

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

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

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой ЭиМ
Г.Б.Коняхина
подпись инициалы, фамилия
30 06 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Оценка эффективности торгового предприятия ООО «Джем»
тема

Руководитель	<u>300120 К</u> подпись, дата	_____	_____
		должность, ученая степень	<u>М.А.Кузнецова</u> инициалы, фамилия
Выпускник	<u>300120</u> подпись, дата		<u>К.В. Албычаков</u> инициалы, фамилия

Абакан 2020

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме: оценку
эффективности торгового предприятия ООО «Джем»

Консультанты по
разделам:

<u>Теоретическая часть</u> наименование раздела	<u>30.06.20</u> К подпись, дата	<u>М.А.Кузнецова</u> инициалы, фамилия
<u>Аналитическая часть</u> наименование раздела	<u>30.06.20</u> К подпись, дата	<u>М.А.Кузнецова</u> инициалы, фамилия
<u>Проектная часть</u> наименование раздела	<u>30.06.20</u> К подпись, дата	<u>М.А.Кузнецова</u> инициалы, фамилия

Нормоконтролер	<u>30.06.20</u> Сига подпись, дата	<u>Н.Л. Сигачева</u> инициалы, фамилия
----------------	---------------------------------------	---

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы Оценка эффективности торгового предприятия ООО «Джем».

ВКР выполнена на 64 страницах, с использованием 1 иллюстрации, 20 таблиц, 24 формулы, 13 приложений, 30 использованных источников, 11 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

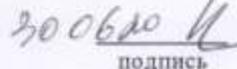
Ключевые слова: ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ТОРГОВОЕ, ПРЕДПРИЯТИЕ, РЫНОК, МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, СУЩНОСТЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ.

Автор работы, гр. № 76-1



К.В.Албычаков
инициалы, фамилия

Руководитель работы



М.А.Кузнецова
инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы – 2020

Цель. Изучение сущности эффективности торгового предприятия, и выявление методов его повышения на предприятии ООО «Джем».

1. Задачи. Изучить теоретические основы эффективности предприятия.
2. Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Джем».
3. Разработать мероприятия по расширению продаж в организации и оценить их эффективность.

- Актуальность темы обусловлена важными аспектами существования любой организации в условиях рынка: повышение оптовой и розничной торговли позволяет предприятию сохранять позиции на рынке и завоевывать новые.

- Выпускная квалификационная работа содержит теоретический материал о сущности эффективности торгового предприятия, методах ее оценки и способов повышения, рекомендации по повышению оптовой и розничной торговли предприятия ООО «Джем».

SUMMARY
GRADUATION THESIS
Bachelor's theses

The theme of graduation thesis is «Commercial Enterprise Performance Evaluation: "JAM", Limited Company».

The graduation thesis comprises 64 pages, 1 figure, 20 charts, 24 formulae, 13 appendices, 30 reference items, 11 visual aids (slides).

Keywords: EFFICIENCY, COMMERCIAL ENTERPRISE, MARKET, METHODS FOR INCREASING WHOLESALE AND RETAIL TRADE, SUMMARY OF SALES EFFICIENCY.

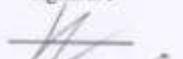
Author of research (76-1)


signature

K.V. Albychakov.

full name

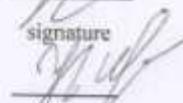
Academic supervisor


signature

M.A. Kuznetsova

full name

English language supervisor


signature

N.V. Chezybaeva

full name

Graduation paper presentation date – 2020

Purpose: to study the efficiency performance of a commercial enterprise, and to identify methods for increasing – evidence from “JAM”, LLC.

Objectives:

1. To study theoretical issues on enterprise efficiency.
2. To analyze financial and economic activity of “JAM”, LLC.
3. To develop measures to expand sales in the organization and to evaluate their effectiveness.

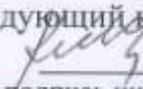
- The relevance of the research is due to important aspects of existence of any organization in market conditions: increasing wholesale and retail trade allows the company to maintain market positions and gain new ones.

- The graduation thesis contains theoretical material on the idea of the efficiency performance of a commercial enterprise, methods for assessing it and ways to increase it, as well as recommendations for improving the wholesale and retail trade of “JAM”, LLC.

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

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

институт
экономика и менеджмент
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ЭиМ
 Т.Б.Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« 31 » 06 2020 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студенту Албычакову Камзару Вячеславовичу

фамилия, имя, отчество

Группа 76-1 Направление 38.03.01 Экономика

номер

код

наименование

Тема выпускной квалификационной работы Оценка эффективности торгового предприятия ООО «Джем»

Утверждена приказом по институту № 245 от 27.04.2020

Руководитель ВКР М.А.Кузнецова преподаватель кафедры, Хакасский технический институт – филиал «Сибирский федеральный университет»

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР:

– бухгалтерский баланс предприятия ООО «Джем».

Перечень разделов ВКР:

- теоретические основы эффективности предприятия;
- анализ финансово-хозяйственной деятельности организации ООО «Джем»;
- маркетинговая стратегия продвижения ООО «Джем».

Перечень иллюстративного материала (слайдов):

Цель и задачи бакалаврской работы, актуальность проблемы, характеристика предприятия, сущность эффективности, Оценка эффективности деятельности предприятия, основные понятия и принципы маркетинга, обоснование основной стратегии развития ООО «Джем», смета затрат и прогноз выручки.

Руководитель ВКР


подпись

М.А.Кузнецова
инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению



23.04.2020 К.В.Албычаков
подпись, инициалы и фамилия студента

« » 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	10
1.1 Понятие и сущность эффективности	10
1.2 Оценка качества плана товарооборота	15
1.3 Прибыль и рентабельность торгового предприятия.....	22
АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО- ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ДЖЕМ».....	30
2.1 Характеристика предприятия.....	30
2.2 Управленческий анализ	36
2.3 Оценка эффективности деятельности предприятия	43
ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ООО «ДЖЕМ»	51
3.1 Обоснование основной стратегии развития ООО «Джем».....	51
3.2 Смета затрат и прогноз выручки	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	60
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Проблема эффективности производства всегда занимала важное место среди актуальных проблем экономической науки. Заинтересованность ей возникает на разных уровнях управления экономикой — от владельцев частного предприятия до руководителей государства.

Также сегодня доминирует обращение товаров, поэтому роль торговли как связующего звена между сферой розничных предприятий и сферой потребления увеличивается.

Организации самостоятельно планируют свое развитие и определяют его перспективы исходя из спроса на производимую продукцию, работы или услуги. В своей деятельности организации обязаны учитывать интересы потребителя и его требования к качеству поставляемой продукции и услуг.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена экономическим ростом и необходимостью повышения эффективности современных российских организациях в условиях ежедневно растущей конкуренции. В настоящее время наметилась острая необходимость в разработке новых и совершенствовании существующих методов управления, поскольку методическая база управления в Российской Федерации формировалась и развивалась параллельно историческому развитию экономики, а также смене политического устройства государственности.

Объектом исследования является организация по продаже строительных материалов ООО «Джем». Предметом исследования – оценка эффективности торгового предприятия.

Целью выпускной квалификационной работы является повышение эффективности торгового предприятия на примере ООО «Джем» за счет расширения продаж.

Для достижения вышеуказанной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические основы эффективности предприятия;

- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Джем»;
- разработать мероприятия по расширению продаж в организации и оценить их эффективность.

При написании работы использовались учебники и учебные пособия. Для решения вышеперечисленных задач также была использована годовая бухгалтерская отчетность ООО «Джем» за 2019 год.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие и сущность эффективности

«Экономическая эффективность - результативность экономической системы, выражающаяся в отношении полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам. Складывается как интегральный показатель эффективности на разных уровнях экономической системы и является итоговой характеристикой функционирования национальной экономики» [8].

Экономический эффект - достигаемый результат в его натуральном, стоимостном, социальном выражении в абсолютных единицах. Он может быть, как положительным, так и отрицательным.

На микроэкономическом уровне — это взаимоотношение произведённого товара (объём продаж фирмы) к затратам (труд, сырьё, капитал) минус единица. На экономическом подуровне, социально-экономическая эффективность равна взаимоотношению произведённого товара (ВВП) к затратам (труд, актив, земля) минус единица. Можно отдельно оценить эффективность капитала, эффективность труда и эффективность земли (недр).

«Экономически эффективным принято считать такой способ производства, при котором фирма не может увеличить выпуск продукции без увеличения расходов на ресурсы и одновременно не может обеспечить тот же объем выпуска, используя меньшее количество ресурсов одного типа и не увеличивая при этом затраты на другие ресурсы» [8].

Эффективность производства формируется из эффективности всех действующих предприятий. Эффективность компании характеризуется производством товара либо услуги с минимальными издержками. Она проявляется в его возможности производить наибольший объем продукта приемлемого качества с наименьшими затратами и продавать данную продукцию с мини-

мальными издержками. Экономическая эффективность предприятия, в отличие от его технической эффективности, зависит от того, насколько его продукт соответствует требованиям рынка, запросам потребителей.

Эффективность производства представляет собой единое отражение конечных результатов используя все ресурсы производства за определенный период времени.

Эффективность производства определяет увеличение производительности работы, наиболее полное применение производственных мощностей, сырьевых и материальных ресурсов, достижение максимальных результатов при минимальных затратах.

«Эффективность работы предприятия - комплексное многостороннее понятие. В рыночной экономике необходимым условием эффективного функционирования является баланс интересов всех участников бизнеса: собственников, менеджеров и производственных работников. Все они заинтересованы в эффективной работе предприятия. Таким образом, многосторонний контроль эффективности деятельности предприятия участниками бизнеса и внешними организациями создает для предприятия экономическую среду, где эффективная деятельность - необходимое условие его существования и функционирования» [17].

«Эффект (от лат. effectus - «исполнение», «действие») - результат, следствие каких-либо причин, действий» [6].

Однако, как бы ни был важен результат, следует понимать, какой ценой этот результат достигнут, т. е. один и тот же эффект может быть получен различными методами с различными затратами, и наоборот, одинаковые затраты могут дать совершенно разные результаты. Соизмерение эффекта и затрат на его достижение - это основа экономической эффективности.

Таким образом, в отличие от экономического эффекта экономическая эффективность не абсолютная, а относительная величина; наиболее распространенный способ ее определения заключается в делении величины эффекта на величину затрат, Следовательно, чем больше экономический эффект и

меньше произведенные для этого затраты ресурсов, тем выше эффективность.

«Эффективность - степень реализации целей организации при минимальных, но необходимых затратах. Это отношение результата деятельности к затратам на его достижение, т. е. результат сравнивается с затратами» [17]. При этом результаты и затраты могут быть сопоставимы в различных комбинациях:

- 1) результат/затраты - результат, полученный на единицу затрат;
- 2) затраты/результат - удельная величина затрат, приходящаяся на единицу полученного результата;
- 3) (результат - затраты)/результат - удельная величина эффекта, приходящегося на единицу получаемых результатов.

Эти соотношения являются базовыми при разработке показателей эффективности.

Критерий отражает сущность эффективности и предопределяет набор показателей, характеризующих достижение целей. Критерии оценки эффективности деятельности организации для всех заинтересованных лиц (собственников, менеджеров, кредиторов, персонала) могут отличаться.

«Понятия «производственная эффективность» и «эффективность производства» не являются тождественными. Производственная эффективность - это степень минимизации затрат при трансформации ресурсов на входе в готовую продукцию на выходе производственной системы (отдача производственных затрат - выпуска товарной продукции на единицу затрат на ее производство, прибыль на единицу затрат на производство, выработка товарной продукции на одного рабочего, фондоотдача и др.). Эффективность производства - это реализация программы производства при минимальных производственных затратах и запланированном уровне качества. Это статическая, внутренняя эффективность или, как ее часто называют, экономичность» [17].

Эффективность различных видов затрат определяется для решения двух видов задач:

1) для выявления и оценки уровня использования отдельных видов затрат и ресурсов, экономической результативности производства;

2) для экономического обоснования лучших вариантов производственно-хозяйственных решений - внедрения новой техники, технологий, организации производства, размещения новых предприятий (производств).

