способов их выявления и определения их величины. Первый признак предполагает классификацию резервов на экстенсивные и интенсивные, воздействующие на результат производства соответственно через использование дополнительных ресурсов и имеющегося производственного потенциала. Способы выявления предполагают деление резервов на скрытые и явные. Методы определения явных резервов просты и не требуют особенных подходов. В основном данные резервы выявляются по материалам бухгалтерского учета и отчетности. Практическая реализация их связана с недопущением безусловных потерь сырья и рабочего времени, недостачи и порчи продукции на складах, производственного брака, бесхозяйственности. Для выявления скрытых резервов необходимо сделать сравнительный внутрифирменный анализ по всем подразделениям предприятия.

Вообще, для подсчета величины резервов в практике экономического анализа используется ряд способов: прямого счета, сравнения, детерминированного факторного анализа, функционально-стоимостного анализа, маржинального анализа, математического программирования и другие. [12]. Способ прямого счета применяется в основном для подсчета резервов экстенсивного анализа, когда известна величина дополнительного привлечения или величина безусловных потерь ресурсов. Способ сравнения применяется для подсчета величины резервов интенсивного характера, когда потери ресурсов или возможная их экономия определяется в сравнении с плановыми нормами или с их затратами на единицу продукции на ведущих предприятиях. Большую помощь в определении резервов оказывают способы математического программирования, которые позволяют оптимизировать величину показателей с учетом условий хозяйствования и ограничений на ресурсы и тем самым выявить дополнительные и неиспользованные резервы производства путем срав-

нения величины исследуемых показателей по оптимальному варианту с их фактическим или плановым уровнем.

Особенно высокоэффективным методом выявления резервов является функционально-стоимостный анализ. Использование этого метода позволяет на ранних стадиях жизненного цикла изделия найти и предупредить лишние затраты путем усовершенствования его конструкции, технологии производства, использования более дешевого сырья и материалов. С целью обеспечения наибольшей отдачи от применения данного метода необходимо соблюдать ряд основных принципов: ранняя диагностика, оптимальная детализация, последовательность, выделение ведущего звена.

Сущность первого принципа состоит в том, что величина выявленных резервов зависит от того, на какой стадии жизненного цикла изделия проводится анализ: предпроизводственной, производственной, эксплуатации, утилизации. Как правило, излишние затраты закладываются в основном на этапе проектирования, следовательно, на этом этапе их и надо предупреждать.

Принцип оптимальной детализации предполагает выделение основных потребительских функций в исследуемом объекте с целью исключения громоздкости анализа.

Выполнение комплекса работ по анализу требует определенной последовательности в исследовании. При этом необходимо пользоваться логической схемой детализации – от общего к частному. Следует иметь в виду, что при выполнении исследования результаты его проведения на каждом этапе зависят от полноты и качества выполненных работ на предыдущих этапах.

Очевидность последнего принципа вытекает из того, что с точки зрения аналитика исследование наиболее целесообразно направить на ликвидацию наибольших затрат, сдерживающих получение эффекта от функционирования объекта.

Развитие рыночных отношений требует глубоких сдвигов в экономике – решающей сфере человеческой деятельности. Необходимо осуществить крутой поворот к интенсификации производства, переориентировать каждое предпри-

ятие, организацию, фирму на полное и первоочередное использование качественных факторов экономического роста. Должен быть обеспечен переход к экономике высшей организации и эффективности со всесторонне развитыми производительными силами и производственными отношениями, хорошо отлаженным хозяйственным механизмом. В значительной степени необходимые условия для этого создает рыночная экономика.

Важнейшим фактором повышения эффективности общественного производства, обеспечение высокой его эффективности был и остается научно-технический прогресс. До последнего времени НТП проистекал эволюционно. Преимущество отдавалось совершенствованию уже существующих технологий, частичной модернизации машин и оборудования. Такие меры давали определенную, но незначительную отдачу. Недостаточны были стимулы разработки и внедрения мероприятий по новой технике. В современных условиях формирования рыночных отношений нужны революционные, качественные изменения, переход к принципиально новым технологиям, к технике последующих поколений - коренное перевооружение всех отраслей народного хозяйства на основе новейших достижений науки и техники. Важнейшие направления НТП:

1. Широкое освоение прогрессивных технологий.
2. Автоматизация производства.
3. Использование новых видов материалов.

Коллективы предприятий, их руководители главное внимание уделяют материальному стимулированию труда. Большая часть прибыли после уплаты налогов направляется в фонд потребления. Такое положение ненормально. Очевидно, по мере развития рыночных отношений предприятия начнут уделять должное внимание развитию производства на перспективу, и будут направлять необходимые средства на новую технику, обновление производства, на освоение и выпуск новой продукции.

Помимо того, необходимо создать организационные предпосылки, экономические и социальные мотивации для творческого труда ученых, конструкторов, инженеров, рабочих. Коренные преобразования в технике и технологии,

мобилизация всех, не только технических, но и организационных, экономических и социальных факторов создадут предпосылки для значительного повышения производительности труда. Предстоит обеспечивать внедрение новейшей техники и технологии, широко применять на производстве прогрессивные формы научной организации труда, совершенствовать его нормирование, добиваться роста культуры производства, укрепление порядка и дисциплины, стабильность трудовых коллективов. Хотя, все выше сказанное крайне важно и необходимо для современных предприятий, но нужно учитывать реалии сегодняшней жизни. Подобные меры смогут внедрить, наверное, очень нескоро и очень немногие предприятия из-за сложившегося и недавно обострившегося экономического, социального кризиса.

Одним из важных факторов интенсификации и повышения эффективности деятельности предприятия является режим экономии [14]. Ресурсосбережение должно превратиться в решающий источник удовлетворения растущей потребности в топливе, энергии, сырье и материалах. В решении всех этих вопросов важная роль принадлежит промышленности.

1. Важнейшим результатом организации интенсивного использования производственных мощностей является ускорение темпов прироста продукции без дополнительных капитальных вложений, темпов роста фондоотдачи. Развитие экономики на современном этапе и в ближайшей обозримой перспективе обуславливает необходимость совершенствования организации интенсивного использования производственных мощностей действующих предприятий. Организацию эффективного использования производственных мощностей необходимо рассматривать как действие, направленное на опережающее увеличение выпуска продукции по отношению к затратам на их прирост. При этом действие понимается в широком смысле как многогранная деятельность производственных подразделений и служб, которая направлена на использование производственных мощностей промышленных предприятий в соответствии с целями, поставленными перед ними нашим обществом.



2. Один из факторов интенсификации производства, повышения его эффективности – совершенствование структуры экономики. Более высокими темпами необходимо развивать отрасли, обеспечивающие НТП и успешное решение социальных задач, добиваться улучшения пропорций между производством средств производства и предметов потребления, отраслями АПК. Инвестиционная политика призвана обеспечивать повышение эффективности капитальных вложений. Предстоит осуществить перераспределение средств в пользу отраслей, обеспечивающих социальные потребности, ускорение научно-технического прогресса. Все большая доля средств должна направляться на техническое перевооружение и реконструкцию действующих предприятий в противовес новому строительству. В ряду мер по структурной перестройке общественного производства – обеспечение ускоренного роста производства товаров народного потребления и всей сферы услуг, развитие малого предпринимательства, конверсия военного производства на предприятиях оборонного комплекса; техническое перевооружение и повышение эффективности работы транспорта, систем электро-, нефте- и газоснабжения, связи и информационного обеспечения всех отраслей производственной инфраструктуры.

3. Важное место в повышении эффективности деятельности предприятия занимают организационно-экономические факторы, включая управление. Особо возрастает их роль с ростом масштабов общественного производства и усложнением хозяйственных связей. Прежде всего, это развитие и совершенствование рациональных форм организации производства - концентрации, специализации, кооперирования и комбинирования. Требуется дальнейшего развития и совершенствования производственной социальной инфраструктура, оказывающая существенное влияние на уровень эффективности деятельности предприятия. В управлении – это совершенствование самих форм и методов управления, планирования, экономического стимулирования – всего хозяйственного механизма. В планировании – сбалансированность и реальность планов, оптимально построенная система плановых показателей, не сдерживающая первичные звенья хозяйства, а дающая им широкий простор для деятельности. В этой

же группе факторов – широкое применение многообразных рычагов хозяйственного расчета и материального поощрения, материальной ответственности и других хозрасчетных экономических стимулов. Большую роль в решении задач эффективного хозяйствования, создания и внедрения ресурсосберегающих техники и технологии призвана играть наука.

4. Особое место в повышении эффективности деятельности предприятия, снижении удельного расхода ресурсов принадлежит повышению качества продукции.

Рынок не имеет стимулов для создания и содержания объектов коллективного пользования. Эта особенность вызвана тем обстоятельством, что «капитал принимает только выгодные – с его точки зрения - операции», а невыгодные, связанные, как правило, с созданием всеобщих условий производства, частный капитал «в качестве национальных потребностей взваливает на всю страну», то есть перекладывает на плечи государства.

Как представляется, в принципе достижение экономической сбалансированности, заключающейся в удовлетворении растущих потребностей общества на базе максимального увеличения выпуска качественной продукции при минимальных затратах живого и овеществленного труда и оптимальных размерах накоплений, в известной мере может быть осуществлено уже сейчас. Но для этого в переходный период, когда дефицитны организационный опыт, капитал и современная инфраструктура, необходима жесткая государственно–принудительная настройка предприятий на достижение этой цели.

