

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Высшая школа экономики и управления  
Кафедра логистики и экономики торговли

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_ А.Б. Левина

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

«Информационное агентство «Да!»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ

КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

ЮУрГУ–43.03.01.2018.224.ВКР

Руководитель ВКР, доцент, к.э.н.

\_\_\_\_\_ Ю.А. Дорошенко  
\_\_\_\_\_ 2018 г.

Автор ВКР, студент группы ЭУ–407

\_\_\_\_\_ П.А. Тептин  
\_\_\_\_\_ 2018 г.

Нормоконтролер, доцент, к.п.н.

\_\_\_\_\_ Ж.А. Зеленская  
\_\_\_\_\_ 2018 г.

Челябинск 2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	
1.1 Понятие эффективности деятельности предприятия.....	9
1.2 Показатели эффективности деятельности.....	17
1.3 Отечественный и зарубежный опыт повышения эффективности деятельности предприятия в современных экономических условиях.....	27
2 ИСЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА «ДА!» ГОРОДА ЗЛАТОУСТА ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ	
2.1 Общая характеристика деятельности агентства.....	37
2.2 Анализ эффективности деятельности агентства.....	47
3 ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА «ДА!»	
3.1 Рекомендации по повышению эффективности деятельности агентства «Да!».....	62
3.2 Результативность предложенных рекомендаций.....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	74
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	77
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А Формулы расчета показателей эффективности деятельности предприятия (по О.Г. Блажевич и А.Л. Сулеймановой).....	82
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Профессиональное оборудование «Информационного агентства «Да!».....	83
ПРИЛОЖЕНИЕ В SWOT-анализ деятельности «Информационного агентства «Да!».....	85
ПРИЛОЖЕНИЕ Г Бухгалтерский баланс «Информационного агентства «Да!» за 2016 год.....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ Д Бухгалтерский баланс «Информационного агентства «Да!» за 2015 год.....	88
ПРИЛОЖЕНИЕ Е Отчет о финансовых результатах «Информационного агентства «Да!» за 2016 год.....	90
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж Отчет о финансовых результатах «Информационного агентства «Да!» за 2015 год.....	91

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы выпускной квалификационной работы. В повседневной хозяйственной деятельности современных предприятий одним из самых важных решаемых вопросов является повышение эффективности их функционирования. Проблемы повышения эффективности деятельности предприятия включают: рост производительности труда, снижение затрат ресурсов, увеличение конкурентоспособности продукции или услуг, укрепление финансовой устойчивости и независимости.

На эффективность деятельности оказывают влияние объективные внешние условия, сдерживающие развитие производства. Экономисты относят к таким факторам:

- задержки при юридическом оформлении, регистрации, открытии счета предприятия в банке;
- нехватку производственных помещений и оборудования, низкую квалификацию персонала, правовую незащищенность производства;
- затруднения в легализации капитала для регистрации предприятия, проблемы формирования стартового капитала, в связях с поставщиками;
- трудности в получении кредитов.

Предприниматели выделяют свои проблемы, исходя из практики работы:

- недостатки налоговой системы;
- отсутствие оборотных средств;
- низкую платежеспособность населения;
- высокую арендную плату;
- недоступность кредитов;
- высокие тарифы на сырье, перевозки;
- недостаточность производственных площадей.

В настоящее время проблема повышения эффективности функционирования предприятий на практике остается одной из самых нерешенных.

Отечественные предприятия, имея низкий уровень эффективности своей деятельности, ищут пути изменения ситуации в сторону позитивной динамики.

Анализ практики работы предприятий позволяет определить основные тенденции улучшения их функционирования. Одна из основных тенденций – эффективное использование основных фондов, оборотных средств и капитальных вложений, материальных и трудовых ресурсов. Существует необходимость увеличения квалифицированных кадров в общей численности работающих, обновления материально-технической базы, привлечения долгосрочных финансовых ресурсов.

Актуальность рассматриваемой темы с каждым годом возрастает. Свидетельство тому, появление множества фундаментальных и прикладных публикаций, как отечественных, так и зарубежных авторов М.И. Баканова [7], В.Р. Банк [8], В.И. Бариленко [8] М.А. Вахрушиной [17], С.В. Галицкой [20], К.Р. Макконнелла и С.Л. Брю [30], Г.В. Савицкой [39] и др.

Тем не менее, вопросы повышения эффективности функционирования предприятия остаются недостаточно исследованными и требуют разработки.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка рекомендаций по повышению эффективности функционирования предприятия «Информационного агентства «Да!»».

Задачи:

1. Сформулировать сущность понятия «эффективность деятельности».
2. Определить систему показателей эффективности деятельности предприятия.
3. Выявить основные направления повышения эффективности деятельности.
4. Проанализировать деятельность «Информационного агентства «Да!»».
5. Разработать рекомендации и определить эффективность функционирования «Информационного агентства «Да!»».

Предметом исследования является эффективность функционирования предприятия.

Объект – «Информационное агентство «Да!»» города Златоуста Челябинской области.

Теоретическую основу квалификационного исследования составили работы российских ученых-экономистов: В.А. Абчук [3], О.А. Алексеевой [4], О.Г. Блажевич [12,13, 35], С.М. Васина [16], М.Я. Веселовского [18], А.А. Филиппова [47], Л.В. Шороховой [50] и других авторов.

Практическая часть построена на анализе деятельности «Информационного агентства «Да!» г. Златоуста Челябинской области.

Методологической основой исследования послужили фундаментальные положения теории и практики по повышению эффективности функционирования предприятия. При написании выпускной квалификационной работы использованы общенаучные методы: анализа и обобщения, а также специальные: анализ информационных источников, финансовых документов «Информационного агентства «Да!».

Практическая значимость квалификационного исследования заключена в уточнении путей эффективности деятельности коммерческого предприятия.

Работа состоит из введения, трех разделов, объединяющих 7 частей, заключения, библиографического списка, приложений.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1. 1 Понятие эффективности деятельности предприятия

Относительно понятия эффективности функционирования предприятия у экономистов нет общепринятой точки зрения.

Некоторые ученые считают эффективность субъективной, оценочной категорией и связывают ее с результативностью производственной деятельности.

Все высказывания достаточно неопределенны и не содержат четкого обоснования. Они основаны только на количественных параметрах. Эффективность, по мнению А.А. Филиппова, должна иметь не только количественную, но и качественную определенность [47, с. 178]. Количественная эффективность определяется по формулам, определить качество более трудно.

А.К. Семенов и В.И. Набоков раскрывают содержание эффективности деятельности предприятия как результативность, степень оптимальности использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов, отражающую уровень и динамику развития, качественную и количественную сторону этого процесса [41, с. 294]. Экономисты рассматривают две линии формирования эффективности деятельности: а) цель – результат – эффективность; б) ресурсы (затраты) – результат – эффективность. Они связывают эффективность производства и эффективность управления. Чем выше эффективность управления, тем выше уровень производства. Основной недостаток теории А.К. Семенова и В.И. Набокова в том, что они рассматривают только производственную составляющую деятельности предприятия и не рассматривают финансовую, трудовую подсистемы.

В.А. Абчук [3, с. 351] под эффективностью понимает качество управления, которое обеспечивает предприятию достижение поставленных целей.

Количественно эффективность определяется им как отношение результата к необходимым для этого затратам.

Е.И. Кнышова [29, с. 304] пишет об эффективности как конкретном результате и его соответствии максимально возможному. Эффективность – числовая характеристика удовлетворенности деятельностью, отношение реального эффекта к нормативному (требуемому).

Анализ теоретической литературы позволил условно разделить мнения исследователей по поводу «эффективности деятельности» на несколько групп.

Первая группа ученых (А.К. Семенов, В.И. Набоков) считают, что эффективность определяется как отношение результата деятельности предприятия к его целям и ресурсам. Вторая группа экономистов (А.Г. Поршневу, В.Е. Ланкина, Е.И. Кнышова) полагает, что эффективность – степень результативности управления предприятием, когда намеченные цели достигаются в соответствии с потраченными ресурсами. Ряд ученых (Д. Ямпольская, М. Зонис, С. Глазкова) рассматривают эффективность как соотношение максимального выпуска продукции с минимальными издержками. Некоторые теоретики (И.В. Бондаренко) указывают на эффективность как соотношение результата и затрат.

Следовательно, можно сделать основной вывод об эффективности как отношения результата к затратам. Эффективность – критерий качества управления. Природа понятия «эффективность» относительна. В качестве сравниваемых показателей выступают соотношение полученного результата с затраченными на его достижение ресурсами. Эффективность управления предприятием зависит от воздействия управляющей подсистемы на управляемую (производственную, финансовую, трудовую, маркетинговую и др.) Она зависит от внутренних и внешних факторов.

Зарубежные экономисты рассматривают понятие «экономической эффективности» в разрезе «затраты – выпуск». Так П. Хейне [48, с. 56] считает эффективностью связь между количеством ресурсов, использованных в производстве, и полученным продуктом.

К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю [30, с. 234] видят в экономической эффективности связь между количеством единиц редких ресурсов, применяемыми в процессе производства, и полученным количеством какого-нибудь продукта.

Государственный стандарт ГОСТ Р ИСО 9000-2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь» [22, с. 20] излагает нормативное определение эффективности. Это – соотношение между достигнутыми результатами и использованными ресурсами.

Таким образом, можно сделать основной вывод, что в большинстве определений эффективность формулируется как отношение достигнутого результата к затратам на его достижение. Эффективность относительная и качественная характеристика функционирования предприятия.

Повышение эффективности функционирования предприятий зависит от факторов: издержек производства, динамики производительности труда, качества производимой продукции, конкурентного производства [18, с. 96; 26, с. 39].

В целом различают общие и специфические факторы, воздействующие на показатели эффективности функционирования деятельности [18, с. 110]. Общие факторы воздействуют на несколько показателей. Специфические факторы влияют на конкретные показатели.

Кроме выше приведенной классификации, существует классификация факторов, зависящих от среды. По этому основанию выделяют внешние и внутренние факторы.

Внутренние факторы включают в себя потенциал предприятия [31, с. 240]. Внутренние факторы могут быть источником проблем, если они не обеспечивают необходимых условий функционирования фирмы. К внутренним факторам относятся: производственный процесс; сбыт и хранение; транспорт и логистика; маркетинг; инновации и технологии; трудовые ресурсы; организация безопасности; материально-техническая база.



Г.Г. Фетисов предлагает подразделять внутренние факторы на три самостоятельные группы [46, с. 15]:

1. организационные, включающие состояние управления; способность к инновациям, изменениям; внутренней структуры управления;
2. технологические, заключающиеся в развитии современных технологий и потребности рынка в новых продуктах;
3. экономические, состоящие из достаточности капитала, качества активов, прибыльности и ликвидности.

Внешние факторы способствуют поддержанию потенциала производства на должном уровне, получению необходимых ресурсов для развития. Являясь открытой системой, предприятие активно взаимодействует с окружающей (внешней) средой.

Внешняя среда как фактор, влияющий на эффективность функционирования предприятия, подразделяется на микросреду и макросреду [51, с. 12].

Микросреда прямо влияет на развитие предприятия. Она создается поставщиками материально-технических ресурсов, потребителями продукции, торговыми и маркетинговыми посредниками, конкурентами, государственными органами, финансово-кредитными учреждениями, страховыми компаниями.

Поставщики обеспечивают предприятие материально-техническими и энергетическими ресурсами, которые необходимы для производства.

Клиенты предприятий – население, приобретающее товары для личного потребления; производители, покупающие продукцию производственно-технического назначения; оптовики; государственные учреждения; зарубежные покупатели.

Маркетинговые и торговые посредники помогают предприятию в сбыте и продвижении товаров. К ним относятся фирмы-специалисты по организации товародвижения, маркетинговые агентства, кредитно-финансовые учреждения.

Конкуренты способствуют борьбе за выгодные условия производства и сбыта товаров, получение высокой прибыли. Для разработки рыночной стратегии предприятия постоянно изучают конкурентов.

Банки, инвестиционные компании, фондовые биржи, акционеры, средства массовой информации, общественные организации – это контактные аудитории, способствующие достижению поставленных целей.

Макросреде свойственна многовариантность, неопределенность и непредсказуемость последствий. Это – природные, демографические, научно-технические, экономические, экологические, политические, международные факторы.

Природная среда характеризуется дефицитом некоторых видов сырья, повышением тарифов на электроэнергию.

Демографические факторы влияют на потребность в товарах. Снижение рождаемости уменьшает потребность в детских, подростковых, молодежных товарах. Предприятия вынуждены приспосабливаться к удовлетворению потребностей людей среднего, предпенсионного и пенсионного возраста.

Изменение структуры населения по возрастным группам ведет к сокращению трудового потенциала. Предприятия вынуждены разрабатывать стратегии экономии живого труда через технико-технологическое перевооружение, повышение уровня механизации и автоматизации производственных процессов.

На развитие предприятия оказывают влияние социальные факторы [6, с. 41]. Например, спрос на продукцию указывает на потребность в товарах, производимых фирмой. При этом потребители должны покупать товары или услуги и быть платежеспособными.

Развитие и интенсификация промышленного производства зависит от научно-технического прогресса. На достижениях НТП основаны исследования, конструкторские разработки, создание образцов новой техники, а также внедрение новых образцов техники в производственный процесс. Научно-

технические факторы способствуют росту производительности труда и повышению эффективности производства.

Экономические факторы внешней среды (инфляция, колебание валют, спрос и предложение на рынке, платежеспособность контрагентов, уровень цен, безработица) также влияют на эффективность функционирования предприятия.

Среди экологических факторов можно назвать рост загрязнения окружающей среды, изменение природных ресурсов, государственный контроль за безопасностью товаров.

Законодательство определяет границы деятельности предприятия, регулирует их, определяет форму его организации, пределы свободы деятельности.

Таким образом, к внешним факторам относятся: законодательство; политика; конкуренция; социально-демографическая ситуация; спрос на продукцию предприятия; экологическая обстановка в регионе, стране [42, с. 4].

Эффективность функционирования предприятия зависит от уровня управления им. Выделяют два уровня эффективного управления [18, с. 112]: а) системная эффективность; б) операционная эффективность.

Системная эффективность построена на качестве организационной структуры предприятия. С ее помощью определяют рациональность организации управления, состава и количества звеньев, подчиненности и распределения функций.

Операционная эффективность зависит от деловых и личностных качеств менеджеров. Ее определяют как соотношение между результатами управленческой деятельности и усилиями, затрачиваемыми на ее осуществление.

Определяя эффективность функционирования предприятия, устанавливают критерии и показатели оценки.

Критерий представляет собой отличительный признак, позволяющий охарактеризовать качественные стороны явления, его сущность. Критерии конкретизируются обобщенными показателями, отражая уровень и динамику эффективности, и классифицируются по двум группам [18, с. 110]:

1. экономические критерии;
2. социальные критерии.

И.И. Мазурова, Н.П. Белозерова, Т.М. Леонова, М.М. Подшивалова [6, с. 5], исходя из анализа экономической литературы, предлагают иную классификацию критериев эффективности функционирования предприятия, состоящую из следующих кластеров:

1. максимум результата при оптимальной величине затрат;
2. максимум результата при минимуме затрат;
3. максимум результата на единицу затрат;
4. минимум затрат на единицу результата.

Критерии эффективности должны соответствовать целям предприятия, быть связанными с внешней и внутренней средой его функционирования. Достаточно полные критерии должны быть доступными для получения.

Так, исходя из основной цели предпринимательской деятельности (получение прибыли), основным критерием экономической эффективности выступает максимизация прибыли на единицу затрат капитала (ресурсов) [39, с. 5].

Через показатели эффективности функционирования предприятия характеризуется количественно. Это позволяет оценить динамику эффективности управления [10, с. 73].

Оценка эффективности может проводиться на двух уровнях: а) глобальном; б) локальном [6, с. 6]. Глобальный уровень предполагает оценку эффективности на уровне народного хозяйства, субъекта Федерации, региона, отрасли. Локальный уровень – оценка в рамках предприятия, его подразделений, отдельных сегментов.

Эффективность функционирования предприятия при расчете показателей выражается определенным результатом:

- объемом произведенной продукции, величиной выручки от ее продаж (производственный результат);
- прибылью от продаж, прибылью до налогообложения, чистой прибылью (финансовый результат).

Оценивать эффективность функционирования предприятия можно с разных подходов. Выделяют два основных варианта: затратный и ресурсный [6, с.6].

Затратный вариант определения показателей эффективности основан на расчете соотношения результата деятельности с текущими затратами ресурсов на его получение. При ресурсном варианте результат соотносится с величиной не затраченных, а примененных ресурсов в процессе создания результата.

Аналитические исследования эффективности функционирования предприятия проводятся с разными целями. В зависимости от целей рассчитываются обобщающие или частные показатели деятельности.

С помощью обобщающих показателей эффективности анализируют деятельность предприятия в целом. В этом случае учитывают весь совокупный результат и все совокупные затраты фирмы.

Частные показатели применяются при исследовании использования отдельного вида ресурса или деятельности подразделения предприятия. Расчет основан на учете результата и затрат соответствующих объекту расчета и оценки эффективности.

При полноценной оценке эффективности функционирования предприятия рассчитывают и анализируют как обобщающие, так и частые показатели.

Рассчитывают не только фактический уровень эффективности, но и результаты на стадии проектирования и планирования бизнеса. Исходя из этих целей, показатели эффективности могут быть проектными, плановыми и фактическими. Наличие таких показателей позволяет проводить аналитические сравнения и делать необходимые выводы по развитию деятельности предприятия.

Выделяют также относительные показатели эффективности по способу расчета (технике) [6, с. 10]: прямые и обратные. Прямые показатели рассчитываются как отношение результата к затратам. Обратные показатели – как отношение затрат к результату. Чем выше уровень обратного показателя эффективности, тем ниже результат деятельности.

Следовательно, эффективность зависит от управленческого решения и определяется качеством таких решений. Реализация управленческих решений зависит от технико-технологических, организационно-экономических, социальных психологических факторов.