В практике экономических расчетов различают общую (абсолютную) и сравнительную экономическую эффективность.

Общая (абсолютная) эффективность определяет общую величину экономического эффекта в сравнении как со всеми расходами на его достижение - стоимостью средств труда, предметов труда и рабочей силы, использованных либо израсходованных в данном периоде, так и с отдельными типами применяемых ресурсов.

К системе обобщающих показателей общей экономической эффективности традиционно относят показатели рентабельности продукции, рентабельности производственных фондов, производство продукции на 1 руб. затрат, относительную экономию основных и оборотных фондов, а также материальных, трудовых затрат и фонда оплаты труда.

«Показателями общей экономической эффективности используемых ресурсов являются: показатели использования трудовых ресурсов (рост производительности труда, доля прироста продукции за счет роста производительности труда, экономия живого труда); показатели использования основных фондов, оборотных средств и капиталовложений (фондоотдача, оборачиваемость оборотных средств, удельные капитальные вложения); показатели использования материальных ресурсов (материалоемкость и материалоотдача)» [12].

Назначение сравнительной экономической эффективности заключается в установлении более экономически выгодного варианта решения данной хозяйственной задачи. Сравнительная экономическая эффективность определяется при разработке и внедрении новой техники, при решении вопросов по изготовлению и использованию взаимозаменяемых материалов и продукта,

при проектировании строительства и реконструкции действующих предприятий.

«При определении сравнительной экономической эффективности в качестве величины экономического эффекта принимается экономия, полученная от снижения себестоимости продукции, в качестве затрат - дополнительные капитальные вложения, обусловившие эту экономию. Сравнительная экономическая эффективность определяется при выборе одного из двух и более вариантов решения определенной хозяйственной или технико-экономической задачи. Она характеризует преимущества одного варианта по сравнению с другими» [17].

При сравнении двух вариантов возможно различное соответствие требуемых капитальных вложений и уровня себестоимости продукта. Тот вариант, который характеризуется минимальными (либо равными) капитальными вложениями и в то же время обеспечивает наиболее низкую себестоимость продукта, при прочих равных условиях признается экономически выгодным.

При сравнении вариантов зачастую возникают ситуации, когда вариант с минимальными текущими расходами (себестоимостью) характеризуется крупными разовыми затратами (капитальными вложениями). В этом случае необходимо соизмерение дополнительных капитальных вложений с экономией на текущих расходах благодаря наиболее низкой себестоимости продукта. Такое соизмерение совершается на основе определения срока окупаемости дополнительных капитальных вложений. Срок окупаемости последних представляет собой отношение разности величин капитальных вложений к разности величин себестоимости продукции по сравниваемым вариантам.

«Срок окупаемости определяет время, в течение которого дополнительные капитальные вложения окупаются экономией от уменьшения себестоимости продукции. Показатель, обратный сроку окупаемости, называется коэффициентом эффективности дополнительных капитальных вложений» [8].

При сравнении вариантов рекомендуется использовать приведенными расходами, вычисленными согласно каждому варианту. Приведенные расхо-

ды по каждому варианту предполагают собою необходимую сумму капитальных вложений и затрат (себестоимости), приведенных к единой размерности в соответствии с нормативом эффективности. Приведенные затраты, которые при расчете попадут наименьшими, и устанавливают более эффективный вариант.

Однако себестоимость продукции не отражает многих существенных сторон деятельности предприятия. Так, например, себестоимость продукции может снижаться при ухудшении качества продукции; снижение себестоимости продукции не всегда свидетельствует о соответствии продукции общественным и личным потребностям. Кроме того, показатели себестоимости мало связаны с оценкой использования производственных фондов. С этой точки зрения существенным преимуществом обладают взаимосвязанные показатели прибыли и рентабельности.

1.2 Оценка качества плана товарооборота

Оценка плана товарооборота начинается с проверки цели планирования. Основной целью может быть максимизация продаж. При оптимизации плана продаж возможны и другие задачи: максимизация загрузки торговой площади или лучшее использование мощностей предприятия. Кроме того, в плане должны быть определены сопутствующие экономические показатели: потребность в ресурсах, размер необходимых инвестиций и другие.

В плане предусматриваются ограничения, их как минимум четыре группы: спрос на товары народного потребления по ассортименту, варианты реализации товаров, размер ограничений на ресурсы, специальные ограничения на возможные сочетания вариантов реализации.

Чтобы определить качество планирования, необходимы критерии оптимальности. Таковыми выступают прибыль от продаж, маржинальный доход, доля на рынке, деловая репутация и другие.

Оценка качества планирования основана на анализе плана.

«Во-первых, в ходе анализа выявляют факторы, определившие выбор того или иного варианта плана. К подобным факторам относятся ограничения по спросу на товары в целом и по товарным группам, ограниченность ресурсов.

Во-вторых, анализ выбранного плана связан также с изменением критерия оптимальности плана. Например, в качестве критерия оптимальности плана продаж.

В-третьих, в ходе анализа следует изучить влияние изменений норм потребления, нормативов товарных запасов и т. д. Если такое влияние существенно, то его целесообразно количественно проанализировать» [18].

Анализ расчета плана продаж также связан с необходимостью изучить возможности варьировать объемы товарооборота – как в целом, так и по ассортименту.

С технической точки зрения выполнение анализа плана заключается в множестве расчетов для различных значений и сочетаний исходных данных. В результате накапливается статистика, позволяющая судить об устойчивости полученного оптимального плана.

Для анализа влияния внешней среды на результаты прогнозирования разрабатывают возможные сценарии: наиболее вероятный, оптимистический и пессимистический. По каждому сценарию задают свои параметры внешней среды (спроса, цены, предложения товаров) и рассчитывают план продаж.

Полученные в результате анализа решения можно разбить на три группы. Первая группа решений включает в себя устойчивую часть плана. Вторая группа объединяет совокупность вариантов, которые никогда или почти никогда не будут включены в план. Третья группа представляет собой неустойчивую часть плана. При каких-то изменениях условий и факторов варианты данной группы попадают в оптимальный план, а при каких-то – нет. Именно последняя группа решений требует особого изучения, поскольку они позволяют при определенных обстоятельствах улучшить план.

«На окончательные решения по плану товарооборота оказывают влияние и другие факторы: необходимость поддерживать в торговом предприятии ассортиментный перечень (для предприятий розничной торговли), загружать складские площади (что особенно важно для оптовой торговли), максимально загружать персонал в части реализации и подготовки товаров к продаже, поддерживать долговременные связи с поставщиками (производителями)» [24].

Анализ деятельности торговых предприятий начинается с товарооборота. Изучение реализации – важный элемент в работе предприятия. От объема товарооборота, ассортимента проданных товаров, качества обслуживания в торговле напрямую зависят издержки обращения, прибыль, рентабельность, конкурентоспособность и рыночная активность.

Задачи анализа товарооборота:

- оценка выполнения плана и динамики показателей товарооборота;
- оценка товарной структуры и внутригруппового ассортимента;
- оценка влияния различных факторов на изменение объема и структуры товарооборота;
- оценка сезонности товарооборота;
- определение внутрихозяйственных резервов для увеличения товарооборота и разработка мер по их использованию.

«Основой для изучения товарооборота служат аналитические показатели: относительные величины динамики товарооборота (его роста и прироста), удельные веса отдельных секторов торговли, доля отдельных групп товаров в общей сумме товарооборота, сумма оборота на единицу торговой площади и на одного торгового работника; уровень товарных запасов, оборачиваемость средств, вложенных в товарные запасы и т.д.» [23]. Розничный товароборот характеризуют следующие показатели: оборот по продаже, товарные запасы на начало и конец периода, поступление товаров. «Главный и определяющий показатель – реализация товара. От нее зависят суммы поступления товаров, размер необходимых товарных запасов.

Все показатели товарооборота находятся в балансовой увязке:

запасы на начало (З1) + поступление (П) = реализация (Р) + запасы на конец (З2).

Исходя из такого баланса можно рассчитать любой показатель товарооборота» [27].

В процессе торговли возникает необходимость снизить цены. Это происходит по разным причинам: например, из-за сокращения спроса (изменилась мода, конкуренты продают тот же товар по более низким ценам и т. д.). По некоторым продуктам (сахар, мясо, рыба, картофель, овощи, напитки в стеклянной таре) при перевозке, хранении и продаже образуется естественная убыль. В подобных случаях при составлении баланса товарооборота учитывается выбытие

товаров (В) – то есть товар не продан, но его ресурсы уменьшились. В результате баланс товарооборота принимает вид:

$$З1 + П = Р + В + З2$$

«В российской торговой практике цены на товары нередко повышают. Тогда в формулу балансовой увязки включают дополнительный элемент – увеличение стоимости товаров от их переоценки (Ппер.), то есть физический объем товара не прибавился, но его ресурсы возросли:

$$З1 + П + Ппер. = Р + З2$$

Если одновременно за отчетный период или в ближайшей перспективе происходят сразу и повышение, и снижение цены на товары, то формула балансовой увязки принимает развернутый вид:

$$З1 + П + Ппер. = Р + В + З2$$

Расширяя возможности применения данной формулы в анализе, общий товарооборот можно представить в виде следующих компонентов: товарооборот по продовольственным и непродовольственным товарам; товарооборот за наличный и безналичный расчет (по чекам, кредитным картам); оборот по продаже товаров населению и предприятиям (организациям); оборот по полной стоимости расчета за товары и по продаже в кредит» [27].

«Формулу балансовой увязки показателей розничного товарооборота используют в оценке его динамики и влияния на нее тех факторов, которые включены в данную модель. Кроме того, на базе формулы балансовой увязки в анализе деятельности торговых предприятий строят матричные модели, где строками и столбцами служат показатели розничного товарооборота. В левой верхней части модели пересечение строк и столбцов – это структура товарного покрытия, характеризующая качество его формирования. В нижней левой части – показатели соотношения элементов товарного покрытия и выбытия товаров. В верхней правой части – показатели соотношения выбытия товаров и товарного покрытия, характеризующие качество процесса реализации. В нижней правой части – структура выбытия товаров» [27].

Анализ розничного товарооборота выполняют в каждом магазине, торговом объединении и в целом по отрасли. Его цель – выявить резервы развития товарооборота, увеличения доли предприятия на потребительском рынке.

«В аналитической работе все показатели товарооборота изучаются комплексно, поскольку тесно связаны между собой. Так, рост запасов может означать снижение суммы реализации товаров. Увеличение поступления может повлечь за собой рост продажи или же увеличение запасов товаров, что оценивается по-разному.

В процессе анализа оценивают влияние на товарооборот изменений в материально-технической базе и конъюнктуре рынка, скорости обращения и ритмичности закупок (поступления) товаров, численности и составе работников» [28].

Анализ товарооборота выполняют в определенной последовательности. Вначале анализируется общий показатель товарооборота, затем – товарооборот в ассортименте. Заключительный этап – взаимная увязка результатов изучения всех показателей товарооборота на основе комплексного подхода.

Задачи анализа оптового товарооборота:

– контроль над выполнением плана товарооборота по общему объему и по товарным группам;

- изучение динамики товарооборота;
- оценка ассортиментной структуры;
- оценка факторов, влияющих на объем и структуру товарооборота;
- выявление и изучение причин невыполнения плана товарооборота;
- выявление внутренних резервов и разработка мер по их использованию.

«Для анализа оптового товарооборота используют данные о социально-экономических показателях региона деятельности предприятий, плановые показатели и результаты бухгалтерской, статической, оперативной отчетности, первичные документы, товарно-денежные отчеты и учетные регистры, отражающие движение товаров, а также инвентаризационные описи и т. д» [28].

При анализе оптового товарооборота применяют следующие методы: сравнение, индексный метод, относительные и средние величины, способ цепных подстановок, балансовую увязку и другие методы.

К показателям, характеризующим товарооборот оптового предприятия, относятся:

- объем товарооборота в текущих и сопоставимых ценах;
- структура товарооборота по товарным группам;
- дневной оборот по реализации;
- объем товарооборота в расчете на одного работника и на 1 м²;
- скорость товарооборота.