Таким образом, соблюдение вышеизложенных принципов по выявлению резервов позволит существенно повысить эффективность хозяйственной деятельности предприятий.

## **АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «КРАЙ СВЕТА»**

### **2.1 Характеристика организации**

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе выбран магазин осветительных приборов «Край Света». Магазин находится в городе Абакане по улице Тельмана, дом 151. Организация занимается продажей осветительных приборов в розницу. Исследуемая организация является магазином шаговой доступности, этому способствует удобное расположение в жилом микрорайоне.

Основной целью создания организации является получение прибыли, которая будет направлена на расширение и достижение стратегических целей. В магазине у всех посетителей есть возможность приобрести нужный товар. Если покупателю сложно сделать выбор, менеджеры по продажам всегда готовы помочь сориентироваться в ассортименте и найти именно то, что искали покупатели. А если желаемой позиции нет в наличии, то есть возможность оформить предварительный заказ или подождать следующей партии. Основной ассортимент, который постоянно обновляется, включает в себя:

1. Лампы.
2. Интерьерное освещение.
3. Точечные светильники.
4. Светодиодные лампы.
5. Настольные лампы.
6. Садово-парковое освещение.
7. Управление освещением.
8. Светильники наружного освещения.
9. Ночники.
10. Прожекторы.
11. Умный дом.

Директор является исполнительным органом, который руководит магазином и решает не только текущие вопросы, но и вопросы стратегического характера. Организационная структура, характеризующаяся как линейная, основана на соблюдении единоначалия, линейного построения структурных подразделений и распределения функций управления между ними, представлена на рисунке 2.1.

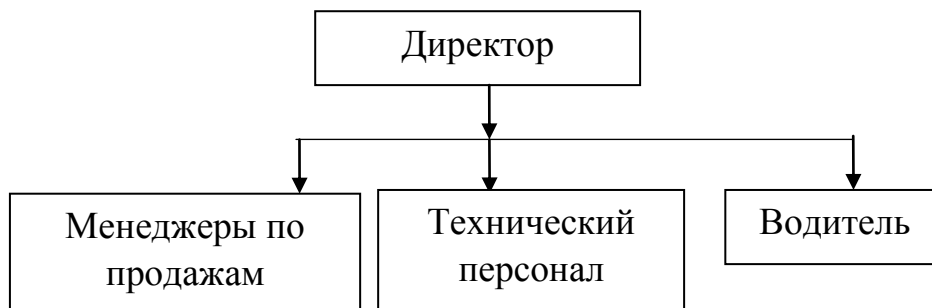


Рисунок 2.1 – Организационная структура «Край света»

Как видно из рисунка 2.1 директор осуществляет руководство подчиненными лично. Функциональные связи носят рекомендательный характер.

На рынке города Абакана у магазина осветительных приборов «Край света» имеется большое количество конкурентов, которые занимаются реализацией аналогичных товаров. «Край света» имеет ряд конкурентных преимуществ:

1. Работает напрямую с производителями.
2. Реализует качественный заводской товар.
3. Старается держать максимально низкие цены.
4. Дорожит каждым клиентом.
5. Предоставляет скидки на товар.

Экономические показатели рассчитаны по данным Бухгалтерской отчетности за 2020 год: форма № 0710001 «Бухгалтерский баланс» (Приложение А), форма № 0710002 «Отчет о финансовых результатах» (Приложение Б), которая характеризуется различным финансовым положением.

## 2.2 Анализ капитала

Финансовое состояние любой организации, в том числе и торговой, можно оценить, проведя анализ капитала. Капитал – это средства, которыми располагает организация для осуществления своей основной деятельности с целью получения прибыли. Капитал может функционировать в двух формах: денежной и материальной.

Данные бухгалтерского баланса исследуемой организации в виде агрегированных показателей представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Агрегированный аналитический баланс за 2020 год

Актив	Сумма, тыс. руб.	%	Пассив	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	1,0	0,1	Собственный капитал	137,00	9,6
Оборотные активы	1 423,0	99,9	Заемный капитал	1 287,00	90,4
Баланс	1 424,0	100,0	Баланс	1 424,00	100,0

Размер капитала, вовлеченного в хозяйственную деятельность магазина в 2020 году, составляет 1 424,0 тыс. рублей, представлен в таблице 2.1. Данный фактор позволяет отнести организацию к числу малых предприятий, что доказывает и трудовой показатель – численность работающих составляет 5 человек. В структуре имущества организации оборотные активы занимают 99,9 %, собственный капитал составляет 9,6 %. Доля заемного капитала в 2020 году составила 90,4%, что характеризует финансовую зависимость магазина от заемного капитала.

Целью анализа активов является формирование аргументированной оценки их динамики, состава и структуры и так далее. В процессе анализа активов в первую очередь следует изучить изменения в их составе и структуре и дать им оценку. Результаты анализа представим в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Анализ состава и структуры активов

Показатели	2019 г.		2020 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего активов, в том числе	1 178,0	100,0	1 424,0	100,0	246,0	20,9
внеоборотные, из них	1,0	0,1	1,0	0,1	0,0	0,0
материальные	1,0	100,0	1,0	100,0	0,0	0,0
оборотные, из них	1 177,0	99,9	1 423,0	99,9	246,0	20,9
материальные	307,0	26,1	389,0	27,3	82,0	26,7
финансовые	870,0	73,9	1 034,0	72,7	164,0	18,9

Из данных таблицы 2.2 видно, что за 2020 год в состав активов организации входит в основном оборотный капитал, который увеличился на 246,0 тыс. руб., или на 20,9 %, тем самым повысился риск вложений в оборотные активы. У магазина почти полностью отсутствуют внеоборотные активы, лишь 0,1 % от всего числа активов. Это нормальная ситуация для торгового предприятия, так как для него более важно иметь мобильную структуру активов.

Далее необходимо проанализировать изменения состава и динамики текущих активов как наиболее мобильной части капитала, от состояния которых в значительной степени зависит финансовое состояние исследуемой организации. Динамика и состав оборотных активов организации представлена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Анализ динамики и состава оборотных активов

Показатели	2019 г.		2020 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы – всего, в том числе	1 177,0	100,0	1 423,0	100,0	246,0	20,9
Запасы	307,0	26,1	389,0	27,3	82,0	26,7
Дебиторская задолженность	865,0	73,5	1 010,0	71,0	145,0	16,8
Денежные средства	5,0	0,4	24,0	1,7	19,0	380,0

Из данных таблицы 2.3 видно, что наибольший удельный вес в оборотных активах за 2020 год отводится дебиторской задолженности – 71,0 %. Увеличение суммы денежных средств на 380,0 % характеризует улучшение структуры оборотных средств. Сумма запасов в 2020 году увеличилась на 26,7 %, или 82,0 тыс. рублей в абсолютном выражении.

Эффективность использования оборотных активов характеризуется их оборачиваемостью. Результаты расчета показателей оборачиваемости оборотных активов представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Показатели оборачиваемости оборотных активов

Показатели	2019 г.	2020 г.	Отклонение
Выручка от продаж, тыс. руб.	3 186,0	2 590,0	-596,0
Средние остатки оборотных средств, тыс. руб.	1 177,0	1 423,0	246,0
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	2,7	1,8	-0,9
Длительность одного оборота, дней	134,8	200,5	65,7

По данным таблицы 2.4 можно сделать вывод, что за 2020 год текущие активы обернулись 1,8 раза. Длительность их прохождения по всем фазам увеличилась на 66 дней, что отрицательно сказывается на состоянии оборотного капитала торговой организации.

Проведя анализ активного капитала, изучено каким капиталом располагает анализируемая организация и в какие активы он вложен. Также изучены состав и качество наиболее существенных активов, от наличия и состояния которых во многом зависят конечные результаты основной деятельности.

Руководство организации должно также иметь четкое представление, за счет каких источников ресурсов будет осуществляться деятельность. Обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами является ключевым моментом в деятельности любого торгового предприятия. Анализ наличия, источников

формирования и размещения капитала, который представлен в таблице 2.5, имеет исключительно большое значение.

Таблица 2.5 – Анализ динамики и структуры источников капитала

Показатели	2019 г.		2020 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего источников, в том числе	1 178,0	100,0	1 424,0	100,0	246,0	20,9
собственных	122,0	10,4	137,0	9,6	15,0	12,3
заемных, из них	1 056,0	89,6	1 287,0	90,4	231,0	21,9
краткосрочных	1 056,0	100,0	1 287,0	100,0	231,0	21,9

Данные таблицы 2.5 свидетельствуют о неудовлетворительной структуре финансирования активов, поскольку как в 2019 году, так и в 2020 году удельный вес собственного капитала в формировании активов был ниже норматива (50%), 10,4 % и 9,6 % соответственно. В 2020 году удельный вес собственных источников увеличился на 12,3 % при увеличении заемного капитала на 21,9 %, или на 231,0 тыс. рублей в абсолютном выражении.