Таким образом, эффективность функционирования предприятия – эффект от вкладываемого в производство затрат труда, проявляющийся в виде производимой продукции, услуг, финансовых результатов. Эффективность рассчитывают как соотношение между затратами и результатами. Это – итоговый, синтетический и качественный показатель функционирования предприятия.

Факторы, влияющие на эффективность деятельности, взаимосвязаны между собой. Одна группа факторов может влиять на другие, проявляя себе через них.

Эффективность рассчитывается через систему показателей экономической деятельности.

## 1.2 Показатели эффективности деятельности

Различают две группы показателей эффективности функционирования предприятия [2, с. 11; 15, с. 206; 28, с. 111; 33, с. 221]:

1. обобщающие показатели, анализирующие работу в целом;
2. частные показатели, с помощью которых можно видеть уровень использования отдельных видов ресурсов и средств.

Рентабельность (прибыльность) – основной обобщающий показатель хозяйственной деятельности. Он показывает долю прибыли по отношению к затратам. При анализе деятельности рассчитываются различные показатели рентабельности, с помощью которых можно проследить использование определенных средств. Показатели рентабельности показывают уровень эффективности деятельности предприятия, что важно как для предпринимателей, так и инвесторов. С помощью анализа рентабельности предприятие выявляет резервы роста прибыли, уточняет пути дальнейшего развития.

Анализ экономической литературы позволяет сделать вывод, что экономисты определяют понятие рентабельности с разных позиций.

С.В. Галицкая считает, что «рентабельность – показатель, представляющий собой отношение прибыли к сумме затрат на производство, денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества фирмы, используемого для организации своей деятельности» [20, с. 56].

Н.Н. Селезнева и А.Ф. Ионова [40, с. 332–333] связывают показатели рентабельности с измерением прибыльности предприятия с различных позиций в зависимости от конкретных интересов. Они утверждают, что система показателей рентабельности относительна.

И.В. Пещанская [35, с. 165] придерживается мнения о рентабельности как прибыльности бизнеса, рассчитываемой как отношение прибыли к выручке (в производственном бизнесе и бизнесе в сфере услуг), отношение прибыли к обороту (коммерческий бизнес и бизнес в сфере услуг), отношение прибыли к собственному капиталу (финансовый бизнес).

В.И. Бариленко [8, с. 165] пишет, что показатели рентабельности относятся к характеристике относительной доходности или прибыльности работы предприятия.

М.А. Вахрушина и Н.С. Пласкова [17, с. 125–126] указывают на разницу показателей «доходность» и «рентабельность». Доходность характеризует отношение дохода к авансированному капиталу или его элементам; источникам средств и их элементам; общей величине текущих расходов и их элементов. Доходность показывает, какой доход получило предприятие на каждый рубль капитала, активов, расходов.

Л.Т. Гиляровская [21, с. 185] определяет понятие рентабельность как доходность и расходность активов.

Ю.Н. Воробьев [13, с. 28] говорит о рентабельности как экономической категории, характеризующей эффективность хозяйствования. Рентабельность

измеряется на основании коэффициента, определяемого отношением прибыли к сумме активов.

Как видим, большинство авторов придерживаются мнения о рентабельности как характеристике эффективности использования ресурсов предприятия, с помощью которых оценивается прибыль с каждого рубля средств, вложенных в активы.

Наиболее оптимально определение рентабельности, приводимое О.Г. Блажевич и А.Л. Сулеймановой [12, с. 68]. Рентабельность относительный показатель интенсивности производства, характеризующийся ростом объемов деятельности и эффективности использования имеющихся ресурсов. Показатель отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов и рассчитывается прибыли к активам, ее формирующим. Рентабельность соотношение дохода и капитала, вложенного в создание этого дохода.

Как видим, рентабельным является то предприятие, которое приносит прибыль. Окончательные результаты хозяйствования отражаются через соотношение эффекта с вложенным капиталом или потребленными ресурсами.

В экономической литературе можно найти разные классификации рентабельности. Основа классификаций – один или несколько принципов.

Г.В. Савицкая [39, с. 408] предлагает классифицировать показатели рентабельности по трем принципам: характеризующие окупаемость издержек производства и инвестиционных проектов; характеризующие прибыльность продаж; характеризующие доходность капитала и его частей.

В.Р. Банк, С.В. Банк и А.В. Тараскина [8, с. 24] объединяют показатели рентабельности в три группы: а) доходности продукции; б) доходности имущества и его частей; в) доходности используемого капитала.

А.А. Канке и И.П. Кошечкина [25, с. 273] делят рентабельность на коэффициенты рентабельности капитала и рентабельности деятельности.

Г.Н. Ронова, С.Е. Попова, В.Л. Слепунин [38, с. 79–80] считают оптимальным вариантом классификацию по основаниям:



1. доходности продукции;
2. доходности имущества и используемого капитала предприятия.

О.А. Толпегина [43, с.63] указывает, что показатели рентабельности объединяются в следующие группы:

1. рассчитанные, исходя из затрат от различных видов деятельности;
2. показатели прибыльности продаж;
3. рассчитанные, исходя из имеющихся ресурсов.

В.И. Бариленко [8, с. 166], исходит из практики экономического анализа, и выделяют: рентабельность продукции (продаж); рентабельность предприятия; рентабельность капитала (инвестиций).

Как видим, классификации показателей рентабельности характеризуют определенные аспекты деятельности. Показатели формируют основу оценки эффективности функционирования предприятия.

О.Г. Блажевич и А.Л. Сулейманова предлагают разбить показатели рентабельности на три группы: деятельности предприятия; имущества и капитала; денежных потоков [12, с. 70].

Исходя из темы выпускной квалификационной работы, рассмотрим более подробно первую группу показателей, эффективности деятельности предприятия.

Показатели эффективности функционирования предприятия О.Г. Блажевич и А.Л. Сулейманова делят на две подгруппы [12, с. 70].

1. Показатели эффективности продаж:
  - валовая прибыль (убыточность) реализованной продукции;
  - операционная прибыльность (убыточность) реализованной продукции, показывающая эффективность деятельности после вычета затрат на производство и сбыт;
  - чистая прибыльность (убыточность) реализованной продукции.
2. Показатели эффективности производства:
  - прибыльность (убыточность) операционной деятельности, показывающая окупаемость расходов от операционной деятельности;

– прибыльность (убыточность) обычной деятельности, показывающая окупаемость всех расходов;

– чистая прибыльность (убыточность) деятельности.

Формулы расчета показателей эффективности деятельности предприятия, предлагаемые О.Г. Блажевич и А.Л. Сулеймановой, приведены в таблице А.1 приложения А [12, с. 70].

В практике экономического анализа общепринят следующий расчет с обобщающих показателей рентабельности предприятия [2, с. 12–14].

1. Рентабельность основного капитала (ROA) – доля чистой прибыли, приходящаяся на 1 рубль вложенных хозяйственных средств. Определяется по формуле 1:

$$P_{\text{кап.}} = \frac{\text{ЧП} \times 100}{\text{Кап. ср.}}, \quad (1)$$

где ЧП – чистая прибыль;

Кап. ср. – среднегодовая сумма основного капитала.

2. Рентабельность собственного капитала (ROE) – доля чистой прибыли на 1 рубль собственного капитала. Формула определения 2:

$$P_{\text{с.кап.}} = \frac{\text{ЧП} \times 100}{\text{СКап. ср.}}, \quad (2)$$

где СКап. ср. – собственный капитал.

Среднегодовая сумма основного капитала и собственного капитала рассчитывается по формуле средней хронологической по квартальным финансовым отчетам.

3. Рентабельность затрат – доля прибыли от основной производственной деятельности. Она рассчитывается по формуле 3:

$$P_{\text{реал.}} = \frac{\text{П об.деят.} \times 100}{\Sigma \text{Реал.}}, \quad (3)$$

где П об.деят. – сумма прибыли от продаж;

Реал. – чистая выручка от реализации продукции.

4. Окупаемость основного капитала ( $Окуп_{осн.кап.}$ ) показывает, в течение какого срока окупится весь вложенный в хозяйство капитал. Формула определения окупаемости основного капитала 4:

$$Окуп_{осн.кап.} = \frac{Кап.ср.}{ЧП}, \quad (4)$$

где  $Кап_{ср.}$  – среднегодовая сумма хозяйственных средств.

5. Окупаемость собственного капитала ( $Окуп_{соб.кап.}$ ) – срок в течение которого окупаются собственные средства, вложенные в хозяйство. Рассчитывается по формуле 5:

$$Окуп_{соб.кап.} = \frac{С\ об.кап.ср.}{ЧП}, \quad (5)$$

где  $Соб.кап_{ср.}$  – среднегодовая сумма собственных средств.

Обобщающие показатели позволяют анализировать изменение эффективности работы предприятия в динамике, сравнивать свою работу с другими предприятиями [36, с. 182].

Эффективность функционирования предприятия зависит от рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, что позволяет получить высокую прибыль [23, с. 35]. В связи с этим определяют частные показатели использования основных и оборотных средств, трудовых ресурсов и финансовых вложений. Такие показатели используются при планировании, анализе и принятии управленческих решений по развитию деятельности предприятия, так как каждый ресурс влияет на эффективность.

Рассмотрим методику определения эффективности использования основных средств. К показателям данной группы относятся: фондоотдача; рентабельность основных средств; окупаемость основных средств.

1. Фондоотдача характеризует долю произведенной и реализованной продукции на 1 рубль основных средств. Определяется по формуле 6:

$$ФО_{ос.} = \frac{Реал.}{ОСср.}, \quad (6)$$

где  $ФО_{ос.}$  – фондоотдача основных средств;

$Р_{еал.}$  – сумма произведенной и реализованной продукции;

$ОС_{ср.}$  – среднегодовая сумма основных средств.

2. Рентабельность основных средств показывает долю чистой прибыли (ЧП) на 1 рубль среднегодовой суммы основных средств и определяется по формуле 7:

$$P_{ос.} = \frac{ЧП \times 100}{ОС_{ср.}}, \quad (7)$$

3. Окупаемость основных средств – период, в течение которого окупятся финансы, вложенные в основные средства. Определяют показатель по формуле 8:

$$Окуп. \text{ о.с.} = \frac{ОС_{ср.}}{ЧП}, \quad (8)$$

где  $ОС_{ср.}$  – среднегодовая сумма основных средств.

Помимо эффективности использования основных средств анализируют показатели рентабельности оборотных средств: оборачиваемость оборотных средств, в днях; коэффициент оборачиваемости, т.е. оборачиваемость оборотных средств, в разгах; рентабельность оборотных средств [2, с. 16].

1. Оборачиваемость оборотных средств в днях показывает, в течение какого времени совершается один оборот средств, вложенных в оборотные средства.

Формула оборачиваемости 9:

$$Об_{об.ср.} = \frac{365}{К_{об.}}, \quad (9)$$

где  $Об_{об.ср.}$  – оборачиваемость оборотных средств в днях;

$К_{об.}$  – коэффициент оборачиваемости.

2. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств применяется для характеристики количества совершенных оборотов средств в течение отчетного года. При ускорении оборачиваемости оборотных средств они высвобождаются из оборота. Предприятие имеет возможность расширить объем производства. При замедлении оборачиваемости для производства требуется больше средств.

Коэффициент оборачиваемости определяется по формуле 10:

$$К_{об.} = \frac{Р_{аел}}{Об.ср.ср.}, \quad (10)$$

где  $Р_{аел}$  – выручка;

$Об.ср.ср.$  – средние оборотные активы

3. Рентабельность оборотных средств показывает долю чистой прибыли приходящейся на один рубль оборотных средств. Формула определения 11:

$$P_{\text{об.ср.}} = \frac{\text{ЧП} \times 100}{\text{Об.ср.ср.}}, \quad (11)$$

На эффективность функционирования предприятия оказывает влияние рациональность использования трудовых ресурсов: производительность труда работников; рентабельность фонда оплаты труда; уровень расходов по оплате труда; коэффициент соотношения темпов прироста производительности труда и средней заработной платы [2, с. 18; 44, с. 3].

1. Показатель производительности труда дает возможность проследить выработку продукции, приходящуюся на одного работника в единицу времени. От уровня производительности труда зависят все количественные и качественные показатели функционирования предприятия. Формула определения 12:

$$\text{ПТ} = \frac{\text{ВП}}{\text{ЧР}_{\text{ср.}}}, \quad (12)$$

где ВП – валовая продукция;

$\text{ЧР}_{\text{ср.}}$  – среднее количество работников.

2. Уровень расходов по оплате труда – доля выплаченной заработной платы на 1 рубль реализованной продукции. Формула расчета 13:

$$P_{\text{фот.}} = \frac{\text{ЧП} \times 100}{\text{ФОТ}}, \quad (13)$$

где ЧП – чистая прибыль;

ФОТ – фонд оплаты труда.

3. Уровень расходов по оплате труда показывает долю заработной платы в 1 рубле реализованной продукции. Определяется по формуле 14:

$$Y_{\text{фот.}} = \frac{\text{ФОТ} \times 100}{\text{Реал}}. \quad (14)$$

4. Коэффициент соотношения темпов прироста производительности труда и средней заработной платы работников анализируется по формуле 15:

$$K_{\text{отн.пт./з.п.}} = \frac{\Delta \text{ПТ}}{\Delta \text{ЗП}_{\text{ср.}}}, \quad (15)$$

где  $K_{\text{отн. пт/з.п.}}$  – коэффициент соотношения, темпов прироста производительности труда и средней заработной платы работников;

$\Delta$  ПТ – темп прироста производительности труда за отчетный период;

$\Delta$  ЗП<sub>ср.</sub> – темп прироста средней заработной платы работников.

Эффективным коэффициент считается, если он больше 1 ( $>1$ ).

4. Эффективность финансовых вложений определяется через показатели: коэффициента доходности приобретенных акций; коэффициента доходности представленных займов и кредитов; коэффициент доходности инвестиций; эффект финансового рычага (ЭФР).

Итог работы предприятия – финансовые результаты. Они выражаются в сумме прибыли. Показатели прибыли: валовая прибыль от реализации продукции; прибыль от продаж; прибыль до налогообложения; чистая прибыль. Формулы расчета финансовых результатов деятельности предприятия представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Оценка финансовых результатов деятельности предприятия

Показатели	Краткая характеристика	Формула определения
Валовая прибыль от реализации продукции	Выручка от реализации продукции (без НДС и акцизного налога), минус себестоимость реализованной продукции	$П.Вал. = Ч.Реал. - С.Реал.$
Прибыль от продаж	Прибыль, полученная в результате основной деятельности	$Посн.д. = П.Вал. - Ком. расх. - Упр. Расх.$
Прибыль до налогообложения	Прибыль от общехозяйственной деятельности	$ПДН = Посн.д. + Проч. Дох. - Проч. Расх$
Чистая прибыль	Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия	$ЧП = ПДН - Нал. + Чр. Дох. - Чр. Расх$
Нераспределенная прибыль	Чистая прибыль за минусом выплат дивидендов и отчислений в резервный и другие фонды	$П нерасп. = ЧП - Отч. Див. - Отч. Рез. фонд$

Для анализа рентабельности показателей используется метод факторного анализа, сущность которого заключается в последовательном рассмотрении количественных, структурных и качественных факторов, оказывающих влияние на рентабельность. Для факторного анализа рентабельности используют несколько моделей. Рассмотрим основные модели факторного анализа,

применяемые при рассмотрении эффективности функционирования предприятия [1, с. 7–8].

Детерминированная модель основана на рассмотрении прямых факторов, которые можно измерить количественно. Методы детерминированной модели – аддитивное разложение основных показателей, мультипликативная модель влияния факторов, скорректированных показателей, цепных подстановок, абсолютных и относительных величин, балансовый метод.

Стохастическое моделирование применяется при определении влияния факторов, которые не имеют прямого влияния на результативный показатель. Для расчета таких факторов используют методы: корреляции, ранжирования, регрессионного и линейного программирования.

В практике наиболее часто применяют методику цепных подставок, относящуюся к детерминированной модели [6, с. 126]. Цепные подставки используют при наличии детерминированной связи между факторами и результатами хозяйственной деятельности. С помощью такого способа определяют влияние факторов на изменение величины результативного показателя путем постепенной замены базисной величины каждого факторного показателя на фактическую величину.

Такие условные показатели учитывают изменение одного, затем двух, трех и последующих факторов. При этом допускается, что остальные факторы не меняются. Величины сравниваются последовательно, и определяется влияние изменения данного фактора на результативный показатель. Детерминированная модель бывает двухфакторной и многофакторной [1, с. 10]. Двухфакторная модель объема произведенной продукции рассчитывается по формуле 16:

$$P_{\text{пр}} = Ч \times ПТ, \quad (16)$$

где  $P_{\text{пр}}$  – объем произведенной продукции;

Ч – численность производственных работников;

ПТ – производительность труда.

Итак, рентабельность – обобщающий показатель эффективности функционирования предприятия. Она комплексно отражает использование материальных, денежных и трудовых ресурсов. Для количественной и качественной оценки деятельности предприятия определяют влияние на этот показатель соответствующих факторов. При анализе рентабельности предприятия используют систему взаимосвязанных показателей, показывающих эффективность его функционирования.

### 1.3 Отечественный и зарубежный опыт повышения эффективности деятельности предприятия в современных экономических условиях

В настоящее время разработаны и успешно используются методы повышения эффективности функционирования предприятий [27, с. 122; 47, с. 177]: метод системы сбалансированных показателей; пирамида эффективности; управление по целям; BP2M; Table de bord; TRS. Эти методы отличаются по используемым показателям, их группировке, последующим структурированием.

Авторы концепции системы сбалансированных показателей (далее по тексту – ССП) Д. Нортон и Р. Каплан. С помощью этой методики можно наметить пути повышения эффективности функционирования предприятия по четырем направлениям: финансы, потребители, внутренние процессы, обучение персонала и роста компании. Элементы сбалансированной системы показателей: карта задач, карта сбалансированных показателей и приборные панели для контроля.

Формирование ССП идет по цепочке: цели → показатели → задачи → инициативы. Цели и показатели детализируются до уровня подразделений и исполнителей. Для каждой цели определяются подцели, ресурсы и показатели для ее достижения. Критерий эффективности устанавливается по каждому показателю. Все показатели и их значения должны быть взаимно увязаны и сбалансированы.

Концепцию управления по целевым показателям Management by Objectives (MBO) разработал Друкер. Управление по целям состоит из четырех этапов:



1. определение круга полномочий и обязанностей руководителей всех уровней;
2. разработки и согласования целей и задач управления в рамках установленных обязанностей;
3. составления реальных планов достижения целей;
4. контроля, измерения и оценки работы и полученных каждым руководителем показателей по каналам обратной связи корректировки поставленных целей.

Концепция «пирамида эффективности» связывает корпоративную стратегию ориентации на клиентов с финансовыми показателями. В состав этого экономического инструментария входят пять иерархически увязанных уровней: видение; рынок и финансы; удовлетворенность клиентов; гибкость и производительность, качество; сроки поставки, длительность производственного цикла и затраты, связанные с браком. «Пирамида эффективности» позволяет оценить базу финансовой оценки, влияние факторов на финансовые показатели функционирования предприятия.

EP2M (измерение эффективности и производительности) – инструмент управленческого контроля, разработанный С. Адамсом и П. Робертсом. Он оценивает эффективность деятельности предприятия по достижению установленных целей по четырем направлениям: обслуживание клиентов и рынков; совершенствование внутренних процессов; управление изменениями и стратегией; собственность и свобода действий.

В практике западных предприятий распространен инструмент стратегического управления «stakeholder» («заинтересованное лицо»). Он устанавливает эффективное функционирование компании в общественно-экономической среде через создание максимальной прибавочной стоимости для каждой группы заинтересованных лиц. Ключевой критерий эффективности по этой концепции – максимизация дополнительной стоимости для каждой группы заинтересованных сторон.

Из сказанного выше следует, что в настоящее время имеется достаточный инструментарий оценки эффективности функционирования предприятий. Все методики связаны с методами повышения эффективности деятельности.

Один из путей повышения эффективности функционирования предприятия – использование резервов роста рентабельности. К таким резервам относятся: формирование ассортимента продукции с учетом рентабельности; повышение эффективности взаимоотношения с контрагентами; использование возможностей рискованной деятельности; инновационная политика; оптимизация масштабов предприятия; использование возможностей конъюнктуры рынка [49, с. 35].

Разнообразный ассортимент продукции, выпускаемый предприятием, удовлетворяет спрос населения. Покупатель всегда заинтересован в возможности широкого выбора товаров. В то же время существует необходимость выгодности выпуска каждой группы ассортимента. Целесообразно правильно выбирать поставщиков сырья, определять оптимальные партии, цены закупки товаров, установлении обоснованной торговой надбавки, расходовании средств на осуществление коммерческой деятельности.

Снижение издержек производства еще не означает эффективности функционирования предприятия. Для достижения высокой рентабельности производимой продукции необходимо определить правильную сбытовую политику в точках продаж. Размер рентабельности находится в прямой связи с ценой товара и скоростью их обращения. Рост продажи товаров связан с ростом числа новых покупателей, объемов закупок постоянными клиентами, снижением цен и стоимости процесса реализации.

Один из факторов формирования и повышения рентабельности производства – риск. Риск связан со становлением новых экономических отношений, внедрения новых видов деятельности, совершенствованием товарной политики, улучшением ассортиментной структуры товарооборота.

Производственный риск определяется спецификой производственной и маркетинговой деятельности. Поэтому необходимо выбирать вариант деятельности, который позволяет получить высокие результаты.

Оценку проектных рисков проводят по этапам. Первый этап – оценка технологических рисков и рисков строительства. Второй этап – анализ рыночной позиции проекта. Третий этап – определение рисков, которые контрагенты, такие как поставщики и заказчики, включают в проект. Четвертый этап – оценка правовой структуры проекта; оценка движения денежных средств и финансовых рисков.

Оценку каждого этапа проекта проводят в диапазоне от 10 баллов (низкий риск) до 100 баллов (самый высокий риск). Оценка проекта включает коэффициенты: технологических рисков и рисков строительства ( $R_1$ ); рыночной позиции проекта ( $R_2$ ); рисков, которые контрагенты, такие как поставщики и заказчики, включают в проект ( $R_3$ ); правовой структуры проекта; оценка движения денежных средств ( $R_4$ ) и финансовых рисков ( $R_5$ ).

Опираясь на опыт международных рейтинговых агентств, таких как S&P, Moodys и Fitch, для упрощения анализа стандартизируют веса проектных рисков:  $R_1 = 0,2$ ;  $R_2 = 0,25$ ;  $R_3 = 0,1$ ;  $R_4 = 0,1$ ;  $R_5 = 0,35$ . Тогда общий проектный риск определяется по формуле 17:

$$R = 0,2R_1 + 0,25R_2 + 0,1R_3 + 0,1R_4 + 0,35R_5 \quad (17)$$

Систематические риски – многофакторное явление, характеризующееся тесным переплетением множества финансово-экономических и социально-политических переменных. Диапазон оценок от 10 баллов (низкий риск) до 100 (самый высокий). Форс-мажорные риски могут возникнуть в случаях, когда стороны сталкиваются с обстоятельствами непреодолимой силы. Диапазон оценок по форс-мажорным рискам – от 10 баллов (низкий риск) до 100 (самый высокий). Общий риск складывается из суммы проектного, систематического и форс-мажорного рисков.

При формировании стратегии предприятия используются инновации. Выделяют четыре типа инноваций, увеличивающих рентабельность [49, с. 37]:

1. производство и реализация новых товаров с более высоким качеством;
2. освоение нового рынка;
3. внедрение новейших технологий;
4. организационно-управленческие новшества.

Финансовый результат реализации инновационных проектов – рост производительности труда, ускорение оборачиваемости запасов, повышение эффективности использования ресурсов, снижение издержек обращения.

Измерителем целесообразности принятия решения об инновациях является возможная рентабельность.

Инвестиции рассчитываются на длительный период. Финансовый результат – как краткосрочная, так и долгосрочная ожидаемая рентабельность. Совокупную рентабельность по годам нельзя рассчитывать как простое суммирование, так как реальная рентабельность в разные годы неодинакова. Поэтому рентабельность по разным годам приводится к расчетному периоду (году). Такая операция называется дисконтированием. Дисконтированная валовая прибыль исчисляется как сумма валовых прибылей за рассчитываемый период времени, скорректированная на фактор времени. Чистая дисконтированная рентабельность представляет собой разницу между валовой дисконтированной рентабельностью и необходимыми для инвестиционного проекта капиталовложениями. Инвестиции приносят доход при условии, что валовая рентабельность выше капиталовложений.

Как видим, повышение эффективности функционирования предприятий в России зависит от умелого управления и учета факторов, на него влияющих, а также от возможности использования резервов роста рентабельности.

Повышение показателей эффективности деятельности компании зависит также от оптимального выбора сырья и материалов для производства собственной продукции.

Все более популярным становится внедрение в практику работы Lean-технологии (бережливого производства), как одного из путей повышения эффективности функционирования предприятия [19]. В середине 50-х годов XX века Т. Оно, проанализировав лучший мировой опыт организации производства, внедрил в работу фирмы Toyota Motor Corporation систему Toyota Production System, которая известна как Lean production, Lean manufacturing, Lean [34, с. 72]. В русской версии термин Lean переводится как «бережливое производство», «стройное производство» или просто «Лин».

Использование методики бережливого производства позволяет сокращать: затраты (в том числе трудовые); сроки разработки новой продукции; сроки создания новой продукции; производственные и складские площади. Она предоставляет гарантии поставки продукции заказчику, а также максимальное качество при определенной стоимости и минимальную стоимость при определенном качестве [34, с. 73].

Инструменты бережливого производства: система TPM (Всеобщая Эксплуатационная Система); система 5S; система SMED; система «Кайдзен»; система «Канбан»; система «Пока-ёкэ». Общая характеристика инструментов приведена в таблице 1.2 [34, с. 74].

Таблица 1.2 – Общая характеристика инструментов Lean-технологий

Инструмент Lean-технологий	Общая характеристика
Система TPM (Total Productive Maintenance)	Всеобщий уход за оборудованием
Система 5S	Сортируйте, соблюдайте порядок, содержите в чистоте, стандартизируйте, совершенствуйте
Быстрая переналадка (SMED) (Single-Vinute Exchange of Dies)	Переналадка / переоснастка оборудования менее чем за 10 минут. Переналадка в одно касание (One-touch setup) – вариант SMED, но время переналадки уже измеряется единицами минут, то есть не больше 9.
Кайдзен (kaizen))	Непрерывное совершенствование
Гемба кайдзен	Непрерывное совершенствование на месте создания дополнительной стоимости
Вытягивающее производство, канбан	Продукция «вытягивается» со стороны заказчика, а не «толкается» производителем. Информирование предыдущей производственной стадии о том, что нужно начинать работу

## Окончание таблицы 1.2

Инструмент Lean-технологий	Общая характеристика
Точно вовремя	Система синхронизации передачи продукта с одной производственной стадии на другую посредством карточек канбан. Комплектующие должны передаваться на следующую стадию только тогда, когда это нужно, и ни минутой раньше
«Пока – ёкэ» («защита от ошибок»)	Метод предотвращения ошибок – специальное устройство или метод, благодаря которому дефекты просто не могут появиться

В России разработан Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 56407-2015 [11] бережливого производства. Он может применяться в любых организациях, принявших решение повышать эффективность деятельности на основе концепции бережливого производства. В стандарте описаны отечественные методы и инструменты бережливого производства. Основные методы и инструменты по стандартизации бережливого производства перечислены в таблице 1.3 [11].

Таблица 1.3 – Основные методы и инструменты по стандартизации работы

Наименование метода	Стандартизация работы
Похожие названия	Стандартизация, стандартизированная работа, стандартная операционная процедура (СОП)
Используемые инструменты	Хронометраж, нормирование
Применяемые совместно методы	Визуализация, организация рабочего пространства (5S), картирование потока создания ценности (VSM), канбан, быстрая переналадка (SMED), защита от непреднамеренных ошибок (Рока-Йоке)
Назначение метода	Достижение наилучшего, воспроизводимого способа выполнения работы, обеспечивающего должный уровень безопасности, качества и производительности
Краткое описание	Стандартизация работы – точное описание каждого действия, порядка и правил осуществления производственной деятельности, включая определение времени выполнения действий, последовательности операций и необходимого уровня запасов
Пользователи метода	Все работники организации
Возможности	Воспроизводимый результат осуществления деятельности. Быстрый поиск и обнаружение отклонений от выполнения стандартов. Оперативность и наглядность в обучении работников

### Окончание таблицы 1.3

Наименование метода	Стандартизация работы
Риски	Разработка избыточного количества документов на рабочих местах. Сложность внесения изменений в стандарты при необходимости их улучшения
Этапы применения	а) Рассчитать время такта исходя из требуемых заказчиком объемов производства; б) проанализировать текущую работу; в) определить потери, их причины и устранить причины потерь; г) разработать стандарт работы: 1) определить потребителя результата выполнения операций; 2) определить каждый рабочий шаг, последовательность выполнения операций; 3) определить безопасные методы выполнения операций; 4) определить перечень необходимого оборудования и инструмента; 5) определить требования к работникам; 6) определить время цикла для каждой производственной операции и процесса в целом; д) определить минимальный уровень запасов исходя из потребностей следующих операций в процессе; е) провести обучение работников стандартам работы; ж) разместить стандарты работы в удобных для их использования местах; и) проанализировать текущие стандарты работы с целью их актуализации; к) распространить лучший опыт по организации

Итак, методы «бережливого производства» – подходы и методы в комплексе, обеспечивающие наиболее эффективное производство. Основным принцип всех методов – устранение всех непроизводительных расходов и любых действий, не создающих ценностей.

Для России наибольший интерес представляет опыт применения системы бережливого производства в Восточной Европе. Это обусловлено следующими факторами [32, с. 95]: схожий менталитет граждан; пребывание в режиме «плановой экономики»; широко развитое массовое производство.

Бережливое производство внедряется на предприятиях Словении и Чехии, таких как Motoman Robotec, Unior, Iskra Asing. Начинается внедрение Lean-технологий с системы 5S. Происходит рационализация рабочих мест, основанная на пяти принципах: сортировка, соблюдение порядка, содержание в чистоте, стандартизация, постоянное совершенствование [32, с. 95].

В обязательном порядке осваивается система «Канбан», обеспечивающая основу бережливого производства. Совершенствуется информирование и визуальный контроль на всех этапах производства. Внедряется система «встроенного качества». Имеется «входной» контроль за качеством поставляемых материалов, сырья, комплектующих. К поставщику сначала предъявляется наличие качества, только потом решаются вопросы цены.

На предприятиях Motoman Robotec, Unior, Iskra Asing действуют кружки качества, существуют схемы обучения персонала, разработаны системы мотивации сотрудников. Сотрудники компаний получают премии за рациональные предложения.

Особенности развития бережливого производства в зарубежных странах показаны в таблице 1.4 [32, с. 97].

Таблица 1.4 – Особенности развития бережливого производства в зарубежных странах

Страна	Особенности	Используемые инструменты
Япония	Комплексный подход к развитию бережливого производства на предприятиях + вовлечение персонала	Just-in-time, Kaizen, Kanban, Handling circles, visual management, standardize work, TPM, система 5S, TQM
Словения	Акцентирование внимания на качестве товара, на времени цикла, на стандартизации процессов производства	Just-in-time, Kanban, visual management, standardize work, система 5S, TQM
Бразилия	Стремление к ритмичной работе, особое внимание качеству товара и скорости обслуживания клиентов	Just-in-time, Kaizen, ISO, TQM
Канада	Наиболее узкий подход к бережливому производству	Just-in-time
Китай	Комплексный подход с применением собственных методов по сокращению времени переналадки оборудования. Отсутствие заботы о персонале	Just-in-time, Kaizen, Kanban, Handling circles, visual management, standardize work, TPM, система 5S, TQM, SMED
США	Собственная трансформированная концепция бережливого производства – «Lean Manufacturing», охватывающая все функциональные сферы бизнеса: менеджмент, маркетинг, информационные технологии	Pull system, Kaizen, visual management, standardize work and safety, lean manufacturing+ 6 сигм



#### Окончание таблицы 1.4

Страна	Особенности	Используемые инструменты
Швеция	Акцент на качестве товаров, забота об окружающей среде, стандартизация процессов	TPM, ISO, Just-in-time, Kaizen, standardize work and safety
Германия	Ритмичный цикл производства, постоянный контроль качества	Just-in-time, visual management, standardize work and safety

Lean-технология стала активно внедряться в России в начале XXI века. Идея бережливого производства используется в вагоно- и автостроении (ОАО «Тверской вагоностроительный завод» и ОАО «КАМАЗ»), в металлургии и производстве труб («РУСАЛ» и ОАО «Трубодеталь»), в нефтедобывающем секторе и в сфере железнодорожных перевозок (ПАО «Татнефть» и ОАО «РЖД»).

В Пермском крае предприятия совершенствуют производственные системы с помощью бережливого производства. Среди них «Пермские моторы», «Мотовилихинские заводы», «Авиационные редуктора и трансмиссии».

На Иркутском авиационном заводе осваиваются технологии бережливого производства. Специалисты предприятия внедряют в производство систему «Всеобщего обслуживания оборудования» (TPM – Total Productive Maintenance).

Следовательно, используя принципы и инструменты описанных выше методик на отечественных предприятиях можно значительно повысить эффективность производства.

Выводы по первому разделу

Резюмируя вышесказанное, определим эффективность функционирования предприятия как эффект от вкладываемого в производство затрат труда, проявляющегося в виде производимой продукции, услуг, финансовых результатов. Расчет эффективности проводят как соотношение между затратами и результатами. Это – итоговый, синтетический и качественный показатель функционирования предприятия. На эффективность функционирования предприятия влияют разнообразные факторы, как внешней среды, так и внутренней. Факторы взаимосвязаны и влияют друг на друга. Эффективность функционирования предприятия рассчитывается через систему показателей

экономической деятельности. Обобщающим показателем эффективности считается рентабельность. Она комплексно отражает использование материальных, денежных и трудовых ресурсов. Используя принципы и инструменты методик описанных в литературе, а также практику работы отечественных предприятий хозяйствующий субъект может значительно повысить эффективность производства, качество продукции, производительность труда, снизить материальные и временные затраты, сократить время выполнения заказов, уменьшить период освоения новых изделий, повысить конкурентоспособность предприятия.

## 2 ИСЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА «ДА!» ГОРОДА ЗЛАТОУСТА ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

### 2.1 Общая характеристика деятельности агентства

«Информационное агентство «Да!» расположено по адресу: 456200, г. Златоуст, Челябинской области, проспект 30-летия Победы, д. 12 офис 106. Агентство работает с 9.00 до 18.00 часов. Выходные дни – суббота, воскресенье.

Телефоны: +7 (3513) 65-77-77; 65-20-14, +7 (351) 779-30-79.

Контакты: бухгалтерия 8 (3513) 65-20-14; руководитель 8 (3513) 65-42-22; производственный отдел: 8 (3513) 65-74-66; менеджеры: 8 (3513) 65-77-77.

Сайт в Интернете: <http://da74.ru/contacts>. e-mail: [reklama@da74.ru](mailto:reklama@da74.ru).

Социальные сети: <https://vk.com/da74ru>; <https://www.facebook.com/groups/>

Руководитель организации: директор Качева Римма Вильмировна.

Полное фирменное наименование агентства: Общество с ограниченной ответственностью «Информационное агентство «Да!» [45]. Сокращенное наименование: ООО «ИА «Да!»».

ООО «Информационное агентство «Да!» создано в соответствии с Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. №14-ФЗ. ООО является коммерческой организацией [45].

Правовая основа деятельности агентства: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью», Устав ООО «Информационное агентство «Да!»».

Общество является юридическим лицом и действует на основании настоящего Устава, Конституции РФ, Гражданского кодекса РФ, Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью» и иных нормативных правовых актов Российской Федерации [37, 45].

Целью деятельности агентства является достижение максимальной экономической эффективности и прибыльности, наиболее полное и качественное

удовлетворение потребностей физических и юридических лиц в производимой Обществом продукции, выполняемых работах и услугах.

Миссия компании. Качественное продвижение услуг на рынке рекламы, способствующее формированию первоклассного имиджа клиентов.

Основной вид деятельности «Информационного агентства «Да!» по ОКВЭД – 73.11 «Деятельность рекламных агентств».

Компания создает рекламную продукцию на собственной производственной базе. Это позволяет сократить сроки выполнения заказа и уменьшить расходы на производство.

ООО «Информационное агентство «Да!» имеет филиал в Челябинске, что говорит о динамичном развитии рекламного агентства. Основной офис агентства находится в г. Златоусте. Общая численность специалистов – 25 человек. Она представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Общая численность специалистов ООО «Информационного агентства «Да!»

№	Показатель	Численность	% к итогу
1.	Основные работники:		
	дизайнеры	4	16
	менеджеры	5	20
	бухгалтеры	2	8
2.	Управленческий персонал	2	8
3.	Производственные рабочие	9	36
4.	Вспомогательный персонал	3	12
Итого		25	100

Главной задачей организационной структуры «Информационного агентства «Да!» является установление взаимоотношений полномочий, которые связывают высшее руководство с низшими уровнями работников. Эти отношения устанавливаются посредством делегирования, которое означает передачу полномочий и задач лицу, которое принимает на себя ответственность за их выполнение.

Предприятие можно разделить на два структурных подразделения.

1. Производственная база, включающая: цех наружной рекламы; отдел фрезеровки и гравировки; полиграфическое производство; широкоформатную печать; сублимационную печать; UV-печать. В сфере производства занято 14 человек.

Производственное оборудование «Информационного агентства «Да!» показано в таблице Б.1 приложения Б. Помимо оборудования, перечисленного в таблице в «Информационном агентстве «Да!» имеется дополнительное оборудование: фрезеровальный и лазерный станок; оборудование для персонализации кружек и футболок; широкоформатная машина на ширину 3,2 и 1,6 м.

2. В отделе продаж и обслуживающего персонала работает 11 специалистов: менеджеры, дизайнеры, бухгалтера.

Структура «Информационного агентства «Да!» представлена на рисунке 2.1.

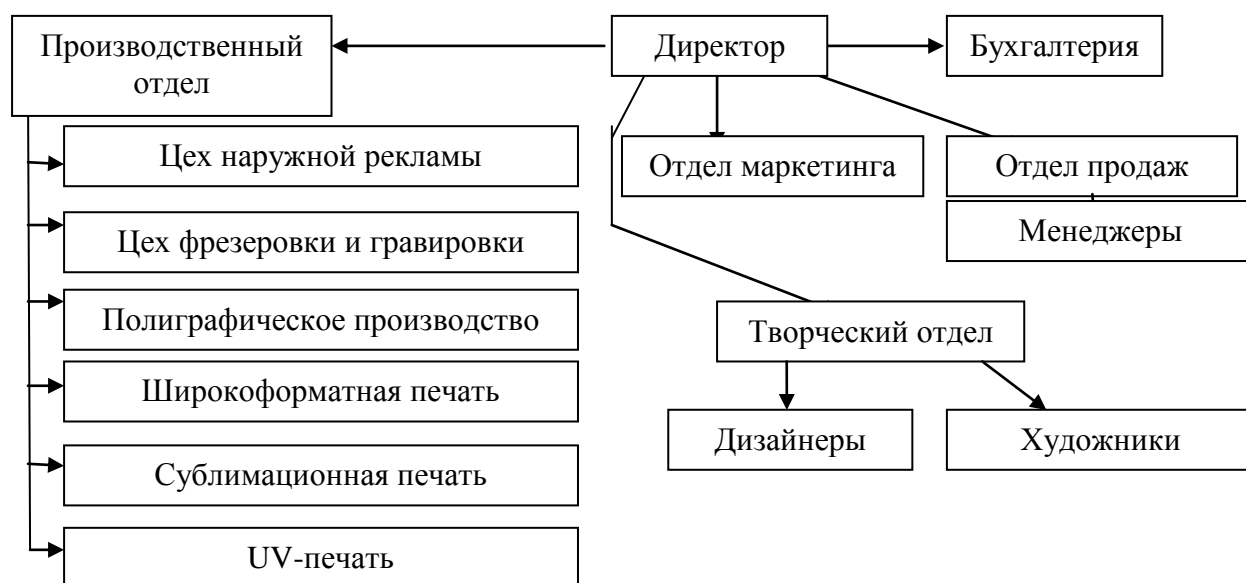


Рисунок 2.1 – Организационная структура «Информационного агентства «Да!»

В обязанности директора входит:

- осуществление руководства всеми процессами в организации;
- координация и контроль деятельности всех подразделений компании.

К функциям бухгалтерии относятся:

- контроль за финансовым состоянием организации;
- ежедневный учет выручки и расходов;
- планирование, расчет и контроль всех производственных показателей.

Сотрудники производственного отдела работают на специализированном оборудовании. В их обязанности входит изготовление рекламной продукции. Они следят за состоянием оборудования, составляют заявки на покупку материалов и необходимых инструментов.

Исследованием рынка занимается маркетинговый отдел. Персонал изучает конкурентную среду, разрабатывает планы рекламных компаний. Маркетологи также проводят необходимые маркетинговые исследования для разработки планов рекламных компаний.

С клиентами работают менеджеры отдела продаж. Они ведут коммерческие переговоры с клиентами, принимают и обрабатывают заказы, оформляют документы, связанные с отгрузкой продукции, ведут клиентскую базу.

Менеджеры:

- участвуют в подборе производственного персонала;
- подготавливает программы выполнения работ;
- несут ответственность за материально-техническое обеспечение, качество и сроки выполнения работ

В творческом отделе трудятся художники и дизайнеры. Они создают эскизы рекламных проектов, разрабатывают фирменные стили, создают дизайн-макеты рекламной продукции. Художники и дизайнеры участвуют в художественном оформлении подготавливаемых выставок, презентаций.

Специалист по компьютерным технологиям входит в состав творческого отдела. В его обязанности входит:

- осуществление подбора необходимого программного обеспечения;
- сопровождение программного обеспечения;

- участие в разработке WEB-сайтов, подготовке рекламной продукции на аудио- и видео- носителях;
- осуществление технического обслуживания оборудования.

В агентстве линейная структура управления. Она предусматривает строгое подчинение вышестоящему руководству. Такая схема управления позволяет эффективно осуществлять контроль работы сотрудников и выполнение распоряжений со стороны прямого начальника.

ООО «Информационное агентство «Да!» – одно из самых успешных и крупных предприятий в сфере рекламы в городе Златоусте Челябинской области.

Фирма оказывает следующие услуги в сфере рекламы: наружная реклама; полиграфия; фрезеровка; лазерная гравировка; UV-печать; шелкография; тампопечать; сублимационная печать; широкоформатная печать; термоперенос; рекламный дизайн; полиграфический дизайн.

1. Наружная реклама. Рекламное агентство специализируется на изготовлении и размещении наружной и интерьерной рекламы в городе Златоусте, рекламе на транспорте, разработке и проведении комплексных рекламных кампаний, а также подготовка соответствующей проектной и необходимой разрешительной документации.

Наружная реклама размещается на временных или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а также на автозаправочных станциях (АЗС).

Изготавливается наружная реклама различной сложности:

- вывески из пластика, композита, сотового поликарбоната, баннерной ткани;
- светодиодные интерьерные и фасадные вывески;
- объемные буквы;
- штендеры – выносные складные конструкции с одной или двумя рекламными поверхностями (щитами);

- информационные планшеты и офисные таблички;
- крышные установки, сочетающие в себе наиболее выразительные элементы наружной рекламы: объемные буквы, рекламные щиты, световые короба, неоновые панно, электронные табло, мониторы, «бегущую строку», мультимедиа и анимацию;

- реклама на транспорте (на бортах трамваев, автобусов, маршрутных такси).

2. Полиграфия изготавливается как единичным, так и большим тиражом. Виды полиграфической продукции:

- карманные календари, квартальные календари, перекидные настольные календари;

- визитки;

- буклеты и листовки;

- газеты;

- дисконтные пластиковые карты;

- плакаты;

- подарочные сертификаты;

- почетные грамоты;

- этикетки, наклейки;

- открытки, поздравительные адреса.

3. Фрезеровка позволяет точно раскраивать и изготавливать изделия. Фрезерная резка делается на станке с ЧПУ: и позволяет: снять фаску, сделать паз, фигурный раскрой.

4. С помощью лазерной гравировки в информационном агентстве наносят изображения на какое-либо изделие.

5. UV-печать. В рекламных целях используется прямая Ультрафиолетовая печать на пластике: брелках, флешках, зажигалках, фонариках, USB-разветвителях, компьютерных мышках и ковриках.



6. Шелкография воспроизводит текст и графические изображения путем продавливания краски через отверстия печатной формы (полимерная, шелковая или медная сетка, покрытая на пробельных участках защитным слоем).

7. Нанесение рисунка, надписи с помощью тампопечати на сувенирную продукцию, где изображения должны быть мелкими и четкими.

8. Пользуется спросом такой вид продукции агентства как сублимационная печать, когда рисунок создается краской или чернилами под воздействием высоких температур. Вещества переходят из жидкого или твердого состояния в газообразное и глубоко проникают в структуру материала.

9. Широкоформатная печать делается на широкоформатных принтерах и плоттерах.

10. Рекламный дизайн – процесс разработки и воплощения рекламной идеи в определенную, наиболее эффективную визуальную форму посредством подбора и компоновки различных элементов рекламы.

11. Полиграфический дизайн – один из разновидностей графического дизайна, который разрабатывает материалы для печатной продукции. Это – пресса, листовки, буклеты, справочники, книги, газеты и журналы. На предприятии работают четыре дизайнера, каждый из которых специализируется на своем направлении.

12. Политический консалтинг – обособленное направление в деятельности ООО «Информационного агентство «Да!». В рамках политического консалтинга «Информационное агентство «Да!» производит:

- печатную продукцию (визитки, буклеты, карточки постоянного клиента, прайс-листы, флаеры, афиши, билеты);
- наружную рекламу (вывески, штендеры, таблички, стенды, указатели, лайт-боксы, реклама на транспорте);
- широкоформатную печать (растяжки, баннеры, холсты);
- сувенирную продукцию.

ООО «Информационным агентство «Да!» – один из ведущих поставщиков сувениров и деловых подарков в Златоусте. Это – брелоки, ручки, зажигалки, часы, зонты, чашки, кепки, ежедневники, пакеты.

Кроме того, компания самостоятельно производит сувенирную продукцию: значки, флаги, кубки, кашпо, панно и другую продукцию из дерева.

Основные конкуренты ООО «Информационное агентство «Да!». На рекламном рынке города присутствует несколько агентств:

1. «RED CAT» занимается изготовлением и продажей сувениров, разработкой дизайна рекламы, рекламой на/в общественном транспорте, проведением промо-акций, офсетной печатью полиграфии, срочной печатью полиграфии, производством рекламных конструкций, размещением наружной рекламы, созданием и размещением рекламы.

2. «Профмедиа» изготавливает и размещает рекламу на 15-ти носителях:

- ТВ реклама на 3 каналах;
- реклама на 5 радиостанциях;
- контекстная реклама;
- реклама в 5 социальных сетях;
- реклама в 360 лифтах;
- наружная реклама на 50+ носителях;
- изготовление аудио - видеороликов;
- информационное сопровождение;
- светодиодные экраны.

3. «АсМи» предлагает услуги:

- интерьерной и широкоформатной печати;
- изготовление магнитов, табличек, информационных стендов и вывесок;
- изготовление наружной рекламы;
- размещение рекламы в лифтах жилых домов города Златоуста и на общественном транспорте.

4. «Компас» занимается наружной рекламой: биллборды: дорожные щиты; суперсайты, ситиборды; растяжки.

5. «Zlatart» изготавливает только вывески.

6. «Новые люди» проводят промо-акции, размещают рекламу на/в общественном транспорте, размещают наружную рекламу.

7. «Центр рекламных услуг» предлагает услуги наружной рекламы.

8. «ФотоМир» печатает полиграфию, издает книги. В полиграфическую продукцию входит изготовление: визиток, листовок, буклетов, каталогов. Агентство предлагает широкоформатную печать на пленке, баннерной ткани, холсте.

Но, как правило, все рекламные агентства г. Златоуста в отличии от ООО «Информационного агентства «Да!» являются узкоспециализированными: наружная реклама, либо размещение рекламы в СМИ, либо промоушн. Конкуренты стимулируют развитие фирмы и способствуют введению различных новшеств для удовлетворения спроса потребителей.

Для успешной деятельности на рынке рекламных услуг ООО «Информационное агентство «Да!» использует комплексный подход в обслуживании клиентов:

- разрабатывает и сопровождает комплексные рекламные кампании;
- использует медиа-планирование (разрабатывает планы комплексного использования различных средств распространения рекламы для проведения рекламной кампании).

Агентство постоянно активизирует рекламу собственной продукции. Качество и сервис оказываемых услуг постоянно находится на высоком уровне. В своей деятельности компания ориентируется на мелкие и средние предприятия. Цены на услуги – умеренные.

Проведем SWOT-анализ организации ООО «Информационное агентство «Да!», который представлен в таблице В.1. приложения В.

К сильным сторонам деятельности агентства относятся:

1. Хороший имидж организации.
2. Широкий спектр предоставляемых услуг.
3. Индивидуальный подход к каждому клиенту.
4. Ориентация деятельности агентства в значительной степени на удовлетворение потребностей клиентов.
5. Высокая квалификация персонала.
6. Система обучения новых работников.
7. Известность в качестве лидера рынка в г. Златоуст.
8. Большой штат работников.
9. Наличие собственного сайта агентства.

Слабые стороны работы:

1. Расположение в спальном районе города.
2. Отсутствие парковочных мест рядом с агентством.

К угрозам относятся:

1. Возможности появления новых конкурентов.
2. Изменение вкусов и потребностей клиентов.

Агентство имеет возможность:

1. Расширить ассортимента продукции, услуг.
2. Развивать информационные технологии.
3. Использовать современное оборудование.
4. Обслуживать дополнительные группы потребителей.
5. Побеждать на выставках, тендерах.
6. Привлекать новых клиентов.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать основные выводы. «Информационное агентство «Да!» – организация, предоставляющая клиентам широкий выбор рекламных услуг по подготовке, планированию, проведению и размещению рекламы. Информационное агентство играет положительную роль в связи торговли и производства.

## 2.2 Анализ эффективности деятельности агентства

Для анализа эффективности функционирования ООО «Информационного агентства «Да!» применим как обобщающие, так и частные показатели. Основными нормативными документами, используемыми для изучения эффективности, является бухгалтерская отчетность. Бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах дан в приложениях Г, Д, Е, Ж.

Проанализируем итог работы предприятия, выражающейся в сумме прибыли. Показатели прибыли: валовая прибыль от реализации продукции; прибыль от продаж; прибыль до налогообложения; чистая прибыль.

ООО «Информационное агентство «Да» – одно из ведущих рекламных агентств Челябинской области. Финансовые результаты деятельности показаны в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Финансовые результаты деятельности агентство, тыс. руб.

Показатель	2013	2014	2015	2016
Выручка	14 691	15 261	19 690	20 771
Себестоимость производства	10 253	13 357	18 108	19 911
Валовая прибыль (убыток)	4 438	1 904	1 582	860
Прибыль (убыток) от продаж	4 438	1 904	1 582	860
Прочие доходы	9	220		
Прочие расходы	684	606	825	577
Прибыль (убыток) до налогообложения	3 763	1 518	757	283
Текущий налог на прибыль	452	446	658	750
Чистая прибыль (убыток)	3 311	1 072	102	- 467

Произведем анализ ряда динамики выручки по показателям, характеризующим рост (снижение) (на цепной и базисной основе): абсолютный прирост, темпы роста и прироста (по годам к базисному году); результаты расчетов изложим в табличной форме.

Рассчитаем средний уровень и среднегодовой темп ряда динамики.

1. Рассчитаем показатели прироста выручки.

Абсолютный цепной прирост – разность между текущим уровнем ряда и предыдущим. Определим по формуле 18:

$$\Delta Y_{ц} = Y_i - Y_{i-1}, \quad (18)$$

где  $\Delta Y_{ц}$  – абсолютный цепной прирост;

$Y_i$  – текущий уровень ряда;

$Y_{i-1}$  – предыдущий уровень ряда.

$$\Delta Y_{ц2014} = \Delta Y_{ц2014} - \Delta Y_{ц2013} = 15\,261 - 14\,691 = 570 \text{ тыс. руб.};$$

$$\Delta Y_{ц2015} = \Delta Y_{ц2015} - \Delta Y_{ц2014} = 19\,690 - 15\,261 = 4\,429 \text{ тыс. руб.};$$

$$\Delta Y_{ц2016} = \Delta Y_{ц2016} - \Delta Y_{ц2015} = 20\,771 - 19\,690 = 1\,081 \text{ тыс. руб.}$$

Абсолютный базисный прирост – разность между текущим уровнем ряда и уровнем ряда, выбранным за базу сравнения. Базисным будем считать 2013 год. Абсолютный базисный прирост рассчитаем по формуле 19:

$$\Delta Y_{б} = Y_i - Y_o, \quad (19)$$

где  $\Delta Y_{б}$  – абсолютный базисный прирост;

$Y_o$  – базисный уровень ряда.

$$\Delta Y_{б14} = 15\,261 - 14\,691 = 570 \text{ тыс. руб.};$$

$$\Delta Y_{б15} = 19\,690 - 14\,691 = 4\,999 \text{ тыс. руб.};$$

$$\Delta Y_{б16} = 20\,771 - 14\,691 = 6\,080 \text{ тыс. руб.}$$

2. Темп роста (Тр) – отношение уровней ряда динамики, выражающееся в коэффициентах и процентах.

Цепной темп роста определим как отношение текущего уровня к предыдущему по формуле 20:

$$Тр_{ц} = \frac{y_i}{y_{i-1}} \quad (20)$$

$$Тр_{14} = \frac{15\,261}{14\,691} \times 100\% = 103,88\%;$$

$$Тр_{15} = \frac{19\,690}{15\,261} \times 100\% = 129,02\%;$$

$$Тр_{16} = \frac{20\,771}{19\,690} \times 100\% = 105,49\%$$

Базисный темп роста – отношение каждого последующего уровня к одному и тому же уровню, принятому за базу сравнения. Определим по формуле 21:

$$Тр_{б} = \frac{y_i}{y_o} \quad (21)$$

$$TP_{14} = \frac{15\,261}{14\,691} \times 100\% = 103,87\%;$$

$$TP_{15} = \frac{19\,690}{14\,691} \times 100\% = 134,03\%;$$

$$TP_{16} = \frac{20\,771}{14\,691} \times 100\% = 141,39\%.$$

3. Цепной темп прироста (Тпр) рассчитаем как отношение абсолютного прироста к предыдущему уровню ряда динамики по формуле 22:

$$T_{прц} = \frac{\Delta y_i}{y_{i-1}} \quad (22)$$

$$T_{прц14} = \frac{570}{14\,691} \times 100\% = 3,88\%;$$

$$T_{прц15} = \frac{4\,429}{15\,261} \times 100\% = 29,02\%;$$

$$T_{прц16} = \frac{1\,081}{19\,690} \times 100\% = 5,49\%.$$

Базисный темп прироста рассчитывается как отношение абсолютного прироста к базисному уровню ряда динамики по формуле 23:

$$T_{прц} = \frac{\Delta y_i}{y_0} \quad (23)$$

$$T_{прц14} = \frac{570}{14\,691} \times 100\% = 3,88\%;$$

$$T_{прц15} = \frac{4\,999}{14\,691} \times 100\% = 34,02\%;$$

$$T_{прц16} = \frac{6\,080}{14\,691} \times 100\% = 41,39\%.$$

Полученные данные объединим в расчетной таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Расчетная таблица, тыс. руб.

Го- ды	Выруч- ка, тыс.руб.	Абсолют- ный базисный прирост, тыс. руб.	Абсолют- ный цепной прирост, тыс. руб.	Темп роста базисный, %.	Темп роста цепной, %	Темп прироста базисный, %	Темп прироста цепной, %
2013	14 691	-	-	-	-	-	-
2014	15 261	570	570	103,88	103,88	3,88	3,88
2015	19 690	4 999	4 429	134,02	129,02	29,02	34,02
2016	20 771	6 080	1 081	141,39	105,49	5,49	41,39

Из таблицы видно, что выручка в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась. В 2015 и 2016 году выручка также увеличивалась.

Определим средний уровень выручки по формуле средней арифметической простой, где в числителе сумма уровней динамического ряда, а в знаменателе их число по формуле 24:

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} = \frac{70\,413}{4} = 17\,603,25 \text{ тыс. руб.} \quad (24)$$

Среднегодовой темп роста ряда динамики рассчитаем по формуле средней геометрической 25:

$$\overline{\text{Тр}} = \sqrt[n]{\text{ПТрц}} = \sqrt[n]{\text{Трбк}}, \quad (25)$$

где ПТр – произведение цепных коэффициентов роста (в коэффициентах);

Тр<sub>бк</sub> – конечный базисный темп роста (в коэффициентах);

n – число темпов.

$$\overline{\text{Тр}} = \sqrt[3]{3,88 \times 29,02 \times 5,49} = \sqrt[3]{618,16} = 8,52$$

Среднегодовой темп прироста ряда динамики:

$$\overline{\text{Тпр}} = \overline{\text{Тр}} - 1 = 8,52 - 1 = 7,52$$

Выручка ежегодно увеличивалась в среднем на 7,52 %.

Сумма цепных абсолютных приростов равна конечному базисному абсолютному приросту:

$$\sum \Delta Y_{ц} = 570 + 4\,429 + 1\,081 = 6\,080 \text{ тыс. руб.}$$

Выводы. С 2014 года выручка стала увеличиваться в среднем на 7,52%, что в абсолютном выражении составило +6 080 тыс. руб.

Проанализируем прибыль и рентабельность ООО «Информационное агентство «Да!»». Рассмотрим динамику прибыли в соответствии с таблицей 2.4.

Рассчитаем рентабельность деятельности ООО «Информационное агентство «Да!» за 2013-2016 годы. Общую рентабельность ООО «Информационное агентство «Да!» рассчитаем в соответствии с формулой 26:

$$P_{об} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВП}} \times 100\%, \quad (26)$$

где P<sub>об</sub> – общая рентабельность;

ЧП – чистая прибыль;

ВП – валовая прибыль.



$$P_{об13} = \frac{3311}{4438} \times 100\% = 74,6\%;$$

$$P_{об14} = \frac{1072}{1904} \times 100\% = 56,3\%;$$

$$P_{об15} = \frac{102}{1582} \times 100\% = 6,44\%;$$

$$P_{об16} = \frac{-467}{860} \times 100\% = -54,3\%.$$

Динамика рентабельности ООО «Информационное агентство «Да!» за 2013-2016 гг. (%) показана на рисунке 2.2.

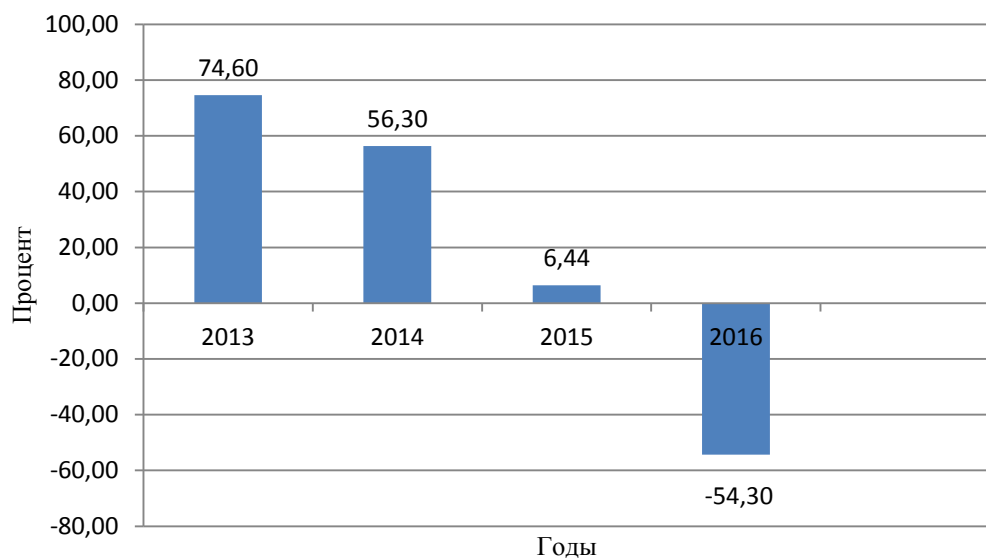


Рисунок 2.2 – Динамика рентабельности агентство за 2013-2016 гг., %

Вывод. В 2013 году на каждый рубль произведенных расходов получена прибыль 74,6 рублей, в 2014 –(+ 56,3 рублей), в 2015 – (+6,44 рублей). В 2016 году произошло снижение рентабельности. На каждый рубль произведенных расходов в 2015 году получен убыток (-54,3 рубля). Общая рентабельность сократилась вследствие значительного снижения прибыли ООО.

Проанализируем прибыль и рентабельность ООО «Информационное агентство «Да!»». Рассмотрим динамику прибыли в соответствии с таблицей 2.4.

Таблица 2.4 – Динамика прибыли и рентабельности агентства, тыс. руб.

Показатели	2013	2014	2015	2016	Абсолютное изменение (+,-), руб.			Относительное изменение, %		
					14/13	15/14	16/15	14/13	15/14	16/15
Прибыль до налогообложения, руб.	3763	1518	757	283	-2245	-761	-474	40,34	49,87	37,38
Налог на прибыль, руб.	452	446	658	750	-6	+212	+92	98,67	147,53	113,98
Чистая прибыль, руб.	3311	1072	102	-467	-2239	-970	-365	32,38	9,51	-457,84
Рентабельность, %	74,6	56,3	6,44	-54,3	-18,3	-49,86	-60,74	75,47	11,44	-843,17

По данным таблицы 2.4 можно отметить, что во всех рассматриваемых периодах величина прибыли до налогообложения была положительной. Согласно таблице 2.4 ежегодно возрастал налог на прибыль, который уменьшал конечный финансовый результат его деятельности, т.е. чистую прибыль.

Главный абсолютный показатель эффективности деятельности агентства – финансовый результат. Проанализируем динамику чистой прибыли ООО «Информационное агентство «Да!». Согласно данным таблицы 2.4, 2016 году агентство не получила прибыли.

Так, если в 2013 году чистая прибыль составляла 3311 тыс. рублей, то в 2016 году она сократилась и установилась на отметке (-467 тыс. рублей).

Динамика чистой прибыли за 2013-2016 гг. ООО «Информационное агентство «Да!» показана в соответствии с рисунком 2.3.

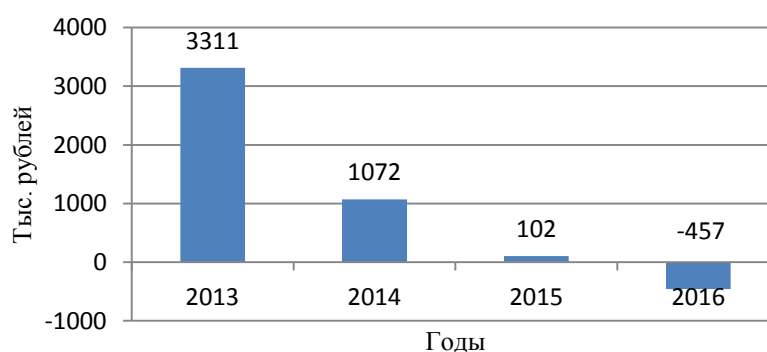


Рисунок 2.3 – Динамика чистой прибыли агентство за 2013-2016 гг., тыс. руб.

Проведем факторный анализ прибыли от продаж с целью оценки резервов повышения эффективности производства, то есть поиска путей максимизации прибыли компании. Для проведения анализа составим аналитическую таблицу 2.5, источником которой служат данные бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах (1 и 2 форма баланса). Индекс изменения цен взят с сайта Госкомстата РФ [24].

Таблица 2.5 – Аналитическая таблица для факторного анализа прибыли от продаж

Показатели	2015 г., тыс. руб.	2016 г., тыс. руб.	Абсолютное изменение, тыс. руб.	Относительное изменение, %
Выручка от продажи продукции, работ или услуг	19 690	20 771	+1081	+5,5%
Себестоимость	18 108	19 911	+1 803	+9,95%
Прибыль от продаж	1 582	860	-722	-45,64%
Индекс изменения цен	1,00	1,15	0,15	15,0%
Объем реализации в сопоставимых ценах	19 690	18 062	- 1628	- 8,27%

Определим влияние факторов на сумму прибыли: изменение объема продаж; изменение ассортимента реализованной продукции; изменение себестоимости продукции; изменение цены реализации продукции.

1. Для определения влияния объема продаж на прибыль умножим прибыль 2015 на изменение объема продаж.

Выручка от реализации товаров предприятия в 2016 году составила 20 771 тыс. рублей. Для начала определим объем продаж в базисных ценах ( $\frac{20771}{1,15}$ ), который составил 18 062 тыс. рублей. С учетом этого изменение объема продаж за анализируемый период составило 91,73% ( $\frac{18062}{19690} \times 100\%$ ), то есть произошло снижение реализованной продукции на – 8,27%. За счет снижения объема продажи продукции прибыль от продажи продукции, работ, услуг снизилась:

$$1\,582 \times (-0,0827) = -130,83 \text{ тыс. рублей.}$$

2. Влияние ассортимента продаж на величину прибыли определим сопоставлением прибыли отчетного периода, рассчитанной на основе цен и себестоимости базисного периода, с базисной прибылью, пересчитанной на изменение объема реализации.

Прибыль 2016 года, исходя из себестоимости и цен 2015 года, определяем с некоторой долей условности:

- выручка от продажи 2016 года в ценах 2015 года (18 062 тыс. рублей);
- фактически реализованная продукция, рассчитанная по базисной себестоимости:

$$18\,108 \times 0,9173 = 16\,610,45 \text{ тыс. руб.}$$

- прибыль 2016 года, рассчитанная по базисной себестоимости и базисным ценам:

$$18\,062 - 16\,610,45 = 1\,451,55 \text{ тыс. рублей;}$$

Таким образом, влияние сдвигов в структуре ассортимента на величину прибыли от продаж равно:

$$1\,451,55 - (1\,582 \times 0,9173) = +0,38 \text{ тыс. рублей}$$

Произведенный расчет показывает, что в составе реализованной продукции увеличился удельный вес продукции с большим уровнем доходности.

3. Влияние изменения себестоимости на прибыль определим, сопоставляя себестоимость продукции 2016 года с затратами 2015 года, пересчитанными на изменение объема продаж:

$$(18\,108 \times 0,9173) - 19\,911 = -3\,300,53 \text{ тыс. руб.}$$

4. Для определения влияния цен реализации продукции, работ, услуг на изменение прибыли сопоставим объем продаж 2016 года, выраженного в ценах отчетного (2016) и базисного (2015) периода:

$$20\ 771 - 18\ 062 = 2\ 709 \text{ тыс. руб.}$$

Подводя итог, посчитаем общее влияние всех перечисленных факторов:

- влияние объема продаж – (– 130,83 тыс. руб.);
- влияние структуры ассортимента реализованной продукции – (+ 0,38 тыс. руб.);
- влияние себестоимости – (– 3 300,53 тыс. руб.);
- влияние цен реализации – (+2 709 тыс. руб.);
- общее влияние факторов – (– 722 тыс. руб.).

Сумма прибыли увеличилась за счет увеличения в структуре ассортимента реализованной продукции с большим уровнем доходности и увеличением цен реализации. Одновременно уменьшился объем продаж, и увеличилась себестоимость продукции. В итоге общая сумма прибыли в 2016 году уменьшилась по сравнению с 2015 годом на 722 тыс. рублей.

В связи с тем, что эффективность функционирования предприятия зависит от рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов сначала определим частные показатели использования основных и оборотных средств, трудовых ресурсов и финансовых вложений.

Рассчитаем эффективность использования основных средств: фондоотдачу, рентабельность основных средств; окупаемость основных средств.

Для расчета определим среднегодовую сумму основных средств по бухгалтерскому балансу, используя формулу 25:

$$ОС_{ср.г} = \frac{ОС_{нг} + ОС_{кг}}{2}, \quad (25)$$

где  $ОС_{нг}$  – сумма основных средств на начало года;

$ОС_{кг}$  – сумма основных средств на конец года.

Фондоотдачу вычислим по формуле 6:

$$\Phi O_{oc14} = \frac{15261}{\frac{988+1985}{2}} = \frac{15261}{1486,5} = 10,26;$$

$$\Phi O_{oc15} = \frac{19690}{\frac{1985+3460}{2}} = \frac{19690}{2722,5} = 7,23;$$

$$\Phi O_{oc16} = \frac{20771}{\frac{3460+2220}{2}} = \frac{20771}{2840} = 7,31.$$

Рентабельность основных средств определим по формуле 7:

$$P_{oc14} = \frac{1072}{1486,5} \times 100\% = 72,12\%;$$

$$P_{oc15} = \frac{102}{2722,5} \times 100\% = 3,75\%;$$

$$P_{oc16} = \frac{-467}{2840} \times 100\% = -16,44\%.$$

Окупаемость основных средств рассчитаем по формуле 8:

$$Oкуп_{oc14} = \frac{1486,5}{1072} = 1,39;$$

$$Oкуп_{oc15} = \frac{2722,5}{102} = 26,69;$$

$$Oкуп_{oc16} = \frac{2840}{-467} = -6,08$$

Для удобства анализа сведем полученные данные в таблицу 2.6.

Таблица 2.6 – Эффективность использования основных средств

«Информационным агентством «Да!», 2013-2016гг.

Показатель	2014	2015	2016
Фондоотдача	10,26	7,23	7,31
Рентабельность	72,12	3,75	-16,44
Окупаемость основных средств	1,39	26,69	-6,08

Как видим, фондоотдача, характеризующая долю произведенной и реализованной продукции на 1 рубль основных средств, в 2014 году составила 10,26. В 2015 году фондоотдача уменьшилась на 3,3 по сравнению с 2014 годом. В 2016 году фондоотдача увеличилась по сравнению с 2015 годом на 0,08, но по сравнению с 2014 годом уменьшилась на 2,95. Таким образом, оборачиваемость основных средств в 2016 году, хотя и увеличилась, но остается низкой.

Рентабельность основных средств каждый год уменьшается. Наибольшая рентабельность была в 2014 году (72,12). В 2015 году – 3,75; 2016 – (-16,44). Это

свидетельствует об убыточности деятельности «Информационного агентства «Да!» в 2016 году.

В 2016 году финансовые средства, вложенные в основные средства предприятия, не были окуплены (-6,08), на что повлияло снижение чистой прибыли. Чистая прибыль уменьшилась в связи с долгами по налогам и сборам.

Проанализируем рентабельность оборотных средств по показателям: оборачиваемости оборотных средств в днях; коэффициент оборачиваемости, т.е. оборачиваемость оборотных средств в разгах; рентабельность оборотных средств.

Коэффициент оборачиваемости, показывающий количество совершенных оборотов в течение отчетного года, рассчитаем по формуле 10:

$$\text{Об.об. ср}_{14} = \frac{15261}{2888} = 5,28;$$

$$\text{Об.об. ср}_{15} = \frac{19690}{4508} = 4,37;$$

$$\text{Об.об. ср}_{16} = \frac{20771}{5290,5} = 2,51.$$

Итак, коэффициент оборачиваемости с каждым годом уменьшается, что свидетельствует об излишнем накоплении оборотных средств.

Оборачиваемость оборотных средств в днях определим по формуле 9:

$$\text{Об об.ср.}_{14} = \frac{365}{5,28} = 69,12;$$

$$\text{Об об.ср.}_{15} = \frac{365}{4,37} = 83,52;$$

$$\text{Об об.ср.}_{16} = \frac{365}{2,51} = 145,41.$$

Оборачиваемость оборотных средств в днях увеличивается. В 2015 году – на 14,4 дня в сравнении с 2014 годом, в 2016 году – на 61,89 дня в сравнении с 2015 годом и на 76, 29 дня в сравнении с 2014 годом. Этот показатель свидетельствует, что число дней, за которые предприятие получает выручку, равную средней величине оборотных средств, увеличивается.

Рентабельность (окупаемость) оборотных средств определим по формуле 11:

$$P_{\text{об.ср.}_{14}} = \frac{1072}{2888} \times 100\% = 37,12\%;$$

$$P_{\text{об.ср.15}} = \frac{102}{4508} \times 100\% = 22,63\%;$$

$$P_{\text{об.ср.16}} = \frac{-467}{5290,5} \times 100\% = -8,83\%.$$

Таким образом, в 2014 году на один рубль оборотных средств приходилось 37,12% прибыли; в 2015 – 22,63%; в 2016 – (-8,83%). В 2016 году предприятие терпело убытки, оборотные средства себя не окупили.

Проанализируем производительность труда в ООО «Информационное агентство «Да!». Производительность труда рассчитаем по формуле 28:

$$P_{\text{тр}} = \frac{B}{r}, \quad (28)$$

где  $P_{\text{тр}}$  – товарооборот;

$B$  – выручка;

$r$  – среднесписочная численность работающих за определенный период времени.

$$P_{\text{тр13}} = \frac{14691}{25} = 587,64 \text{ тыс. руб.};$$

$$P_{\text{тр14}} = \frac{15261}{25} = 610,44 \text{ тыс. руб.};$$

$$P_{\text{тр15}} = \frac{19690}{25} = 787,6 \text{ тыс. руб.};$$

$$P_{\text{тр16}} = \frac{20771}{25} = 830,84 \text{ тыс. руб.}$$

Динамика производительности труда за 2013-2016 гг. ООО «Информационное агентство «Да!»» показана в соответствии с рисунком 2.4.



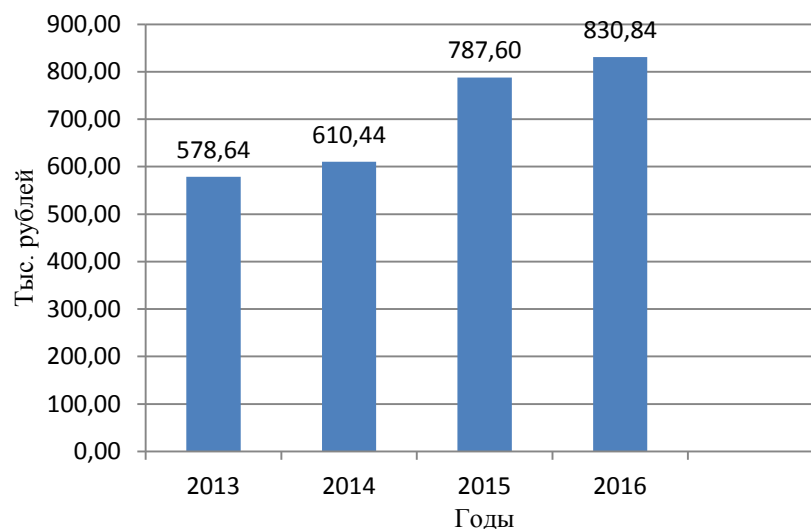


Рисунок 2.4 – Динамика производительности труда за 2013-2016 гг., тыс. руб.

Производительность труда ежегодно растет. Следовательно, функционирование персонала результативно. На снижение чистой выручки влияет выплата текущего налога на прибыль. По отчету о финансовых результатах текущий налог на прибыль больше, чем прибыль до налогообложения. Это связано с тем, что бухгалтерская прибыль до налогообложения отклоняется от налогооблагаемой прибыли, обусловленная наличием постоянной и переменной разницы.

Постоянные налоговые обязательства увеличивают текущий налог на прибыль относительно условного налога и формируются вследствие следующих факторов:

- корректировки (увеличения) налоговых доходов в соответствии с нормами ст. 40 Налогового кодекса РФ. Бухгалтерские доходы ниже налоговых, так как цены сделок в целях налогообложения увеличиваются в соответствии с рыночными ценами;

- превышения фактических расходов, учитываемых при формировании бухгалтерской прибыли над расходами, принимаемыми для целей налогообложения, по которым предусмотрены ограничения по расходам (затраты по компенсации за использование личного транспорта,

представительские расходы, расходы на отдельные виды рекламы, расходы по командировкам, проценты по долговым обязательствам);

– наличие расходов, не признаваемых в целях налогообложения (отдельные виды вознаграждений и премий работникам, оплата путевок сотрудникам, материальная помощь).

Выводы по второму разделу

«Информационное агентство «Да!» – организация, предоставляющая клиентам широкий выбор рекламных услуг по подготовке, планированию, проведению и размещению рекламы. Информационное агентство играет положительную роль в связи торговли и производства.

Анализ эффективности функционирования предприятия показал следующие результаты.

Рентабельность основных средств каждый год уменьшается. Наибольшая рентабельность была в 2014 году (72,12). В 2015 году – 3,75; 2016 – (-16,44). Это свидетельствует об убыточности деятельности «Информационного агентства «Да!» в 2016 году. В 2016 году финансовые средства, вложенные в основные средства предприятия, не были окуплены (-6,08), на что повлияло снижение чистой прибыли. Чистая прибыль уменьшилась в связи с долгами по налогам и сборам. В 2014 году на один рубль оборотных средств приходилось 37,12% прибыли; в 2015 – 22,63%; в 2016 – (-8,83%). В 2016 году предприятие терпело убытки, оборотные средства себя не окупали.

С 2014 года выручка стала увеличиваться в среднем на 7,52%, что в абсолютном выражении составило +6 080 тыс. руб.

Сумма прибыли увеличилась за счет увеличения в структуре ассортимента реализованной продукции с большим уровнем доходности и увеличением цен реализации. Одновременно уменьшился объем продаж, и увеличилась себестоимость продукции. В итоге общая сумма прибыли в 2016 году уменьшилась по сравнению с 2015 годом на 722 тыс. рублей.

В 2013 году на каждый рубль произведенных расходов получена прибыль 74,6 рублей, в 2014 –(+ 56,3 рублей), в 2015 – (+6,44 рублей). В 2016 году произошло снижение рентабельности. На каждый рубль произведенных расходов в 2015 году получен убыток (-54,3 рубля). Общая рентабельность сократилась вследствие значительного снижения прибыли ООО.

Производительность труда ежегодно растет. Функционирование персонала результативно. На снижение чистой выручки влияет выплата текущего налога на прибыль. По отчету о финансовых результатах текущий налог на прибыль больше, чем прибыль до налогообложения. Это связано с тем, что бухгалтерская прибыль до налогообложения отклоняется от налогооблагаемой прибыли, обусловленная наличием постоянной и переменной разницы.

### 3 ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА «ДА!»

#### 3.1 Рекомендации по повышению эффективности деятельности агентства

Проанализировав эффективность деятельности «Информационного агентства «Да!» и выявив существующие проблемы, мы подготовили некоторые рекомендации, способствующие увеличению прибыльности предприятия.

Предлагаем следующие варианты увеличения прибыльности:

1. увеличить сумму прибыли от продаж;
2. уменьшить сумму налогооблагаемой базы текущего налога на прибыль.

Резервы увеличения суммы прибыли:

- увеличение объема реализации продукции;
- повышение цен;
- снижение себестоимости продукции.

Увеличение объема реализации продукции. «Информационное агентство «Да!» может предоставлять полные разработки и рекламирование определенных товаров для торговых фирм. Такие разработки будут способствовать укреплению имиджа информационного агентства и увеличит линейку предлагаемых услуг.

Например. Фиксированный годовой бюджет на рекламу чая элитных сортов составляет 1 425 684 рублей в год. Рекламный бюджет входит в постоянные затраты торгового предприятия.

Расчет бюджета рекламной компании.

Годовой бюджет рекламы = оплата работы сотрудников + затраты на PR + реклама в СМИ + реклама на носителях.

Бюджет рекламной компании по продвижению на рынке чая элитных сортов показан в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Бюджет рекламной компании на 2019 год

Бюджет рекламы	Сумма в месяц (руб.)	Сумма в год (руб.)
<b>1. Оплата сотрудников</b>		
Оплата специалиста	20 000	240 000
Итого	20 000	240 000
<b>2. Затраты на PR</b>		
Промо- и PR-акции	20 000	240 000
Дегустация	15 000	180 000
Итого	35 000	420 000
<b>3. Реклама в СМИ</b>		
Реклама в Интернете: Баннеры	3000	36 000
Реклама на ТВ	5 300	63 600
Реклама на радио «ЕвропаПлюс» 104 FM	24 000	288 000
Реклама в прессе «Златоустовский рабочий», «Суббота»	5600 +1240 = 6 840	82 080
Итого	39 140	469 680
<b>4. Реклама на носителях</b>		
Уличные баннеры	4 167	50 000
Информационные листовки для внутреннего оформления магазина, для раздачи и акций	5 000	60 000
Реклама в месте продажи (календарики)	2 500	30 000
Магнитики на холодильник	6 000	72 000
Объемные наклейки	1 000	12 000
Флайеры	6 000	72 000
Итого	24 667	296 004
Общий итог	118 807	1 425 684

1. Оплата сотрудников = оплата специалиста = 20 000 рублей в месяц x 12 = 240 000 руб. в год

2. PR = (работа сотрудника, которая уже посчитана – работа со СМИ, создание бренда) + выставки, промо- и PR-акции и дегустации = 35 000 руб./мес. x 12 = 420 000 руб./год.

3. Реклама в СМИ = реклама в Интернете (баннеры + SEO [повышение необходимости] + распространение информации статьи, новости, реклама на отраслевых порталах; последнее уже оплачено в заработной плате сотрудника) + реклама на ТВ + реклама на радио + реклама в прессе = 39 140 руб./мес. x 12 = 469 680 руб.

4. Реклама на носителях = уличные баннеры + вывески на магазинах и внутреннее оформление магазина (плакаты, буклеты) + печать плакатов, листовок и буклетов для раздачи и для акций = 24 667руб./мес. x 12 = 296 004 руб./год.

Стоимость медиапланирования 10% от бюджета рекламной компании:

$$C_{мп} = \frac{1\,425\,684 \text{ руб.}}{100} \times 100 = 142\,568 \text{ рублей}$$

Всего в год можно составить до пяти медиапланов. Таким образом, «Информационное агентство «Да!» получит дополнительную выручку в размере:

$$142\,568 \text{ руб.} \times 5 = 712\,840 \text{ руб.}$$

Медиаплан продвижения на потребительском рынке чая элитных сортов представлен в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Медиаплан продвижения на потребительском рынке чая элитных сортов на январь месяц 2019 года

Работы	Описание	Количество	Единица измерения	Цена, руб.	Стоимость, руб.	Сроки
<b>Наружная реклама</b>						
Установка баннера, печать, монтаж		1	1 месяц	4167 руб.	4167 руб.	До 10 января
Итого					4167 руб.	
<b>Пресса</b>						
Газета «Златоустовский рабочий»	Городская информационная газета выходит пять раз в неделю, формата А3.Черно-белые полосы и цветные полосы 20 выходов в месяц	Модуль 10 кв. см	1 выход	280 руб.	5600 руб.	В течение месяца

Продолжение таблицы 3.2

Работы	Описание	Количество	Единица измерения	Цена, руб.	Стоимость, руб.	Сроки
Газета «Суббота»	Городская рекламная газета «Суббота» выходит четыре раза в месяц, формата А3. Черно-белые полосы. 4 объявления в месяц	Модуль 10 кв. см.	1 выход	310 руб.	1240 руб.	4 раза в месяц
Итого					6 840 руб.	
<b>Радио</b>						
Радио	«ЕвропаПлюс», 104FM	Рекламный ролик 20 сек. С 7ч 00мин до 20ч 00мин. 1 выход в день. 30Дней. 30 Выходов	Выход	1490 руб. создание ролика + 800 руб.	25 490 руб.	В течение месяца
<b>Телевидение</b>						
Местное телевидение	Программа «Вестник» выходит три раза в неделю	Рекламный ролик 30 секунд в 18 часов 3 выхода в неделю 12 Выходов	Показ	1700 руб. создание ролика + 300 руб. показ	5 300 руб.	Со 2 января
Итого					5300 руб.	
<b>Интернет</b>						
Интернет баннер	Ежедневно	500 000	Баннер-показ	166 руб.	3 000 руб.	Со 2 января
Итого					3000 руб.	
<b>Полиграфия</b>						
Информационные листовки	Формат А5, с двусторонней печатью. Распространение	200	1 листовка	25 руб.	5 000	С 10 по 20 января

## Окончание таблицы 3.2

Работы	Описание	Количество	Единица измерения	Цена, руб.	Стоимость, руб.	Сроки
Реклама в месте продажи (календарики)	Формат А5, распространение среди посетителей магазина	500	1 календарик	5руб.	2 500	С 10 по 20 января
Магнитики на холодильник	Логотип «Красная игла»	300	1 магнитик	20 руб.	6 000	С 15 января
Объемные наклейки	Логотип «Красная игла»	1000	1 наклейка	1 руб.	1000	С 20 января
Флайеры	«Глоток здоровья и энергии»	300		20 руб.	6 000	
Итого					20 500	
<b>Промо-мероприятия</b>						
Дегустация чая в магазине	Промо-акция	500	1 чашка	30 руб.	15 000	7 января
Итого					15 000	
Итого					80297	
Выбор и работа с подрядчиками, решение технических вопросов, просчет логистики, отбор персонала, контроль проекта на всех его этапах реализации. Предоставление итогового отчета по проведенному мероприятию, клиппинг материалов СМИ		1	Проект	15% от сметы	12045	В течение месяца
Итого					92 342	

В последующем медиаплан корректируется каждый месяц с учетом текущих цен на услуги полиграфии и СМИ.

Второй путь увеличения чистой прибыли «Информационного агентства «Да!» – уменьшение текущего налога на прибыль. В ст. 251 Налогового кодекса РФ (НК РФ) указываются доходы, не учитываемые при определении налоговой базы. Следовательно, агентство может вполне законно уменьшить налоговую базу.

1. В качестве привлечения интереса к своей продукции агентство может предоставить покупателям скидку или премию как бонус за своевременную



оплату товара. Скидки, представленные покупателю вследствие выполнения определенных условий договора можно принять в состав прочих (внереализационных) расходов (подп. 19.1 п.1 ст. 265 НК РФ).

Например, при изготовлении визиток покупателю при своевременной оплате товара предоставляется скидка 3%. Стоимость одной простой визитки 4 рубля 60 копеек. Покупатель заказывает 1 000 визиток.

Общая стоимость товара = 4 руб. 60 коп. x 1 000 = 4 600 руб.

$$\text{Размер скидки} = \frac{4\,600}{100} \times 3 = 138 \text{ руб.}$$

Стоимость товара со скидкой = 4 600 руб. – 138 руб. = 4462 руб.

Следовательно, с одного заказа можно принять в состав прочих (внереализационных) расходов 138 рублей.

При условии 10 заказов тиражом 1 000 экз. в год в состав внереализационных доходов можно принять:

$$138 \text{ руб.} \times 10 = 1\,380 \text{ руб.}$$

При условии изготовления визиток с ламинацией стоимость одной визитки составляет 14 рублей. Покупатель заказывает 1 000 визиток. Скидка – 3%.

Общая стоимость товара = 14 руб. x 1 000 = 14 000 руб.

$$\text{Размер скидки} = \frac{14\,000}{100} \times 3 = 420 \text{ руб.}$$

Стоимость товара со скидкой = 14 000 руб. – 420 руб. = 13 580 руб.

Следовательно, с одного заказа можно принять в состав прочих (внереализационных) расходов 420 рублей.

При условии 10 заказов тиражом 1 000 экз. в год в состав внереализационных доходов можно принять:

$$420 \text{ руб.} \times 10 = 4\,200 \text{ руб.}$$

2. Для уменьшения налоговой базы по налогу на прибыль фирма может предоставить скидки или премии без изменения цены единицы товара. В этом случае полученная скидка или премия рассматривается как безвозмездно полученное имущество (письмо Минфина России от 20 декабря 2006 г. № 03-03-04/1/847). Расходы на благотворительные мероприятия относятся к прочим

расходам. На эту сумму фирма имеет право уменьшить налогооблагаемую базу по налогу на прибыль.

Например. На складе осталась нереализованная продукция: ламинированные карманные календари (500 штук) и ламинированные магниты (500 штук). Цена карманных календарей – 8 руб./шт. Цена магнитов (70x100 мм) – 18 руб./шт.

Агентство продает продукцию со скидкой 3%, не изменяя при этом цену товара.

Стоимость карманных календарей = 8 руб. x 500 = 4 000 руб.;

Стоимость магнитов = 18 руб. x 500 = 9 000 руб.

Общая стоимость реализованной продукции = 4 000 + 9 000 = 13 000 руб.

Скидка 3% от 13 000 рублей =  $\frac{13\,000}{100} \times 3 = 390$  руб.

При условии проведения подобной продажи 2 раза в год фирма сможет уменьшить налогооблагаемую базу по налогу на прибыль на:

390 руб. x 2 = 780 руб.

3. Расходы на подготовку и переподготовку кадров можно учитывать в составе прочих расходов, связанных с производством и (или) реализацией (п. 3 ст. 264 НК РФ). Такое утверждение содержится и в письме Минфина России от 30 ноября 2006 г. №03-03-04/2/252. Учесть расходы, связанные с повышением квалификации работников, как расходы на подготовку и переподготовку кадров, можно, если с сотрудниками заключен трудовой договор. Направлять сотрудников разрешается в российские образовательные учреждения, имеющие соответствующую лицензию, либо в иностранные образовательные учреждения положенного статуса.

Так, обучая сотрудника по специальности 070701 «Реклама» в ЮУрГУ города Челябинска на заочном отделении, фирма потратит 52 000 рублей в год. Эта сумма будет учтена в составе прочих расходов и уменьшит налогооблагаемую базу по налогу на прибыль.

4. При приобретении оборудования или основных средств уместно воспользоваться лизингом (финансовой арендой). Ускоренная амортизация будет

применяться не организацией, а лизинговой компанией. Налог на прибыль уменьшается на сумму лизинговых платежей, уплаченных в отчетном периоде, так как такие платежи учитываются в составе прочих расходов.

Средняя стоимость режущего плоттера Mimaki CG-100 SRIII – 200 тыс. рублей. Срок полезного использования – 5 лет. Срок лизинга – 5 лет. Норма амортизации – 20%, ставка за кредит – 15%, размер компенсации лизинговой компании – 10% (в которые включена плата за дополнительные услуги), ставка НДС – 18%. Сумму лизинговых платежей рассчитывается линейным методом. Расчет среднегодовой стоимости лизинга режущего плоттера Mimaki CG-100 SRIII показан в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Расчет среднегодовой стоимости лизинга режущего плоттера Mimaki CG-100 SRIII, тыс. руб.

Период	Стоимость оборудования на начало периода	Годовая сумма амортизации	Стоимость оборудования на конец периода	Среднегодовая стоимость оборудования
1	200	40	160	180
2	160	40	120	140
3	120	40	80	100
4	80	40	40	60
5	40	40	–	20

Расчет суммы лизинговых платежей дан в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Расчет суммы лизинговых платежей, тыс. руб.

Период	Амортизационные отчисления	% за кредит	Компенсация лизинговой компании	Выручка, облагаемая НДС	НДС	Общая сумма лизинговых платежей
1	40	27	18	45	8,1	93,1
2	40	21	14	35	6,3	81,3
3	40	15	10	25	4,5	69,5
4	40	9	6	15	2,7	57,7
5	40	3	2	5	0,9	45,9

Общая сумма лизинговых платежей в первый год составит:

– амортизационные отчисления – 40 тыс. руб.;

- проценты за кредит – 27 тыс. руб.;
- компенсация лизинговой компании – 18 тыс. руб.;
- выручка по лизинговой сделке, облагаемая НДС – 45 тыс. руб.;
- НДС – 8,1 тыс. руб.;
- Итого: 93,1 тыс. руб.

Следовательно, налог на прибыль уменьшается сумму лизинговых платежей 93,1 тыс. руб., уплаченных в отчетном периоде. Платежи будут учтены в составе прочих расходов.

Таким образом, были предложены следующие варианты увеличения прибыльности:

1. Увеличение суммы прибыли от продаж.
2. Уменьшение налогооблагаемой базы текущего налога на прибыль.

Один из резервов увеличения суммы прибыли – увеличение объема реализации продукции с помощью введения в линейку услуг полных разработок и рекламирования определенных товаров для торговых фирм.

Второй путь увеличения чистой прибыли «Информационного агентства «Да!» – уменьшение налогооблагаемой базы текущего налога на прибыль включает: предоставление покупателям скидки или премии как бонуса за своевременную оплату товара; скидки или премии без изменения цены единицы товара; расходы на подготовку и переподготовку кадров; пользование необходимым оборудованием через лизинг (финансовую аренду).

### 3.2 Результативность предложенных рекомендаций

Рассмотрев возможности повышения эффективности деятельности «Информационного агентства «Да!», проанализируем эффективность наших предложений.

В таблице 3.5. показаны фактические и скорректированные показатели деятельности «Информационного агентства «Да!».

Таблица 3.5 – Финансовые результаты деятельности ООО «Информационное агентство «Да!», тыс. руб. фактические и прогноз

Показатель	Факт.	Прогноз	Абсолютная разница, +/-
Выручка	20 771	21 483	+ 712
Себестоимость производства	19 911	19 911	-
Валовая прибыль (убыток)	860	1 572	+ 712
Прибыль (убыток) от продаж	860	1 572	+ 712
Прочие доходы			
Прочие расходы	577	728	+ 151
Прибыль (убыток) до налогообложения	283	844	+ 561
Текущий налог на прибыль	750	599	-151
Чистая прибыль (убыток)	- 467	245	+712

Динамика прогнозируемых финансовых результатов деятельности ООО «Информационного агентства «Да!» представлена на рисунке 3.1.

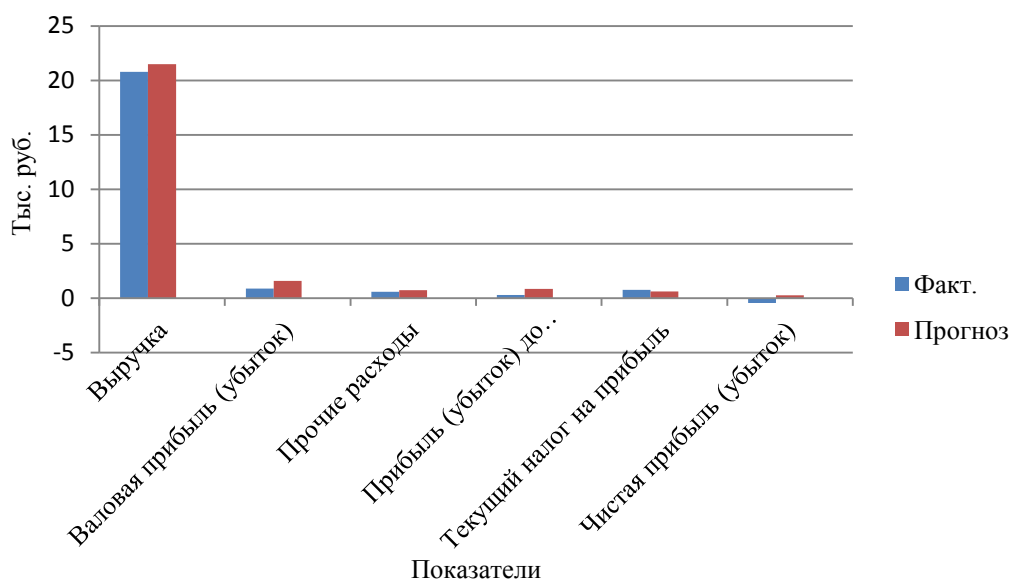


Рисунок 3.1 – Динамика прогнозируемых финансовых результатов деятельности ООО «Информационного агентства «Да!»

Сравнительный анализ текущих и прогнозируемых показателей финансовых результатов деятельности ООО «Информационного агентства «Да!» дает возможность сделать следующие выводы.

Предложенные рекомендации позволят увеличить общую выручку на 712 тыс. руб. при неизменной себестоимости производства.

Прочие расходы увеличатся на 151 тыс. руб., тем самым данные налогового учета будут скорректированы (уменьшены) на основании НК РФ на 151 тыс. рублей.

Прибыль до налогообложения увеличится на 561 тыс.руб. Таким образом скорректированная чистая прибыль составит 245 тыс. руб. Учитывая измененный текущий налог на прибыль (-15 тыс. руб.), абсолютная разница между фактической и скорректированной чистой прибылью составит + 712 тыс. руб.

Таким образом, предложенные пути повышения эффективности деятельности «Информационного агентства «Да!» действенны. Они увеличивают прибыль и уменьшают налогооблагаемую базу текущего налога на прибыль.

Выводы по третьему разделу

Проанализировав эффективность деятельности «Информационного агентства «Да!», мы предложили следующие варианты увеличения прибыльности:

1. Увеличение суммы прибыли от продаж.
2. Уменьшение текущего налога на прибыль.

Один из резервов увеличения суммы прибыли – увеличение объема реализации продукции с помощью введения в линейку услуг полные разработки и рекламирование определенных товаров для торговых фирм. Это принесет дополнительную выручку в размере 712 840 рублей.

Второй путь увеличения чистой прибыли «Информационного агентства «Да!» – уменьшение налогооблагаемой базы текущего налога на прибыль включает: предоставление покупателям скидки или премии как бонуса за своевременную оплату товара; скидки или премии без изменения цены единицы товара; расходы

на подготовку и переподготовку кадров; пользование необходимым оборудованием через лизинг (финансовую аренду).

Предоставление покупателям скидки за своевременную оплату товара уменьшит налогооблагаемую базу на 1 380 руб.; предоставление скидок или премии без изменения цены единицы товара – на 780 руб.; обучение сотрудника по специальности 070701 «Реклама» в ЮУрГУ города Челябинска на заочном отделении – на 52 тыс. руб.; приобретение оборудования в финансовую аренду – на 93,1 тыс. руб.

Сравнительный анализ текущих и скорректированных показателей финансовых результатов деятельности ООО «Информационного агентства «Да!» показал, что предложенные пути повышения эффективности деятельности «Информационного агентства «Да!» действенны.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе исследования нами были проанализированы проблемы повышения эффективности функционирования предприятия. Сформулирована сущность понятия. Определена система показателей определяющих эффективности деятельности предприятия. Выявлены основные направления повышения эффективности деятельности. Проанализирована деятельность «Информационного агентства «Да!». Разработаны рекомендации и определена эффективность функционирования «Информационного агентства «Да!».

Были сделаны следующие основные выводы.

Эффективность функционирования предприятия – эффект от вкладываемого в производство затрат труда, проявляющегося в виде производимой продукции, услуг, финансовых результатов. Расчет эффективности проводят как соотношение между затратами и результатами. Это – итоговый, синтетический и качественный показатель функционирования предприятия. На эффективность функционирования предприятия влияют разнообразные факторы, как внешней среды, так и внутренней. Факторы взаимосвязаны и влияют друг на друга. Эффективность функционирования предприятия рассчитывается через систему показателей экономической деятельности. Обобщающим показателем эффективности считается рентабельность. Она комплексно отражает использование материальных, денежных и трудовых ресурсов. Используя принципы и инструменты методик описанных в литературе, а также практику работы отечественных предприятий хозяйствующий субъект может значительно повысить эффективность производства, качество продукции, производительность труда, снизить материальные и временные затраты, сократить время выполнения заказов, уменьшить период освоения новых изделий, повысить конкурентоспособность предприятия.

«Информационное агентство «Да!» – организация, предоставляющая клиентам широкий выбор рекламных услуг по подготовке, планированию,



проведению и размещению рекламы. Информационное агентство играет положительную роль в связи торговли и производства.

Анализ эффективности функционирования предприятия показал следующие результаты. Рентабельность основных средств каждый год уменьшается. Наибольшая рентабельность была в 2014 году (72,12). В 2015 году – 3,75; 2016 – (-16,44). Это свидетельствует об убыточности деятельности «Информационного агентства «Да!»» в 2016 году. В 2016 году финансовые средства, вложенные в основные средства предприятия, не были окуплены (-6,08), на что повлияло снижение чистой прибыли. Чистая прибыль уменьшилась в связи с долгами по налогам и сборам. В 2014 году на один рубль оборотных средств приходилось 37,12% прибыли; в 2015 – 22,63%; в 2016 – (-8,83%). В 2016 году предприятие терпело убытки, оборотные средства себя не окупали.

С 2014 года выручка стала увеличиваться в среднем на 7,52%, что в абсолютном выражении составило +6 080 тыс. руб.

Сумма прибыли увеличилась за счет увеличения в структуре ассортимента реализованной продукции с большим уровнем доходности и увеличением цен реализации. Одновременно уменьшился объем продаж, и увеличилась себестоимость продукции. В итоге общая сумма прибыли в 2016 году уменьшилась по сравнению с 2015 годом на 722 тыс. рублей.

В 2013 году на каждый рубль произведенных расходов получена прибыль 74,6 рублей, в 2014 – (+ 56,3 рублей), в 2015 – (+6,44 рублей). В 2016 году произошло снижение рентабельности. На каждый рубль произведенных расходов в 2015 году получен убыток (-54,3 рубля). Общая рентабельность сократилась вследствие значительного снижения прибыли ООО.

Производительность труда ежегодно растет. Функционирование персонала результативно. На снижение чистой выручки влияет выплата текущего налога на прибыль. По отчету о финансовых результатах текущий налог на прибыль больше, чем прибыль до налогообложения. Это связано с тем, что бухгалтерская

прибыль до налогообложения отклоняется от налогооблагаемой прибыли, обусловленная наличием постоянной и переменной разницы.

Проанализировав эффективность деятельности «Информационного агентства «Да!», мы предложили следующие варианты увеличения прибыльности:

1. Увеличение суммы прибыли от продаж.
2. Уменьшение налогооблагаемой базы текущего налога на прибыль.

Увеличение объема реализации продукции с помощью введения в линейку услуг полные разработки и рекламирование определенных товаров для торговых фирм. Это принесет дополнительную выручку в размере 712 840 рублей.

Второй путь увеличения чистой прибыли «Информационного агентства «Да!» – уменьшение налогооблагаемой базы текущего налога на прибыль включает: предоставление покупателям скидки или премии как бонуса за своевременную оплату товара; скидки или премии без изменения цены единицы товара; расходы на подготовку и переподготовку кадров; пользование необходимым оборудованием через лизинг (финансовую аренду).

Предоставление покупателям скидки за своевременную оплату товара уменьшит налогооблагаемую базу на 1 380 руб.; предоставление скидок или премии без изменения цены единицы товара – на 780 руб.; обучение сотрудника по специальности 070701 «Реклама» в ЮУрГУ города Челябинска на заочном отделении – на 52 тыс. руб.; приобретение оборудования в финансовую аренду – на 93,1 тыс. руб.

Сравнительный анализ текущих и скорректированных показателей финансовых результатов деятельности ООО «Информационного агентства «Да!» показал, что предложенные пути повышения эффективности деятельности «Информационного агентства «Да!» действенны.

Таким образом, рекомендации по повышению эффективности функционирования предприятия «Информационного агентства «Да!» разработаны, их эффективность определена. Цель выпускной квалификационной работы достигнута.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдукаримов, И.Т. Факторный анализ и методика цепных подстановок / И.Т. Абдукаримов // Актуальные вопросы экономики и управления. – 2015. – Т.10. – С. 7-11.
2. Абдукаримов, И.Т. Эффективность и финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятия: критерии и показатели их характеризующие, методика оценки и анализа / И.Т. Абдукаримов, Н.В. Тен // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 5-6. – С. 11-20.
3. Абчук, В.А. Менеджмент / В.А. Абчук. – Спб.: Союз, 2012. – 463 с.
4. Алексеева, О.А. Практическая реализация основных направлений повышения эффективности использования основных производственных фондов / О.А. Алексеева, Ю.И. Тысевич // Кант. – 2012. – № 2(5). – С. 3-10.
5. Алтухова, М.В. Оценка эффективности продвижения нового товара / М.В. Алтухова // Планово-экономический отдел. – 2015. – № 2. – С. 12-14.
6. Анализ эффективности деятельности предприятия / И.И. Мазурова и др. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 113 с.
7. Баканов, М.И. Теория экономического анализа / М.И.Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2107. – 416 с.
8. Банк, В.Р. Финансовый анализ: учебное пособие / В.Р. Банк, С.В. Банк, Л.В. Тараскина. – М.: ВЕЛБИ, 2006. – 344 с.
9. Бариленко, В.И. Анализ финансовой отчетности / В.И. Бариленко, С.И. Кузнецов, Л.К. Плотникова, О.В. Кайро. – М.: КНОРУС, 2012. – 432 с.
10. Безрукова, Т.Л. Классификация показателей оценки эффективности экономической деятельности предприятия / Т.Л. Безрукова, А.Н. Борисов, И.И. Шанин // Общество: политика, экономика, право. – 2012. – № 1. – С. 73-80.
11. Бережливое производство: основные методы и инструменты: Национальный стандарт Российской Федерации. ГОСТ Р 56407-2015. – М.: Стандартиформ, 2015. – 18 с.

12. Блажевич, О.Г. Рентабельность предприятия — важнейший показатель эффективности деятельности предприятия / О.Г. Блажевич, А.Л. Сулейманова // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2015. – № 4. – С. 67-75.
13. Блажевич, О.Г. Теоретические аспекты повышения эффективности финансовых показателей предприятия / О.Г. Блажевич // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2013. – № 4. – С. 28-34.
14. Блажевич, О.Г. Управление денежными потоками в организации / О.Г. Блажевич // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2015. – № 1. – С. 12-18.
15. Вайкок, М.А. Сбалансированная система показателей оценки эффективности деятельности промышленного предприятия / М.А. Вайкок // Актуальные вопросы современной науки. – 2014. – № 38. – С. 206-213.
16. Васин, С.М. Природа и сущность понятия эффективности системы управления предприятием / С.М. Васин, О.А. Мамонова // Вектор науки ТГУ. – 2012. – №4. – С. 229-232.
17. Вахрушина, М.А. Анализ финансовой отчетности / М.А. Вахрушина, Н.С. Пласкова. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 367 с.
18. Веселовский, М.Я. Теоретические подходы к определению эффективности деятельности промышленных предприятий / М.Я. Веселовский, М.С. Абрашкин // Вопросы региональной экономики. – 2013. – № 3(16). – С. 95-114.
19. Вумек, Д.П. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Д.П. Вумек. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 474 с.
20. Галицкая, С.В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятий: [комплексный подход к управлению финансами] / С.В. Галицкая. – Москва: Эксмо, 2012. – 649 с.
21. Гиляровская, Л.Т. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / Л.Т. Гиляровская, Д.В. Лысенко, Д.А. Ендовицкий. – М.: Проспект, 2008. – 360 с.

22. Государственный стандарт ГОСТ Р ИСО 9000-2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь». – М.: Гостандарт, 2001. – 68 с.

23. Елифанова, Т.В. Совершенствование системы показателей эффективности деятельности предприятий малого и среднего бизнеса / Т.В. Елифанова // Новые технологии. – 2013. – № 2. – С. 35-42.

24. Индекс потребительских цен по итогам 2017 года: официальные данные Росстата [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://promdevelop.ru/news/indekse-potrebitelskih-tsen-po-itogam-2017-goda-rosstat/>

25. Канке, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / А.А. Канке, И.П. Кошечкина. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 288 с.

26. Карпушин, Е.С. Факторы, влияющие на эффективность функционирования предприятий / Е.С. Карпушин, Я.И. Уланова // Экономика. Бизнес. Право. – 2017. – № 7-9. – С. 39-44.

27. Карсунцева, О.В. Организационно-экономическая модель повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия / О.В. Карсунцева // Вектор науки ТГУ. – 2014. – № 1. – С. 122-126.

28. Керничная, Т.А. Сущность эффективности деятельности предприятия и показатели ее измерения / Т.А. Керничная // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями. – 2014. – № 2. – С. 111-113.

29. Кнышова, Е.И. Менеджмент / Е.И. Кнышова. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2006. – 304 с.

30. Макконнелл, К.Р. Экономикс. Т.1 / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – М.: Инфра-М., 2003. – 456 с.

31. Морозова, О.Л. Анализ особенностей функционирования предприятий малого бизнеса / О.Л. Морозова, И.Ю. Куприянова // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2009. – № 38. – С. 240-245.

32. Наугольнова, И.А. Отечественный и зарубежный опыт применения системы бережливого производства на промышленных предприятиях / И.А. Наугольнова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2014. – № 170. – С. 95-99.
33. Орлова, Е.А. Оценка эффективности деятельности предприятия с использованием сбалансированной системы показателей // Е.А. Орлова, С.Ю. Липалина // Вестник Московского университета МВД России. – 2013. – № 11. – С. 221-227.
34. Петрова, Л.В. Бережливое производство как инструмент управления экономической эффективностью транспортной компании / Л.В. Петрова, Е.Ю. Федорова // Транспортное дело в России. – 2015. – № 2. – С. 71-77.
35. Пещанская, И.В. Финансовый менеджмент: краткосрочная финансовая политика / И.В. Пещанская. – М.: Экзамен, 2016. – 400 с.
36. Полищук, Е.В. Требования, предъявляемые к системе показателей эффективности деятельности предприятия / Е.В. Полищук // Вестник ВГУ. Сер. «Экономика и управление». – 2012. – № 2. – С. 182-189.
37. Рекламное агентство полного цикла «Да!» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан.– Режим доступа: <http://da74.ru/>.
38. Ронова, Г.Н. Финансовый анализ / Г.Н. Ронова, С.Е. Попова, В.Л. Слепунин. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2007. – 211 с.
39. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 425 с.
40. Селезнева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности организации / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2012. – 583 с.
41. Семенов, А.К. Основы менеджмента / А.К. Набоков, В.И. Семенов. – М.: Дашков и К, 2008. – 556 с.

42. Собченко, Н.В. Факторы, влияющие на инновационную деятельность хозяйствующих субъектов / Н.В. Собченко, Л.В. Кулешова // Научный журнал КубГАУ. – 2011. – № 71. – С. 1-10.
43. Толпегина, О.А. Анализ финансовой отчетности / О.А. Толпегина. – М.: МИЭМП, 2009. – 196 с.
44. Тютюкова, О.В. Оценка эффективности деятельности предприятия / О.В. Тютюкова, И.В. Ситникова // Науковедение. – 2013. – № 3. – С. 1-5.
45. Устав Общества с ограниченной ответственностью «Информационное агентство «Да!». – Златоуст, 2017. – 22 с.
46. Фетисов, Г.Г. Устойчивость банковской системы и методология ее оценки: дис. ... д-ра экон. наук / Г.Г. Фетисов. – М., 2003. – 425 с.
47. Филиппов, А.А. Теоретико-методологические подходы к исследованию проблемы эффективности деятельности предприятия / А.А. Филиппов // Инновационная экономика: материалы Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 177-185.
48. Хейне, П. Экономический образ мышления / П. Хейне. – М.: Каталаксия, 1997. – 704 с.
49. Чараева, М.В. Основные направления повышения рентабельности промышленных предприятий в России / М.В. Чараева // Вестник Пермского университета. Серия «Экономика». – 2012. – Вып. 4. – С. 33-39.
50. Шорохова, Л.В. К проблеме повышения эффективности функционирования производственных систем отечественных предприятий / Л.В. Шорохова // Науковедение. – 2014. – Вып. 5. – С. 1-11.
51. Яркина, Т.В. Основы экономики предприятия / Т.В. Яркина. – М.: РГИУ, 2015. – 85 с.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Формулы расчета показателей эффективности деятельности предприятия (по О.Г. Блажевич и А.Л. Сулеймановой)

Наименование показателя	Экономический смысл	Формула расчета
<b>Показатели эффективности продаж</b>		
Валовая прибыльность (убыточность) реализованной продукции	$\frac{\text{валовая прибыль}}{\text{выручка от реализации}}$	$\frac{\text{стр. 2100 ф2}}{\text{стр. 2110 ф. 2}}$
Операционная прибыльность (убыточность) реализованной продукции	$\frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{выручка от реализации}}$	$\frac{\text{стр. 2200 ф2}}{\text{стр. 2110 ф. 2}}$
Чистая прибыльность (убыточность) реализованной продукции	$\frac{\text{чистая прибыль}}{\text{выручка от реализации}}$	$\frac{\text{стр. 2400 ф2}}{\text{стр. 2110 ф. 2}}$
<b>Показатели эффективности производства</b>		
Прибыльность (убыточность) операционной деятельности	$\frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{операционные расходы}}$	$\frac{\text{стр. 2200 ф2}}{(\text{стр. 2120} + \text{стр. 2210} + \text{стр. 2220})\text{ф. 2}}$
Прибыльность (убыточность) обычной деятельности	$\frac{\text{прибыль от обычной деят.}}{\text{расходы обычной деят.}}$	$\frac{\text{стр. 2300 ф2}}{\text{стр. (2120} + \text{2210} + \text{2220} + \text{2330} + \text{2350})\text{ф. 2}}$
Чистая прибыльность (убыточность) деятельности	$\frac{\text{чистая прибыль}}{\text{расходы обычной деят.}}$	$\frac{\text{стр. 2400 ф2}}{\text{стр. (2120} + \text{2210} + \text{2220} + \text{2330} + \text{2350})\text{ф. 2}}$



## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Профессиональное оборудование «Информационного агентства «Да!»

Название технического средства	Характеристика
 <p>УФ принтер A4 UV (180x300мм) для печати на любом материале.</p>	<p>УФ-LED принтер A4 для печати на любой поверхности                      Печать УФ-отверждаемыми чернилами                      Материалы: стекло, ПВХ пластик, сталь, кожа, дерево                      Возможна печать белым цветом и глянец                      Печать на материалах высотой до 15мм                      Цветовая схема CMYK+ 2White                      Планшетный УФ принтер A4, максимальный Формат печати 210×300мм                      Разрешение печати до 1440×1440dpi                      УФ-лампа не нуждается в разогреве</p>
 <p>Тампонный станок TIC-181S</p>	<p>Количество красок 1                      Максимальная высота изделия 80 мм                      Тип станка - полуавтоматический.                      Производительность 1800 шт/час                      Длина печати 75 мм                      Ширина печати 75 мм</p>
 <p>Термопресс вакуумный для 3D-сублимации A3 (ST-3042)</p>	<p>Высококачественный перенос изображений на поверхность изделий под действием высокой температуры и давления.                      Рабочая зона: 300x420x110 мм.                      Контроллер: Цифровой контроль температуры и времени;                      Питание: 220-250V(AC);                      Потребляемая мощность: 2.8 кВт;                      Габариты: 470x590x290 мм;                      Вес оборудования: 16 кг.</p>
 <p>Epson L850</p>	<p>Устройство: принтер/сканер /копир. Тип печати; цветная.                      Технология печати: пьезоэлектрическая струйная. Размещение: настольный.                      Максимальный формат печати: A4.                      Количество цветов: 6. Максимальное разрешение для цветной печати 5760x1440 dpi.                      Скорость печати: 37 стр/мин (ч/б A4), 38 стр/мин (цветн. A4).                      Тип сканера: планшетный</p>

Окончание таблицы Б.1

Название технического средства	Характеристика
	<p>Максимальный размер сканирования: 216x297 мм  Глубина цвета: 24 бит. Разрешение сканера: 1200x2400 dpi.  Максимальное разрешение копира (ч/б): 1200x2400 dpi  Максимальное разрешение копира (цветн.): 1200x2400 dpi  Плотность бумаги: 64-300 г/м2. Печать на: карточках, пленках, этикетках, фотобумаге, CD/DVD, глянцевой бумаге, конвертах, матовой бумаге. Количество картриджей: 6</p>
 <p>Плоттер Canon iPF770</p>	<p>Устройство: широкоформатный принтер. Тип печати: цветная. Технология печати: термическая струйная  Размещение: напольный  Максимальный формат печати: A0  Печать фотографий: есть Количество цветов: 5  Максимальное разрешение для ч/б печати 2400x1200 dpi  Максимальное разрешение для цветной печати 2400x1200 dpi  Печать на: пленках, фотобумаге, глянцевой бумаге, матовой бумаге, рулоне  Количество картриджей - 6  Тип чернил: пигментные  Объем памяти: 256 Мб  Потребляемая мощность (при работе): 140 Вт  Область применения: плакаты, рекламная продукция, чертежи, схемы, максимальная ширина печати 914 мм,</p>

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица В.1 – SWOT-анализ деятельности Информационного агентства «Да!»

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S):	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W):
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Хороший имидж организации.</li> <li>2. Широкий спектр предоставляемых услуг.</li> <li>3. Индивидуальный подход к каждому клиенту.</li> <li>4. Ориентация деятельности агентства в значительной степени на удовлетворение потребностей клиентов</li> <li>5. Высокая квалификация персонала</li> <li>6. Система обучения новых работников</li> <li>7. Известность в качестве лидера рынка в г. Златоуст</li> <li>8. Большой штат работников</li> <li>9. Собственный сайт агентства</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Неудобное месторасположение, а именно нахождение в спальном районе города</li> <li>2. Отсутствие парковочных мест</li> </ol>
ВОЗМОЖНОСТИ (O):	УГРОЗЫ (T):
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расширение ассортимента продукции, услуг</li> <li>2. Развитие информационных технологий</li> <li>3. Использование современного оборудования</li> <li>4. Возможность обслуживания дополнительных групп потребителей</li> <li>5. Победы на выставках, тендерах.</li> <li>6. Привлечение новых клиентов</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возможность появления новых конкурентов.</li> <li>2. Изменение вкусов и потребностей клиентов.</li> </ol>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Бухгалтерский баланс ООО «Информационное агентство «ДА!»»

На <u>31 декабря</u> 16 ____ г.		Коды	
	Дата (число, месяц, год)	0710001	
Организация <u>ООО Информационное агентство «ДА!»</u>	по ОКПО	31   12   2016	
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	45656363	
Вид экономической деятельности <u>Деятельность рекламных агентств</u>	по ОКВЭД	7404027410	
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью</u>	по ОКОПФ/ОКФС	1 23 00   16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	383	
Местонахождение (адрес) г. Златоуст, проспект 30-летия Победы, 12 НЕТ, 106			

Код	Наименование показателя	На 31 декабря		
		20 16 г.	20 15 г.	20 14 г.
1110	АКТИВ I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ Нематериальные активы			
1120	Результаты исследований и разработок			
1130	Основные средства	2220	3460	1985
1140	Доходные вложения в материальные ценности			
1150	Финансовые вложения			
1160	Отложенные налоговые активы			
1170	Прочие внеоборотные активы			
1100	Итого по разделу I	2220	3460	1985
1210	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ Запасы	332	267	97
1220	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям			
1230	Дебиторская задолженность	3604	3952	3355
1240	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)			
1250	Денежные средства и денежные эквиваленты	1975	451	894
1260	Прочие оборотные активы			
1200	Итого по разделу II	5911	4670	4346
1600	БАЛАНС	8131	8130	6331

## Окончание приложения Г

Код	Наименование показателя	На 31 декабря 20 16 г.	На 31 декабря 20 15 г.	На 31 декабря 20 14 г.
1310	ПАССИВ III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	25	25	25
1320	Собственные акции, выкупленные у акционеров			
1340	Переоценка внеоборотных активов			
1350	Добавочный капитал (без переоценки)			
1360	Резервный капитал			
1370	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	5563	5095	4993
1300	Итого по разделу III	5588	5120	5018
1410	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства	2324	2931	1259
1420	Отложенные налоговые обязательства			
1430	Оценочные обязательства			
1450	Прочие обязательства			
1400	Итого по разделу IV	2324	2931	1259
1510	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства			
1520	Кредиторская задолженность	219	79	54
1530	Доходы будущих периодов			
1540	Оценочные обязательства			
1550	Прочие обязательства			
1500	Итого по разделу V	219	79	54
1700	БАЛАНС	8131	8130	6331

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### Бухгалтерский баланс ООО «Информационное агентство «ДА!»»

На 31 декабря 20 15 г.

	Форма по ОКУД	Коды		
	Дата (число, месяц, год)	0710001		
Организация <u>ООО Информационное агентство «ДА!»</u>	по ОКПО	31	12	2016
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	45656363		
Вид экономической деятельности <u>Деятельность рекламных агентств</u>	ИНН по ОКВЭД	7404027410		
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью</u>	по ОКОПФ/ОКФС	1 23 00	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	383		
Местонахождение (адрес) г. Златоуст, проспект 30-летия Победы, 12 НЕТ, 106				

Код	Наименование показателя	На 31 декабря 20 15 г.	На 31 декабря 20 14 г.	На 31 декабря 20 13 г.
	<b>АКТИВ</b>			
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
1110	Нематериальные активы			
1120	Результаты исследований и разработок			
1130	Основные средства	3460	1985	988
1140	Доходные вложения в материальные ценности			
1150	Финансовые вложения			
1160	Отложенные налоговые активы			
1170	Прочие внеоборотные активы			
1100	Итого по разделу I	3460	1985	988
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
1210	Запасы	267	97	105
1220	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям			
1230	Дебиторская задолженность	3952	3355	498
1240	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)			
1250	Денежные средства и денежные эквиваленты	451	894	827
1260	Прочие оборотные активы			
1200	Итого по разделу II	4670	4346	1430
1600	<b>БАЛАНС</b>	8130	6331	2419

Код	Наименование показателя	На 31 декабря 20 15 г.		На 31 декабря 20 14 г.		На 31 декабря 20 13 г.	
	<b>ПАССИВ</b>						
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>						
1310	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	25		25		25	
1320	Собственные акции, выкупленные у акционеров						
1340	Переоценка внеоборотных активов						
1350	Добавочный капитал (без переоценки)						
1360	Резервный капитал						
1370	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	5095		4993		1629	
1300	Итого по разделу III	5120		5018		1654	
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>						
1410	Заемные средства	2931		1259		0	
1420	Отложенные налоговые обязательства						
1430	Оценочные обязательства						
1450	Прочие обязательства						
1400	Итого по разделу IV	2931		1259		0	
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>						
1510	Заемные средства						
1520	Кредиторская задолженность	79		54		766	
1530	Доходы будущих периодов						
1540	Оценочные обязательства						
1550	Прочие обязательства						
1500	Итого по разделу V	79		54		766	
1700	<b>БАЛАНС</b>	8130		6331		2419	

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### Отчет о финансовых результатах

На 31 декабря 2016 г.

	Дата (число, месяц, год)	Коды		
Форма по ОКУД		0710001		
Дата (число, месяц, год)		31	12	2016
Организация <u>ООО Информационное агентство «ДА!»</u> по ОКПО		45656363		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	7404027410		
Вид экономической деятельности <u>Деятельность рекламных агентств</u> по ОКВЭД				
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью</u> по ОКОПФ/ОКФС		1 23 00	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	383		

Пояснения	Наименование показателя	На 31 декабря 2014 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2016 г.
2110	Выручка	15261	19690	20771
2120	Себестоимость производства	13357	18108	19911
2100	Валовая прибыль (убыток)	1904	1582	860
2210	Коммерческие расходы			
2220	Управленческие расходы			
2200	Прибыль (убыток) от продаж	1904	1582	860
2310	Доходы от участия в других организациях			
2320	Проценты к получению			
2330	Проценты к уплате			
2340	Прочие доходы	220		
2350	Прочие расходы	606	825	577
2300	Прибыль (убыток) до налогообложения	1518	757	283
2410	Текущий налог на прибыль	446	658	750
2430	Изменения отложенных налоговых обязательств			
2460	Прочее			
2400	Чистая прибыль (убыток)	1072	102	-467



## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

### Отчет о финансовых результатах

На <u>31 декабря</u> 20 <u>15</u> г.		Форма по ОКУД	Коды	
			0710001	
	Дата (число, месяц, год)		31	12
			2016	
Организация <u>ООО Информационное агентство «ДА!»</u>		по ОКПО	45656363	
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	7404027410	
Вид экономической деятельности <u>Деятельность рекламных агентств</u>		по ОКВЭД		
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью</u>		по ОКОНП/ОКФС	1 23 00	16
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ	383	

Пояснения	Наименование показателя	На 31 декабря 2013 г.	На 31 декабря 2014 г.	На 31 декабря 2015 г.
2110	Выручка	14691	15261	19690
2120	Себестоимость производства	10253	13357	18108
2100	Валовая прибыль (убыток)	4438	1904	1582
2210	Коммерческие расходы			
2220	Управленческие расходы			
2200	Прибыль (убыток) от продаж	4438	1904	1582
2310	Доходы от участия в других организациях			
2320	Проценты к получению			
2330	Проценты к уплате			
2340	Прочие доходы	9	220	
2350	Прочие расходы	684	606	825
2300	Прибыль (убыток) до налогообложения	3763	1518	757
2410	Текущий налог на прибыль	452	446	658
2430	Изменения отложенных налоговых обязательств			
2460	Прочее			
2400	Чистая прибыль (убыток)	3311	1072	102