«При анализе динамики товарооборота используют систему индексов: индекс физического объема товарооборота (I_ф), цен (I_ц) и товарооборота в фактических ценах (I_т).

Индекс физического объема характеризует динамику товарооборота, а также влияние изменений количества и структуры реализованных товаров.

Индекс цен показывает изменение общей стоимости определенного количества товаров в течение анализируемого периода» [28].

Индекс товарооборота в фактических ценах отражает изменение совокупной стоимости проданных товаров за рассматриваемый период.

Отношение индексов выражено формулой:

$$I_t = I_{ц} \times I_{ф}.$$

Используя взаимосвязь индексов, можно рассчитать влияние на изменение товарооборота таких факторов, как количество проданных товаров и динамика цен.

Анализ объема и структуры оптового товарооборота проводится в следующем порядке:

1. Определение общего объема товарооборота за отчетный период и оценки выполнения плана продаж. Результаты анализа используют, чтобы оценить качество планирования, учесть изменения во внешней среде предприятия и чувствительность к изменению объемов реализации.

2. Изучение динамики общего товарооборота. Необходимо построить динамический ряд товарооборота в сопоставимых ценах. Торговые площади и длительность работы сопоставляют методом прямого счета, цены реализации сравнивают с помощью индекса цен:

$$T_{об. соп.} = T_{ф} / I_{ц},$$

где:

$T_{об. соп.}$ – товарооборот в сопоставимых ценах;

$T_{ф}$ – товарооборот в фактических (действующих) ценах;

$I_{ц}$ – средний индекс изменения цен.

На данном этапе анализа рассчитывают абсолютные изменения в объеме реализации товаров, темпы роста и прироста, средние темпы изменения товарооборота.

3. Анализ структуры товарооборота за отчетный период и в динамике, выявление тенденций объемов продаж по отдельным группам товаров. Здесь также вычисляют темпы роста и прироста, абсолютные отклонения продаж по отдельным товарам и группам; рассчитываются удельные веса реализации товаров и групп в общем обороте. Изучение структуры ассортимента позволяет ранжировать товарные группы по степени их вклада в общий товарооборот.

4. Анализ состава товарооборота в зависимости от форм и сроков расчета, характера товаров, организационных форм и методов торговли. Исследование проводится за отчетный период и в динамике: рассчитывают и сравнивают объемы продаж по отдельным видам товарооборота, темпам их изменения, исследуют изменения удельных весов в общем товарообороте.

5. Анализ объемов реализации товаров поквартально и ежемесячно, исследование ритмичности работы и сезонности реализации товаров. Для характеристики ритмичности рассчитывается среднеквадратическое отклонение от среднего объема товарооборота и коэффициент вариации.

«Среднеквадратическое отклонение показывает диапазон колебания продаж товаров, то есть минимальный и максимальный товарооборот в среднем за анализируемый период.

Коэффициент вариации характеризует равномерность реализации товаров в течение исследуемого периода» [29].

6. Определение запаса финансовой прочности предприятия. В ходе анализа определяется возможное падение товарооборота в абсолютном и относительном выражении. Допустимая граница снижения товарооборота показывает порог безопасности предприятия (ПБт.о) и запас финансовой прочности (ЗФПто), которые рассчитываются так:

$$\text{ПБт.о} = \text{Тф} - \text{Тб.уб.};$$

$$\text{ЗФПто} = \text{Тф} / \text{Тб.уб.},$$

где:

Тф – фактический объем товарооборота;

Тб.уб – объем товарооборота, обеспечивающий безубыточную работу.

Чем выше порог безопасности и запас финансовой прочности, тем более эффективно управление товарооборотом, его структурой и скоростью.

1.3 Прибыль и рентабельность торгового предприятия

«Прибыль в торговле – один из основных показателей эффективности. Торговая прибыль – часть стоимости прибавочного продукта, создаваемого в отраслях материального производства и – частично – собственно в торговле.

Прибыль как финансовый результат торговли представляет собой разность между всеми доходами и всеми расходами предприятия. Различают бухгалтерскую и экономическую прибыль.

Бухгалтерская прибыль – разность между валовым доходом и издержками обращения. Экономическая прибыль – разность между бухгалтерской прибылью и неявными (альтернативными) издержками обращения.

Экономическая прибыль меньше бухгалтерской на величину затрат, не учитываемых в составе издержек обращения» [30].

Цель торгового предприятия – получить максимальную экономическую прибыль. Последняя отражает предпринимательский доход, который характеризует окупаемость расходов торгового предприятия и способность к самофинансированию.

Прибыль как экономический показатель измеряют суммой и уровнем.

«Сумма прибыли характеризует достигнутый предприятием эффект (финансовый результат). Финансовым результатом может выступать не только прибыль, но и убыток, возникающий из-за высоких затрат или низких доходов от реализации товаров. Относительный показатель прибыли (ее уровень) отражает рентабельность работы» [30].

Прибыль в торговле выполняет следующие основные функции:

- инструмент оценки работы предприятия;
- источник материального поощрения работников;
- источник вознаграждения для владельцев акций и паев в уставном капитале;
- источник самофинансирования развития;
- источник пополнения государственного бюджета.

Показатели рентабельности важны для сравнения результатов работы и конкурентоспособности предприятий. При расчете рентабельности исполь-

зуют разные показатели прибыли, позволяющие выявить не только общую экономическую эффективность работы предприятия, но и оценить другие стороны его деятельности.

К таким показателям относятся:

рентабельность основных фондов (прибыль на 1 м² торговой площади);

рентабельность капитала (прибыль на 1000 р. капитала);

рентабельность издержек обращения (прибыль на 1000 р. издержек обращения);

рентабельность товарооборота (отношение прибыли к товарообороту).

Экономическую рентабельность (прибыльность) торгового предприятия вычисляют по формуле:

$$P_o = \Pi / T \times 100 \%,$$

где:

P_o – общая экономическая рентабельность хозяйственной деятельности предприятия;

Π – сумма прибыли (валовая или чистая);

T – объем товарооборота (без НДС).

«Данная формула расчета применима и для определения прибыльности капитала (вложенных средств) торгового предприятия: показатель товарооборота следует заменить на показатель капитала. После преобразования формулы получим два показателя: рентабельность товарооборота (продаж) и оборачиваемость капитала:

$$P_o = P_t \times O_k,$$

где:

P_t – рентабельность товарооборота (продаж);

O_k – оборачиваемость капитала предприятия (число оборотов)

Рентабельность товарооборота (продаж) (P_t) отражает зависимость между прибылью и товарооборотом и показывает прибыль с единицы продаж. По соотношению чистой прибыли и товарооборота можно более точно судить о финансовом результате торгового предприятия» [12].

Показатель рентабельности собственного капитала (P_k) важен для акционеров торгового предприятия. Он позволяет инвесторам оценить потенциальный доход от вложения средств в акции и другие ценные бумаги. На основе данного показателя можно определить период, в течение которого полностью окупаются средства, вложенные в акционерное торговое предприятие ($1/P_k$).

«Рентабельность основных фондов торгового предприятия определяется как отношение суммы прибыли (валовой, чистой) к средней стоимости основных средств, умноженное на 100 %:

$$P_{\text{оф}} = П : \text{ОФ} \times 100\%,$$

где:

$P_{\text{оф}}$ – рентабельность основных фондов, %;

$П$ – сумма прибыли (валовой или чистой);

ОФ – средняя стоимость основных средств (фондов)» [12].

Если торговое предприятие работает в арендуемых помещениях или сдает в аренду отдельные объекты основных фондов, то в среднюю стоимость основных фондов целесообразно включить сумму сданных и полученных в аренду основных средств.

Рентабельность издержек обращения показывает эффективность текущих затрат. Увеличение или сокращение издержек непосредственно влияет на уменьшение или рост прибыли.

Рентабельность, рассчитанная как отношение прибыли к численности торговых работников, показывает размер полученной прибыли в расчете на одного работника. Она характеризует эффективность персонала. Чем меньше численность последнего, тем больше прибыли приходится на одного работника.

«Прибыль – синтетический показатель. Другими словами, совокупность факторов, влияющих на прибыль, представляет собой систему, состоящую из нескольких элементов. К подсистеме образующих факторов, от которых за-

висит формирование валовой прибыли, относятся валовой доход от торговой деятельности, прибыль (убыток) от реализации основных фондов и иного имущества, сальдо доходов и расходов по прочим операциям» [30].

Другую подсистему образуют взаимовлияющие факторы. К ним относятся: объем реализации, продажные цены, издержки обращения, оборачиваемость и состав капитала, численность работников, уровень налогообложения и т. д.

«Объем и уровень прибыли находятся в прямой зависимости от абсолютной величины и уровня валового дохода и в обратной зависимости от величины и уровня издержек обращения.

Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, зависит от суммы налога на прибыль, а чистая прибыль – от суммы затрат, относимых на прибыль» [30].

Чтобы выявить воздействие того или иного взаимовлияющего фактора на величину прибыли, можно применить метод комплексного анализа экономической эффективности хозяйственной деятельности. При его использовании исходят из того, что рост значения любого взаимовлияющего фактора должен вызвать адекватный рост другого.

Развитие торгового предприятия возможно при следующих необходимых условиях:

$$T_{п} > T_{т} > T_{и} > T_{ф} > T_{р},$$

где:

$T_{п}$ – темп роста прибыли;

$T_{т}$ – темп роста товарооборота;

$T_{и}$ – темп роста издержек обращения;

$T_{ф}$ – темп роста фондовооруженности работников;

$T_{р}$ – темп роста численности работников.

Темпы роста по каждому показателю исчисляют путем их последовательного соотношения. Интенсивное развитие торгового предприятия

характеризуется не только ростом товарооборота и прибыли, но и повышением производительности труда, увеличением капитала.

«Результаты факторного анализа служат экономической основой управленческих решений, направленных на выбор оптимального пути развития торгового предприятия.

Цель анализа – выявить резервы повышения рентабельности и укрепления финансового положения предприятия.

Основные задачи:

- изучить выполнение плана по прибыли и рентабельности;
- определить динамику рентабельности за ряд периодов в целом по предприятию и по отдельным подразделениям;
- измерить влияние отдельных факторов на показатели рентабельности;
- оценить работу по повышению рентабельности;
- выявить резервы увеличения прибыли и разработать меры по их использованию» [11].

Для анализа применяют следующие источники информации:

- баланс предприятия (ф. № 1), отчет о прибылях и убытках (ф. № 2);
- отчет о финансовых результатах;
- отчет об издержках обращения;
- данные аналитического учета;
- материалы выборочных проверок;
- другие источники.

В процессе анализа рассчитывают показатели:

- динамики прибыли и рентабельности за ряд периодов;
- выполнения плана прибыли;
- рентабельности продаж по отдельным подразделениям, товарным группам.

Выполнение плана прибыли анализируют, сравнивая фактические показатели прибыли с плановыми и показателями предшествующего года.

Основные факторы, влияющие на выполнение плана прибыли: изменение объема товарооборота, изменение среднего уровня валовых доходов и уровня издержек обращения.

Применяя метод цепных подстановок, измеряют влияние каждого из данных факторов на отклонение фактической прибыли от плановой.

Показатели влияния отдельных факторов можно определить и другим способом:

– влияние изменения объема товарооборота на сумму прибыли определяют, умножая величину отклонения фактического товарооборота от планового на плановый уровень прибыли;

– влияние изменения уровня валового дохода на сумму прибыли рассчитывают, умножая фактический объем товарооборота на величину отклонения фактического уровня валового дохода от планового.

Аналогичным образом определяют, как влияет на сумму прибыли изменение уровня издержек обращения.

Конечный результат работы предприятий торговли – балансовая прибыль. Она отличается от операционной прибыли тем, что учитывает дополнительно прочие доходы и расходы. При анализе балансовой прибыли изучают состав и причины возникновения прочих доходов и расходов.