Большое влияние на финансовое состояние организации оказывает состав и структура заемных средств, то есть соотношение долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных финансовых обязательств. Заемный капитал полностью исследуемой организации представлен на 98,1% кредиторской задолженностью в 2020 году, что отрицательно характеризует финансовое состояние. Привлечение заемных средств в оборот – явление нормальное, содействующее временному улучшению финансового состояния при условии, что эти средства не замораживаются на продолжительное время в обороте и своевременно возвращаются.



### 2.3 Анализ финансового состояния

Финансовое состояние торгового предприятия характеризуется системой показателей, отражающих состояние капитала в процессе его кругооборота и способность финансировать свою деятельность на фиксированный момент времени. Одной из основных характеристик стабильного положения организации служит финансовая устойчивость, то есть такое состояние, которое обеспечивает развитие организации.

Рассмотрим показатели обеспеченности финансовых ресурсов в таблице 2.6. По данным таблицы можно сделать вывод о том, что на предприятии неустойчивое финансовое состояние, так как запасы и затраты не обеспечены собственными источниками финансирования и имеется недостаток основных источников финансирования запасов и затрат.

Таблица 2.6 – Показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования, тыс. руб.

Показатели	2019 г.	2020 г.
Собственный капитал	122,0	137,0
Внеоборотные активы	1,0	1,0
Собственные оборотные средства (СОС)	121,0	136,0
Собственные и долгосрочные источники	121,0	136,0
Общая величина основных источников	121,0	136,0
Общая величина запасов и затрат	307,0	389,0
Излишек (+) или недостаток (-) СОС	-186,0	-253,0
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников	-186,0	-253,0
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников	-186,0	-253,0

Для более полного анализа финансовой устойчивости магазина «Край света» целесообразно провести расчет коэффициентов финансовой устойчивости, представленных в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Расчет коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	2019 г.	2020 г.	Отклонение	Нормативное значение
Коэффициент автономии	0,1	0,1	-0,01	$\geq 0,5$
Коэффициент обеспеченности запасов	0,4	0,3	-0,04	$\geq 0,6$
Коэффициент обеспеченности оборотных средств	0,1	0,1	-0,01	$\geq 0,1$
Коэффициент маневренности	1,0	1,0	0,00	$\geq 0,3$

В таблице 2.7 отражено, что почти все коэффициенты финансовой устойчивости значительно ниже нормативных значений. Коэффициент автономии демонстрирует низкие значения и не гарантирует погашения задолженности исследуемой организации. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в 2020 году равный 0,1 и соответствующий нормативному значению, свидетельствует, что собственный оборотный капитал в состоянии на 1,0% покрыть нормативное значение запасов.

Ликвидность баланса выражается в степени покрытия обязательств предприятия его активами. В общем случае организация, в том числе и торговая, считается ликвидной, если ее текущие активы превышают текущие обязательства. Техническая сторона анализа ликвидности баланса заключается в сопоставлении средств по активу с обязательствами по пассиву. Для удобства сопоставления показатели группируются, таким образом, как представлено в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Группировка статей баланса, тыс. руб.

Актив	2019 г.	2020 г.	Пассив	2019 г.	2020 г.
Наиболее ликвидные активы (Анл)	5,0	24,0	Наиболее срочные обязательства (Пнс)	1 038,0	1 263,0
Быстро реализуемые активы (Абр)	865,0	1 010,0	Краткосрочные обязательства (Пкс)	0,0	24,0
Медленно реализуемые активы (Амр)	307,0	389,0	Долгосрочные обязательства (Пдс)	0,0	0,0
Трудно реализуемые активы (Атр)	1,0	1,0	Постоянные пассивы (Пп)	140,0	161,0
Итого	1 178,0	1 424,0	Итого	1 178,0	1 448,0

Баланс считается ликвидным при условии, если:  $Анл \geq Пнс$ ;  $Абр \geq Пкс$ ;  $Амр \geq Пдс$ ;  $Атр \leq Пп$ . Анализ ликвидности баланса показан в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Анализ ликвидности баланса

Соотношения, требуемые для признания ликвидности баланса	2019 г.	2020 г.
$Анл \geq Пнс$	$5,0 \square 1\ 038,0$	$24 \square 1\ 263,0$
$Абр \geq Пкс$	$865,0 > 0,0$	$1\ 010,0 > 24,0$
$Амр \geq Пдс$	$307,0 > 0,0$	$389,0 > 0,0$
$Атр \leq Пп$	$1,0 \square 140,0$	$1,0 \square 161,0$

Информация, представленная в таблице 2.9, свидетельствует о том, что на предприятии в 2019 и 2020 годах не соблюдаются требуемые соотношения активов и пассивов по первой группе, то есть по наиболее ликвидным средствам и

быстрореализуемым активам. Это не позволяет признать баланс организации абсолютно ликвидным по всем пунктам.

Для качественной оценки платежеспособности и ликвидности организации, кроме анализа ликвидности баланса, необходим расчет коэффициентов ликвидности, представленных в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Показатели ликвидности

Показатели	2019 г.	2020 г.	Отечественные нормативы
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,005	0,02	$\geq 0,1$
Коэффициент быстрой ликвидности	0,7	0,8	$\geq 0,7 - 0,8$
Коэффициент текущей ликвидности	1,1	1,1	$\geq 1,2 - 1,5$

Коэффициент текущей ликвидности, анализ которого представлен в таблице 2.10, дает общую оценку ликвидности активов, показывая, сколько рублей текущих активов приходится на один рубль текущих обязательств. Значения коэффициента в 2019-2020 гг. находятся на недостаточном уровне и не удовлетворяют нормативным значениям.

Завершающим этапом анализа финансового состояния является анализ и оценка финансовых результатов деятельности. Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность деятельности. Важнейшими среди них являются показатели прибыли, которая в условиях рыночной экономики составляет основу экономического развития организации.

Рассмотрим подробно показатели финансовых результатов в таблице 2.11. Из представленной информации в таблице 2.11 следует, что прибыль до налогообложения в 2019 г. составила 579,0 тыс. руб., в 2020 г. – 378,0 тыс. руб. Чистая прибыль снизилась на 34,7 %. Наблюдается значительное снижение выручки от продажи на 29,9 %, что свидетельствует о снижении интенсивности использования авансированных средств.

Таблица 2.11 – Показатели финансовых результатов

Показатели	2019 г., тыс. руб.	2020 г., тыс. руб.	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	3 186,0	2 590,0	-596,0	-18,7
Себестоимость продаж	2 615,0	2 190,0	-425,0	-16,3
Валовая прибыль (убыток)	571,0	400,0	-171,0	-29,9
Прибыль (убыток) от продаж	571,0	400,0	-171,0	-29,9
Прочие доходы	16,0	0,0	-16,0	-100,0
Прочие расходы	-8,0	-22,0	-14,0	175,0
Прибыль (убыток) до налогообложения	579,0	378,0	-201,0	-34,7
Текущий налог на прибыль	34,7	22,7	-12,1	-34,7
Чистая прибыль (убыток)	544,3	355,3	-188,9	-34,7

Для анализа показателей деловой активности проводится коэффициентное исследование уровня эффективности работы собственного капитала, основных средств, мобильного капитала, соотношения выручки от реализации и размеров имущества.

Деловая активность выражает отдачу, полученную в виде выручки на единицу вложенного капитала. Показатели деловой активности показаны в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Показатели деловой активности

Показатели	2019 г.	2020 г.
Коэффициент деловой активности	2,7	1,8
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	2,7	1,8
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	26,1	18,9
Коэффициент оборачиваемости заемных средств	3,0	2,0

По данным расчетов, представленных в таблице 2.12, можно сделать следующие выводы: коэффициент оборачиваемости собственного капитала в 2020 году снизился до 18,9 оборота по сравнению с 2019 годом. Коэффициент обо-

рачиваемости заемного капитала в 2020 году также снизился до 2,0 оборотов.

Рентабельность – это один из важнейших стоимостных качественных показателей эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень средств в процессе производства и реализации продукции. Цель анализа рентабельности – оценить способность организации приносить доход на вложенный в нее капитал.

Экономическая сущность рентабельности раскрывается через систему показателей рентабельности. Поскольку это относительные показатели – они практически не подвержены влиянию инфляции. Рентабельность предприятия комплексно отражает степень эффективности использования всех видов ресурсов. Нужный уровень рентабельности достигается с помощью организационно-технических и экономических мероприятий. Повысить рентабельность, значит получить больший финансовый результат при меньших расходах. Оценка показателей рентабельности представлена в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Показатели рентабельности, %

Показатели	2019 г.	2020 г.	Отклонение
Рентабельность продаж	17,9	15,4	-2,5
Рентабельность основной деятельности	21,8	18,3	-3,6
Рентабельность активов	49,2	26,5	-22,6
Рентабельность собственного капитала	446,1	259,4	-186,8

Данные таблицы 2.13 свидетельствуют о снижении в 2020 году всех показателей рентабельности: рентабельности продаж на 2,5 %. Рентабельность продаж отражает долю прибыли на одну единицу продаж. В 2019 г. и 2020 г. на одну единицу продаж приходилось 17,9 % и 15,4 % прибыли от продаж соответственно.

Рентабельность основной деятельности показывает, сколько торговое предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на закупку продукции. Значение показателя в 2019 г. составляет 21,8 % прибыли, в 2020 г. – 18,3

%.