«Анализ прочих доходов проводится по видам. Изучая полученные штрафы, пени, неустойки, можно судить о состоянии претензионной работы и соблюдении поставщиками и другими контрагентами расчетно-платежной и договорной дисциплины. Особенно следует проверить доходы, полученные в результате выявления излишков товарно-материальных ценностей, которые могут быть следствием нарушения цен, пересортицы, обмера, обвеса покупателей, ошибок при приеме и отпуске товаров» [13].

Анализ прибыли дополняется анализом рентабельности за год и за каждый квартал. Последнее позволяет установить, насколько равномерно выполнялся план прибыли в течение года.

Особое внимание необходимо уделить анализу рентабельности тех хозяйственных подразделений, которые не выполнили план по прибыли или работают убыточно.

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

2.1 Характеристика предприятия

«Компания «ДЖЕМ» — образовалась в 1998 году. «Джем» специализируется на продаже товаров для строительства и ремонта оптом и в розницу» [9].

Логистический центр "Джем" является крупнейшим на территории РХ и юга Красноярского края и насчитывает более 20 тыс. кв.м складских площадей. Объемы складских площадей позволяют формировать запасы, способные удовлетворить потребности любого покупателя! Всегда в наличии более 30 тыс. мешков сухих смесей, 150 тыс. кв.м гипсокартона, более 40 тыс. м профилей и т.д.

Оснащенность Логистического центра позволяет ежедневно выгружать до 10 вагонов и 30 фур со строительными и отделочными материалами. В новом выставочном зале Логистического центра представлено более 33 тыс. наименований строительных и отделочных материалов.

«Продукция Джема — это товары ведущих мировых и отечественных производителей в широком ассортименте и по доступным ценам.

Магазин строительных материалов «Джем» предоставляет такие товары как: сухие строительные смеси, строительная химия, гипсоволокно и гипсокартон, ДВП, ДСП, фанера, напольные покрытия, кафель, обои, крепеж, санфаянс, изолирующие материалы, клей и строительные товары» [9].

Магазин строительных материалов «Джем» является динамично развивающейся строительной организацией, обладающей собственной производственной базой, складским комплексом и автомобильным транспортом. Логистическое подразделение поддерживает гарантированный запас строительных материалов на складе и, при необходимости, готово их отправить заказчикам в необходимом количестве в любую точку на территории РХ и

юга Красноярского края, как автомобильным, так и железнодорожным транспортом.

Анализ капитала

«Капитал – это средства, которыми располагает организация для осуществления своей основной деятельности с целью получения прибыли. Главным источником прибыли любой организации является квалифицированное и разумное полное использование капитала организации, со своевременным выявлением путей его увеличения и способов эффективного использования. В сочетании с грамотным менеджментом на различных уровнях производства, а также развитой системой маркетинга достигается максимальная эффективность использования капитала. Это особенно важно в современное время для любой организации» [14].

При анализе капитала формируется первоначальное представление о деятельности организации, раскрываются изменения в составе имущества и его источниках. Для удобства проведения такого анализа целесообразно использовать данные бухгалтерского баланса в виде агрегированных показателей.

Проведем предварительную оценку финансового состояния предприятия ООО Джем в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Агрегированный аналитический баланс за 2019 г.

Актив	Сумма тыс.руб.	%	Пассив	Сумма тыс.руб.	%
Внеоборотные Активы	849	2%	Собственный капитал	38935	91,36%
Оборотные Активы	41765	98%	Заемный капитал	3679	8,6%
Баланс	42614	100%	Баланс	42614	100%

Анализируя данный баланс предприятия ООО «Джем», можно сделать выводы о том, что организацию можно оценить, как среднюю, так как объем капитала, вовлеченного в хозяйственную деятельность, составляет 42614 тыс. руб. (20,0 тыс. руб. □ 42614 тыс. руб. □ 200 000,0 тыс. руб.). Структура активов характеризуется преобладанием оборотных активов– 98 % над внеоборотными активами – 2 %. Собственный капитал составляет 38935 тыс. руб. в абсолютном выражении, покрывает сумму оборотных активов в размере 3679 тыс. рублей. В структуре пассивного капитала организации меньший удельный вес занимают заемные средства (8,6 %), что характеризует независимость организации от внешних кредиторов.

Под активами понимается капитал, вовлеченный организацией в хозяйственную деятельность и рассматриваемый с позиции его состава и размещения. Основной целью анализа активов является формирование обоснованной оценки их динамики, состава и структуры, а также выявление резервов улучшения состояния активов. Рассмотрим структурно-динамические особенности развития капитала организации по его составу и размещению.

Проанализируем организацию учитывая оценки динамики и структуры показателей активов ООО «Джем».

Полученные данные способствует выявлению предпосылок финансовой устойчивости, а также возможность оценивать потенциал экономического роста организации.

Таблица 2.2 – Показатели структуры и динамики активов

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма тыс. руб.	%	Сумма тыс. руб.	%	Сумма тыс. руб.	%
Всего активов	42614	100	33224	100	9390	22
в том числе:						

Окончание таблицы 2.2

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма тыс. руб.	%	Сумма тыс. руб.	%	Сумма тыс. руб.	%
Внеоборотные из них:	849	1,9	637	1,9	212	25
Финансовые	740	1,7	309	0,9	431	58
Оборотные из них:	41765	98	32587	98	9178	22
Материальные	-	-	-	-	-	-
Финансовые	41765	98	32587	98	9178	22

Анализируя данные таблицы 2.2, можно отметить, что основной группой активного капитала являются оборотные активы, которые в 2019 году составили 98 %. Внеоборотные активы представлены исключительно финансовыми вложениями (денежные средства, дебиторская задолженность) – 849 тыс. руб. в 2019 году.

За 2019 год произошло увеличение величины имущества организации со 33224 тыс. руб. до 42614 тыс. руб., что свидетельствует об улучшении финансового положения организации. Данное изменение валюты баланса довольно значительно, оно связано с изменением хозяйственного оборота в исследуемой организации.

К оборотным активам организации относятся: запасы, дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения, денежные средства. Рассмотрим изменения состава и динамики оборотных активов как наиболее мобильной части капитала, от состояния которых в значительной степени зависит финансовое состояние организации.

Для определения состояния оборотных активов, дадим оценку их динамики структуры в абсолютных и в относительных показателях.

Таблица 2.3 – Показатели структуры и динамики оборотных активов

Показатель	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма т.р.	%	Сумма т.р.	%	Сумма т.р.	%
Оборотные активы	41765	100	32587	100	9178	21,9
В том числе:						
Дебиторская задолженность	41613	99,6	32344	99,3	9269	22,2
Денежные средства	152	0,4	243	0,7	-91	-59,8

По данным таблицы 2.3 наибольший удельный вес в оборотных активах в 2019 году занимает дебиторская задолженность 99,6 %, что свидетельствует об ухудшении финансовой ситуации в организации. Снижение денежных средств в 2019 году на -59,8 % характеризует ухудшение структуры оборотных средств организации.

Для того чтобы определить интенсивность использования оборотных активов необходимо составить аналитическую таблицу 2.4.

Таблица 2.4 – Расчет общих показателей оборачиваемости оборотных активов

Показатели	2019 г.	2018 г.	Отклонения
Выручка от продаж	19693	17712	1981
Средние остатки об. Ср-в	41765	32587	9178
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	0,47	0,54	-0,07
Длительность одного оборота, дней	776	676	100

Анализируя таблицу 2.4 на 2019 год, выручка составила 19693 руб, при этом коэффициент оборачиваемости оборотных средств составил 0,47. Длительность оборота составило 776 дней. По сравнению с 2018 годом увеличилась на 100 дней. В свою очередь коэффициент оборачиваемости оборотных средств уменьшился на -0,07.

Анализ дебиторской задолженности

Для определения состояния дебиторской задолженности необходимо составить аналитическую таблицу 2.5 и 2.6.

Таблица 2.5 – Группировка дебиторской задолженности по категориям дебиторов

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, т.р.	%	Сумма, т.р.	%	Сумма, т.р.	%
Дебиторская задолженность	41613	100	32344	100	9269	22,3

Анализируя таблицу 2.5 на 2019 год дебиторская задолженность составила 41613 руб. При этом по сравнению с 2018 годом дебиторская задолженность увеличилась на 9269 руб. Задолженность заказчиков и клиентов можно оценить как невыгодную ситуацию, сложившуюся в организации.

Для определения состояния дебиторской задолженности по срокам погашения и образования составить аналитическую таблицу 2.6.

Таблица 2.6 – Группировка дебиторской задолженности по срокам погашения и образования

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, т.р.	%	Сумма, т.р.	%	Сумма, т.р.	%
Дебиторская задолженность	41613	100	32344	100	9269	22,3
в том числе:						
Долгосрочная	-	-	-	-	-	-

Окончание таблицы 2.6

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, т.р.	%	Сумма, т.р.	%	Сумма, т.р.	%
Краткосрочная	3679	8,8	448	1,4	3231	87,8
Из них	-	-	-	-	-	-
Просроченная	-	-	-	-	-	-
В том числе сомнительная	-	-	-	-	-	-

Анализируя ООО «Джем», мы видим, что группировка дебиторской задолженности по срокам погашения и образования является краткосрочная.

2.2 Управленческий анализ

Пассивный капитал позволяет выявить источники привлечения средств в организацию. При анализе необходимо изучить структуру собственного и заемного капитала. От степени оптимального соотношения собственного и заемного капитала во многом зависят финансовое положение организации и его устойчивость.

Проанализируем показатели структуры и динамики пассивов ООО «Джем» за 2018-2019 г в таблице 2.7

Таблица 2.7 – Показатели структуры и динамики пассивов

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего источников:	42614	100	33224	100	9390	22
в том числе:						
собственных	-	-	-	-	-	-
заемных	42614	100	33224	100	9390	22

Окончание таблицы 2.7

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
из них:						
долгосрочных	-	-	-	-	-	-
краткосрочных	3679	8,6	448	1,3	3231	87,8

Проанализировав таблицу можно сделать вывод, что совокупный капитал организации за 2019 год увеличился на 22 % до 42614 тыс. рублей. Это обусловлено увеличением заемных средств на 22 %. Основную долю в структуре капитала занимает заемный капитал 100 %. Кроме этого большую долю заемных средств составляют краткосрочные источники. Преобладание заемного капитала над собственным капиталом характеризуют структуру источников с точки зрения их ненадежности и защиты от рисков.

Привлечение заемных средств в оборот организации – это нормальное явление, часто встречающееся в современных организациях и содействующее временному улучшению финансового состояния при условии, что эти средства не замораживаются на продолжительное время и своевременно возвращаются.

Проведем анализ группировки обязательств по категориям в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Группировка обязательств по категориям

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Обязательства всего:	3679	100	448	100	3231	87,8

Окончание таблицы 2.8

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
кредиторская задолженность всего	3679	100	448	100	3231	87,8

Анализируя таблицу, мы видим, что данные свидетельствуют о увеличении величины заемного капитала в 2019 году на 3231 тыс. рублей, или 87,8 %. Кредиторская задолженность занимает 100 % в структуре обязательств краткосрочного характера, по сравнению с 2018 годом сумма кредиторской задолженности увеличилась на 87,8 %. В целом можно сделать вывод о необходимости улучшения использования основных фондов в исследуемой организации.

Проанализируем показатели группировки обязательств по срокам погашения и образования в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Группировка обстоятельств по срокам погашения и образования

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Заемные средства всего:	3679	100	448	100	3231	87,8
в том числе:						
Долгосрочные обязательства	-	-	-	-	-	-

Окончание таблицы 2.9

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Краткосрочные обязательства	3679	100	448	100	3231	87,8
Кредиты и займы	-	-	-	-	-	-
Кредиторская задолженность	3679	100	448	100	3231	87,8

Анализируя таблицу 2.9, мы видим, что на 2018 год у данной организации ООО «Джем» заемные средства составляют 448 руб на 2018 год, они являются краткосрочными, и входят в кредиторскую задолженность.

Обеспеченность организации трудовыми ресурсами представлена в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Обеспеченность ООО «Джем» трудовыми ресурсами

Показатели	2018		2019	
	Чел.	%	Чел.	%
Среднесписочная численность, в том числе	57	100	54	100
Директор	1	1,8	1	1,9
Начальник технического отдела	1	1,8	1	1,9
Менеджер по работе с персоналом	5	8,8	7	13
Начальник отдела продаж	1	1,8	1	1,9
Менеджер отдела продаж	2	3,5	3	5,6
Начальник отдела(по маркетингу и сбыту рекламы)	1	1,8	1	1,9
Менеджер по маркетингу	3	5,3	3	5,6
Администратор	4	7	6	11,1
Кладовщик	1	1,8	1	1,9
Грузчик	3	5,3	5	9,3
Главный бухгалтер	1	1,8	1	1,9
Бухгалтер	3	5,3	2	3,7

Окончание таблицы 2.10

Показатели	2018		2019	
	Чел.	%	Чел.	%
Экономист	1	1,8	1	1,9
Водитель-экспедитор	4	7	6	11,1
Технический персонал	26	45,6	15	27,8

В таблице 2.10 представлены данные, отражающие обеспеченность ООО «Джем» персоналом в 2018 и 2019 годах, из анализа которых можно сделать вывод, что среднесписочная численность сотрудников сократилась на 3 человека (5,3 %). Это обусловлено расширением штата за счет сокращения численности технического персонала и принятия на работу 2 менеджеров по работе с персоналом. Данные мероприятия вызваны производственной необходимостью.

Используя сведения о численности персонала в организации и выручке, можно рассчитать производительность труда по формуле 1.

$ПТ = \frac{В}{Р}$ –

где: В – выручка от продаж;

Р – среднесписочная численность работников за год.

Рассчитаем производительность труда для исследуемой организации за 2018 и 2019 гг.

$ПТ^{2018} = \frac{В}{Р} = 979,4$ тыс. руб.

$ПТ^{2019} = \frac{В}{Р} = 559,9$ тыс. руб.

Исходя из проведенных расчетов, можно сделать вывод о том, что за 2019 год работы каждый работник принес в среднем 559,9 тыс. руб. прибыли. Производительность труда в 2019 году снизилась на 42,8 %, что отрицательно сказывается на деятельности организации.

Существует огромная региональная дифференциация в оплате труда среди регионов Российской Федерации, а также среди организаций внутри рассматриваемого региона – Республики Хакасия. Анализ средней заработной

платы представлен на рисунке 2.1, который показывает, что уровень средней заработной платы в исследуемой организации ниже, чем в регионе и по стране в целом.

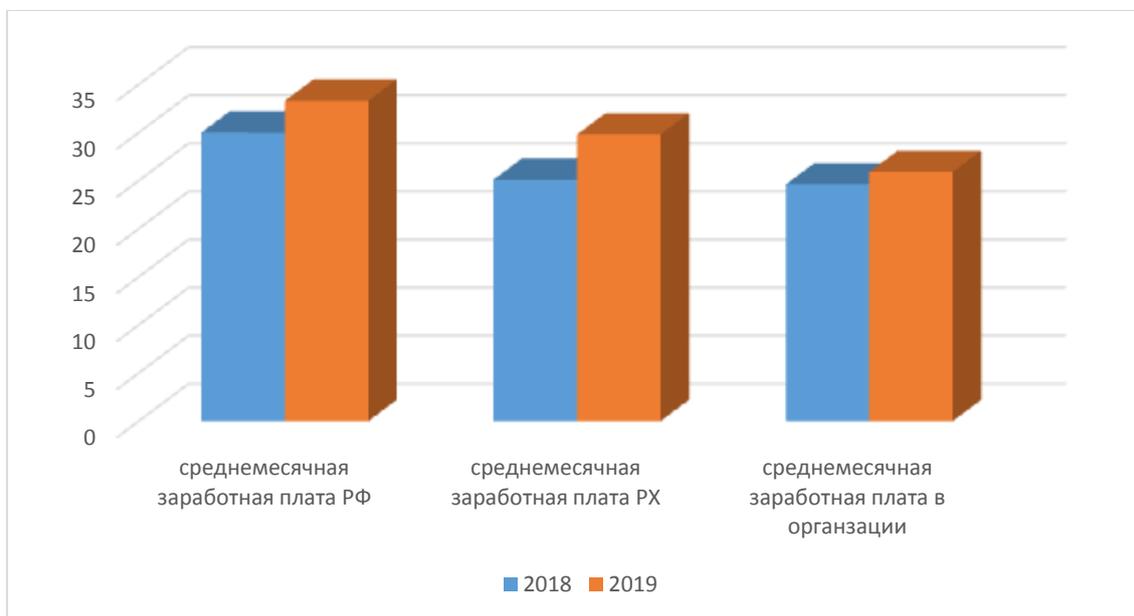


Рисунок 2.1 – Динамика показателей средней заработной платы, тыс. руб.

Сравнительный анализ средней заработной платы по России, региону и организации, который представлен на рисунке 2.1, показывает разрыв между уровнем заработной платы в организации и Республике Хакасия, а также по стране в целом. Уровень заработной платы в 2019 году в организации вырос на 5,3 %, но по-прежнему не соответствует показателям региона и России. В организации применяется Положение о премировании работников за основные результаты основной деятельности. Для успешной работы организации в современных условиях необходимо проводить исследования с целью совершенствования действующих структур управления.

В таблице 2.11 проанализируем показатели структуры и динамики ОС ООО «Джем».

Таблица 2.11 – Показатели структуры и динамики основных средств

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма тыс. руб.	%	Сумма тыс. руб.	%	Сумма тыс. руб.	%
ОС всего: В т.ч.	28478	100	25585	100	2893	10
Земельные участки	3409	11,9	3153	12,3	256	7,5
Здания и сооружения	16761	58,9	15474	60,5	1287	7,6
Машины и оборудование	5610	19,7	5067	19,8	543	9,6
Транспорт	2698	9,5	1891	7,4	807	29,9
Активная часть	8308	25	6958	20	1991	28

Динамические особенности заключаются в том, что за 2019 год произошло увеличение зданий на 7,6%, земельные участки увеличилось на 7,5%, машины и оборудования увеличилось на 9,6%, основных средств всего увеличилось на 10%.

Проанализируем организацию на физический износ и движение основных средств в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Расчет показателей физического износа и движения основных средств

Показатели	2019 г.		2018 г.		Отклонения	
	Всего	Активная часть	Всего	Активная часть	Всего	Активная часть
ОС всего:	28409	8308	25556	6958	2893	1991
Начисленный износ всего:	7102	1775	5111	1310	1991	465
Коэф. Износа	24,9	21,4	19,9	18,8	5	2,6
Коэф. Годности	75,1	78,6	80,1	81,2	-5	-2,6

Анализируя таблицу 2.12 можно сделать вывод, что всего основных средств в 2019 г. увеличилась на 24,9%. Коэффициент износа за 2019 год увеличился на 5%. При этом коэффициент годности уменьшился на -5%. Низкая степень износа.

2.3 Оценка эффективности деятельности предприятия

Деятельность организации с точки зрения эффективности оценивается по таким показателям, как финансовый результат, деловая активность организации, рентабельность. Определим размер, структуру и динамику финансового результата организации и сопоставим темпы роста прибыли, выручки и валюты баланса в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Анализ финансовых результатов

Показатели	2019 г.	2018 г.	Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	19693	17712	1981	10
Себестоимость продаж	(14397)	(15668)	-1271	-8,8
Валовая прибыль (убыток)	5296	2044	3252	61,4
Прибыль (убыток) от продаж	5296	2044	3252	61,4
Проценты к уплате	(3)	(0)	3	100
Прочие доходы	1327	1460	-133	-10
Прочие расходы	(86)	(53)	33	38,3
Прибыль (убыток) до налогообложения	6534	3451	3083	47,1

Окончание таблицы 2.13

Показатели	2019 г.	2018 г.	Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	%
Текущий налог на прибыль	(6534)	(3451)	3083	47,1
Чистая прибыль (убыток)	6159	2912	3247	52,7

Анализ прибыли от продаж, представленный в таблице 2.13, показал, что в 2019 году за счет резкого снижения выручки от продаж получена прибыль от продаж в сумме 5296 тыс. руб., что на 61,4 % больше, чем в 2018 году. Увеличились выручки от продажи на 10 % свидетельствует о увеличении интенсивности использования авансированных средств. Существенное увеличение чистой прибыли на 52,7 % отражает улучшение эффективности использования средств в части генерации прибыли.

Одним из основных и наиболее действенных направлений улучшения финансового состояния организации является поиск внутренних резервов по увеличению прибыльности продаж и достижению безубыточной работы.

Проанализируем показатели деловой активности ООО «Джем» с 2018-2019 годы в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Показатели деловой активности

Показатели	2019 г.	2018 г.	Отклонения
Коэффициент деловой активности	0,46	0,53	-0,07
Фондоотдача основных средств	37,54	47,29	-9,75
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	0,54	0,56	-0,02
Коэффициент оборачиваемости заемных средств	9,45	27,69	-18,24

Проанализировав таблицу 2.14, делаем вывод, что на 2019 год коэффи-

циент деловой активности снизился на -0,07%. Фондоотдача так же снизилась на -9,75%. Коэффициент оборачиваемости заемных средств снизился на -18,24%.

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

Экономическая сущность рентабельности раскрывается через систему показателей. Общий их смысл – определение суммы прибыли с одного рубля вложенного капитала. И поскольку это относительные показатели – они практически не подвержены влиянию инфляции.

Оценка показателей рентабельности представлена в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Показатели рентабельности

Наименование показателя	2019 г.	2018 г.	Отклонения
Рентабельность продаж	0,26	0,11	0,15
Рентабельность текущей	0,33	0,11	0,22
Рентабельность активов	0,16	0,09	0,07
Рентабельность собственного капитала	0,17	0,09	0,08

Проанализировав показатели рентабельности ООО «Джем» можно сделать вывод, что в 2019 году увеличились все показатели рентабельности. Соответственно, можно сделать вывод о увеличении эффективности работы организации в целом, доходности различных направлений деятельности, а также об окупаемости затрат. Рентабельность продаж отражает долю прибыли на одну единицу продаж. В 2018 г. и 2019 г. на одну единицу продаж приходилось 0,11 % и 0,26 % прибыли от продаж соответственно.

Рентабельность основной деятельности показывает, сколько организация имеет прибыли (убытка) с каждого рубля, затраченного на производство

продукции. Рентабельность основной деятельности в 2019 г. составляет 0,33 % прибыли на каждый рубль, вложенный в производство, в 2018 г. – 0,11 %, что свидетельствует о увеличении эффективности работы организации.

Проанализируем в таблице 2.16 эффективность использования основных средств.

Таблица 2.16 – Показатели эффективности использования основных производственных фондов

Показатели	2019 г.	2018 г.	Отклонения
Фондоотдача	0,92	0,86	0,06
Фодоёмкость	1,08	1,15	-0,07
Фондорентабельность	0,28	0,14	0,14

Анализируя данные таблицы 2.16 можно сделать вывод о том, что сам по себе показатель фондоотдачи не говорит об эффективности использования основных средств. В сравнение с 2018 годом данный показатель увеличился на 0,12. Показатель фондоемкости в 2019 году снизился, на -0,07, что интенсивность использования основных средств в организации уменьшились.

Все показатели прибыли, рентабельности, товарооборотов, фондоотдачи, оказывают непосредственное влияние на его финансовое состояние. Таким образом существует взаимосвязь между эффективностью и его устойчивостью финансового положения.

Финансовое состояние организации характеризует состояние финансовых ресурсов и взаимоотношений, связанных с движением денежных потоков. Группа показателей финансовой устойчивости характеризует степень защищенности интересов собственника организации от кредиторов. Одной из важнейших характеристик устойчивости финансового состояния является коэффициент независимости, равный доле собственных источников средств в общем итоге баланса.

Рассмотрим показатели обеспеченности материальных активов источни-

ками финансирования организации за 2018-2019 гг. в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – Показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования, тыс. руб.