Рентабельность активов показывает, сколько единиц денежных средств необходимо предприятию для получения единицы прибыли, а также отражает ее способность использовать свой оборотный капитал. Величина показателя в 2019-2020 гг. составила 49,2 % и 26,5 % соответственно. Рентабельность собственного капитала показывает сумму прибыли, полученную за счет собственных средств.

## 2.4 Управленческий анализ

Управленческий учет и анализ призваны решать вопросы формирования затрат, эффективности использования трудовых ресурсов, а также реализации продукции. От правильности и результативности внутреннего управленческого учета и анализа зависит прибыль торгового предприятия. Результаты анализа динамики объемов реализации товаров за 2019-2020 гг. представлены в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Динамика выручки за 2019-2020 гг., тыс. руб.

Вид товаров	2019 г.	2020 г.	Отклонение, %
Лампы	256,0	186,0	-27,3
Интерьерное освещение	851,3	756,2	-11,2
Точечные светильники	159,0	150,0	-5,7
Светодиодные лампы	293,3	270,4	-7,8
Настольные лампы	51,0	19,0	-62,7
Садово-парковое освещение	140,7	135,0	-4,1
Управление освещением	198,4	155,1	-21,8
Светильники наружного освещения	94,9	82,0	-13,6
Ночники	38,0	31,0	-18,4
Прожекторы	82,0	84,0	2,4
Умный дом	369,0	390,0	5,7
Кабельная продукция	285,4	211,8	-25,8
Прочее	367,0	119,5	-67,4
Всего	3 186,0	2 590,0	-18,7

По данным таблицы 2.14 видно, что выручка от реализации осветительных приборов в 2020 году снизилась в целом на 18,7 %.

От обеспеченности организации трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят объем продаж и своевременность выполнения работ. Обеспеченность торгового предприятия трудовыми ресурсами представлена в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Обеспеченность трудовыми ресурсами, человек

Показатели	2019 г.	2020 г.
Директор	1	1
Продавец	3	2
Водитель	1	1
Технический персонал	1	1
Среднесписочная численность персонала всего	6	5

По данным таблицы 2.15 видно, что численность персонала в 2020 году снизилась на 17,0 %, или на 1 человека в абсолютном выражении.

Используя сведения о трудовых ресурсах и о выручке от продаж, можно рассчитать производительность труда, используя формулу 2.1.

$$ПТ = \frac{В}{Р}, \quad (2.1)$$

где: В – выручка от продаж;

Р – среднесписочная численность работников за год.

Рассчитаем производительность труда для исследуемого торгового предприятия.

$$ПТ^{2019} = \frac{3186}{6} = 531,0 \text{ тыс. руб.}$$

$$ПТ^{2020} = \frac{2590}{5} = 518,0 \text{ тыс. руб.}$$

Исходя из вышеприведенных расчетов, можно сделать вывод о том, что за 2020 год каждый сотрудник принес магазину в среднем 518,0 тыс. рублей



выручки. Производительность труда в 2020 году снизилась на 2,4 %, что отрицательно сказывается на деятельности предприятия, но при этом произошло сокращение численности персонала.

Средняя заработная плата – это экономический показатель, характеризующий размер начисленной заработной платы, приходящейся на одного работника предприятия, отрасли народного хозяйства. Определяется делением общей суммы начисленной заработной платы на среднесписочную численность работников. Представим в таблице 2.16 показатели средней заработной платы на предприятии в сравнении с регионом и РФ в динамике, пользуясь данными Росстата.

Таблица 2.16 – Динамика средней заработной платы, тыс. руб.

Показатели	2019 г.	2020 г.	Отклонение
Среднемесячная заработная плата в РФ	46,1	50,1	4,0
Среднемесячная заработная плата в РХ	39,7	43,8	4,1
Среднемесячная заработная плата Край света	32,4	36,1	3,7

По данным таблицы 2.16 видно, что в 2020 году произошло увеличение среднемесячной заработной платы на всех уровнях от Российской Федерации до исследуемого торгового предприятия. Средняя заработная плата предприятия в 2020 году ниже уровня средней заработной платы по России и региону на 27,9 % и 17,5 % соответственно.

## **2.5 Заключительная оценка деятельности предприятия**

В ходе проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности за 2019-2020 гг. наблюдается устойчивое состояние основной деятельности предприятия. Следует отметить некоторые положительные тенденции, наметившиеся в структуре капитала. В структуре активов предприятия существенных изменений не произошло – 99,9 % активов сосредоточено в оборотных, что само по себе неплохо, так как ускоряется оборачиваемость совокупного капитала. Од-

нако увеличение оборотных активов в 2020 году вызвано увеличением стоимости товарных запасов на 26,7 %.

Характеризуя состояние и качество активов, необходимо отметить, что продолжительность оборота оборотного капитала в 2020 году выше показателя прошлого года на 66 дней, что отрицательно характеризует деятельность предприятия.

Объемы продаж в 2020 году снизились, при этом показатели эффективности хозяйствования остаются на высоком уровне, таким образом, можно сделать вывод о незначительном изменении общего уровня эффективности использования ресурсного потенциала. Тип развития предприятия можно оценить как преимущественно интенсивный, что оценивается положительно, так как обуславливает относительную экономию используемых ресурсов и затрат по их содержанию и способствует улучшению финансового результата от продаж.

Обобщая результаты анализа, можно сделать вывод о том, что в целом ресурсный потенциал предприятия используется эффективно, преимущественно в интенсивном направлении. Однако следует выделить следующие негативные моменты, требующие разработки и внедрения конкретных мероприятий по их ликвидации: значительное отвлечение оборотных активов в дебиторскую задолженность; недостаточное использование ресурсного потенциала предприятия. Вместе с тем, как показывают результаты проведенного анализа, предприятие располагает еще достаточными резервами для повышения эффективности своей деятельности. Для этого ему следует разработать мероприятия, которые позволят повысить эффективности деятельности предприятия.

## **2.6 Вопросы экологии**

Проблема защиты экологии, вставшая перед человечеством, в настоящее время становится более острой и выходит на первый план. Тем более что продолжается масштабное истощение природных ресурсов, уничтожение лесов и множество иных мероприятий, усугубляющих положение с экологией на пла-

нете. Экологическая катастрофа приблизилась необычайно. «Озоновая дыра», радиоактивное загрязнение, глобальное потепление климата, состояние воздушных бассейнов в крупных городах наглядно свидетельствуют о том, что наша среда обитания истощена до предела. От нашей активности в сфере охраны окружающей среды зависит решение вопроса о выживании, сохранении здоровья людей и создании нормальных условий их жизнедеятельности.

Для оценки опасности загрязнения воздуха устанавливаются так называемые предельно допустимые концентрации загрязняющих веществ. Это показатели, при превышении которых возможны нарушения работы организма человека. Предельно допустимые концентрации (ПДК), не должны превышать в атмосфере городов. Однако реально эти нормы не всегда соблюдаются. Только от болезней, связанных с загрязнением воздуха, в мире ежегодно погибает 2,7 млн. человек.

Загрязняющие вещества преобразуются в атмосфере под воздействием солнечного излучения и паров воды. Так, например, диоксид серы и оксид азота, соединяясь с водой, образуют мельчайшие капельки серной и азотной кислот. Вместе с осадками они достигают поверхности Земли. Кислотные дожди вызывают повышение кислотности воды в реках и озерах, почвы также подвержены закислению дождями и талыми водами. Все это приводит к гибели живых существ в водной среде и гибели почвенных организмов, к нарушению плодородия. Закисленные почвенные воды разрушают фундаменты домов, вызывают коррозию металлических труб водопровода и канализации. Если подсчитать только один экономический урон от одних только выбросов в атмосферу одного предприятия химической промышленности, то он превысит доходы этого предприятия от прибыли, не говоря уже об ущербе здоровью собственных работников.

Современные предприятия, отличающиеся сложнейшими технологическими процессами, но еще не достаточным уровнем утилизации отходов производства, являются основными источниками загрязнения окружающей природной среды. Их негативное влияние на окружающую среду предопределило кри-

зисную экологическую ситуацию, сложившуюся в мире в настоящее время. Поэтому, одним из важнейших вопросов, которые должно решать современное предприятие, является охрана окружающей природной сферы в эколого-экономическом аспекте.

Для обеспечения эффективной охраны окружающей среды необходима постоянная работа специально уполномоченных органов в данной сфере на длительный период, с учетом того, что природные ресурсы все больше используются нерачительно. При эксплуатации объектов промышленного назначения должны соблюдаться требования в области охраны окружающей среды. Объекты промышленного назначения должны иметь необходимые санитарно-защитные зоны и очистные сооружения, исключающие загрязнение почв, поверхностных и подземных вод, водосборных площадей и атмосферного воздуха.

На исследуемом предприятии ведется работа 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 класса опасности, физико-химических свойств, реакционной способности образующихся отходов, а также с учетом требований соответствующих ГОСТов и СНИПов.