Показатели	2019 г.	2018 г.
Собственный капитал	38935	32776
Внеоборотные активы	849	637
Собственные оборотные средства (СОС)	38086	32193
Долгосрочные пассивы	-	-
Собственные и долгосрочные источники	38086	32193
Краткосрочные заемные средства	-	-
Общая величина основных источников	38086	32193
Общая величина запасов и затрат	-	-
Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотные средств	38083	32193
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников	38083	32193
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников	38083	32193

По данным таблицы 2.17 видно, что общая величина основных источников снизилась с 38086 тыс. руб. до 32193 тыс. руб. на 15,4 %. Вместе с тем в 2019 году в анализируемой организации отсутствуют запасы и затраты. Таким образом, в организации сложилась ситуация финансовой неустойчивости, что затрудняет соблюдение платежной дисциплины.

Для полноты анализа необходимо произвести расчет коэффициентов фи-

нансовой устойчивости и представить их в таблице 2.18, по данным которой, можно сделать следующие выводы: коэффициент автономии, который показывает финансовую зависимость организации от внешних кредиторов, в 2019 году показатель не изменился и по прежнему не удовлетворяет нормативному значению.

Таблица 2.18 – Расчет коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	2019 г.	2018 г.	Отклонение	Нормативное Значение
Коэффициент автономии	0,913	1,017	-0,104	>0,5
Коэффициент обеспеченности оборотных средств	0,911	0,986	-0,075	> 0,1
Коэффициент маневренности	0,978	0,980	-0,002	>0,3

Проведя анализ коэффициентов финансовой устойчивости можно охарактеризовать устойчивость предприятия и сказать, что коэффициент автономии в 2019 году составил 0,913 %, по сравнению с прошлым годом и разница составила -0,104%, что превышает нормативное значение >0,5. Коэффициент обеспеченности оборотных средств в отчетном году составил 0,911%, а в прошлом году составил 0,986 %, разница составила -0,075%, что не превышает нормативное значение. Коэффициент маневренности составил 0,978% а в прошлом году 0,980%, разница между ними составила -0,002%, что меньше нормативного значения. Опираясь на результаты проведенного анализа коэффициентов, можно сказать, что организация является финансово неустойчивой.

Техническая сторона анализа ликвидности баланса заключается в сопоставлении средств по активу с обязательствами по пассиву. Для удобства сопоставим показатели в таблице 2.19.

Таблица 2.19 – Группировка статей баланса для анализа его ликвидности, тыс, руб.

Актив	2019 г.	2018 г.	Пассив	2019 г.	2018 г.
Наиболее ликвидные активы, А _{нл}	152	243	Наиболее срочные пассивы, П _с	3679	448
Быстро реализуемые активы, А _{бр}	41613	32344	Краткосрочные пассивы, П _{кс}	-	-
Медленно реализуемые активы, А	-	-	Долгосрочные пассивы, П _{дс}	-	-
Трудно реализуемые активы, А _{тр}	849	637	Постоянные пассивы, П _п	38935	32776
ИТОГО:	42614	33224	ИТОГО:	42614	33224

Проанализировав мы видим, что исследуемый баланс соответствует состоянию ликвидности. Предприятие можно признать платёжеспособным по внешним признакам.

Баланс организации считается ликвидным при условии, если: $A_{нл} \geq P_{нс}$; $A_{бр} \geq P_{кс}$; $A_{мр} \geq P_{дс}$; $A_{тр} \leq P_{пост}$. Анализ ликвидности баланса показан в таблице 2.17.

Таблица 2.20 – Анализ ликвидности баланса организации

Соотношения, требуемые для признания ликвидности баланса	2019 г., тыс. руб.	2018г., тыс. руб.
$A_{нл} \geq P_{нс}$	152 < 3679	243 < 448
$A_{бр} \geq P_{кс}$	41613 > 0	32344 > 0
$A_{мр} \geq P_{дс}$	0 = 0	0 = 0
$A_{тр} \leq P_{пост}$	849 > 38935	637 > 32776

Соотношения статей баланса, представленные в таблице 2.20, свидетельствуют о том, что в ООО «Джем» соблюдаются требуемые соотношения активов и пассивов по первой группе, то есть по наиболее ликвидным средствам и быстрореализуемым активам. По тем равенствам, что не выполняются, можно сделать вывод о том, что ликвидность баланса не является абсолютной.

Для качественной оценки платежеспособности и ликвидности организации проведем расчет коэффициентов ликвидности в таблице 2.21.

Таблица 2.21 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование Коэффициента	2019 г.	2018 г.	Нормативные значения	
			Отечественные Нормативы	Зарубежные Нормативы
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,041	0,542	>0,1	>0,2
Коэффициент критической ликвидности	0,041	0,542	> 0,7-0,8	> 1,5
Коэффициент текущей лик-ти	11,35	72,73	> 1,2-1,5	>2,0

Проанализировав таблицу ликвидности организации, мы видим, что коэффициент абсолютной ликвидности в 2019 году уменьшился на -0,501%. Коэффициент критической ликвидности уменьшился на -0,501%. Коэффициент текущей ликвидности так же уменьшился на -61,38% по сравнению с 2018 годом. Показателями ликвидности, представленными в таблице 2.21, можно охарактеризовать деятельность организации: коэффициент текущей ликвидности дает общую оценку ликвидности активов. В 2019 году 10,2 рублей текущих активов приходится на один рубль текущих обязательств. Значения коэффициента в 2018 и 2019 гг. высокие и удовлетворяют нормативному значению.

Коэффициент критической ликвидности также удовлетворяет нормативному значению, что говорит о способности организации в быстром погашении своих краткосрочных обязательств за счет быстрореализуемых активов.

Коэффициент абсолютной ликвидности является наиболее жестким критерием ликвидности организации и показывает, какая часть краткосрочных заемных обязательств может быть при необходимости погашена немедленно. В исследуемой организации данный коэффициент значительно выше нормативного значения.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ООО «ДЖЕМ»

3.1 Обоснование основной стратегии развития ООО «Джем»

Грамотная стратегия развития предприятия – залог того, что бизнес будет расти и приносить стабильную прибыль. Лишь разработка долгосрочных, продуманных до мелочей планов поможет компании не только остаться на плаву, но и значительно опередить конкурентов.

В современном мире это особенно актуально. На рынок регулярно приходят новые игроки, появляются все новые бизнес-тренды, конкуренция растет не по дням, а по часам. И если вести бизнес как придется, без разработки определенной стратегии, то в один совсем не прекрасный момент можно лишиться буквально всего.

«Стратегией называется комплекс действий тактического характера, ориентированных на определенное направление развития организации и способствующих достижению целей бизнеса. Она разрабатывается с учетом приоритетности решаемых задач, которые определяются путем оценки позиций и перспектив предприятия. Стратегия – это четко спланированный алгоритм действий, направленных на повышение эффективности бизнеса. Это становится возможным благодаря тому, что в процессе принятия решений задействованы и владельцы, и сотрудники компании» [33].

«Разработка стратегии развития предприятия – это определение будущих действий. Данный процесс, напоминающий игру в шахматы, подразумевает осмысление миссии бизнеса, формулирование целей, долгосрочное планирование мероприятий (обычно на 3 года) и установление сроков их реализации» [33].

Залогом успешного развития и стабильности бизнеса является понимание стратегии развития предприятия, которое зависит от уровня

прозрачности рынка, желания владельцев разрабатывать и реализовывать бизнес-планы, умения специалистов-экспертов собирать и анализировать полученные данные.

Динамичность и непредсказуемость современного рынка диктуют свои условия для успешного развития бизнеса. Для решения важнейшей задачи – оперативной адаптации к происходящему – компания должна учитывать не только свое внутреннее состояние, но и веяния внешней среды. Именно поэтому возникает необходимость в стратегии, а её разработка становится главной задачей планирования.

Стратегическое планирование – это определение ключевых направлений развития, понимание желаний потребителя, формулирование организационных целей и оценка внутренних и внешних бизнес-факторов.

Основой планирования являются данные мониторинга ключевых характеристик, влияющих на показатели экономического состояния компании, к которым относятся:

- Объем предполагаемого рынка.
- Достоинства и недостатки предлагаемого товара.
- Наличие аналогов и их преимущества.
- Надежды потребителей.

«Добавочные факторы, оказывающие влияние на покупательскую способность (место жительства, специфика политического строя и законодательной базы, демографическая ситуация и т. д.)» [33].

Работа над стратегией развития предприятия – это один из элементов прогнозирования, без которого невозможно полноценное планирование. Продумывание разнообразных сценариев, учет различных факторов, выявление конкурентных преимуществ дают возможность выбрать направление развития и спланировать поведение в любой ситуации.

Цели формирования стратегии развития предприятия

Есть такие предприниматели, которые не рассматривают перспективы и не видят необходимости в разработке стратегии развития бизнеса. Они считают, что реальность скоротечна, а хороший заказ возможен только при наличии соответствующих связей, поэтому нет смысла что-либо планировать или разрабатывать (планы останутся просто планами).

Однако крупные корпорации для разработки и реализации стратегии развития предприятия привлекает довольно много специалистов разных профилей (юристов, экономистов, маркетологов и других). В противном случае дальнейший рост предприятий-гигантов просто невозможен.

Для анализа лояльности потребителей магазина строительных материалов «Джем» применяются первичные данные, которые мы получили, изучая рынок, исходя из оптимального соотношения цена-качество. Метод сбора первичных данных – анкетный опрос [Приложение А].

Респонденты в количестве 50 человек были опрошены, полученные в результате анкетирования данные обобщены и по ним сделаны соответствующие выводы. Исходя из общего структурированного анализа данных, полученных путем анкетирования, можно сделать общий вывод. Абсолютное большинство опрошенных покупает продукцию ООО «Джем», посещая при этом данный магазин в среднем раз в месяц. Чуть меньшее количество опрошенных посещают ООО «Джем» раз в неделю. Узнают о магазине в большинстве случаев проходя мимо него по улице, или же через наружную рекламу. Было выявлено, что в большинстве случаев опрошенные приобретают товары для финишной отделки стен и потолков, а также лакокрасочные материалы и дверную фурнитуру. Напольные покрытия, товары для кровли и фасада приобретаются в меньшем количестве в равных долях. Наиболее важным фактором при выборе товаров магазина стройматериалов «Джем» является качество товаров, а наименее важным – обслуживание персонала. Абсолютное большинство опрошенных полностью устраивает то, как их обслуживают персонал ООО «Джем» Пик посещаемости приходится на временной промежуток с 15:00 до 19:00.

Анализ выявил, что большинство посетителей устраивают установленные цены на товары. Большую часть респондентов составили представители мужского пола, доход большинства составляет от 25 000 до 45 000 рублей. Возраст большинства опрошенных находится в промежутке от 40 до 55 лет.

Для того чтобы привлечь большее количество посетителей в ООО «Джем» необходимо проводить разнообразные мероприятия или же работать над программами лояльности. В ходе написания работы предложены основные действия для повышения лояльности потребителей к ООО «Джем».

Проанализировав анкеты можно сделать вывод, что наилучшим маркетинговым ходом будет акция с охватом социальных сетей. Это позволит наиболее эффективно прорекламирровать ООО «Джем».

Далее представлено описание акции.

Программа лояльности «Круговорот фишек»

Суть проведения программы заключается в том, что при покупке товаров от 1000 рублей покупателю выдается одна фишка, при покупке от 5000 рублей – 5 фишек, от 10 000 рублей – 10 и далее соответственно. Данная программа будет проводиться на протяжении месяца, в течение этого времени покупатели могут накопить:

- 15 фишек и участвовать в конкурсе за рулонные обои высокого качества;
- 30 фишек и участвовать в конкурсе за натяжение потолков;
- 50 фишек и участвовать в конкурсе за двери и их установку.

Перед запуском проведения данной программы промоутеры раздадут потенциальным покупателям листовки с описанием условий проведения акции. Покупатели, накопившие необходимое для участия в конкурсе количество фишек, могут зарегистрироваться в группе ООО «Джем» на платформе социальной сети ВКонтакте, после чего им останется ожидать результатов.

Победителя определит рандомайзер - программа для определения случайного победителя.