Таким образом, предприятие 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 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОТКРЫТИЯ ФИЛИАЛА МАГАЗИНА**

### **3.1 Характеристика проекта**

Магазин «Край света» ведет свою деятельность на рынке осветительных приборов города Абакана и Республики Хакасия длительное время, обладает рядом конкурентных преимуществ. Директор и команда менеджеров по продажам имеют возможности и знания, которые позволяют сформировать у потребителей желание приобрести товар. Они знают, какой товар предложить покупателю. А в итоге сформировать эффективную стратегию повышения эффективности деятельности магазина. В связи с вышеизложенным в выпускной квалификационной работе предлагается реализовать проект по открытию филиала магазина осветительных приборов. Важно учитывать, что продажа осветительных приборов имеет не только ряд преимуществ, но и некоторые недостатки, среди которых высокая конкуренция. Но для исследуемого магазина это не является большой проблемой, так как он функционирует на протяжении длительного времени и обладает определенными знаниями в области торговли, маркетинга и экономики.

Расположение филиала магазина имеет важное значение для реализации проекта. В качестве предполагаемых мест размещения магазина «Край света» в работе рассматривается вариант в жилом комплексе города Черногорска. Город Черногорск второй по величине город Республики Хакасия, население которого составляет более 75 тысяч человек. В городе активно развивается частное строительство домов, высотные здания.

Изучение конкурентов, посещение специализированных выставок, позволяет оценить ситуацию на рынке осветительных приборов. Магазин «Край света» имеет сильные и слабые стороны, которые отражены на рисунке 3.1.

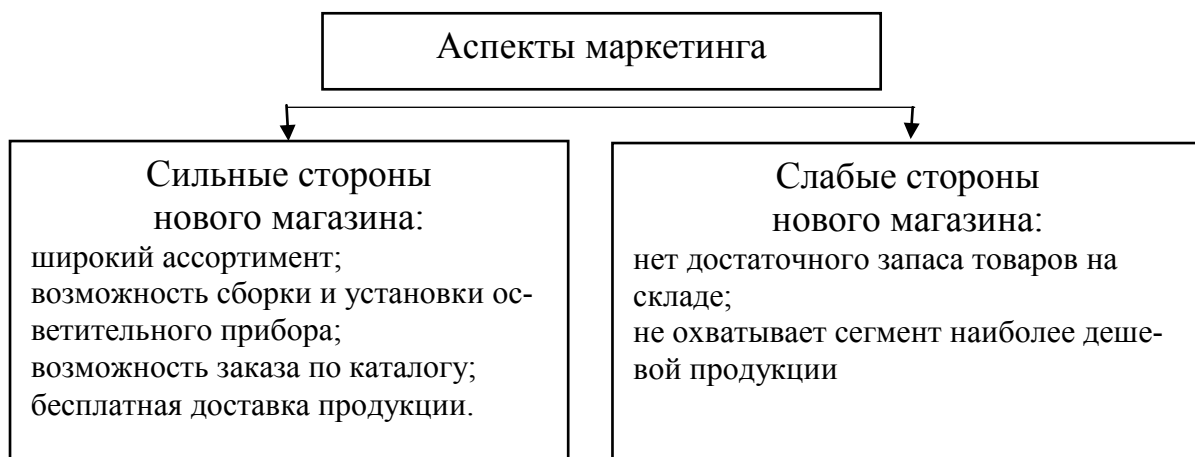


Рисунок 3.1 – Аспекты маркетинга

Аспекты маркетинга позволяют сделать выводы, что новый магазин осветительных приборов позволит максимально удовлетворить потребности потенциальных покупателей, а также предоставит им максимальный выбор и профессиональную консультацию, будет выполнять нестандартные заказы, оказывать консультационные услуги по дизайну интерьера помещений.

Филиал магазина будет иметь еще одно важное преимущество – это проверенные поставщики продукции, с которыми налажены эффективные партнерские отношения. Результатом таких отношений является хорошая цена осветительных приборов

В связи с активным строительством актуально будет открыть магазин, в котором будет широкий ассортимент осветительных приборов, чтобы для выбора конкретного товара не нужно было обходить большое количество магазинов с узким ассортиментом.

Открывающийся магазин должен стать самым удобным для потенциального покупателя, в связи с этим предлагается разместить товары – осветительные приборы и сопутствующие товары по направлениям, определенным категориям. Предполагаемый ассортимент по категориям представлен на рисунке 3.2.



Рисунок 3.2 – Ассортимент нового магазина

Во многих магазинах осветительных приборов можно заметить один существенный недостаток: расположение товаров в хаотичном порядке, что создает дополнительные трудности для покупателей. Поэтому важно максимально грамотно оформить торговое помещение нового магазина – расположить товары по категориям в отдельных зонах.

Необходимо заметить, что открытие филиала подразумевает поэтапное решение деловых вопросов, основные из которых изложены на рисунке 3.3.

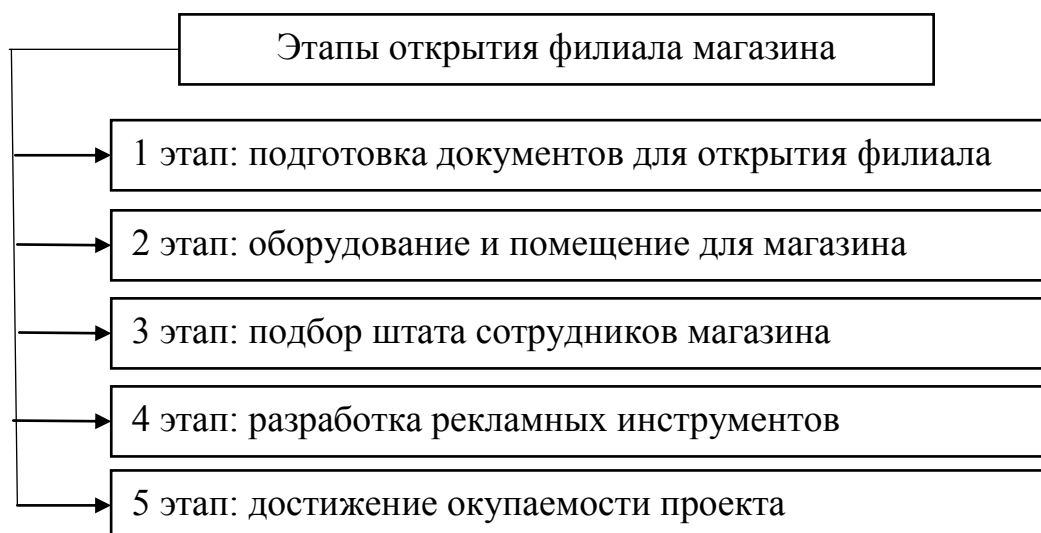


Рисунок 3.3 – Этапы открытия филиала

Анализ законодательных актов и юридической информации показал, что руководству магазина необходимо внести информацию о филиале в документы организации согласно ст. 55 п. 3 Гражданского Кодекса РФ. В соответствии с законодательными нормами будет подготовлен протокол о создании филиала, заверенный нотариально, далее директор магазина подаст документацию о филиале в налоговую службу. Срок открытия филиала магазина осветительных приборов составляет 6 рабочих дней.

Расположение филиала магазина осветительных приборов имеет важное значение для реализации проекта. В качестве предполагаемого места расположения филиала магазина «Край света» рассмотрено помещение в жилом комплексе города Черногорска. Помещение предлагается снимать в аренду. Условия аренды представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Условия аренды помещения под магазин

Показатели	Характеристика показателей
Предмет договора	Помещение площадью 43 м <sup>2</sup> с встроенным складом площадью 12 м <sup>2</sup>
Срок аренды	3 года
Стоимость аренды помещения	34 тыс. руб. в месяц
Система охраны помещения	Входит в стоимость аренды по договору с охранным агентством
Эксплуатационные услуги (электричество, водоснабжение, вывоз мусора)	Оплачиваются в соответствии со счетчиками и договором на вывоз ТБО

Удобный подъезд и стоянка для автомобилей клиентов у арендуемого помещения имеется. Арендуемое помещение позволяет полностью просматривать всю торговую зону от входа. Зона обслуживания покупателей делится на две: основная торговая и кассовая зона. В основной торговой зоне предлагается разместить крупный товар, требующий демонстрации, а на кассовом узле планируется разместить мелкие сопутствующие товары.



Учитывая особенности планировки магазина осветительных приборов, будет закуплено подвесное торговое оборудование, а также стеллажи пристенные, витрина на кассу.

Поиск менеджеров по продажам в филиал будет осуществляться через службу занятости и сайт с вакансиями на трудоустройство. Прием будет вестись на основе собеседования директора магазина «Край света». Представим организационную структуру управления филиалом магазина осветительных приборов на рисунке 3.4.

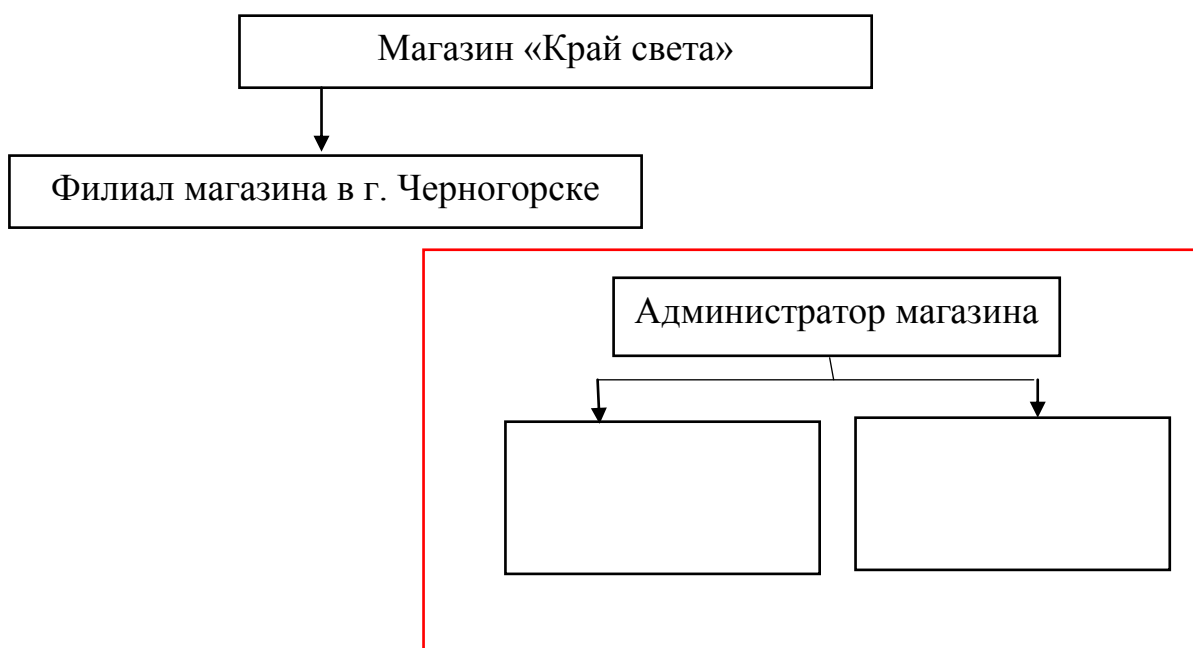


Рисунок 3.4 – Структура управления филиалом

Оптимальным решением вопроса с выбором поставщиков осветительных приборов является использование наработанных деловых связей, так как это позволит закупить крупную партию товара без обеспечения дополнительных гарантий. Заинтересованность потенциальных покупателей будет расти, если обеспечить новому магазину широкий ассортимент.

В качестве рекламных инструментов для раскрутки магазина и увеличения имиджа магазина необходимо рассмотреть такие инструменты продвижения, как:

1. Яркая вывеска магазина.
2. Реклама в местных СМИ.

3. Выдача дисконтных карт на открытии магазина.

4. Продвижение в социальных сетях.

Во время организации филиала магазина и его продвижения возникают различные непредвиденные расходы. Особенно дорого продвигать бизнес в первые несколько месяцев после его открытия. Важно составить смету затрат на реализацию проекта и оценить окупаемость проекта.

### **3.2 Затраты на открытие филиала**

Деятельность торговых точек не всегда сосредоточена в одном месте. При территориальном расширении сферы своей деятельности зачастую возникает необходимость в открытии филиалов, что связано с определенными организационными и финансовыми трудностями. В данном пункте работы разберем затраты на открытие филиала в городе Черногорске.

С целью реализации проекта по открытию филиала необходимо провести расчет следующих затрат:

1. Расходы на аренду помещения. Стоимость аренды помещения в месяц составляет 34,0 тысячи рублей.

2. Затраты на мебель и торговое оборудование.

3. Затраты на оплату труда сотрудников филиала магазина и соответствующие отчисления.

4. Расходы на закупку товарной партии.

5. Расходы на реализацию рекламных инструментов.

Для эффективного функционирования магазина в штат предлагается принять 4 сотрудников, должности которых и затраты на оплату их труда представлены в таблице 3.2. Оклады приняты на уровне окладов уже работающих сотрудников магазина «Край света» в городе Абакане.

Таблица 3.2 – Затраты на оплату труда штата сотрудников магазина

Должность	Затраты в месяц		Всего
	Оклад, руб.	Процент начислений (районный коэффициент, северная надбавка), руб.	
Администратор магазина	26 500,0	15 900,0	42 400,0
Менеджер по продажам (1 человек в 1 смену)	15 300,0	9 180,0	24 480,0
Менеджер по продажам (1 человек во 2 смену)	15 300,0	9 180,0	24 480,0
Технический персонал (1 человек)	11 780,0	7 068,0	18 848,0
Всего	68 880,0	41 328,0	110 208,0

Из данных таблицы 3.2 видно, что затраты на оплату труда сотрудников филиала в месяц составляют 110 208,0 рублей. Расчет затрат на оплату труда сотрудников магазина производится с учетом дополнительных надбавок, которые начисляются на оклад. График работы менеджеров по продажам (приниматься будут сотрудники с профильным образованием) будет утвержден по-сменным, технический персонал и администратор магазина на пятидневной рабочей неделе.

Также важно в соответствии с п. 2 ст. 425 Налогового Кодекса РФ производить отчисления в государственные бюджетные фонды:

- на пенсионное обеспечение – 22,0 %;
- на социальное обеспечение – 2,9 %;
- на медицинское обеспечение – 5,1 %.

По этим данным таблицы 3.2 и учитывая процентные ставки, утвержденные государственной системой, рассчитываем отчисления на социальные нужды (30 %) и представим результаты в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Отчисления на социальные нужды сотрудников в месяц, руб.

Наименование должности	Виды отчислений			Всего
	ПФ	ФСС	ФФОМС	
Администратор магазина	9 328,0	1 229,6	2 162,4	12 720,0
Менеджер по продажам (1 человек в 1 смену)	5 385,6	709,9	1 248,4	7 343,9
Менеджер по продажам (1 человек во 2 смену)	5 385,6	709,9	1 248,4	7 343,9
Технический персонал (1 человек)	4 146,5	546,5	961,3	5 654,3
Всего	24 245,7	3 195,9	5 620,5	33 062,1

Используя данные таблиц 3.2 и 3.3, рассчитаем фонд оплаты труда сотрудников в год, приглашенных для работы в филиал магазина, и представим результаты расчета в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Затраты на фонд оплаты труда сотрудников филиала в год, руб.

Показатели	Должности				Всего
	Администратор	Менеджер по продажам (№1)	Менеджер по продажам (№2)	Технический персонал	
Заработная плата с начислениями	508 800,0	293 760,0	293 760,0	226 176,0	1 322 496,0
Отчисления на социальные нужды	152 640,0	88 126,8	88 126,8	67 851,6	396 745,2
Всего	661 440,0	381 886,8	381 886,8	294 027,6	1 719 241,2

Открытие филиала требует наличие торгового оборудования. Торговое оборудование планируется приобрести в городе Красноярске. Цены на оборудование взяты из прайс-листа на официальном сайте торговой организации. Ре-

результаты выбора оборудования для организации торговой точки представлены в таблице 3.5

Таблица 3.5 – Затраты на торговое оборудование

Наименование торгового оборудования	Количество, шт.	Цена за 1 шт., руб.	Стоимость всего, руб.	Структура, %
Кассовый бокс Stream-16	1	66 460,0	66 460,0	37,0
Кронштейн (47 мм)	25	182,0	4 550,0	3,0
Кронштейн (31 мм)	25	158,0	3 950,0	2,0
Кронштейн (27 мм)	25	135,0	3 375,0	1,7
Полка (3000*410 мм)	6	703,0	4 218,0	2,2
Стойка 2300 мм	5	2 010,0	10 050,0	5,9
Стойка 1800 мм	5	1 872,0	9 360,0	5,1
Витрина Sonata	2	39 700,0	79 400,0	43,1
Всего	–	–	181 363,0	100,0

В таблице 3.5 представлены затраты на приобретение торгового оборудования составляет 94 единицы, а или 181 363,0 рублей, большую долю 43,1 % составляют затраты на витрину и 37,0 % – на кассовый бокс.

Новый магазин требует обстановки мебелью, затраты на которую представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Затраты на мебель и компьютерную технику

Наименование мебели и оргтехники	Количество, шт.	Цена за 1 шт., руб.	Стоимость всего, руб.	Структура, %
Диван кожаный угловой	1	29 400,0	29 400,0	29,4
Стулья	6	2 390,0	14 340,0	14,3
Стол	2	4 800,0	9 600,0	9,6
Компьютерная техника (в комплекте)	1	46 570,0	46 570,0	46,7
Всего	–	–	99 910,0	100,0

Затраты, представленные в таблице 3.6, показывают, что необходимо 99,9 тыс. рублей для оснащения филиала магазина мебелью, большую долю из которых составляют затраты на компьютерную технику – 46,7 %, или 46,5 тыс. рублей.

Проведение рекламных мероприятий предусматривает расходы, которые представлены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Затраты на проведение рекламных мероприятий

Наименование рекламного инструмента	Стоимость, руб.
Вывеска (с подсветкой в ночное время)	31 600,0
Реклама на телевидении (периодичность выпусков 1 раз в сутки на протяжении 1 месяца)	67 500,0
Выпуск дисконтных карт на открытие магазина (в количестве 45 штук)	7 200,0
Всего	106 300,0

Комментируя данные таблицы 3.7, важно отметить, что:

1. Вывеска с подсветкой будет заказана в городе Абакане, фирма «Рекламные технологии».