За проведение данной акции ответственным будет считаться маркетолог ООО «Джем», а также администратор, который занимается ведением сайта ООО «Джем» на платформе социальной сети «ВКонтакте».

3.2 Смета затрат и прогноз выручки

Смета затрат — один из документов, непосредственно связанный с планированием затрат и управлением ими на предприятии. Мировая практика показывает, что в условиях жесткой рыночной конкуренции невозможно добиться успеха без тщательного контроля собственных затрат, основой которого как раз и должна служить смета затрат. В настоящее время на предприятиях составляется не только смета затрат, но целая система бюджетов, в которой составляются плановые и фактические бюджеты доходов и расходов. Составление, анализ и контроль таких бюджетов называются бюджетированием.

Смета — это полный свод затрат предприятия за некоторый период времени на весь объем производства и реализации его продукции. В смету включаются все виды затрат, связанных с производством и реализацией продукции предприятия, независимо от того, в каком именно подразделении предприятия и с какими конкретными целями они будут осуществлены.

Внутри сметы все затраты группируются по экономически однородным элементам. Эта группировка должна в наибольшей степени соответствовать структуре затрат каждого конкретного предприятия, поэтому состав статей сметы может сильно различаться не только для предприятий разных отраслей, но и внутри одной отрасли.

В наиболее общем варианте основные статьи сметы могут быть следующими:

- сырье и основные материалы (за вычетом отходов), в том числе покупные изделия, полуфабрикаты и услуги со стороны;
- вспомогательные материалы;
- топливо со стороны;
- электроэнергия со стороны;
- заработная плата;
- отчисления во внебюджетные фонды;
- амортизация основных фондов;
- прочие денежные расходы.

Смета затрат может составляться по предприятию в целом, а также по отдельным структурным подразделениям, цехам, проектам. Грамотное составление сметы на достаточно крупных предприятиях предполагает начало работы над сметой в подразделениях, а затем уже на уровне предприятия в целом. При этом исходным пунктом разработки сметы затрат цеха является его производственная программа. Кроме цеховых смет на крупных предприятиях разрабатывают сметы общепроизводственных, коммерческих расходов и общецеховых расходов.

Для подсчета затрат на проведение данной программы лояльности была составлена следующая таблица:

Таблица 3.1 – Смета затрат

№	Наименование	Единица измерения	Количество	Общая стоимость
1	Фишки	шт	15 000	15 000
2	Промоутер	чел	1	7 000
3	Одежда промоутера	шт	1	2 000
4	Листовки	шт	5 000	5 500
5	Разыгрываемые призы:			
5.1	Рулонные обои	шт	4	19 000
5.2	Натяжные потолки	шт	1	22 000
5.3	Установка дверей	штук	2	47 000

Окончание таблицы 3.1

№	Наименование	Единица измерения	Количество	Общая стоимость
	ИТОГО			117500

Выручкой называются деньги и другие материальные ценности, поступающие от продаж или услуг предприятия.

Выручка от реализации — сумма, пришедшая в организацию в результате реализации продукции или услуг от их потребителей. Она является средством для возмещения расходов. За счет выручки у компании может образоваться доход. От своей основной деятельности или продукции, операций с бумагами и аренды предприятие также может иметь выручку. Валовая выручка представляет собой сумму дохода предприятия от реализованной продукции, имущества и также дебиторской задолженности (продажи в кредит) без налога на добавочную стоимость. Выручка зависит от количества продукции, качества, разнообразия ассортимента, удобства расчетов с покупателем и от цен. Выручка от реализации подсчитывается после выдачи потребителю расчетного чека, то есть после реализации. После того как была рассчитана смета затрат на данное мероприятие, можно рассчитать прогнозируемую прибыль от проведения разработанной акции.

Чистая прибыль будет рассчитана по формуле: ЧП=выручка-себестоимость-итого.

Исходя из того, что одна фишка, выданная покупателю эквивалентна 1000 рублям в денежном выражении, то выручкой по окончании выдаваемых фишек будет являться сумма в 15 000 000 рублей (15 000*100).

Себестоимость составляет 40% от суммы выручки, следовательно, она будет равна 6 000 000 рублей.

Исходя из этих данных можем посчитать чистую прибыль:

1 500 000-600 000-117 500= **8 882 500** рублей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Актуальность данной стратегии заключается в возрастающей важности развития оптовой и розничной торговли, в данном случае в качестве предмета изучения было взято ООО «Джем». В нашей стране оптово-розничная торговля развита не так хорошо, как в западных странах, а население нашей страны в большинстве своем не беднеет, люди предпочитают посещать торговые центры, покупать стройматериалы не на рынках, а в полностью обустроенных и удобных в использовании магазинах.

По мнению многих экспертов, снижение экономических показателей и макроэкономические факторы, инфляция, отсутствие индексации зарплат, закрытие некоторых банков, повышение цен на бензин и ЖКХ, отъедающие большую часть потребительского дохода, повлияли на потребительские настроения россиян, которые стали реже посещать магазины строительных материалов.

Системность и комплексный характер проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности строительного предприятия находит определенное отражение в его осуществлении и происходит непосредственное создание и применение системы экономических показателей, которые характеризуют деятельность строительного предприятия, его определенные моменты и взаимосвязи между ними. Поэтому комплексный и системный характер экономического анализа проявляется в комплексном использовании всей совокупности источников информации, а также появляется возможность максимального использования ресурсов на строительном предприятии. Таким образом, строительное предприятие является определенной системой и подразделяется на подсистемы (структурные подразделения), которые, используя необходимый набор ресурсов, стремятся максимизировать прибыль.

В работе были рассмотрены теоретические вопросы эффективности предприятия, рассмотрены понятие и сущность эффективности. Была про-

изведена оценка качества плана товарооборота, а также говорилось о прибыли и рентабельности торгового предприятия.

В аналитической части был произведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Джем», а также была приведена характеристика предприятия и осуществлен управленческий анализ организации. Также в аналитической части работы была произведена оценка эффективности предприятия.

В проектной части была разработана маркетинговая стратегия продвижения ООО «Джем», дано обоснование данной стратегии развития, рассчитана смета затрат и прогноз выручки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: учебник для вузов // Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – М: ЗАО «Изд-во «Экономика»», 2014. – 718с.
2. Голубков Е.П. Маркетинг оптово-розничной торговли // учебник. - М.: Изд-во «Финпресс». - 2015.
3. Дихтль Е. Хершген Х. «Практический маркетинг»: Учебное пособие // Пер. с нем. А. М. Макарова; Под ред. И. С. Минко. – М.: Высш. шк. 2015г.
4. Долан Э. Дж, Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель // Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е.; общ. ред Лисовика Б., Лукашевича В.; пер. с англ. В. Лукашевича. – М: 2016. – 250с.
5. Захарова В.И., Евстигнеева Т.В. Маркетинг в вопросах и решениях // учебное пособие для студентов. - М.: Изд-во «КноРус», 2016.
6. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг. М.: Международные отношения, 2016. - 416с.
7. Маркетинг-понятия и основные определения. URL: Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/marketing.html>
8. Эффективность производства. Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/economy/00510650_0.html
9. Официальный сайт ООО «Джем». Режим доступа: <http://abakan.jam.su/>
10. Прибыль от продаж. Режим доступа: <https://ubpln.ru/pribyl-ot-prodazh-cto-eto-takoe-formula.html>
11. Факторный анализ. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Факторный_анализ
12. Рентабельность продаж. Режим доступа: <https://blog.molodost.bz/advanced/rentabelnost-biznesa/>

13. Анализ прочих доходов. Режим доступа: <https://lektsii.org/3-45671.html>
14. Анализ капитала предприятия. Режим доступа: <https://economuch.com/ekonomicheskiiy-analiz-ekonomika/analiz-kapitala-predpriyatiya-10217.html>
15. Критерии оценки эффективности деятельности предприятия. Режим доступа: <https://businessman.ru/pokazateli-i-kriterii-otsenki-effektivnosti.html>
16. Эффективность различных видов затрат. Режим доступа: <https://infopedia.su/9x922f.html>
17. Сравнительная экономическая эффективность. Режим доступа: <https://economist.academic.ru/1027>
18. Оценка качества плана товарооборота. Режим доступа: https://studbooks.net/1969507/ekonomika/analiz_roznichnogo_tovarooborota_napravleniya_pokazateli
19. Максимизация продаж. Режим доступа: https://studme.org/302088/ekonomika/maksimizatsiya_obemov_prodazh
20. Факторы выбора варианта плана. Режим доступа: https://studme.org/1056112722676/ekonomika/factory_vliyayuschie_vybor_formy_planirovaniya
21. Устойчивость полученного оптимального плана. Режим доступа: <https://math.semestr.ru/simplex/analysis.php>
22. Анализ деятельности торговых предприятий. Режим доступа: https://studwood.ru/1440641/finansy/osobennosti_analiza_torgovogo_predpriyatii
23. Задачи анализа товарооборота. Режим доступа: https://vuzlit.ru/268790/zadachi_metody_analiza_tovarooborota

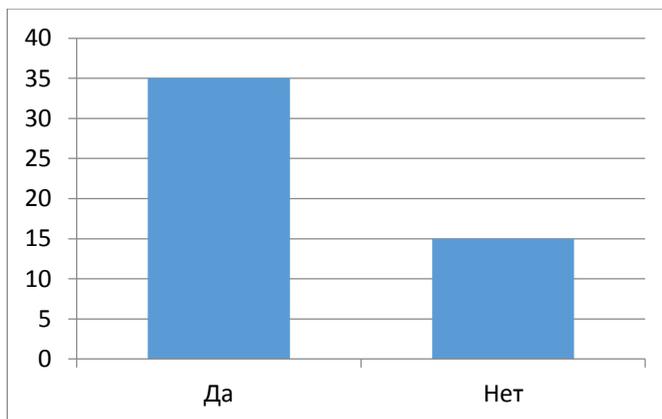
24. Определение внутрихозяйственных резервов для увеличения товарооборота и разработка мер по их использованию. Режим доступа: <https://mydocx.ru/1-86017.html>
25. Оптово-розничный товарооборот. Режим доступа: https://studopedia.net/4_78284_roznichniy-i-optoviy-tovarooborot.html
26. Причины сокращения спроса. Режим доступа: https://studme.org/1134030213501/ekonomika/zakon_sprosa_predlozheniya
27. Формула балансовой увязки. Режим доступа: <https://infopedia.su/10x5093.html>
28. Оценка динамики оптово-розничного товарооборота. Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/audit/00268816_0.html
29. Индексный метод оптового товарооборота. Режим доступа: https://studbooks.net/2000597/ekonomika/primenenie_indeksnogo_metoda_tovarooborote
30. Прибыль как финансовый результат торговли. Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/finance/00427036_0.html
31. Эффективность персонала. Режим доступа: <https://envybox.io/blog/effektivnost-raboty-sotrudnikov/>
32. Основные факторы, влияющие на выполнение плана прибыли. Режим доступа: <https://economy-ru.info/info/98771/>
33. Формирование стратегии развития предприятия. Режим доступа: https://knowledge.allbest.ru/management/2c0a65635a3ad68a5c53b88521316d37_0.html

ПРИЛОЖЕНИЯ

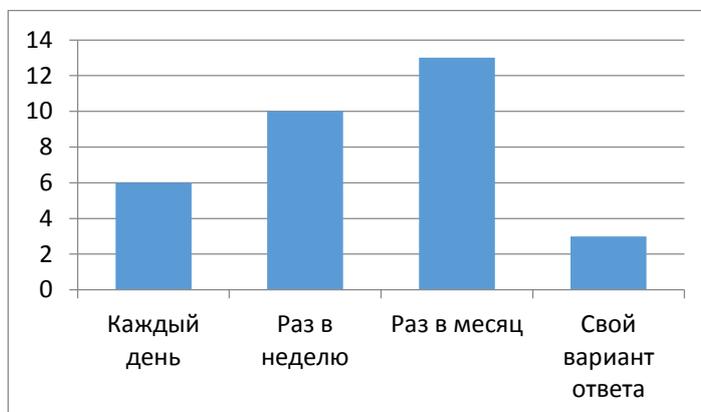
Приложение А

Анкеты покупателей ООО «Джем»

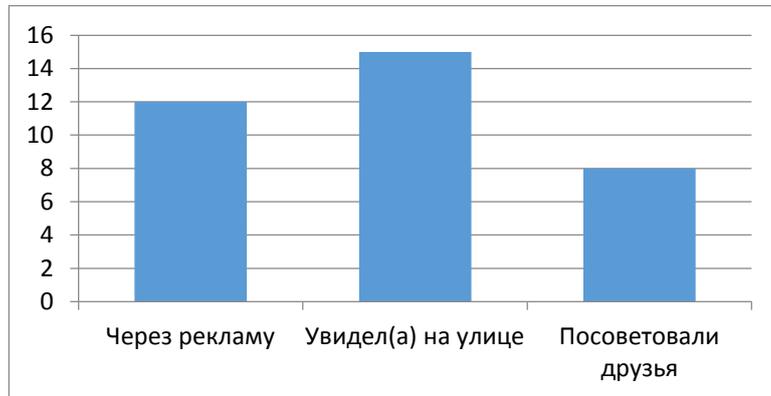
«Посещаете ли Вы ООО «Джем»?»



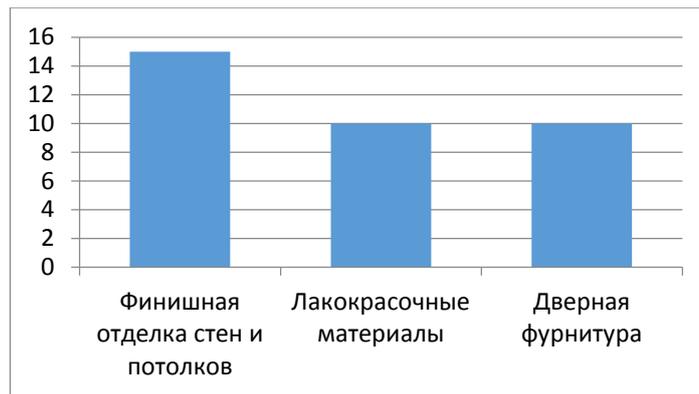
«Как часто Вы посещаете ООО «Джем»?»



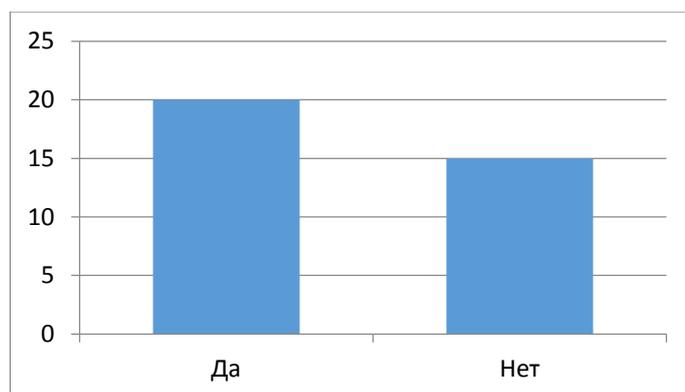
«Как вы узнали о «Джеме»?»



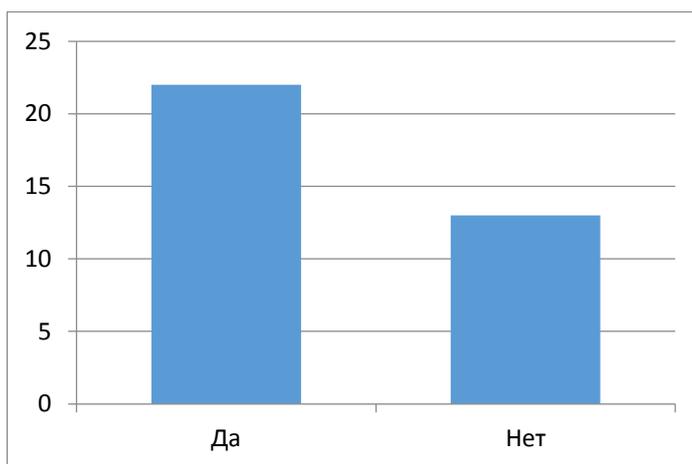
«Какие товары ООО «Джем» Вы приобретаете чаще всего?»



«Приобретаете ли Вы материалы для напольного покрытия ООО «Джем»?»



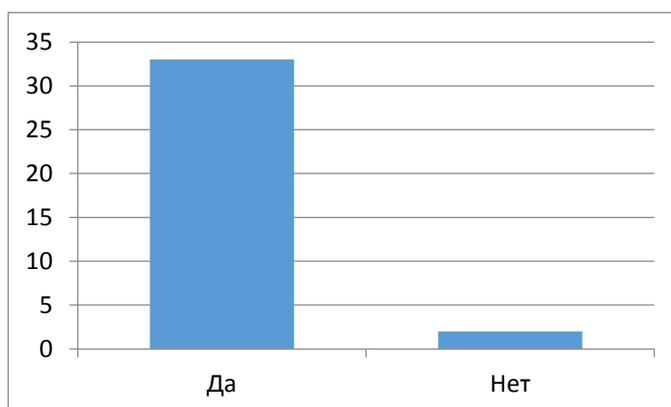
«Приобретаете ли Вы материалы для кровли и фасада ООО «Джем»?»



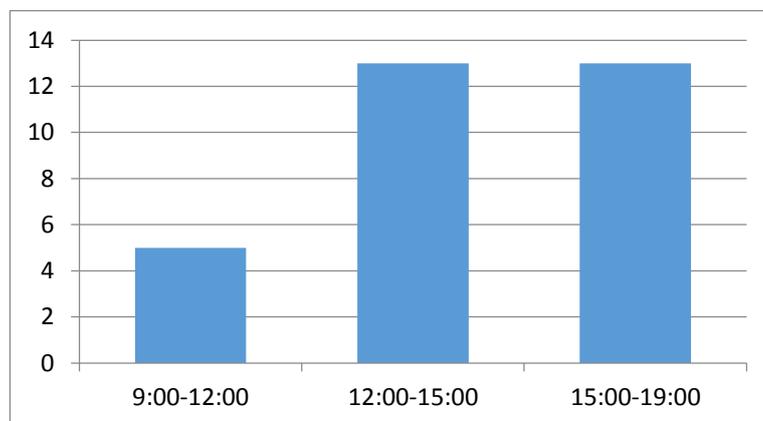
«Что является для Вас наиболее важным при выборе магазина строительных материалов ООО «Джем»?»



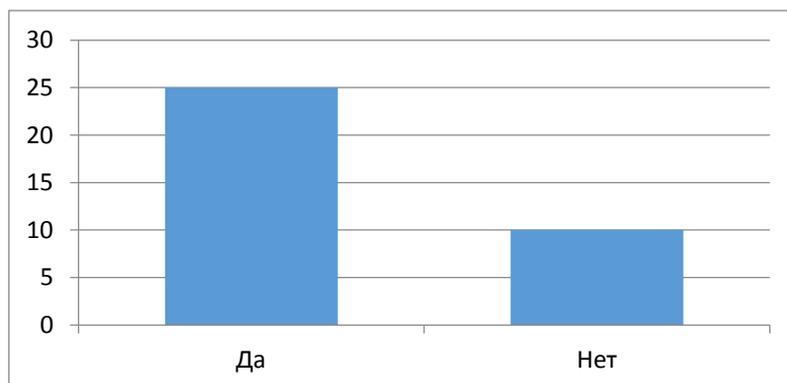
«Устраивает ли Вас обслуживание консультантами в ООО «Джем»?»



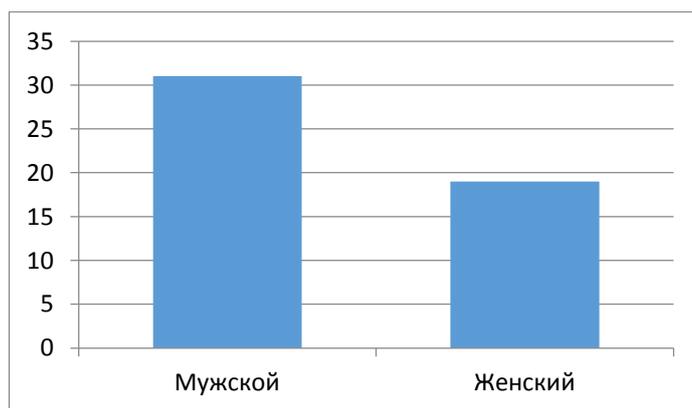
«В какое время вы чаще всего посещаете ООО «Джем»?»



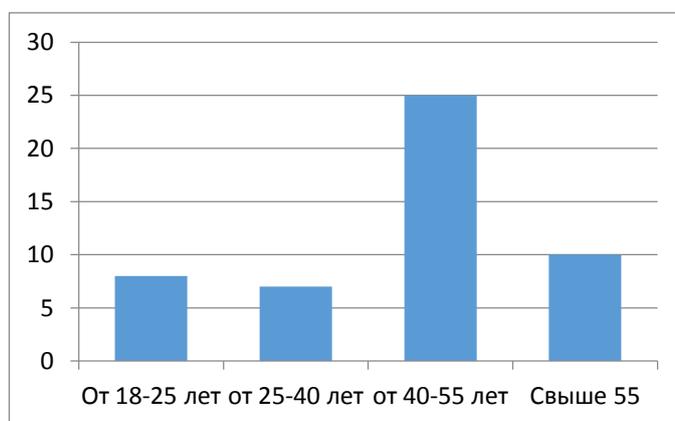
«Устраивают ли Вас цены на товары ООО «Джем»?»



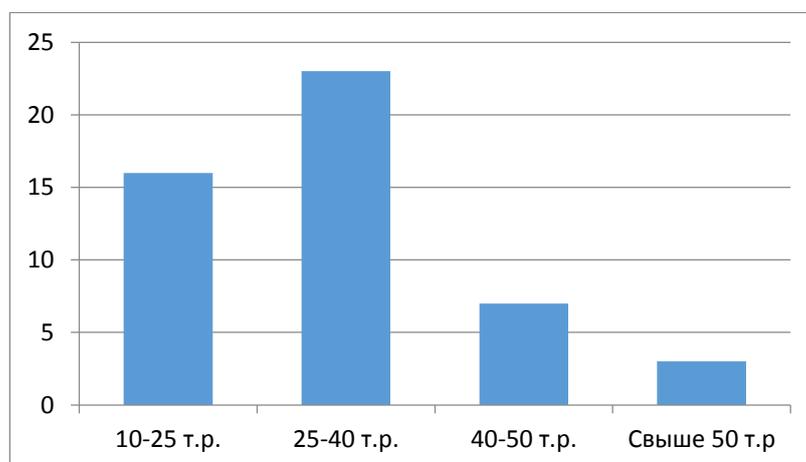
«Ваш пол?»



«Ваш возраст?»



«Ваш доход?»



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

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

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой ЭиМ
Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
30 » 06 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Оценка эффективности торгового предприятия ООО «Джем»
тема

Руководитель

30.01.20
подпись, дата

должность, ученая степень

М.А. Кузнецова
инициалы, фамилия

Выпускник

30.01.20
подпись, дата

К.В. Албычаков
инициалы, фамилия

Абакан 2020

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме: оценку
эффективности торгового предприятия ООО «Джем»

Консультанты по
разделам:

<u>Теоретическая часть</u> наименование раздела	<u>30.06.20</u> К подпись, дата	<u>М.А.Кузнецова</u> инициалы, фамилия
<u>Аналитическая часть</u> наименование раздела	<u>30.06.20</u> К подпись, дата	<u>М.А.Кузнецова</u> инициалы, фамилия
<u>Проектная часть</u> наименование раздела	<u>30.06.20</u> К подпись, дата	<u>М.А.Кузнецова</u> инициалы, фамилия

Нормоконтролер	<u>30.06.20</u> Сига подпись, дата	<u>Н.Л. Сигачева</u> инициалы, фамилия
----------------	---------------------------------------	---