2. Дисконтные карты будут отпечатаны в типографии Siberly. Карты будут накопительного действия. Будут выдаваться первым 45 покупателям в филиале магазина, спектр действия распространяется и на абаканский магазин. Далее будет разработана политика пользования дисконтными картами. Тем покупателям, кто не успеет получить дисконт при открытии магазина, будет предоставлена возможность приобрести карту.

Для заполнения торговых площадей осветительными приборами и сопутствующими товарами планируется закупить товар у постоянных поставщиков, с которыми сложились длительные партнерские отношения. Для начала работы филиала необходимо наполнить магазин товарами, для оптимальной работы это порядка 2 000 наименований. Представить их все в таблице будет громоздко, поэтому объединим в определенные категории. Затраты на закупку товаров по категориям представлены в таблице 3.8.

Таблицы 3.8 – Затраты на закупку товаров

Наименование товара	Стоимость закупки, руб.	%
Лампы	169,0	9,6
Интерьерное освещение	458,0	26,0
Точечные светильники	90,0	5,1
Светодиодные лампы	176,0	10,0
Настольные лампы	54,2	3,1
Садово-парковое освещение	81,3	4,6
Управление освещением	77,0	4,4
Светильники наружного освещения	58,0	3,3
Ночники	28,7	1,6
Прожекторы	85,0	4,8
Умный дом	240,0	13,6
Кабельная продукция	243,5	13,8
Всего	1 760,7	100,0

Анализируя данные таблицы 3.8, можно сделать вывод о том, что большую долю в закупке занимают интерьерное освещение – 26,0 %, кабельная продукция и умный дом 13,8 % и 13,6 % соответственно.

Затраты на открытие филиала магазина осветительных приборов можно представить в двух видах: инвестиционные затраты и постоянные затраты. Представим инвестиционные затраты на открытие филиала в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Инвестиционные затраты на открытие филиала

Показатели	Затраты, руб.
Закупка оборудования, мебели, компьютера	281 273,0
Затраты на рекламные мероприятия	106 300,0
Всего	387 573,0

Финансирование предложенного проекта будет осуществлено 100,0 % за счет вложений владельца магазина. Сведем в таблицу 3.10 постоянные затраты на функционирование магазина осветительных приборов и комплектующих.

Таблицы 3.10 – Постоянные затраты

Наименование товара	Расходы в месяц, руб.	Расходы в год, руб.
Аренда помещения	34 000,0	408 000,0
Эксплуатационные услуги (электричество, вода, вывоз мусора)	4 600,0	55 200,0
ФОТ (с учетом районного коэффициента и северной надбавки)	110 208,0	1 322 496,0
Отчисления на социальные нужды	33 062,1	396 745,2
Всего	181 870,1	2 182 441,2

Как видно из таблицы 3.10, сумма постоянных затрат для работы магазина составит 2 182,4 тыс. рублей в год, большую долю занимают расходы на заработную плату – 60,6 %.

В следующем пункте выпускной квалификационной работы рассмотрим, как открытие филиала отразится на финансово-хозяйственной деятельности основного магазина «Край света».

### 3.3 Расчет эффективности

При прогнозировании уровня продаж в филиале магазина целесообразно применить количественный метод прогнозирования в связи с тем, что для этого доступны статистические данные о покупках в основном магазине за прошлые периоды. Уровень продаж осветительных приборов и комплектующих, которого удалось магазину достичь за прошлый период – 2020 год может стать базовым ориентиром того, чего филиал магазина сможет достичь в прогнозном году. С этой целью проведем расчет среднедневной выручки за 2020 год. Результаты представим в таблице 3.11.

В таблице 3.11 указано количество рабочих дней в году – 360, период с 1 по 5 января ежегодно является нерабочим. Среднедневная выручка по прогнозу на первый год работы филиала магазина будет увеличена на 7,0 %, так как поставщик товаров и комплектующих предоставит партию товаров с такой скидкой.



Таблицы 3.11 – Среднедневная выручка за прошлый период

Показатели	Ед. изм.	Значение
Выручка за год	тыс.руб.	2 590,0
Количество рабочих дней в году	дни	360,0
Выручка за 1 день	тыс.руб.	7,2

Расчет среднедневной выручки на прогнозный год открытия и работы филиала представлен в таблице 3.12.

Таблицы 3.12 – Прогнозная среднедневная выручка на первый год работы магазина

Показатели	Ед. изм.	Значение
Среднедневная выручка за 2020 год	тыс.руб.	7,2
Процент увеличения выручки	%	7,0
Прогнозная среднедневная выручка	тыс.руб.	7,7

Учитывая прогноз среднедневной выручки от продаж, составим прогноз продаж на первый год работы филиала магазина. Результаты расчета выручки в зависимости от количества календарных дней в месяце отражены в таблице 3.13.

Таблицы 3.13 – Прогноз выручки от продаж на прогнозный год работы филиала

Наименование месяца	Количество рабочих дней	Сумма выручки, тыс. руб.	Структура выручки, %
1	2	3	4
Январь	26	200,2	7,2%
Февраль	28	215,6	7,8%
Март	31	238,7	8,6%
Апрель	30	231,0	8,3%
Май	31	238,7	8,6%
Июнь	30	231,0	8,3%
Июль	31	238,7	8,6%

Окончание таблицы 3.13

1	2	3	4
Август	31	238,7	8,6%
Сентябрь	30	231,0	8,3%
Октябрь	31	238,7	8,6%
Ноябрь	30	231,0	8,3%
Декабрь	31	238,7	8,6%
Всего	360	2 772,0	100,0%

Анализируя данные таблицы 3.13, можно рассмотреть динамику выручки от продаж в прогнозный год работы филиала и представить графически на рисунке 3.5.

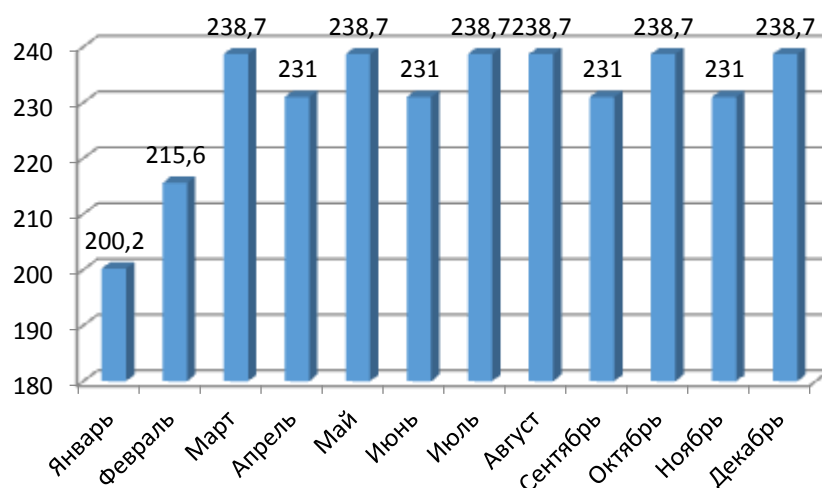


Рисунок 3.5 – Прогноз выручки от продаж в первый год

Аналогичным методом проведем расчет расходов на первый прогнозный год работы филиала. Используя показатели 2020 года, можно рассчитать какую долю издержки составляют от выручки от продаж. Результаты представлены в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Среднедневная доля издержек в выручке от продаж за 2020 год и прогнозная сумма издержек

Показатели	Ед. изм.	Значение
Среднедневная доля издержек за 2020 год	%	84,6
Прогнозная сумма среднедневных издержек	тыс.руб.	6,5

Учитывая прогнозную среднедневную сумму издержек за 2020 год, составим прогноз издержек на первый год работы магазина. Результаты расчета издержек в зависимости от количества дней в месяце и прогнозной суммы среднедневных издержек отражены в таблице 3.15. В таблице не указаны инвестиционные издержки на открытие филиала магазина.

Таблицы 3.15 – Прогноз издержек на первый год работы нового магазина

Наименование месяца	Количество рабочих дней	Сумма издержек, тыс. руб.	Структура издержек, %
Январь	26	169,0	7,22%
Февраль	28	182,0	7,78%
Март	31	201,5	8,61%
Апрель	30	195,0	8,33%
Май	31	201,5	8,61%
Июнь	30	195,0	8,33%
Июль	31	201,5	8,61%
Август	31	201,5	8,61%
Сентябрь	30	195,0	8,33%
Октябрь	31	201,5	8,61%
Ноябрь	30	195,0	8,33%
Декабрь	31	201,5	8,61%
Всего	360	2 340,0	100,00%

Используя данные о прогнозе выручки от продаж и себестоимости продаж, представим финансовые результаты открытия филиала магазина осветительных приборов в таблице 3.16.

Таблицы 3.16 – Прогноз финансовых результатов на первый год работы филиала, тыс. руб.

Показатели	Всего за прогнозный год
Выручка от продаж	2 772,0
Себестоимость продаж	2 340,0
Прибыль от продаж	432,0
Прибыль до налогообложения	432,0
Текущий налог на прибыль	25,9
Чистая прибыль	406,1

Используя данные прогноза о финансовых результатах деятельности филиала магазина, рассмотрим, как расширение сферы деятельности отразится на финансово-хозяйственной деятельности уже действующего магазина. Для этого сопоставим прогноз финансовых результатов с 2020 годом. Результаты представим в таблице 3.17.

Таблица 3.17 – Прогноз показателей финансовых результатов, тыс. руб.

Показатели	2020 год	Прогнозный год	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	2 590,0	5 362,0	2 772,0	107,0
Себестоимость продаж	2 190,0	4 530,0	2 340,0	106,8
Прибыль (убыток) от продаж	400,0	832,0	432,0	108,0
Прочие расходы	-22,0	-22,0	0,0	0,0
Прибыль (убыток) до налогообложения	378,0	810,0	432,0	114,3
Текущий налог на прибыль	22,7	48,6	25,9	114,1
Чистая прибыль	355,3	761,4	406,1	114,3

По итогам таблицы 3.17 можно сделать обобщающие выводы, что открытие филиала магазина осветительных приборов увеличит чистую прибыль всей исследуемой организации. В первый прогнозный год деятельности магазина будет получена чистая прибыль в размере 761,4 тыс. рублей. Деятельность нового магазина наиболее эффективна по сравнению с анализируемой в работе организацией.

Инвестиционные затраты, требуемые для реализации проекта, окупятся через определенное количество месяцев. Определим срок окупаемости инвестиционных затрат на проект по формуле 3.1.

---

(3.1)

Подставляем исходные данные в формулу 3.1 и получаем, что срок окупаемости проекта по открытию филиала магазина будет равен:

---

Срок окупаемости характеризует отношение суммы капитальных затрат к дополнительному доходу. В соответствии с этим срок окупаемости проекта составит 9 месяцев.

Эффективность деятельности организации характеризуется показателями рентабельности основной деятельности и рентабельности продаж, которые представлены в таблице 3.18.

Таблица 3.18 – Прогноз показателей рентабельности деятельности филиала магазина, %

Показатели	Значение показателя
Рентабельность продаж	15,6
Рентабельность основной деятельности	18,4

Проанализируем показатели рентабельности за 2020 год и первый прогнозный год деятельности филиала магазина. Результаты представлены в таблице 3.19.

Таблица 3.19 – Сравнительный анализ показателей рентабельности деятельности организации, %

Показатели	2020 г.	Прогнозный год	Отклонение
Рентабельность продаж	15,4	15,7	0,3
Рентабельность основной деятельности	18,3	18,5	0,2

Представим рентабельность основной деятельности и рентабельность продаж до и после открытия филиала магазина осветительных приборов на рисунке 3.6.

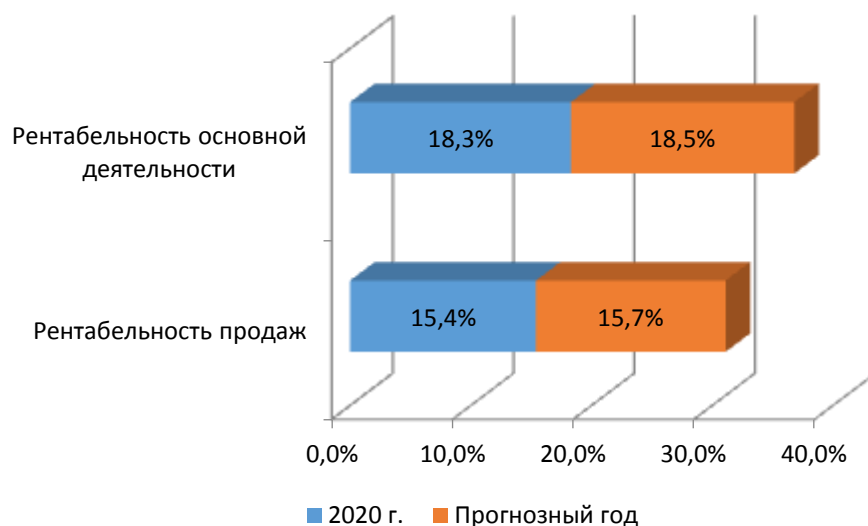


Рисунок 3.6 – Динамика показателей рентабельности основной деятельности и рентабельности продаж

Несмотря на достаточно хорошие показатели эффективности предлагаемого в работе проекта, существует опасность того, что цели, поставленные в работе, могут быть не достигнуты. Существует вероятность возникновения следующих рисков:

1. Усиление конкуренции. Вероятно, что избежать данного риска можно, сформировав стратегию развития, которая подразумевает постоянное расширение ассортимента и так далее.
2. Увеличение стоимости ежемесячной арендной платы.
3. Товарные излишки. Необходимо постоянно изучать потребности клиентов.
4. Риск неэффективности рекламы. Необходимо тщательно продумывать рекламные мероприятия, устраивать распродажи и так далее.

В стратегической перспективе для повышения эффективности деятельности организации необходимо будет проводить мероприятия по снижению торговых издержек, активнее проводить рекламные акции, совершенствовать систему дисконта и так далее. В целом задачи, поставленные в выпускной квалификационной работе, были решены, основная цель – достигнута.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Повышение эффективности деятельности торгового предприятия представляет собой сложную хозяйственную задачу, которая имеет огромное значение для экономики. Это объясняется тем, что повышение эффективности деятельности организации ведет к повышению производительности труда, снижению себестоимости продукции и тем самым создает условия для обеспечения ее конкурентоспособности. Повышение эффективности деятельности организации способствует увеличению объема продаж осветительных приборов и на этой основе росту прибыли организации.

В работе изучены пути повышения эффективности коммерческой деятельности организации. Эффективность хозяйственной деятельности характеризуется сравнительно небольшим кругом показателей, но при этом на каждый показатель оказывает влияние целая система факторов. Знание факторов производства, а также умение определять их влияние на главные показатели эффективности позволяют воздействовать на уровень показателей посредством управления этими факторами и создать механизм поиска резервов.

При комплексном экономическом анализе рассчитываются аналитические показатели. Каждый показатель, отражая определенную экономическую категорию, формируется под воздействием вполне определенных экономических и других факторов. Факторы – это элементы, причины, которые воздействуют на данный показатель или на все показатели. Тем самым экономические факторы носят объективный характер.

Объектом исследования является магазин осветительных приборов «Край света». Основным видом деятельности является розничная торговля осветительными приборами, комплектующими и сопутствующими товарами. Предприятие следует отнести к категории малых, так как валюта его баланса составляет 1 424,0 тыс. руб., об этом также говорит и среднесписочная численность работающих магазина, она составила 5 человек.

В результате проведенного анализа выяснилось, что торговое предприятие вело свою деятельность достаточно эффективно, чистая прибыль в 2020 году составила в денежном выражении 355,0 тыс. руб. Показатели рентабельности характеризуют предприятие как высокорентабельное. По показателю рентабельности продаж предприятие на каждый рубль выручки от продаж получило значительную прибыль.

Общий анализ внешней и внутренней среды предприятия показал, что снижение объема продаж товаров произошло за счет эпидемиологической ситуации в городе и республике. Исследуемое предприятие можно назвать финансово-устойчивым, так как оно в течение двух лет работало с положительным балансом.

В проектной части выпускной квалификационной работы для повышения эффективности деятельности предприятия было предложено внедрение проекта по открытию филиала магазина в городе Черногорске, который позволит дополнительно трудоустроить 4 человека, а также принесет дополнительную прибыль в размере 406,1 тыс. руб. в первый прогнозный год. Чистая прибыль при реализации мероприятий будет ежегодно возрастать и обеспечит предприятию более высокий уровень доходности. Прогноз основных финансовых показателей деятельности предприятия позволяет сделать вывод о рентабельности проекта по открытию филиала. Поэтому можно говорить о том, что задачи, поставленные в выпускной квалификационной работе, решены, цель достигнута.



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

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. Калинская, 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.

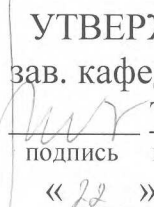
36. Мокий, М.С. Экономика организации: Учебник и практикум. 2-е изд., пер. и доп. / М.С. Мокий. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 334 с.

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.

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

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

УТВЕРЖДАЮ  
зав. кафедрой ЭиГД  
 Т.Б.Коняхина  
подпись      инициалы, фамилия  
« 22 » 06 2021 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

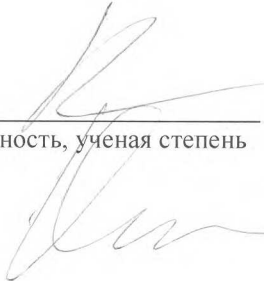
38.03.01 Экономика  
код – наименование направления

Повышение эффективности деятельности предприятия (организации)

Руководитель

22.06.2021

подпись, дата

 \_\_\_\_\_  
должность, ученая степень

М.А. Кузнецова

инициалы, фамилия

Выпускник

22.06.2021

подпись, дата

К.Д. Шингарев

инициалы, фамилия

Абакан 2021

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме «Повышение эффективности деятельности предприятия (организации)»

Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела

22.06.2021

подпись, дата


  
\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Аналитическая часть

наименование раздела

22.06.2021

подпись, дата


  
\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Проектная часть

наименование раздела

22.06.2021

подпись, дата

  
\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Нормконтролер

22.06.2021

подпись, дата

  
\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия