

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

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, директор  
ООО «Каменный пояс»

\_\_\_\_\_ А.А. Богачева  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,  
д.э.н., доцент

\_\_\_\_\_ Т.А.  
Худякова  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

Повышение эффективности работы предприятия ООО «Каменный  
пояс» посредством расширения спектра предоставляемых услуг

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ  
ЮУрГУ –38.03.02. 2019.664. ПЗ ВКР

Руководитель работы,  
к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_ Д.С. Лысенко  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

Автор работы,  
студент группы ЗЭиУ-571

\_\_\_\_\_ Н.Э. Дротоиз  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

Нормоконтролер,  
старший преподаватель

\_\_\_\_\_ М.Г. Трубеева  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

Челябинск 2019

## АННОТАЦИЯ

Дротоиз, Н.Э. Повышение эффективности работы предприятия ООО «Каменный пояс» посредством расширения спектра предоставляемых услуг.– Челябинск: ЮУрГУ, ЗЭиУ-571, 98 с., 13 ил., 28 табл., библиогр. список – 76 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки и обоснования проекта расширения услуг в контексте повышения эффективности работы ООО «Каменный пояс».

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит основные теоретические основы понятия экономическая эффективность, изучаются способы ее определения.

Практическая часть выпускной квалификационной работы включает характеристику рынка ювелирных изделий в РФ, описание деятельности ООО «Каменный пояс», анализ конкурентов, анализ финансового состояния предприятия.

В результате проведенной работы был создан и обоснован проект, направленный на расширение ассортимента услуг, рассчитан экономический эффект от внедрения проекта и рассмотрено изменение конкурентоспособности ООО «Каменный пояс» после внедрения предложенных изменений.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1 Экономическая эффективность предприятия: понятие, способы определения.....	8
1.2 Особенности повышения экономической эффективности предприятия..	17
1.3 Сущность и особенности услуг.....	23
2 АНАЛИЗ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ.....	31
2.1 Анализ российского рынка ювелирных изделий.....	31
2.2 Анализ рынка ювелирных изделий г. Челябинска.....	35
3 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «КАМЕННЫЙ ПОЯС».....	38
3.1 Общая характеристика предприятия ООО «Каменный пояс».....	38
3.2 Анализ эффективности деятельности ООО «Каменный пояс».....	39
3.3 Проект повышения эффективности деятельности предприятия и оценка экономической эффективности предложенных мероприятий....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	80
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	88
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	94
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Статистические данные.....	94
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Бухгалтерская отчетность.....	95
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Прогнозная бухгалтерская отчетность.....	97

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В числе понятий рыночной экономики ключевое место занимает категория экономической эффективности. Она становится своего рода «проявителем» результатов производственно-хозяйственной деятельности компании, показывает уровень ликвидности и финансовой устойчивости предприятия и характеризует степень рентабельности главных показателей, касающихся работы фирмы. Чтобы сделать деятельность компании более эффективной с экономической точки зрения, прибегают к систематическому анализу финансово-хозяйственной деятельности.

Такой анализ – это весьма эффективный экономический инструмент, с помощью которого удаётся решить несколько ключевых задач: во-первых, дать оценку реального состояния предприятия, учитывая изменяющиеся условия внешней и внутренней среды, во-вторых, вовремя увидеть недостатки фирмы и предпринять меры, чтобы устранить финансовые проблемы, в-третьих, найти резервы, способные повысить эффективность деятельности компании.

Кроме того, именно анализ – а точнее полученные в его ходе данные и выводы – становятся основой для принятия верных, адекватных ситуации и обоснованных управленческих решений, которые в итоге должны помочь в главном:

- повысить экономическую эффективность деятельности в целом и уровень ликвидности и платежеспособности в частности;
- улучшить финансовое состояние компании;
- определить резервы, позволяющие сделать использование основных фондов, материальных ресурсов, трудовых ресурсов и денежных средств более эффективным.

Актуальность и практическая значимость представленной в исследовании темы состоит в следующем: в современных рыночных условиях анализ финансово-хозяйственной деятельности есть главнейший экономический инструмент, необходимый как для разработки методологии повышения

экономической эффективности деятельности компании, так и для принятия корректных управленческих решений, опирающихся на реальную текущую ситуацию и построенные прогнозы.

Объект исследования – ООО «Каменный пояс».

Предмет исследования – организационно – экономические отношения, возникающие в процессе развития ООО «Каменный пояс».

Цель работы заключается в разработке способов и методов повышения экономической эффективности деятельности ООО «Каменный пояс», применив для этого анализ финансово-хозяйственной деятельности.

Для достижения необходимо выполнить следующие задачи:

- исследовать теоретические аспекты эффективности деятельности предприятия;
- проанализировать финансово-хозяйственную деятельность предприятия ООО «Каменный пояс»;
- выявить направления по повышению эффективности деятельности;
- разработать и оценить проект, направленный на повышение эффективности деятельности ООО «Каменный пояс».

Структурно работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников. В первой главе раскрыты теоретические аспекты оценки эффективности деятельности предприятия – понятие и способы определения эффективности. Во второй главе проведен анализ ювелирного рынка России и Челябинска. Третья глава содержит информацию об объекте исследования, проведена оценка стратегического положения и финансового состояния предприятия, предложен ряд мероприятий для улучшения финансового состояния компании, представлен прогноз финансового состояния и проведено сравнение текущего и прогнозного состояния ООО «Каменный пояс». В заключении делаются выводы по работе в целом. Приложения содержат документы бухгалтерской отчетности ООО «Каменный пояс» за три года и прогнозную отчетность.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1.1 Экономическая эффективность предприятия: понятие, способы определения

Рассматривая понятие «эффективность деятельности предприятия», в первую очередь обратимся к самой категории «эффективности», а потом, соединив её значение с пониманием деятельности предприятия, дадим окончательное определение названному понятию.

С точки зрения науки, эффективность – понятие многогранное, и его конкретные стороны находят отражение в разных теориях философии, педагогики, социологии, экономики, технических, управленческих и других наук. Отметим, что большая часть работ, посвященных «эффективности» в управлении, принадлежит иностранным исследователям.

Так, известный американский экономист и теоретик в области менеджмента П. Друкер считал, что эффективность есть следствие «правильного создания нужных вещей», при этом он обращал внимание на целевую направленность этой категории. Э.Дж. Долан ещё больше акцентировал целевую значимость понятия «эффективность». По мнению учёного, её суть, главным образом, состоит в том, чтобы выбрать правильные цели, поскольку на них «фокусируется вся энергия предприятия» [48].

Другое определение эффективности представили М.Х. Мескон, М. Альберт и Ф. Хедоури. Под эффективностью они понимают экономичность, измеряющую лучшие варианты применения ресурсов [48].

Известный ученый в сфере экономики и управления Г. Саймон, рассматривая понятие эффективности, объединил два ключевых параметра этой категории – целеустремленность и экономичность, и на основе этого предложил смотреть на эффективность как на ведущий способ, дающий возможность определить

«хорошее», «правильное» управление (как он понимал эти характеристики в своих трудах) [14].

Позиция Г. Саймона такова: руководство, основываясь на критерии эффективности, выбирает то или иное управленческое решение — такое, чтобы его внедрение смогло принести больше результатов от применения ресурсов. Согласно его точке зрения, эффективность по сути, как раз и есть «все то, что делает» компания [14]. Следовательно, при предварительно конкретизированном результате именно на основе эффективности происходит выбор альтернативы, которая будет для предприятия самой целесообразной. Эффективность проявляет, в какой степени компании удалось достичь поставленных целей при определенных обстоятельствах.

При этом применительно к изучению эффективности встаёт главный вопрос: насколько оптимально распределяются ресурсы с позиции фактических целей предприятия [13].

Мыслям Г. Саймона созвучно и мнение Д. Хана. Он считает, что сущность эффективности в умении «делать правильно намеченное» [1].

Вообще эту экономическую категорию – «эффективность» – уже довольно давно затрагивают многие иностранные и российские исследователи, однако до сих пор в научных трудах по экономике нет единого мнения, которое бы полно и обоснованно раскрыло сущность понятия. Как правило, «эффективность» понимают в широком смысле и опираются на точное значение слова «эффективный» – то есть действенный; такой, что приводит к результату [18].

В ходе исследования мы рассмотрели разные определения категории «эффективность» и увидели, что у этого термина нет единой однозначной трактовки. Основываясь на анализе и обобщении приведённых понятий, мы пришли к выводу, что по смыслу каждое из них условно можно причислить к экономическому или управленческому направлению.

С позиции экономики эффективность понимают, как соотношение:

– результата хозяйственной деятельности и затраченных ресурсов [31];

– итогового эффекта и затрат на достижение результата (производственных средств и рабочей силы) [32].

А в рамках управленческой позиции эффективностью стоит обозначить степень достижения целей, намеченных компанией, что не только находит выражение во взаимосвязи результатов и целей, но и определяет достигнутый эффект с позиции ресурсов (насколько рационально и оптимально были применены материальные, финансовые, трудовые и прочие ресурсы).

Видим, что эффективность относится к числу относительных категорий, поскольку в ходе определения эффективности всегда необходимо сравнивать некие объекты: чтобы выявить целевую направленность и полноту достигнутых результатов, проводят сравнение полученного эффекта и поставленных компанией целей; а при обращении к ресурсной стороне – сопоставляют итоговый эффект и затраты (включая виды и размеры ресурсов), которые понадобились, чтобы этот результат достичь.

Объекты анализа отличаются разнообразием, так как каждое предприятие следует за своими целями, достигает конкретных результатов, имеет какие-то ограниченные ресурсы и несет определенные затраты. Все это, конечно, усложняет определение эффективности и влечёт за собой необходимость комплексно подходить к этому аналитическому процессу.

Многие ученые, так или иначе изучавшие категорию эффективности, представляли ее как соотношение результата с целями или результата с затратами на его получение, но лишь немногие из них отмечали относительность этой величины и значимость временного аспекта. О том, что оценивать и определять эффективность необходимо за конкретный временной период, упоминали такие авторы, как А.Л. Устенко, В.М. Ячmeneва, М.В. Высочина, О.И. Сулима и другие.

Несомненно, учитывать временной ресурс необходимо и тогда, когда речь идёт о достижении целей с минимальными затратами (то есть с наименьшим использованием ресурсов), поскольку в этом случае всегда будет важно



учитывать и определенный промежуток времени, который понадобился, чтобы достичь конкретных результатов.

Концепция эффективности – универсальна, подходит для предприятий любых масштабов и всех видов деятельности, например, и для крупного промышленного предприятия, и для государственного учреждения, и для небольшой компании, предоставляющей услуги. Оговоримся, что субъект экономики может действовать как с целью извлечь прибыль, так и с целью получить другие результаты, к примеру, в ходе деятельности достичь какого-то конкретного социального эффекта. В итоге любой поставленной цели (какой бы природы она ни была) можно дать оценку: насколько эффективно она достигнута.

В процессе оценки деятельности компании, помимо эффективности, смотрят и на другой показатель – на результативность. Если по какой-либо причине итоги этих двух показателей оказываются неудовлетворительными, у компании возникают проблемы, и тогда необходимо принимать меры антикризисного управления, а в ряде случаев предприятие и вовсе приходится ликвидировать [9].

Прежде чем обращаться к показателям эффективности и результативности, нужно чётко разграничить понятия, тем более их нередко понимают как синонимы и путают между собой. Чтобы развести по смыслу две названные выше категории, обратимся к официальным источникам. В стандарте ГОСТ ISO 9000-2011 результативность определяют как «степень реализации запланированной деятельности для достижения запланированных результатов», а эффективность – как «связь между достигнутым результатом и использованными ресурсами» [1].

Зарубежные и отечественные экономисты-теоретики рассматривают результативность и эффективность в качестве взаимодополняющих категорий, полагая, что первая означает умение выбрать основную цель, а вторая – грамотно применять ресурсы для ее достижения.

Автор научных работ по экономике А.В. Сериков считает результативность частью понятия эффективность. По его мнению, эффективность есть «комплексный показатель бизнес-процесса, который характеризуется такими

свойствами, как результативность, ресурсоёмкость и оперативность», а результативность – это «способность процесса давать нужный результат» [42].

Интересна и значительна точка зрения известного экономиста и влиятельного теоретика менеджмента П. Друкера. Учёный особое внимание уделил отличиям этих похожих на первый взгляд терминам. Согласно его взгляду, результативность означает «делать правильные вещи», а «эффективность» – «делать вещи правильно».

В первую очередь, считает П. Друкер, компании нужно выбрать стратегию и целевой ориентир своей деятельности, а потом стремится достичь заявленных целей и при этом стараться свести затраты к минимуму. В результате «эффективное применение существующих ресурсов обязательно приведет к намеченному результату» [42].

Как мы увидели, ученые не выработали единого взгляда на категории «эффективность» / «результативность» и не дали конечного ответа, как соотносятся они между собой, однако это не мешает сказать, что все исследователи прослеживают взаимозависимость и взаимодополняемость категорий, при этом никаким образом не считают их тождественными.

По-разному авторы трактуют и показатель экономической эффективности. Рассмотрим ведущие точки зрения на этот вопрос.

Например, автор Б.Е. Бродский рассматривает показатель экономической эффективности в широком смысле, определяет его как «процесс получения максимума возможных благ от имеющихся ресурсов», при этом избегает конкретизации и анализа деятельности предприятия в совокупности, а также не разграничивает понятия «эффективность» и «экономическая эффективность» [48].

Более узкое понимание показателя экономической эффективности даёт А.В. Грачев, определяя его как «соотношение между полученными результатами производства – продукцией и услугами, с одной стороны, и затратами труда и средств производства – с другой». При такой трактовке экономическая

эффективность выступает синонимом эффективности производства [48]. По мнению Ф. Хедоури, «экономика должна использовать свои ресурсы с минимально возможными затратами, чтобы производить заданный набор товаров и услуг, обеспечивающий максимальное благосостояние людей».

Мы полагаем, что понятия «экономическая эффективность» и «эффективность» не являются синонимами, поэтому в рамках данного исследования будем рассматривать экономическую эффективность как часть общей эффективности предприятия, которая напрямую связана с его производственным процессом.

Основные составляющие эффективного результата деятельности организации согласно теории Т. Котарбинского представлены на рисунке 1.1.

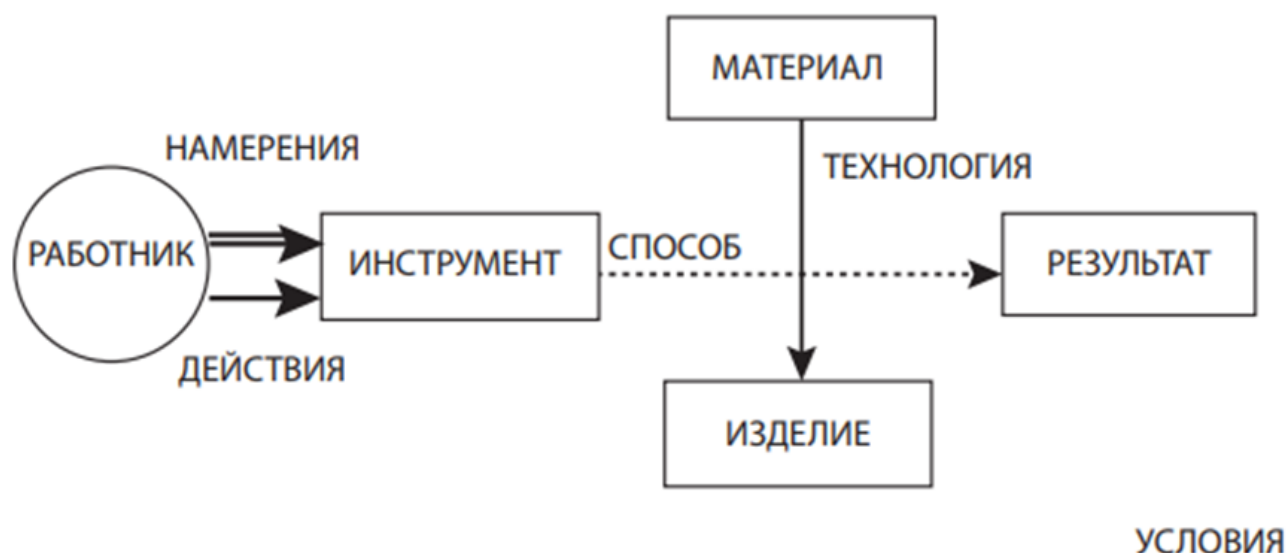


Рисунок 1.1 – Основные составляющие эффективного результата деятельности организации согласно теории Т. Котарбинского

Чтобы определить экономическую эффективность какого-то процесса, нужно сначала выявить затраты на его выполнение. Здесь нужно понимать, что малые затраты часто создают лишь видимость высокой эффективности и по существу не относятся к числу длительных конкурентных преимуществ компании. Экономическая эффективность производства рассчитывается по следующей формуле 1.1 [39]:

$$\mathcal{E} = \frac{P}{3}, \quad (1.1)$$

где, Э – экономическая эффективность предприятия;

Р – экономический результат от производства продукции;

З – затраты труда и средств производства.

Для определения экономического результата прибегают к прямым или косвенным показателям. Прямые – это показатели прибыли, выручки, объема производства; косвенные – качество товара, ввод новых производственных мощностей, масштабные и радикальные изменения. То есть, прямые показатели отражают качественные параметры, а косвенные – количественные. Стоит сказать, что прослеживается и такая связь: косвенные показатели определённым образом оказывают влияние на прямые показатели.

Для измерения затрат ресурсов применяют такие показатели, как:

- затраты трудовых ресурсов (число сотрудников);
- затраты материальных ресурсов – цена сырья и материалов, уложенных в себестоимость товара;
- долговременные затраты на основные производственные фонды;
- себестоимость товара [8].

Чтобы детально оценить экономическую эффективность предприятия, резонно обратиться к системе показателей рентабельности, фондоотдачи и фондоемкости, материалоемкости и материалоотдачи, производительности, оборачиваемости капитала и другие.

Все они дают возможность понять степень эффективности производства и позволяют найти ресурсы и резервы, чтобы повысить эффективность предприятия.

В таблице 1.1 представлена система показателей экономической эффективности предприятия [21,38].

Таблица 1.1 – Система показателей экономической эффективности предприятия

Показатель	Характеристика	Значение
Рентабельность	комплексно отражает степень эффективности использования всех	чем выше значение показателя, тем больше результат за счет одной

	видов ресурсов	единицы затрат
Оборачиваемость вложенных средств	определяет возврат вложенных средств, эффективность вложений	чем выше значение показателя, тем больше раз в год осуществляется оборот средств

Продолжение таблицы 1.1

Показатель	Характеристика	Значение
Фондоотдача	показатели характеризуют эффективность использования основных средств	чем выше значение показателя, тем больше рублей выручки приходится на единицу стоимости основных средств
Фондоемкость		чем меньше значение показателя, тем меньше единиц стоимости основных средств необходимо затратить, чтобы получить рубль выручки
Материалоемкость	показатели эффективности использования материальных ресурсов	чем меньше значение показателя, тем меньше удельный расход материалов на единицу продукции
Материалоотдача		чем больше значение показателя, тем больше продукции можно получить с единицы затраченных материалов
Производительность	характеризует эффективность использования труда	чем выше значение показателя, тем больше объем произведенной продукции в соотношении с понесенными трудовыми затратами

Оценка эффективности главным образом стимулирует текущую деятельность компании, но она также выполняет вторую задачу, касающуюся перспективы развития предприятия: на базе проведенной оценки можно поставить реалистичные цели и определить «контрольные точки» для диагностической деятельности. Это в перспективе позволит выявить «узкие места» и направить фирму к желаемым результатам.

Какой способ производства называют экономически эффективным? Такой, когда выпуск продукции и затраты на него наилучшим образом сбалансированы, то есть когда не получится выпускать больше товаров, если не увеличить расходы на ресурсы, и в то же время когда не удастся сохранить текущий объем выпуска продукции, если применить меньше ресурсов одного типа и при этом не нарастить затраты на другие ресурсы.

Обратимся к ключевым показателям эффективности деятельности предприятия. Нас интересует комплексный подход к оценке, в рамках которого оперируют двумя типами показателей – финансовыми и социальными [3].

Все их условно разделяют на два раздела: субъективные и объективные показатели.

1 раздел: объективные (финансовые) показатели. К таковым относят следующие показатели:

- плодотворность деятельности (сигнализирует, достигнут ли итоговый результат относительно поставленных целей);
- результативность (измеряет количество и качество выпускаемой продукции за определенный период времени);
- отдача (дает возможность оценить, какой минимум трудовых затрат требуется, чтобы получить результат);
- доходность (проявляет, насколько эффективно применяли ресурсы; выявляет экономическую эффективность и прибыльность компании);
- безотходность (касается производственного процесса; минимизация отходов при производстве уменьшает степень загрязнения окружающей среды).

2 раздел: субъективные (социальные) показатели. К ним причисляют следующие виды:

- мотивация персонала (свидетельствует о психологической роли человека в обществе, о степени психической и физической подготовки);

- степень удовлетворения работника (отображает, как персонал относится к работе, насколько люди удовлетворены своим трудом, как сотрудники взаимодействуют между собой);

- постоянство кадрового состава;

- корпоративный дух компании (показывает, сплочен ли коллектив, придерживаются ли сотрудники общей концепции предприятия, хотят ли достигать высоких результатов команды; он же становится способом увидеть, верно ли выстроена и система взаимодействия членов коллектива и успешно ли действует руководящий состав).

## 1.2 Особенности повышения экономической эффективности предприятия

Одним из важнейших условий успешного функционирования предприятия является постоянное повышение эффективности его деятельности.

В рыночных критериях возможность малых предприятий устоять в условиях конкуренции и увеличить результативность своего бизнеса зависит от их возможности своевременно проявлять реакцию на изменение окружающей обстановки, принимать адекватные действия по ликвидации негативных причин и усилению собственных позиций.

Повышение эффективности деятельности малого предприятия, по мнению Л.А. Панфиль, является одним из главных «экономических рычагов не только в системе управления производством в целом, но и в системе внутривозвращенного планирования, контроля и анализа». В связи с этим главной задачей компании становится постоянно разрабатывать и проводить мероприятия, повышающие эффективность работы фирмы [33].

Прежде всего, стоит классифицировать факторы, которые влияют на эффективность и ее динамические изменения. После того как каждый фактор будет ранжирован по «весу» и приоритетности, станет возможным обоснованно работать над повышением эффективности, принимая оптимальные управленческие решения. Согласно универсальной и самой популярной классификации все факторы, которые так или иначе влияют на эффективность работы предприятия, разделяют на две группы: на внешние и внутренние.

В отношении внешних факторов в первую очередь можно назвать экономические, социальные и политические факторы, а также другие аспекты, связанные с инфраструктурой. Не подлежит сомнению, что от таких внешних моментов сильно зависит эффективность работы предприятия. В качестве примеров приведём две взаимосвязи: от образования персонала и обучаемости сотрудников зависит их квалификация и отношение к работе; а результаты технологического прогресса и комплекс научно-исследовательских разработок проявляют себя в конкретной компании через квалифицированных работников, современное оборудование и актуальный менеджмент. Сама компания не может активно управлять внешними факторами, хоть эти факторы определенным образом всегда касаются работы предприятия и его эффективности.

Что же касается внутренних факторов, они непосредственно относятся к компании, в какой-то мере индивидуальны для каждого предприятия и подконтрольны (то есть руководство при необходимости может на них повлиять). Отметим относительность деления на внешние и внутренние факторы, поскольку то, что для одной компании будет фактором внешним и не поддающимся изменению по ее воле, для другого предприятия может быть фактором внутренним и контролируемым. Пример таких отношений прослеживается на связи разных уровней: предприятие (для него фактор будет внешним) и правительство / национальные и региональные ассоциации / различные группы влияния (для них этот же фактор окажется внутренним). Названные институты на своём уровне способны внести усовершенствования в



налоговую политику и законодательство, сделать природные ресурсы более доступными, улучшить социальную инфраструктуру, изменить ценовую политику; а отдельным предприятиям все это, конечно, не под силу.

На рисунке 1.2 представлены факторы, влияющие на экономическую эффективность предприятия [6].



Рисунок 1.2 – Внешние факторы, влияющие на экономическую эффективность предприятия

В число внешних факторов, от которых существенно зависит экономическая эффективность компаний в масштабах всего нашего государства, входят циклы деловой активности и структурные изменения. Под влиянием изменений структуры меняется экономическая эффективность работы одного предприятия, а

когда эти изменения касаются уже многих предприятий, трансформируются и общественные структуры.

Таким образом, подобные изменения по сути имеют двуединую природу: они и выступают результатом, и становятся стимулом развития экономики и социальной сферы. Многие предприятия недооценивают ресурсы, хотя они играют очень важную роль в деле повышения эффективности производства. В перечне значимых ресурсов, поступающих извне, стоят рабочая сила, земля, сырье и энергоносители, при этом крайне важна способность страны производить, мобилизовать и эффективно применять их.

Государство играет свою роль в процессе повышения эффективности производства. Его влияние передаётся посредством законов, нормативных актов или институциональной практики, также многое зависит от того, насколько эффективно трудятся сами госорганы.

Казалось бы, раз конкретные предприятия не могут повлиять на внешние факторы, то и обращать на них внимание будет излишним. На самом же деле изучать эти факторы все же стоит, поскольку предприятия, которые проводят гибкую политику и учитывают разные аспекты, способны лучше строить прогнозы на долгосрочную перспективу, перенаправлять и подстраивать свою деятельность, чтобы в конечном итоге извлекать больше выгоды и повышать эффективность своей деятельности [12].

Теперь перечислим внутренние факторы. Их принято делить на три группы по логической последовательности производственного процесса: 1) вход (исходные ресурсы), 2) непосредственно процесс производства (когда имеющиеся ресурсы становятся готовой продукцией) и 3) результат (готовые товары или услуги, которые компания продаёт).

Повышение экономической эффективности во многом зависит от того, насколько качественно все три вида факторов удастся сбалансировать и скоординировать между собой. Так, если компания на входе тратит слишком много ресурсов, но не обращает внимание на преобразование их в продукцию, то

какая-то доля ресурсов, вероятно, будет задействована зря, а в случае с детально проработанным производственным процессом компания имеет продукцию высокого качества и при этом способна сделать расход имеющихся ресурсов более экономичным.

На рисунке 1.3 представлены внутренние факторы, связанные с деятельностью самого предприятия и влияющие на экономическую эффективность [6].



Рисунок 1.3 – Внутренние факторы, влияющие на экономическую эффективность предприятия

Как мы уже говорили, важны все этапы, так что даже при балансе первых двух нельзя забывать об оптимальной проработке и третьего логического звена. Даже если элементы находятся в балансе на входе и производство находится на высоком уровне, то для грамотного распределения ресурсов (чтобы не растратить их просто так) предприятие должно уделить внимание

финальному этапу – продаже товаров и их дальнейшее обслуживание; только так будет достигнута главная цель любого производственного процесса, которая, напомним, состоит в том, чтобы успешно реализовать произведённый товар.

В числе факторов, способных повлиять на эффективность деятельности производства, важными оказываются также организационно-экономические аспекты. Они тем более значимы, чем более масштабным становится производства и чем более сложно встраиваются хозяйственные связи. Организационно-экономический компонент необходим, чтобы социально-производственная инфраструктура развивалась и совершенствовалась, что, в свою очередь, влияет на эффективность производства [6].

В целом, одна из ведущих экономических задач как раз и состоит в том, чтобы повышать эффективность производственно-хозяйственной деятельности компании. Самым оптимальным и успешным решением различных экономических и социальных задач является резкое повышение эффективности всего общественного производства.

В силу того, как значимо постоянно работать над повышением эффективности, важным становится и способность производства вести корректный учёт и грамотный анализ уровня эффективности всех его средств и элементов. Чтобы определить и оценить эффективность, аналитики и руководители прибегают к методам количественного измерения, откуда вытекает необходимость установить критерий экономической эффективности. Обобщающим критерием экономической эффективности является уровень производительности общественного труда.

К основным способам, направленным на увеличение прибыли организации, относятся:

– снижение затрат. Этого можно добиться если сократить ценовые условия по закупкам, оптимизировать производство, оплату труда или сократить персонал;

- изменения в организационной системе, которые могут затрагивать структуру управления, принципы обслуживания клиентов;
- модернизация отдельных процессов либо всего производства в целом, которая позволит добиться увеличения производительности труда и к тому же снижения объёмов перерабатываемого сырья и отходов;
- увеличение маркетинговых коммуникаций.

Итак, на основании проведенных исследований приходим к выводу, что экономическая эффективность (нас интересует эффективность производства) имеет непосредственную связь с самим производственным процессом, а значит, связана с рядом влияющих на неё аспектов: это управление эффективностью качества, применение различных ресурсов (капитальных, материальных, трудовых, финансовых), использование современных технологий, внедрение каких-то инноваций и другие.

Все перечисленные параметры играют ключевую роль в деятельности производственного предприятия. Именно они определяют уровень конкурентоспособности продукции, а от этого зависит уровень прибыльности. В итоге экономическая эффективность всегда должна быть направлена на то, чтобы быть максимально высокой.

Можно говорить о том, что уровень экономической эффективности растёт, если наметилась отрицательная динамика затрат и при этом увеличились результаты деятельности. В практической экономике разница между двумя названными величинами – это и есть прибыль.

### 1.3 Сущность и особенности услуг

Сфера услуг стремительно расширяется – это одна из ведущих тенденций в развитии экономики за последние двадцать лет.

Обратимся к определению термина «услуга». Под услугой принято понимать любую деятельность или благо, которую одна сторона может предложить другой. Услуги неосвязаемы и не подразумевают передачу собственности.

У услуг есть пять ключевых характеристик, которые стоит учитывать компании, если она решит создавать маркетинговую программу. Речь идёт о следующих характеристиках [34]:

- 1) услуги неосязаемы;
- 2) неотделимы;
- 3) непостоянны;
- 4) недолговечны;
- 5) не имеют собственности.

В силу того, что в процессе производства и потребления услуги участвуют люди, одним из главных свойств оказывается непостоянство качества. Дело в том, что на качество напрямую влияет, кто, когда, где и как предоставляет услугу, так что контролировать качество всегда крайне сложно. Даже если услугу предоставляет один и тот же сотрудник, все равно качество услуги может быть разным; оно зависит от физической формы этого человека, его настроения при диалоге с потребителем.

Безусловно, предприятия сферы услуг стараются контролировать качество предоставляемых услуг, с этой целью применяют различные меры, например, тщательно отбирают сотрудников, обучают их, а для и повышения мотивации персонала используют систему стимулов, которые напрямую связаны с качеством услуг. Повысить уровень ответственности каждого сотрудника за качество предоставляемых услуг можно ещё и путём установления непосредственного контакта работника с потребителями.

Понятие «услуга» можно рассматривать в двух различных вариациях: услуга есть результат, либо услуга – это определенный процесс. Особенность первой вариации в том, что организация, оказывающая услуги имеет результатом своей деятельности определенную работу в «форме вещи» (исключение транспортная деятельность). А организации, оказывающие развлекательный, социально полезные и культурно значимые услуги имеют результат в «невещевом» формате (к примеру, организация праздника, разнообразные курсы и прочее).

Теперь обратимся ко второй части – процессуальной. Здесь имеется в виду процесс предоставления услуги (деятельность исполнителя). У процесса оказания услуги есть несколько этапов: сначала необходимо обеспечить требуемые ресурсы, затем провести сам технологический процесс, после этого проконтролировать и оценить исполнения, а потом перейти к обслуживанию).

Немного конкретизируем каждый из этапов. Под обеспечением ресурсами понимают постройку или аренду помещения / здания для компании, установку туда необходимого оборудования, подбор персонала и прочее.

Технологический процесс – ряд действий по конкретной услуге, причём для различных групп услуг он будет отличаться. Так, в розничной торговле в техпроцесс входят приемка продукции, хранение, предпродажная подготовка и выкладка. Для химчистки в такой процесс включены сортировка вещей, выведение специфичных пятен, обработка загрязнений спец. реагентами, обработка изделий в среде органических растворителей, пропитка, влажно-тепловая обработка и в финале проверки качества химчистки. Даже на основе этих примеров становится понятно, что именно от технологического процесса зависит качество оказания услуги, ее результат.

Обслуживание – неотъемлемый этап оказания услуги, из каких бы этапов процесс не состоял. Обслуживанием называют деятельность исполнителя, когда он непосредственно контактирует с потребителем.

В качество обслуживания заключены два основных компонента: 1) характеристики процесса и 2) характеристики условий обслуживания. Процесс характеризуется культурой обслуживания, которая зависит от профессионализма сотрудников и этики персонала. В условиях обслуживания кроются различные факторы, которые в ходе обслуживания действуют на потребителя услуги.

Говоря об оценке качества услуг, принято выделять несколько ее особенностей:

– при оценке конкурентоспособности услуг объектом выступает деятельность компании, оказывающей услуги;

– качество услуг должно отвечать требованиям клиента, который вступает в контакт с исполнителем, оказывающим нематериальные услуги, и в это время является потребителем услуг компании, а значит, сам и оценивает качество услуги в момент предоставления;

– качество обслуживания необходимо регламентировать, поэтому при оценке услуг прибегают к специфическим стандартам: стандартам на предприятия и на персонал. Первый вид, связанный с материально-технической базой компании, «прописывает» условия обслуживания, а второй, касающийся человеческого фактора, оговаривает культуру обслуживания;

– при оценке качества и условий обслуживания необходимо обращать внимание на временной критерий, к которому относят сроки выполнения работы. Эта характеристика часто играет ведущую роль в оценке качества услуг;

– многие нематериальные услуги вроде консультации юриста или врача носят разовый характер. После получения такой услуги человек субъективно оценивает результат и нередко передаёт свою оценку другим потенциальным клиентам; а на основе суммы множества таких субъективных взглядов отдельных клиентов выстраивается общая оценка имиджа исполнителя и конкурентоспособности его услуг.

Применительно к услугам стоит ввести термин сервисной организации. Таким исполнителем выступают предприятия, организации, учреждения или предприниматели, которые оказывают услуги.

Поскольку клиент, обращающийся за услугой, контактирует с сотрудниками компании, главная роль в процессе оказания услуг принадлежит людям, а значит, качество услуг напрямую зависит от человеческого фактора, и эту зависимость необходимо учитывать при работе над качеством.

Отметим, что в месте, где сервисная организация оказывает услуги, она может самостоятельно установить правила, регламентирующие поведение потребителей (например, ограничить курение или запретить находиться на территории



предприятия в верхней одежде и пр.). Главное условие – эти правила не должны противоречить законодательству РФ.

Для регламентации и контроля качества оказания услуг руководители сервисной организации определяют политику компании в области качества и оформляют ее в виде документа. В нем указывают цели и задачи, стоящие перед сервисной организацией, и называют ведущие направления деятельности. За выстроенную политику в области качества отвечает руководство, а конкретнее – руководитель, поэтому он должен разъяснить позицию своей сервисной организации и донести все это до каждого структурного подразделения и до отдельных сотрудников.

Для поддержания надлежащего качества оказания услуг сервисной организации необходимо постоянно уделять внимание способам и методам, при помощи которых компания определяет потребности и обучает персонал, контактирующий с клиентами и, следовательно, влияющий на качество предоставляемых услуг (имеется в виду разработка и поддержка актуальности таких процедур). Сотрудники, несущие ответственность за эту работу, должны обладать требуемой квалификацией (ее подтверждают при помощи аттестата и тестирования), должны иметь знания и опыт в соответствии с требованиями организации.

Бывают случаи, когда у сервисной организации вовсе нет стандартов качества на услуги; а часто, даже если такие стандарты составлены, требования в них сформулированы нечетко и «расплывчато». Случается и так, что требования есть, они заданы точно и недвусмысленно, но нереальны для воплощения, то есть сотрудники не способны исполнить их, а руководители при этом не стремятся поддерживать требуемый уровень качества и каким-либо образом действовать.

#### Выводы по первому разделу

При рассмотрении эффективности необходимо учитывать, что речь идёт о сложной комплексной категории, с помощью которой оценивают, в какой степени

удалось достичь поставленных целей, опираясь при этом на конкретные показатели результатов.

В понятие эффективности входят и экономические, и управленческие аспекты. Ещё две значимые черты: интересующая нас величина носит относительный характер и по природе своей дуалистична, поскольку объединяет в себе критерии сравнения результата (эффекта) – первое – с поставленными целями и – второе – с затратами (ресурсами), причём в ходе сравнение непременно учитывают временной компонент, понадобившийся для достижения определенного необходимого эффекта.

Конечно, применительно к предприятию говорить о получаемом результате (эффекте) в отрыве от его деятельности не имеет смысла, так что возникает необходимость обратиться к сущности термина «эффективность деятельности предприятия». Предприятие в таком случае выступает в качестве открытой социально-экономической системы, а его деятельность является направленным процессом и имеет два чётко определённых направления: первый вектор касается процесса выполнения функций компании, а второй - результата деятельности фирмы.

Именно за счёт такой двунаправленности одновременно и на процесс, и на результат, понятие «эффективность деятельности предприятия» принято считать комплексным, и этот подход вполне оправдан.

Не предоставляет сомнения утверждение, что любая компания действует с целью получить определенные результаты.

В международных стандартах ISO 9000 (пункт 3.2.14) даны понятия результативности и эффективности деятельности предприятия. Согласно этим источникам, результативность отражает, в какой степени реализована запланированная деятельность и достигнуты запланированные результаты. А эффективность деятельности предприятия показывает, в какой степени достигнута поставленная цель, то есть насколько реальные (фактические или ожидаемые) результаты деятельности совпали с желаемыми. Из этого понимания

можно вычлени́ть главную обозначенных категорий - обе они затрагивают достижение запланированного результата и рассматривают его применительно к имеющимся целям, стоящим перед деятельностью компании.

Если не углубляться в значение терминов «эффективность деятельности предприятия» и «результативность деятельности предприятия», может сложиться впечатление, что они синонимичны и по смыслу не отличаются друг от друга. Но на самом деле названные понятия описывают несколько разные явления: в отличие от эффективности, результативность деятельности предприятия оценивают по результатам деятельности в ретроспективе (то есть в состоянии, достигнутом ранее). Поэтому результативность приобретает характер «ретроспективной эффективности».

Когда возникает необходимость определить уровень результативности (выше мы назвали ее ретроспективной эффективностью и обосновали этот взгляд, аналитики смотрят на степень реализации целей, стоящих перед деятельностью компании, и оценивают ее с точки зрения двух параметров –полноты и экономичности. В первом случае достигнутый эффект сравнивают с установленными целями, во втором – с ресурсами или затратами.

О текущей эффективности деятельности предприятия говорят, когда в расчёт берется результат, проявившийся в нынешней момент (текущий). Чтобы узнать уровень текущей эффективности, традиционно сравнивают соответствующий эффект с поставленными целями (в этом, заметим, кроется отличие эффективности от результативности).

В состав категории эффективности деятельности предприятия входит также компонент будущего проявления результата. Раз возможно выбрать эффект, реализуемый в будущем и подходящий для дальнейшей актуализации, правомерно говорить также о будущей эффективности.

Итак, эффективность деятельности предприятия имеет, так сказать, несколько степеней актуальности: результат может проявляться в прошлом, настоящем или будущем, а значит, при рассмотрении эффективности деятельности компании

стоит учитывать три ее базовых элемента: результативность (ретроспектива), текущую и будущую эффективность.

При оценке деятельности компании с позиции финансовой безопасности нужно рассматривать именно текущую эффективность, поскольку для экономической безопасности в целом она представляет наибольший вес. Кроме того, к определению эффективности деятельности компании ближе всего как раз сущность ведущих целей финансовой безопасности (в числе главных целей предприятия можно назвать:

а) необходимость добиваться высокой финансовой эффективности и поддерживать ее на достигнутом уровне;

б) сохранять финансовую устойчивость и независимость компании;

в) работать над конкурентоспособностью и постоянно повышать ее;

г) обеспечивать высокую ликвидность активов,

д) поддерживать деловую активность на требуемом уровне и др.

Таким образом, в современных реалиях одной из значимых задач становится необходимость определить сущность эффективности деятельности предприятия и его финансовой безопасности предприятия. Успешное решение такого вопроса поможет правильно подобрать критерии и показатели для оценки эффективности деятельности предприятия, найти способы повысить эту эффективность, а также позволит выбрать подходящие методы, чтобы оценить уровень финансовой безопасности предприятия, которая, в свою очередь, защищает компанию от угроз внутреннего и внешнего плана.

Для регламентации и контроля качества оказания услуг руководители сервисной организации определяют политику компании в области качества и оформляют ее в виде документа. В нем указывают цели и задачи, стоящие перед сервисной организацией, и называют ведущие направления деятельности. За выстроенную политику в области качества отвечает руководство, а конкретнее – руководитель, поэтому он должен разъяснить позицию своей сервисной

организации и донести все это до каждого структурного подразделения и до отдельных сотрудников.

Для поддержания надлежащего качества оказания услуг сервисной организации необходимо постоянно уделять внимание способам и методам, при помощи которых компания определяет потребности и обучает персонал, контактирующий с клиентами и, следовательно, влияющий на качество предоставляемых услуг (имеется в виду разработка и поддержка актуальности таких процедур).

## 2 АНАЛИЗ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

### 2.1 Анализ российского рынка ювелирных изделий

Россия находится в непростом экономическом положении, однако, невзирая на это, рынок ювелирных изделий не потерял своего значения и по-прежнему важен внутри страны и вне её. Поскольку ювелирные изделия считаются более стабильным вложением и редко теряют в цене (тем более это касается эксклюзивных украшений с драгоценностями), неудивительно, что обеспеченные люди, имеющие высокий уровень дохода, вкладывают средства именно в ювелирные украшения: это, как правило, серьги, часы, сувенирные изделия, шкатулки, запонки, ручки и прочие пишущие предметы, столовое серебро.

Потребление ювелирных изделий в РФ сокращается с 2015 года на фоне снижения доходов населения, низкой потребительской активности и склонности к сбережению средств на фоне валютных колебаний, а также выраженной конкуренции со стороны электроники (например, все чаще молодежь предпочитает приобретать смартфоны вместо ювелирных украшений) и

парфюмерно-косметической продукции (ювелирные изделия стали реже восприниматься как дорогостоящее выгодное инвестиционное вложение)[37].

Рынок ювелирных изделий в нашей стране в 2017 году, по мнению экспертов, был отмечен двумя противоречивыми тенденциями: с одной стороны, производство и импорт ювелирных изделий увеличивались, спроса ювелирной промышленности на золото рос, а с другой стороны, на этом фоне спрос на ювелирные украшения все же продолжал снижаться. Так ли это на самом деле? Обратимся к данным аналитиков Росювелирэксперт, которые наблюдали, как развивается ювелирный рынок в России в течение последних лет. Они заметили и сформулировали несколько особенностей, свойственных ювелирной индустрии.

Первый момент – непрозрачность рынка, на которую даже не смогли повлиять отдельные компании и профессиональные ассоциации, прикладывающие к этому усилия. Непрозрачностью ювелирный рынок отличается от прочих сегментов ритейла. Одна из причин сложившейся ситуации – действие ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Этот федеральный закон регулирует оборот драгоценных металлов и камней на территории нашей стране. Профессиональные сообщества ювелиров давно настаивают изменить названный закон, провести реформу, по их мнению, было пора уже несколько лет назад, но эта проблема пока лишь обсуждается, а такое промедление плохо сказывается на развитии российского рынка ювелирных изделий. Из-за отсутствия реформы ФЗ и торможения необходимых изменений постоянно сокращается экспорт отечественной продукции, хотя у экспортной части рынка как раз есть большой потенциал.

«Теневой» характер все ещё свойственен и продаже ювелирных изделий на онлайн-платформах, хотя заметна тенденция к активному развитию этого сегмента. Можно заявить, что когда онлайн-торговля будет легализована, это мощно подтолкнёт развитие ювелирного ритейла. А в настоящий момент онлайн-сектора по факту нет, потому что клиенты не могут напрямую приобрести изделия, сейчас в различных каталогах и на онлайн-витринах потребителям

доступно лишь «познакомиться с ассортиментом» или заказать доставку выбранного товара в конкретный ювелирный магазин.

Вторая особенность российского розничного ювелирного рынка в том, что он до сих пор слишком фрагментирован. Многие из представителей отрасли являются либо ИП, либо микропредприятиями; а крупные розничные компании работают посредством ряда юрлиц и индивидуальных предпринимателей (это часто практикуют даже в одном регионе). Но благодаря тому, что стали активнее развиваться крупные ювелирные сети на федеральном и региональном уровне, начинается постепенная консолидация ювелирного ритейла[37].

В качестве третьей характерной для российского ювелирного рынка черты называют постоянный рост доли сетевой торговли. Аналитики заметили, что большие ювелирные сети год от года все сильнее влияют на рынок ювелирных изделий. «Сетевики» ведут достаточно агрессивную маркетинговую политику, в том числе это выражается в появлении новых магазинов в маленьких городах и населенных пунктах с небольшим числом жителей. По экспертным данным М.А. Research, в 2017 году 20% от всех продаж ювелирных изделий в рознице принадлежат крупным ювелирным сетям, входящим в топ-5. В 2017-2018 годах экспансия ювелирных сетей стала проходить ещё быстрее, а это свидетельствует о том, что спрос неуклонно растёт, хоть потребители и интересуются в основном массовыми ювелирными украшениями.

Касательно массового спроса приведём и такие данные: в 2015-2016 годах потребители стали больше предпочитать украшения низкоценового сегмента (в том числе уровня «средний минус»), куда входят дешёвые золотые и серебряные изделия, украшения из недорогих ювелирных сплавов, ювелирная бижутерия и подобные товары. В связи с ростом спроса на продукцию массового сегмента примерно на четверть сократился и размер среднего чека в ювелирных магазинах (в сравнении с 2013-2014 годами он уменьшился на 20-25%).

Эксперты Росювелирэксперт, опираясь на проведённую аналитику отрасли, отметили, что в 2017 году спрос на недорогие ювелирные изделия остался

прежним, при этом было заметно и повышение спроса на более дорогие украшения из золота и платины. Согласно статистике «Пробирной палаты России», объем платиновых ювелирных изделий, которые были опробованы и заклеяны, по общей массе увеличился в 1,5 раза, а по количеству изделий – в 2 раза [37].

Хоть в 2017 году спрос на ювелирные изделия в натуральном выражении сокращался, как это было в 2016 году, но происходило это медленнее, чем в прошлом. Оценить динамику и сделать такой вывод позволяет сравнение ключевого в этом отношении показателя – индекса физического объема розничной продажи ювелирных изделий из драгоценных металлов и камней. Росстат приводит такие данные для России: в 2017 этот показатель составил 98,1%, а в 2016 он был на уровне 96,7%. Заметен неуклонный рост названного индекса по рознице, а раз он повышается, значит, спрос на ювелирные изделия постепенно восстанавливается, хотя, конечно, ни о каком активном росте или полной регенерации речи пока не идёт. Объем потребления ювелирных изделий в 2017 году составил 224,7 тонны, оставшись на уровне 2016 года. Объем потребления ювелирных изделий в РФ в 2013-2017 гг. и прогноз на 2018-2025 гг., тонн (в рамках базового сценария развития) представлен на рисунке А.1 в приложении А.

Одно можно сказать наверняка: на развитие ювелирного рынка в ближайшие годы существенно повлияет положение российской экономики в целом и потенциальное смягчение соответствующих законов в частности. Если законодательство, которое регулирует торговлю ювелирными изделиями, станет более лояльным, ювелирные ритейлеры смогут увеличить объемы продаж.

Эксперт в области экономики и ювелирного бизнеса Ю.Е. Сапожникова в одной из своих работ перечислила наиболее общие проблемы, которые присущи как российским производителям ювелирной продукции, так и розничным продавцам ювелирных украшений. Эти имеющиеся сложности свидетельствуют о



том, что отечественная ювелирная промышленность и торговля пока существуют и развиваются отнюдь не в благоприятных условиях [40].

На рынке ювелирных изделий преобладает продукция российского производства: в 2016 году на нее пришлось около 75,9%, по итогам 2017 года ее доля выросла до 76,9%, что связано с сокращением импортных поставок, прежде всего, из Армении – рисунок А.2 приложения А.

Эффективно развиваться ювелирной отрасли в России мешают несколько факторов [40]:

- себестоимость изделий от российских производителей выше, чем у иностранной продукции; причины такого положения дел кроются в действующем налоговом режиме, принятых таможенных пошлинах и существующих ставках по кредиту;

- все больше драгметаллов и драгоценных камней вывозят из России с целью переработать их в готовые ювелирные изделия за пределами нашей страны (чаще всего компании, вывозящие драгоценности поступают так, чтобы уйти от налогообложения);

- значительная часть рынка ювелирных изделий и драгоценных камней является нелегальной (теневой);

- государство мало поддерживает компании, которые производят изделия из драгоценных металлов и камней, и в то же время на госуровне слабо контролирует розничную продажу готовых ювелирных украшений;

- госорганы почти не заинтересованы в том, чтобы расширять экспорт ювелирных и других изделий из драгоценных металлов, а у самой отрасли не вполне отлажен механизм саморегулирования [40].

## 2.2 Анализ рынка ювелирных изделий г. Челябинска

В настоящее время в Челябинске действует несколько десятков ювелирных магазинов, все они предлагают хороший ассортимент различных украшений из золота и серебра, с разными драгоценными камнями (как натуральными, так и

синтетическими) от российских и зарубежных производителей; слабо представлен лишь сегмент изделий класса «люкс», хотя некоторый спрос на такие украшения все же имеется.

У четырёх компаний можно найти продукцию популярных мировых ювелирных брендов: такие изделия представлены в салоне «Нефертити», салоне «Диамант Престиж» в ТК «Гостиный двор», в магазин «St'Valentino» сети «Торговый путь» и в ювелирном бутике «Космо-золото». Все названные магазины – мультибрендовые, они стараются предложить своим клиентам разнообразные изделия и расширяют ассортиментную линейку. Советские реалии с украшениями, похожими по дизайну один на другой, ушли в прошлое, теперь на ювелирном рынке балом правят другие тенденции. Согласно последним данным, объём продаж дорогостоящих ювелирных украшений с бриллиантами растёт каждый год (примерно на 30% ежегодно).

Клиентам теперь признают важным качество товара, обращают внимание на ювелирный бренд и страну-производителя, смотрят на дизайн и ценят эксклюзивность драгоценных изделий. Ювелирный рынок стабильно развивается, и главная причина заключается в том, что благосостояние населения повышается, а следовательно, растёт и покупательская способность.

По словам В. Мешалкина, директора Уральского ювелирного оптового центра «Адамас», на местном ювелирном рынке давно отсутствуют игроки-монополисты; сейчас стоимость драгоценных изделий не «самовольно» задается компаниями, а определяется с учётом ситуации на мировом рынке.

Кроме того, компаний в отрасли все больше, они между собой конкурируют, отчего и цена на ювелирные товары в Челябинской области ниже, чем в соседних регионах.

Г. Свердлов из компании «Космо-золото» считает иначе; по его мнению, компании, которые уже заняли треть ювелирного рынка, являются крупными рынокообразующими игроками, поэтому своей работой способны сильно влиять на

общее состояние рынка, в том числе это касается изменения цен на ювелирные украшения.

Рынок ювелирных изделий в Челябинске в плане инвестиций представляет интерес и оказывается вполне привлекательным, в связи с чем, вероятно, крупные федеральные компании продолжают экспансию в этот уральский город. Также многие эксперты полагают, что с приходом зарубежных компаний не исключён глобальный передел рынка, после которого некоторые маленькие магазины вынуждены будут покинуть рынок или влиться в большие ювелирные сети.

Основными конкурентами на сегодняшний день являются: салон «Злато», салон «585 Золотой», «Московский ювелирный завод», сеть ювелирных украшений «Pandora».

#### Выводы по второму разделу

На сегодняшний день ювелирных изделий не потерял своего значения и по-прежнему важен для потребителя. Ювелирные изделия считаются более стабильным вложением и редко теряют в цене. С 2017 года в отрасли наблюдается две противоречивые тенденции: с одной стороны, производство и импорт ювелирных изделий увеличивались, спрос ювелирной промышленности на золото рос, а с другой стороны, на этом фоне спрос на ювелирные украшения все же продолжал снижаться. Существует несколько особенностей, свойственных ювелирной индустрии. Первый момент – непрозрачность рынка. Вторая особенность российского розничного ювелирного рынка в том, что он до сих пор слишком фрагментирован. В качестве третьей характерной для российского ювелирного рынка черты называют постоянный рост доли сетевой торговли.

Эффективно развиваться ювелирной отрасли в России мешают несколько факторов: себестоимость изделий от российских производителей выше, чем у иностранной продукции; все больше драгметаллов и драгоценных камней вывозят из России с целью переработать их в готовые ювелирные изделия; значительная часть рынка ювелирных изделий и драгоценных камней является нелегальной.

В настоящее время в Челябинске действует несколько десятков ювелирных магазинов, все они предлагают хороший ассортимент различных украшений из золота и серебра, с разными драгоценными камнями (как натуральными, так и синтетическими) от российских и зарубежных производителей; слабо представлен лишь сегмент изделий класса «люкс», хотя некоторый спрос на такие украшения все же имеется.

Основными конкурентами на сегодняшний день являются: салон «Злато», салон «585 Золотой», «Московский ювелирный завод», сеть ювелирных украшений «Pandora».

Рынок ювелирных изделий в Челябинске в плане инвестиций представляет интерес и оказывается вполне привлекательным, в связи с чем, вероятно, крупные федеральные компании продолжают экспансию в этот уральский город. Также многие эксперты полагают, что с приходом зарубежных компаний не исключён глобальный передел рынка, после которого некоторые маленькие магазины вынуждены будут покинуть рынок или влиться в большие ювелирные сети.

## ЗОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «КАМЕННЫЙ ПОЯС»

### 3.1 Общая характеристика предприятия ООО «Каменный пояс»

«Каменный пояс» – это уникальный магазин камней, самоцветов, украшений из натуральных камней, минералов, метеоритов и окаменелостей с самым широким ассортиментом в Челябинске: одновременно в наличии более 4000 наименований товара.

Магазин расположен по адресу: г. Челябинск, ул.Кирова, 165.

Ювелирный магазин «Каменный пояс» был основан в 1994 году в Челябинске. С первого года своей работы и по сегодняшний день компания не изменяет избранному в начале пути направлению – донести до покупателей ювелирных украшений неповторимую красоту и уникальность природных цветных камней, удовлетворить любой спрос.

Производство ювелирных украшений с натуральными камнями взяли на себя лучшие ювелиры Урала. Восхищения и любовь к ювелирным камням, щедрому дару природы, побывавшему в руках искусного мастера-огранщика, заложены в каждом изделии.

Натуральные цветные камни стали фирменным стилем, доминантой каждого ювелирного изделия из обширного ассортимента золотых украшений компании. Золото в этих изделиях служит лишь деликатным обрамлением для голубых топазов, сапфиров, аметистов, уральских демантоидов или редких черных австралийских опалов и бразильских турмалинов, и конечно же бриллиантов. Особое внимания заслуживают коллекции с перламутром и жемчугом. И это далеко не полный перечень обширной палитры камней, которые используют ювелиры.

«Каменный пояс» работает как с розничными покупателями, нередко изделие изготавливается в единичном варианте.

Ювелирные изделия приобретают те, кто любит и понимает красоту натурального камня. С распространением знаний о природных камнях таких людей с каждым годом становится все больше.

### 3.2 Анализ эффективности деятельности ООО «Каменный пояс»

В рамках оценки эффективности деятельности работы предприятия проведем анализ стратегического и финансового положения ООО «Каменный пояс».

Анализ стратегического положения предприятия ООО «Каменный пояс» представим в формате SWOT-анализа. Для этого заполним таблицу матрицу SWOT, в которой отразим основные внутренние и внешние факторы предприятия. Данные факторы анализируются в едином ключе, составляется матрица SWOT-

анализа, которая позволяет сделать выводы по стратегическому развитию компании (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Матрица SWOT ООО «Каменный пояс»

Сильные стороны	Слабые стороны
Качественная индивидуальная продукция	Отсутствие постпродажного сервиса
Репутация магазина	Отсутствие рекламы
Удобство расположения для целевого покупателя	
Возможности	Угрозы
Рост спроса на ювелирные украшения	Высокий уровень конкуренции в данной отрасли
Появление новых технологий	Изменение структуры доходов и расходов у потенциальных потребителей
Способность обслужить дополнительные группы клиентов или выйти на новые рынки, новые сегменты рынка	Изменение потребительских предпочтений, моды

Количественная оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей внешней среды функционирования предприятия ООО «Каменный пояс» представлена в таблице 3.2, оценка производилась по 5-и бальной шкале.

Таблица 3.2 – Количественная оценка

Фактор SWOT	В баллах				
	Сильные стороны			Слабые стороны	
Качественная индивидуальная продукция	Репутация магазина	Удобство расположения для целевого покупателя	Отсутствие постпродажного сервиса	Отсутствие рекламы	

Угрозы	Высокий уровень конкуренции в данной отрасли	5	5	5	5	5
	Изменение структуры доходов и расходов у потенциальных потребителей	3	4	2	4	3
	Изменение потребительских предпочтений, моды	4	3	2	4	4
Возможности	Рост спроса на ювелирные украшения	5	5	5	5	4
	Появление новых технологий	5	3	2	5	3
	Способность обслужить дополнительные группы клиентов или выйти на новые рынки, новые сегменты рынка	4	4	4	5	5

Расставленные оценки необходимо сложить, по горизонтали и по вертикали, тем самым узнаем значимость каждого фактора (таблица 3.3).

Таблица 3.3– Суммарная оценка факторов

В баллах

Сильные стороны		Слабые стороны	
Качественная индивидуальная продукция	26	Отсутствие постпродажного сервиса	28
Репутация магазина	24	Отсутствие рекламы	24

Удобство расположения для целевого покупателя	20		
Возможности		Угрозы	
Рост спроса на ювелирные украшения	24	Высокий уровень конкуренции в данной отрасли	25
Появление новых технологий	18	Изменение структуры доходов и расходов у потенциальных потребителей	16
Способность обслужить дополнительные группы клиентов или выйти на новые рынки, новые сегменты рынка	22	Изменение потребительских предпочтений, моды	17

Самый важный фактор, набравший максимальное количество баллов – это отсутствие постпродажного сервиса, слабая сторона предприятия. Самая сильная угроза на текущий момент – это качественная индивидуальная продукция. Несмотря на высокий уровень конкуренции в отрасли, имеются возможности выхода на новые сегменты, тем более по прогнозам аналитиков ожидается рост продаж на ювелирном рынке.

Две возможности набрали максимальное количество баллов – это ослабление конкурентных позиций и способность предприятия выйти на новые сегменты рынка, необходимо использовать эти возможности.

В таблице 3.4 сформированы проблемные поля в рамках SWOT– матрицы. В каждом поле предложено решение проблемы, усиление слабой позиции, преимущество сильной стороны. Сложив баллы каждого поля получим итоговую оценку находящегося в поле решения.

Таблица 3.4 – Формирование проблемного поля в рамках SWOT – матрицы

Фактор SWOT	Сильные стороны	Слабые стороны
-------------	-----------------	----------------



		Качественная индивидуальная продукция	Репутация магазина	Удобство расположения для целевого покупателя	Отсутствие постпродажного сервиса	Отсутствие рекламы
Угрозы	Высокий уровень конкуренции в данной отрасли	Обновление ассортимента и повышение разнообразия продукции		Ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений	Ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений	Создание собственного сайта, где можно увидеть ассортимент продукции, узнать стоимость и заказать товар, услугу
	Изменение структуры доходов и расходов у потенциальных потребителей	Выход на новые рынки сбыта				
	Изменение потребительских предпочтений, моды	Обновление ассортимента и повышение разнообразия продукции				
Возможности	Рост спроса на ювелирные украшения	Ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений		Ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений	Ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений	Создание собственного сайта, где можно увидеть ассортимент продукции, узнать стоимость и заказать товар, услугу
	Появление новых технологий					
	Способность обслужить дополнительные группы клиентов или выйти на новые рынки, новые сегменты рынка	Выход на новые рынки сбыта				

Итоговые суммарные оценки предложенных управленческих решений представим в таблице 3.5, распределяя каждое решение по убыванию оценки. Данная таблица решающая в дальнейшей разработке мероприятий.

Таблица 3.5–Количественная оценка решений

		В баллах
Оценка	Проблема/решение	Ранг

53	Ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений	1
24	Создание собственного сайта, где можно увидеть ассортимент продукции, узнать стоимость и заказать товар, услугу	2
24	Обновление ассортимента и повышение разнообразия продукции	3
21	Выход на новые рынки сбыта	4

В результате проведенного качественного и количественного анализа стратегической позиции предприятия были получены определенные выводы, согласно которым решения руководства компании ООО «Каменный пояс» должны быть направлены:

- в первую очередь на ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений, данное мероприятие способно повысить эффективность работы предприятия;
- во вторую очередь на создание собственного сайта, где можно увидеть ассортимент продукции, узнать стоимость и заказать товар, услугу.

Данные мероприятия могут быть реализованы в рамках инвестиционной стратегии предприятия, которая будет ориентирована на поиск возможностей роста на существующем рынке путем создания новой или более усовершенствованной продукции на базе привлечения новых технологий.

Дальнейший финансовый анализ поможет выявить реальное финансовое положение предприятия и покажет, что их предложенных решений в данный момент предприятие ООО «Каменный пояс» может реализовать.

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются приростом суммы собственного капитала (чистых активов), основным источником которого является прибыль от операционной, инвестиционной, финансовой деятельности, а также в результате чрезвычайных обстоятельств.

Проведем анализ динамики прибыли предприятия ООО «Каменный пояс», используя данные Отчета о финансовых результатах, который представлен в приложении Б.

Анализ динамики прибыли представлен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Анализ динамики прибыли

В тыс. руб.

Показатель	Данные за 2016 год	Данные за 2017 год	Данные за 2018 год	Изменения 2017/2016г.г.		Изменения 2018/2017 г.г.	
				Абс.	Отн., %	Абс.	Отн., %
Валовая прибыль	1147	1159	1902	12	1,05	743	64,11
Прибыль от продаж	1046	1029	1698	-17	-1,63	669	65,01
Прибыль до налогообложения	1046	1029	1698	-17	-1,63	669	65,01
Чистая прибыль	837	823	1358	-13,6	-1,63	535,2	65,01

По результатам работы предприятия в 2017 году, в сравнении с 2016 годом, наблюдается увеличение валовой прибыли предприятия, однако прочие виды прибыли снизились, в следствие повышения коммерческих расходов. Тем не менее, динамика изменения минимальна.

По результатам 2018 года, валовая прибыль предприятия возросла более значительно, чем в 2017 году, рост составил 64,11%, что произошло за счет значительного повышения выручки. В итоге, чистая прибыль за 2018 год больше чем в 2017 году на 535 тыс. руб.

Таким образом, предприятие ООО «Каменный пояс» имеет положительную тенденцию роста прибыли.

Проведем анализ бухгалтерского баланса, представленного в таблице приложения Б.

В таблице 3.7 представлен горизонтальный анализ баланса предприятия ООО «Каменный пояс» за 2016-2018 года.

Таблица 3.7 – Горизонтальный анализ баланса ООО «Каменный пояс»

В тыс. руб.

Актив	2016 год	2017 год	2018 год	Изменения 2017/2016		Изменения 2018/2017	
				Абс., тыс. руб.	Отн., %	Абс., тыс. руб.	Отн., %
1. Внеоборотные активы							
Основные средства	391	365	339	-26	-6,65	-26	-7,12
Итого по раздел один	391	365	339	-26	-6,65	-26	-7,12
2. Оборотные активы							
Запасы	1280	1567	2009	287	22,42	442	28,21
Дебиторская задолженность	150	211	207	61	40,67	-4	-1,90
Денежные средства	217	355	480	138	63,59	125	35,21
Итого по разделу два	1647	2133	2696	486	29,51	563	26,39
Баланс	2038	2498	3035	460	22,57	537	21,50
Пассив							
3. Капитал и резервы							
Уставный капитал	10	10	10	0	0,00	0	0,00
Нераспределенная прибыль	837	823	1358	-14	-1,63	535	65,01
Итого по разделу три	847	833	1368	-14	-1,61	535	64,23
4. Долгосрочные обязательства							
Итого по разделу четыре	0	0	0	-	-	-	-
5. Краткосрочные обязательства							
Кредиторская задолженность	1191	1665	1667	474	39,76	2	0,11
Итого по разделу пять	1191	1665	1667	474	39,76	2	0,11
Баланс	2038	2498	3035	460	22,57	537	21,50

Оценка имущественного положения позволяет сделать вывод, что в 2017 году капитал предприятия увеличился на 460 тысяч рублей или на 22,57% относительно предыдущего года. Благоприятной тенденцией является рост запасов и денежных средств предприятия, что свидетельствует о том, что предприятие наращивает обороты. Наблюдается рост дебиторской задолженности, который связан с увеличением продаж, выручки. В пассиве баланса также произошли изменения. Увеличилась нераспределенная прибыль,

что благоприятно. Возросла кредиторская задолженность, что также связано с увеличением продаж.

За 2018 год валюта баланса предприятия возросла на 537 тысяч рублей или на 21,5%. Внеоборотные активы продолжают снижаться за счет потери стоимости основными средствами. Оборотные активы склонны к росту за счет роста запасов и денежных средств, при этом дебиторская задолженность снизилась, в следствие чего можно сделать вывод, что предприятие увеличило объем продаж продукции. Нераспределенная прибыль значительно возросла – на 535 тысяч рублей или 65%.

В таблице 3.8 представлен вертикальный анализ баланса.

Таблица 3.8 – Вертикальный анализ баланса ООО «Каменный пояс»

В процентах

Актив	Доля в 2016 г.	Доля в 2017 г.	Изменение 2017/2016	Доля в 2018 г.	Изменение 2018/2017
<b>1. Внеоборотные активы</b>					
Основные средства	19,19	14,61	-4,57	11,17	-3,44
Итого по раздел один	19,19	14,61	-4,57	11,17	-3,44
<b>2. Оборотные активы</b>					
Запасы	62,81	62,73	-0,08	66,19	3,46
Дебиторская задолженность	7,36	8,45	1,09	6,82	-1,63
Денежные средства	10,65	14,21	3,56	15,82	1,60
Итого по разделу два	80,81	85,39	4,57	88,83	3,44
Баланс	100	100	0,00	100	0,00
<b>Пассив</b>					
<b>3. Капитал и резервы</b>					
Уставный капитал	0,49	0,40	-0,09	0,33	-0,07
Нераспределенная прибыль	41,06	32,95	-8,11	44,76	11,80
Итого по разделу три	41,55	33,35	-8,20	45,09	11,73
<b>4. Долгосрочные обязательства</b>					
Итого по разделу четыре	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>5. Краткосрочные обязательства</b>					
Заемные средства	0	0	0	0	0
Кредиторская задолженность	58,45	66,65	8,20	54,91	-11,73
Итого по разделу пять	58,45	66,65	8,20	54,91	-11,73
Баланс	100	100	0,00	100	0,00

На начало 2017 года доля внеоборотных активов в структуре капитала составляла 19,19%, на конец года 14,61%, соответственно доля оборотных активов на начало 2017 года была 80,81%, на конец года 85,39%. На начало периода наибольшую долю среди оборотных активов занимали запасы, на конец

периода ситуация не изменилась и наибольшую долю по-прежнему занимают запасы, а именно 62,73%.

Доля собственного капитала предприятия составляет на начало 2017 года 41,55%, на конец года 33,35%, соответственно доля краткосрочных обязательств равна 58,45% на начало года и 66,65% на конец 2017 года. Произошел рост доли кредиторской задолженности, которая итак имеет наибольшую долю в структуре пассива баланса.

В 2018 году доля внеоборотных активов снизилась и составляет 11,17%. Запасы возросли и по-прежнему продолжают занимать наибольшую долю в структуре актива баланса. За счет увеличения нераспределенной прибыли, снизилась доля кредиторской задолженности в пассивной части баланса предприятия. Таким образом, вертикальный анализ баланса подтверждает результаты горизонтального анализа баланса.

Далее оценим платежеспособность предприятия. Начнем с анализа баланса на предмет соответствия условию ликвидности баланса и расчета коэффициента ликвидности баланса. Анализ ликвидности баланса предприятия ООО «Каменный пояс» представлен в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Анализ ликвидности баланса по функциональному признаку

В тыс. руб.

Период	Коэффициенты							
	A1	П1	A2	П2	A3	П3	A4	П4
На 31 декабря 2017 г.	217	1191	150	0	1280	0	391	847
На 31 декабря 2018 г.	235	1665	211	0	1567	0	365	833
На 31 декабря 2019 г.	480	1667	207	0	2009	0	339	1368

Состояние предприятия характеризуется тем, что условие абсолютной ликвидности баланса не соблюдается за все рассматриваемые года. Наиболее срочных обязательств у предприятия было больше, чем абсолютно ликвидных

активов ( $A_1 < \Pi_1$ ), что отрицательно характеризует способность предприятия погашать наиболее срочные обязательства.

Для комплексной оценки ликвидности баланса необходимо рассчитать общий показатель ликвидности. Коэффициент ликвидности – формула 3.1 [15]:

$$f_{л} = (НЛА + 0,5БРА + 0,3МРА) / (НСО + 0,5КСП + 0,3ДСП). \quad (3.1)$$

В 2016 году коэффициент ликвидности баланса был равен 0,57, после чего незначительно снизился до 0,56. За 2018 год данный коэффициент составляет 0,71. В целом, коэффициент ликвидности имеет динамику роста, что благоприятно для предприятия. Нижняя граница нормы этого показателя – 1, которая определяет требование ликвидности. У ООО «Каменный пояс» значения коэффициента ниже единицы, это означает, что оборотных активов не хватает на покрытие краткосрочных обязательств.

Показатели ликвидности предприятия ООО «Каменный пояс» представлены в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Коэффициенты ликвидности

Показатель	Норма	2016 год	2017 год	2018 год
Коэффициент текущей ликвидности	от 1	1,38	1,28	1,62
Коэффициент срочной ликвидности	от 0,7	0,31	0,34	0,41
Коэффициент абсолютной ликвидности	от 0,2	0,18	0,21	0,29

По результатам таблицы 3.10 можно сделать вывод, что коэффициенты текущей и абсолютной ликвидности предприятия за все рассматриваемые периоды соответствуют норме. Все коэффициенты ликвидности увеличиваются, что свидетельствует тому, что предприятие способно рассчитываться по своим краткосрочным обязательствам.

На рисунке 3.1 представлены коэффициенты ликвидности ООО «Каменный пояс».

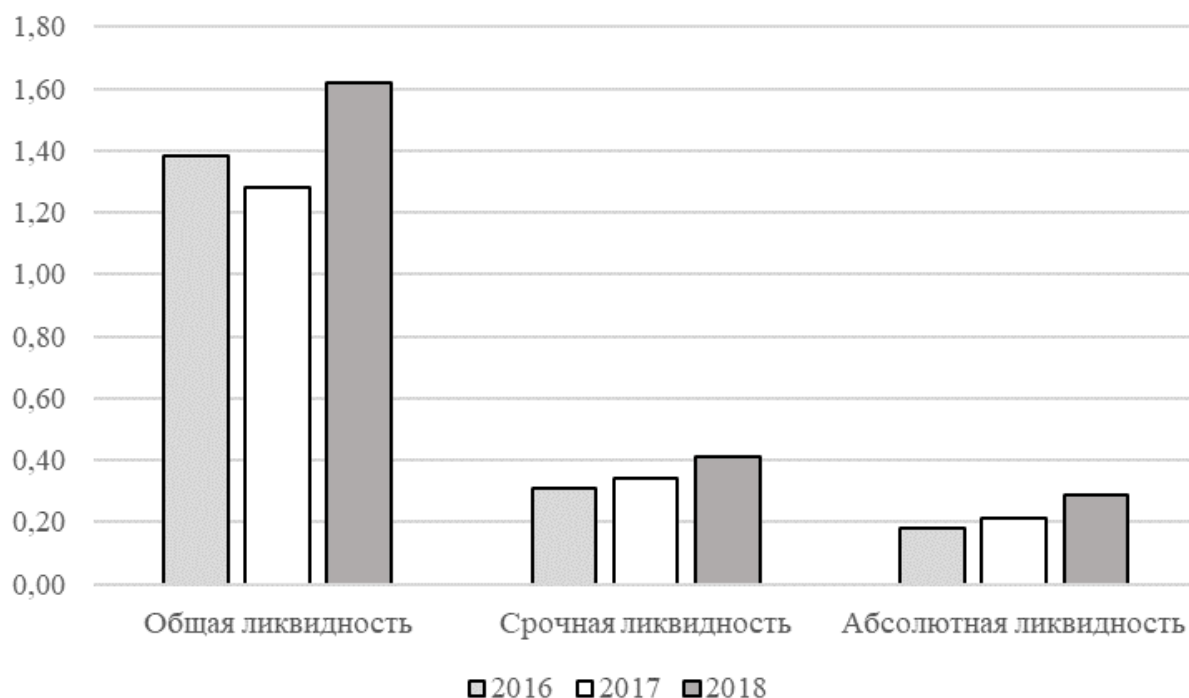


Рисунок 3.1 – Коэффициенты ликвидности ООО «Каменный пояс»

Рассчитаем показатели, характеризующие финансовую устойчивость предприятия – таблица 3.11.

Таблица 3.11 – Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатель	Норма	2016 год	2017 год	2018 год
Коэффициент финансовой автономии	0,6	41,55	33,35	45,09
Коэффициент финансовой зависимости	0,4	58,45	66,65	54,91
Коэффициент задолженности	ниже 0,67	1,41	2,00	1,22
Коэффициент финансирования	свыше 1	0,71	0,50	0,82
Коэффициент маневренности активов	0,2 – 0,5	2,41	3,00	2,22

На рисунке 3.2 представлена динамика коэффициентов финансовой устойчивости.



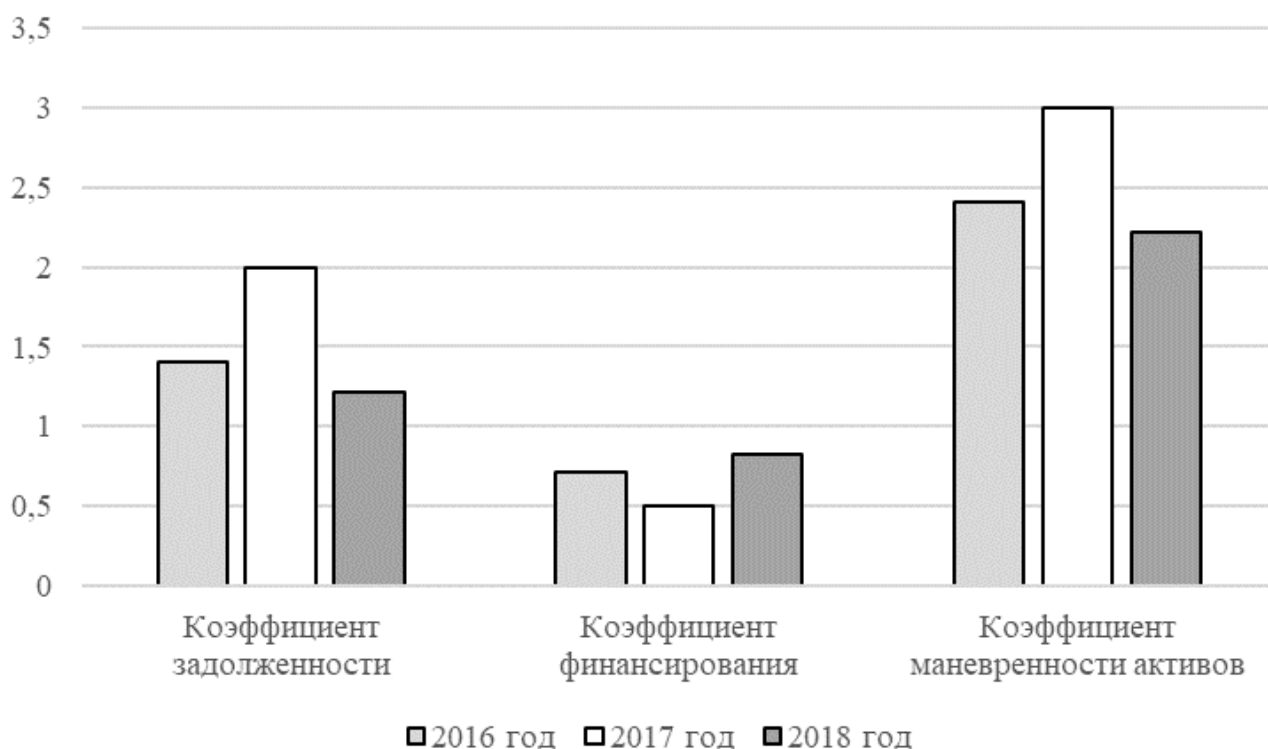


Рисунок 3.2 – Коэффициенты финансовой устойчивости «Каменный пояс»

Как видно из таблицы 3.11 и рисунка 3.2, доля собственного капитала предприятия ООО «Каменный пояс» за последний рассматриваемый период, за 2018 год, возросла, это вероятней всего может быть связано с тем, что предприятие получило прибыль и рассчитывается по своим обязательствам. Зависимость от заемных средств снижается, что подтверждает снижение коэффициента задолженности.

Величина коэффициента финансирования меньше единицы (большая часть имущества предприятия сформирована из заемных средств), следовательно, это может говорить об опасности неплатежеспособности и затруднении в получении кредита.

Коэффициент маневренности выше нормативного значения, что показывает способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников.

Далее определим тип финансовой устойчивости предприятия. Расчет приведен в таблице 3.12.

Таблица 3.12– Определение типа финансовой устойчивости

В тыс. руб.

Показатели	2016 год	2017 год	2018 год
1. Собственный капитал	846,8	833,2	1368,4
2. Внеоборотные активы	391	365	339
3. Собственный оборотный капитал	455,8	468,2	1029,4
4. Долгосрочные кредиты и заёмные средства	0	0	0
5. Наличие собственных и долгосрочных источников формирования запасов	455,8	468,2	1029,4
6. Краткосрочные кредиты и заемные средства	0	0	0
7. Наличие собственных долгосрочных и краткосрочных источников формирования запасов	455,8	468,2	1029,4
8. Величина запасов	1280	1567	2009
9. Излишек/недостаток собственных средств	-824,2	-1098,8	-979,6
10. Излишек/недостаток собственных оборотных средств и долгосрочных заемных средств	-824,2	-1098,8	-979,6
11. Излишек/недостаток собственных оборотных средств, долгосрочных заемных средств и краткосрочных средств	-824,2	-1098,8	-979,6
12. Трехкомпонентный критерий S	(0.0.0)	(0.0.0)	(0.0.0)

Опираясь на результаты таблицы 3.12 можно сделать вывод, что ООО «Каменный пояс» имеет кризисный тип финансовой устойчивости, благодаря большому количеству запасов. Это объясняется сутью работы ювелирного магазина – ювелирные украшения берутся под реализацию.

Проведем анализ деловой активности. Показатели оборачиваемости для ООО «Каменный пояс» рассчитаны и представлены в таблице 3.13. Расчет произведен на две отчетные даты, так как при расчете используются среднегодовые значения.

Таблица 3.13 – Показатели оборачиваемости

Показатель	За 2017 год	За 2018 год
Коэффициент оборачиваемости капитала, в оборотах	2,21	2,25
Период оборачиваемости капитала, дни	166,00	163,00
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, в оборотах	27,75	29,75
Период оборачиваемости дебиторской задолженности, дни	14,00	13,00
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, в оборотах	2,70	2,59
Период оборачиваемости кредиторской задолженности, дни	136,00	141,00

На рисунке 3.3 представлена динамика периодов оборачиваемости.

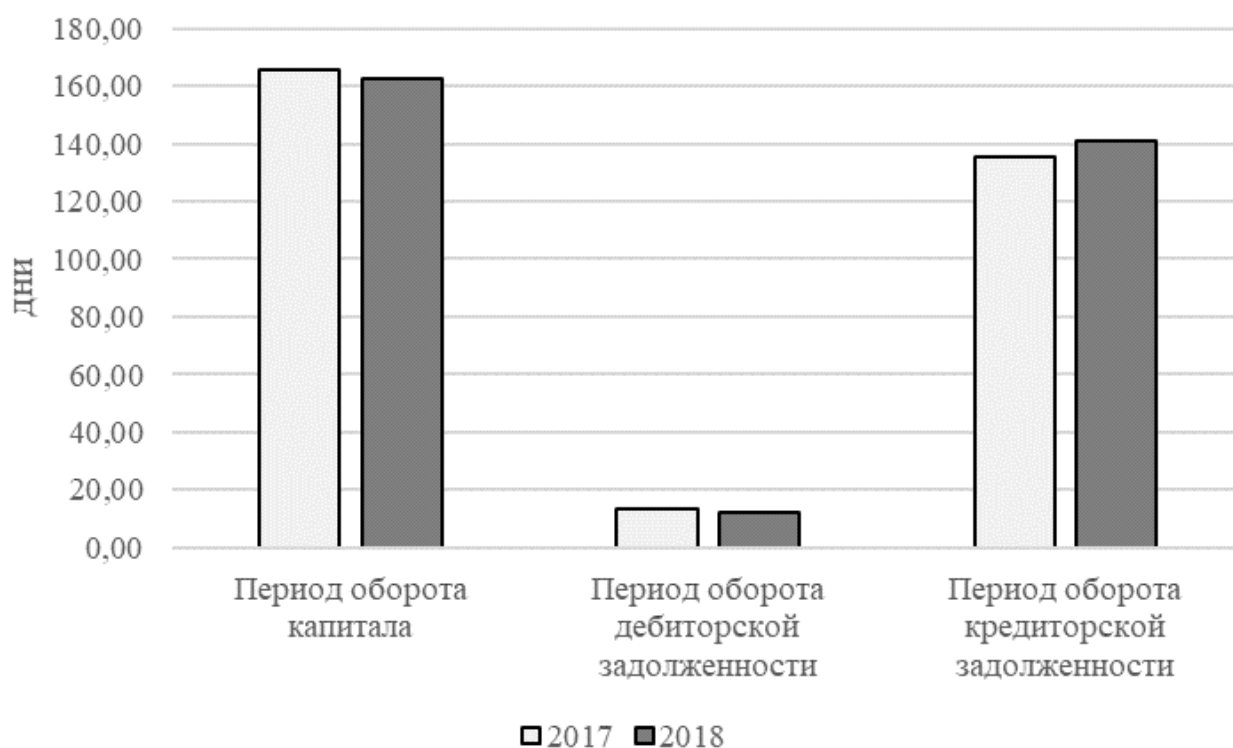


Рисунок 3.3 – Периоды оборачиваемости ООО «Каменный пояс»

За рассматриваемый период периоды оборачиваемости претерпели весьма незначительные изменения. Период оборачиваемости дебиторской задолженности меньше периода оборачиваемости кредиторской задолженности. Такое соотношение говорит о том, что компания рассчитывается по своим обязательствам более медленно, чем с предприятием это делают дебиторы. Период оборачиваемости капитала возрос, что связано с увеличением имущества предприятия. Далее оценим рентабельность ООО «Каменный пояс».

Показатели рентабельности сведены в таблицу 3.14.

Таблица 3.14 – Показатели рентабельности предприятия ООО «Каменный пояс»  
В процентах

Показатель	2016 год	2017 год	2018 год
Рентабельность продаж	21,52	20,55	27,31
Рентабельность основной деятельности	28,16	26,73	39,35
Экономическая рентабельность	51,32	41,19	55,95
Рентабельность собственного капитала	98,82	98,80	99,27

На рисунке 3.4 представлена динамика рентабельности предприятия.

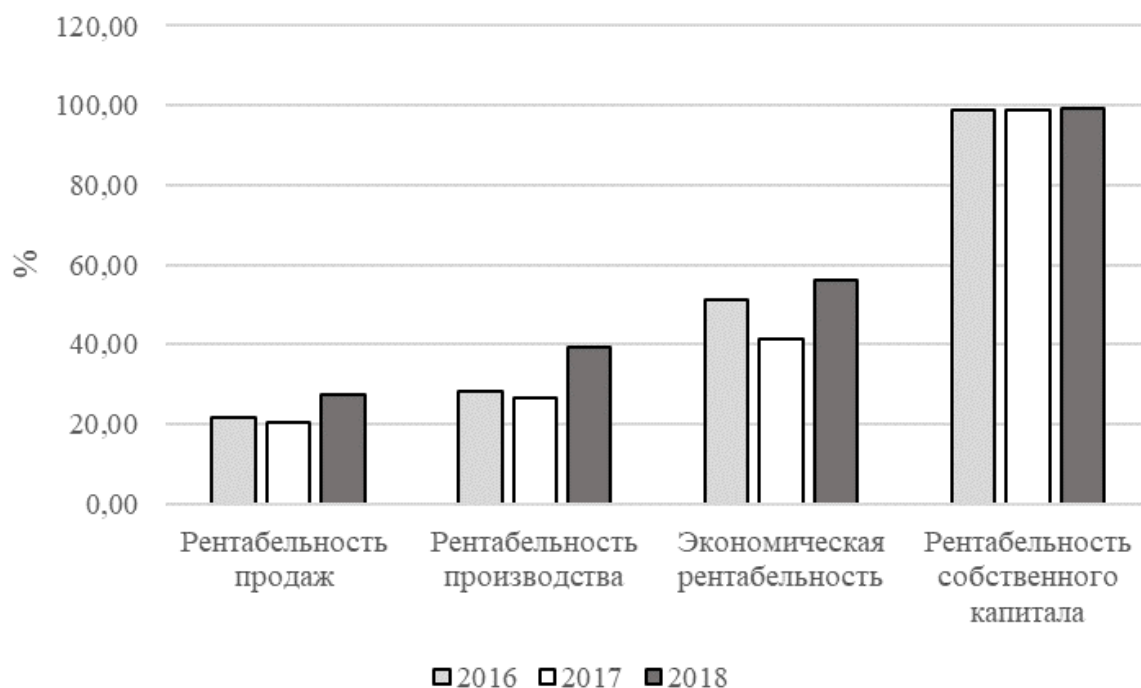


Рисунок 3.4 – Показатели рентабельности ООО «Каменный пояс»

Показатели рентабельности имеют тенденцию роста за последний рассматриваемый период – 2018 год, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятия. В целом значения рентабельности у предприятия весьма высокие.

Таким образом, ювелирный салон ООО «Каменный пояс» весьма платежеспособен и эффективно функционирует в условиях рынка. По результатам стратегического анализа рекомендовано в первую очередь рассмотреть проект, направленный на ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений, во вторую очередь на создание собственного сайта, где можно увидеть ассортимент продукции, узнать стоимость и заказать товар, услугу.

### 3.3 Проект повышения эффективности деятельности предприятия и оценка экономической эффективности предложенных мероприятий

Для улучшения финансово-экономического состояния ООО «Каменный пояс» и повышения эффективности работы предприятия предлагается к реализации несколько мероприятий:

- первое мероприятие, направленное на ввод новой актуальной услуги – ремонт ювелирных украшений;
- на тот период, когда не будет заказов на ремонт украшений, мастер может брать заказы на изготовление украшений;
- принимать ювелирные изделия от частных лиц на комиссию;
- открыть сайт компании, где можно ознакомиться с перечнем услуг, ювелирными украшениями, в том числе принятыми на комиссию, задать интересующие вопросы.

Спектр услуг по ремонту украшений:

- спайка разорванных браслетов, золотых цепочек, изменение размера кольца;
- закрепка вставок в ювелирных изделиях;
- полировка, чистка, шлифовка, мойка различных ювелирных изделий;
- ремонт замков на ювелирных изделиях.

Преимущества обращения к ювелирам:

- качественный сервис и индивидуальный подход к каждому клиенту;
- профессиональные консультации по уходу за изделиями, в том числе с инкрустацией;
- использование уникальных технологий, что позволяет работать с различными золотыми и серебряными изделиями.

Ювелирные изделия на комиссию принимаются с целью расширения ассортимента товара, представленного в магазине, по соглашению между комитентом и комиссионером. Приём на комиссию будет производиться один раз в неделю, когда для оценки изделий будет приходиться приглашенный эксперт.

Продажа изделий, сданных на комиссию будет осуществляться на следующих условиях, вносимых в Договор комиссии:

- продажная цена комиссионного товара определяется соглашением сторон;
- принятый на комиссию товар поступает в продажу на следующий день после его приема на комиссию;
- за выполнение услуг по продаже магазину выплачивается комиссионное вознаграждение в размере 30% от цены реализации;
- срок реализации товара составляет 180 календарных дней;
- на 181 день, по истечении срока реализации, товар снимается с продажи. Комитент обязан забрать нереализованный товар не позднее 181 дня с начала срока реализации. при возврате Комитенту снятого с реализации товара, с 182-го дня от даты начала реализации, с Комитента взимается плата за хранение в размере 1% от первоначальной стоимости товара за каждый полный и неполный месяц хранения. Неполным месяцем хранения считается любое количество времени в течение календарного месяца;
- товар с недостатками, не обнаруженными при его приеме на комиссию, снимается с реализации и возвращается владельцу;
- владелец имеет право в любое время потребовать возврата сданного на комиссию, но не проданного товара;

–деньги за проданный товар выплачиваются владельцу через 3 дня после продажи товара;

–споры, возникающие между сторонами по выполнению условий Договора комиссии, рассматриваются в порядке, предусмотренном действующим Законодательством.

При реализации мероприятия изменится организационная структура предприятия –необходим дополнительный набор персонала в связи с вводом новой услуги. Планируется пригласить к сотрудничеству ювелира, предложив ему сдельную оплату труда. Заработная плата остальных сотрудников остается на прежнем уровне.

Необходимо приобретение оборудования. Для начала понадобится приобрести: тиски различных размеров,полировальный станок, высокочувствительные весы, токарный станок, бензиновую горелку и паяльную лампу для ювелиров, изложницу для плавления золота и серебра, гравировальный станок, ручные ювелирные вальцы, цепевязальный станок, литейное оборудование (головаточная вибромашина, вакуумный автомат для литья, электропечь для проковки и обжига и т. д.), фрезерный ювелирный станок, сверлильный станок, станок для резки камня, шлифовальный станок, инструменты для работы – напильники различных профилей, двусторонние надфили, набор пинцетов, специальные биноклярные очки, миниатюрные пассатижи, кусачки, мини-лобзики, набор молотков, наковальни, набор штиштелей, волочительную доску, пуансоны и плиты, миниатюрную бор-машинку, измерительные инструменты для ювелирных работ (микрометр со размером деления 0,1 мм., штангенциркуль до 150 мм., линейка металлическая до 200 мм., циркуль, кольцемер),инструменты для обжатия и закатки золота и серебра, для закреплении драгоценных камней и декоративных элементов. Ювелирный инструмент продается на интернет-площадках по приемлемой цене. Для товара по комиссии необходима покупка стендов-витрин.

Также вдобавок для работы с металлами понадобится приобрести ряд химических реактивов. А именно: серную кислоту, соляную кислоту, гидрат окиси натрия, медный купорос, соли, цианистое серебро. Приобрести золото и серебро необходимыми партиями можно в крупных банках, таких как ВТБ и Сбербанк.

Для реализации предложенных решений необходимо осуществить ряд действий, представим их в виде календарного плана, с учетом времени и стоимостной оценкой – таблица 3.15.

Таблица 3.15 – Календарный план

Мероприятие	Дата начала	Дата окончания	Затраты, тыс. руб.
Поиск поставщика и заказ оборудования	01.08.2019		0
Поиск нового сотрудника на должность ювелира	01.08.2019	31.08.2019	0
Заказ интернет-сайта	01.08.2019	31.08.2019	15
Разработка договора для комиссии	15.08.2019	31.08.2019	5
Приобретение оборудования	20.08.2019		350
Закупка сырья и материалов	20.08.2019	31.08.2019	50
Доставка оборудования	20.08.2019	25.08.2019	5
Пуско-наладочные работы, установка оборудования	26.08.2019	31.08.2019	0
Реклама	20.08.2019		30
Ввод оборудования в эксплуатацию	01.09.2019		0
Срок подготовительного этапа, мес.	1		455

Сумма инвестиций составляет 455 тысяч рублей. На счету у предприятия имеется 480 тысяч рублей, собственных средств будет достаточно для инвестирования.



Подготовительный этап составляет 1 месяц, после чего «Каменный пояс» вводит предлагаемые мероприятия. Расчетный срок мероприятия составляет 16 месяцев, то есть конец 2019 и весь 2020 год.

С помощью экспертов из «Каменного пояса» спрогнозируем объем заказов на новые услуги, а также благодаря появлению собственного сайта, планируется повышение выручки от основной деятельности за счет роста продаж украшений. Согласно экспертному мнению, продажа украшений после создания сайта повысится – в 2019 году на 2%, в 2020 году на 10%.

Прирост выручки от реализации украшений в 2019 году составит:

$$\Delta B_{2019} = 6217 \cdot 0,02 = 124,34 \text{ тыс. руб.}$$

Прирост выручки от реализации украшений в 2020 году составит:

$$\Delta B_{2020} = 6217 \cdot 0,1 = 621,7 \text{ тыс. руб.}$$

В 2019 году прогнозируется 80 заявок на ремонт ювелирных украшений, а в 2020 году прогнозируется 250 заявок, при средней цене 2000 рублей за ремонт рассчитаем прогноз выручки:

$$B_{\text{ремонт}2019} = 80 \cdot 2 = 160 \text{ тыс. руб.}$$

$$B_{\text{ремонт}2020} = 250 \cdot 2 = 500 \text{ тыс. руб.}$$

Изготовление украшений по заказу потребителя весьма дорогостоящая процедура, которая в среднем стоит 10000 рублей за один заказ. При прогнозе 10 заявок за 4 месяца 2019 года и 30 заявок за весь 2020 год, рассчитаем выручку:

$$B_{\text{изготовл}2019} = 10 \cdot 10 = 100 \text{ тыс. руб.}$$

$$B_{\text{изготовл}2020} = 10 \cdot 30 = 300 \text{ тыс. руб.}$$

Следующее мероприятие – прием ювелирных изделий на комиссию, размер которой составляет 30% от стоимости изделия. В среднем размер комиссии составляет 1500 рублей. Прогнозируется что в 2019 году предприятие реализует 20 единиц комиссионных украшений, а в 2020 году это количество возрастет до 100 единиц, таким образом, выручка от услуги составит:

$$B_{\text{комис}2019} = 1,5 \cdot 20 = 30 \text{ тыс. руб.}$$

$$B_{\text{комис}2020} = 1,5 \cdot 100 = 150 \text{ тыс. руб.}$$

Всего прирост выручки составит:

$$B_{2019} = 124,34 + 160 + 100 + 30 = 414,34 \text{ тыс. руб.}$$

$$B_{2020} = 621,7 + 500 + 300 + 150 = 1571,7 \text{ тыс. руб.}$$

Прогноз спроса и выручки представлен в таблице 3.16.

Таблица 3.16 – Прогноз спроса

Наименование	Средняя цена	Прогноз на 2019 год	Прогноз на 2020 год	В рублях	
				Прирост выручки за 2019 год	Прирост выручки за 2020 год
Продажа украшений	-	2%	10%	124340	621700
Ремонт украшений	2000	80 заявок	250 заявок	160000	500000
Изготовление украшений	10000	10 заявок	30 заявок	100000	300000
Украшения на комиссию	1500	20 шт.	100 шт.	30000	150000
Итого	-	-	-	414340	1571700

Таким образом, прирост выручки в 2019 году составит 414340 рублей, в 2020 году прирост прогнозируется в размере 1571700 рублей.

Рассчитаем расходы, которые возникнут в связи с реализацией предложенных мероприятий. К постоянным расходам, возникающим в связи с предложенными мероприятиями, относим оплату за ведение интернет-сайта и рекламу. В первое время стоит воспользоваться сторонними услугами по продвижению и раскрутке интернет сайта, чтобы от него был эффект. При ежемесячной стоимости ведения и раскрутки сайта 15000 рублей расходы составят:

$$P_{\text{сайт}2019} = 4 \cdot 15 = 60 \text{ тыс. руб.}$$

$$P_{\text{сайт}2020} = 12 \cdot 15 = 180 \text{ тыс. руб.}$$

Следующая статья расходов – реклама. Бюджет на рекламу 10000 рублей в месяц, на эти средства можно заказывать рекламу в СМИ (газеты, журналы, радио), изготавливать и раздавать листовки и буклеты, писать платные статьи в тематические издания и т.д. Рассчитаем расходы на рекламу:

$$P_{\text{реклама}2019} = 4 \cdot 10 = 40 \text{ тыс. руб.}$$

$$P_{\text{реклама}2020} = 12 \cdot 10 = 130 \text{ тыс. руб.}$$

К переменным расходам следует отнести заработную плату нового сотрудника ювелира, который будет осуществлять ремонт и изготовление украшений на заказ, стоимость сырья и материалов для ремонта и изготовления изделий, а также коммунальные платежи, связанные с изготовлением и ремонтом украшений.

Оплату труда ювелира рассчитаем по сдельному тарифу – 50% от выручки, таким образом, статья заработной платы составит:

$$P_{\text{з/п}2019} = 0,5 \cdot (160 + 100) = 130 \text{ тыс. руб.}$$

$$P_{\text{з/п}2020} = 0,5 \cdot (500 + 300) = 400 \text{ тыс. руб.}$$

При расчете расходов на сырье и материалы принимаем к расчету только то сырье и материалы, которые необходимы для ремонта, расходники. То есть, к примеру, если будет заказ на золотое кольцо весом 4 грамма, то исходный материал, золото, заказчик предоставляет свое или оплачивает отдельно. Таким образом, при расчете взят норматив 11,5% на сырье и материалы, произведем расчет данной статьи расходов:

$$P_{\text{сырье}2019} = 0,115 \cdot (160 + 100) = 29,9 \text{ тыс. руб.}$$

$$P_{\text{сырье}2020} = 0,115 \cdot (500 + 300) = 92 \text{ тыс. руб.}$$

Также к переменным расходам относятся дополнительные коммунальные расходы, связанные с вводом новых услуг по изготовлению и ремонту украшений. По мнению бухгалтера ООО «Каменный пояс», ежемесячно данная статья расходов составит 2500 рублей. Рассчитаем на срок мероприятия – 4 месяца в 2019 году и 12 месяцев в 2020 году:

$$P_{\text{коммун}2019} = 2,5 \cdot 4 = 10 \text{ тыс. руб.}$$

$$P_{\text{коммун}2020} = 2,5 \cdot 12 = 30 \text{ тыс. руб.}$$

Суммарные расходы по годам составят:

$$P_{2019} = 60 + 40 + 130 + 29,9 + 10 = 269,9 \text{ тыс. руб.}$$

$$P_{2020} = 180 + 120 + 400 + 92 + 30 = 822 \text{ тыс. руб.}$$

В таблице 3.17 представим прогноз расходов ООО «Каменный пояс».

Таблица 3.17 – Прогноз расходов

Наименование	В рублях	
	В 2019 году	В 2020 году
Постоянные расходы		
Оплата за ведение сайта	60000	180000
Реклама	40000	120000
Переменные расходы		
Заработная плата ювелира по сделке	130000	400000
Сырье и материалы	29900	92000
Коммунальные расходы, связанные с изготовлением и ремонтом украшений	10000	30000
Итого	269900	822000

Далее составим прогнозные отчеты о прибылях и убытках проекта на три года его реализации (таблица 3.18). Выручку возьмем из таблицы 3.16, себестоимость берем из таблицы 3.17.

Таблица 3.18– Прогнозные проектные отчеты о прибылях и убытках

Показатель	В рублях	
	2019 год	2020 год
Валовая выручка	414340	1571700
Себестоимость	269900	822000
Балансовая прибыль	144440	749700
Налог на прибыль (20%)	28888	149940
Чистая прибыль	115552	599760

В прогнозном периоде благодаря введению разработанных мероприятий ООО «Каменный пояс» получит дополнительную прибыль в размере 115,5 тысяч рублей в 2019 году и 599,7 тысяч рублей в 2020 году. Прирост прибыли способствует повышению эффективности работы предприятия.

Анализ эффективности реализации мероприятия проведем с помощью критериев оценки инвестиционных проектов – чистая приведенная стоимость, индекс доходности, внутренняя норма рентабельности, срок окупаемости [36].

Сначала рассчитаем ставку дисконтирования. Так как для инвестирования используется только собственный капитал, то ставка дисконтирования (ставка доходности) собственного капитала ( $R_e$ ) рассчитывается по формуле 3.2 [36].

$$R_e = R_f + B(R_m - R_f), \quad (3.2)$$

где,  $R_f$  – безрисковая ставка дохода;

$\beta$  – коэффициент, определяющий изменение цен предприятий ювелирной отрасли по сравнению с изменением цен по всем отраслям рынка; обычно ставка рассчитывается аналитическими агентствами;

$R_f$  – премия за рыночный риск;

$R_m$  – среднерыночные ставки доходности на рынке ювелирной отрасли.

Ставка доходности инвестиций в безрисковые активы ( $R_f$ ). В качестве безрисковых активов (то есть активов, вложения в которые характеризуются нулевым риском) рассматриваются обычно государственные ценные бумаги, доходность которых равна 6,5% [37].

Коэффициент  $\beta$ . Этот коэффициент отражает изменение цен предприятий ювелирной отрасли к изменению рыночного (систематического) риска. Если  $\beta = 1$ , то колебания цен данной компании полностью совпадают с колебаниями рынка в целом. Если  $\beta = 1,2$ , то можно ожидать, что в случае общего подъема на рынке цены данной компании будут расти на 20% быстрее, чем рынок в целом. И наоборот, в случае общего падения цены будут снижаться на 20% быстрее рынка

в целом. В России информацию о значениях  $\beta$ -коэффициентов компаний можно найти в информационных выпусках рейтингового агентства АК & М, а также на его сайте в разделе «Рейтинги». В нашем случае коэффициент  $\beta = 1$ , потому что колебания цен ООО «Каменный пояс» полностью совпадают с колебаниями рынка в целом.

Премия за рыночный риск принимается равной 5% [22].

Среднерыночная ставка доходности на рынке ювелирной отрасли 12%.

$$R_e = 6,5 + 1 \cdot (12 - 5) = 13,5 \%$$

Ставка дисконтирования равна 13,5%.

Чистая приведенная стоимость рассчитывается по формуле (3.3) [36]:

$$NPV = \sum_{t=1}^n C_t \frac{1}{(1+r)^t} - I_0, \quad (3.3)$$

где,  $C_t$  – чистый денежный поток по проекту;

$I_0$  – первоначальные инвестиции по проекту;

$r$  – ставка дисконтирования;

$t$  – период проекта.

Индекс доходности (PI) показывает эффективность дисконтированных инвестиций по дисконтированному доходу – формула (3.4):

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n C_t \frac{1}{(1+r)^t}}{I_0}, \quad (3.4)$$

где,  $C_t$  – чистый денежный поток по проекту;

$I_0$  – первоначальные инвестиции по проекту;

$r$  – ставка дисконтирования;

$t$  – период проекта.

Если индекс доходности больше единицы – проект следует реализовать.

Внутренняя норма рентабельности (IRR) – это ставка, при которой чистая приведенная стоимость проекта равна нулю, то есть внутренняя норма рентабельности характеризует ожидаемую доходность проекта и определяется из следующего соотношения (3.5) [36]:

$$IRR = r_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 + NPV_2)} \cdot (r_2 - r_1), \quad (3.5)$$

где,  $r_1$  – значение табулированного коэффициента дисконтирования, при котором

$NPV_1$  больше 0;

$r_2$  – значение табулированного коэффициента дисконтирования, при котором

$NPV_2$  меньше 0.

Если ставка дисконтирования меньше внутренней нормы рентабельности – проект стоит принять к реализации.

Простой срок окупаемости (PP) – период, за который чистая прибыль от проекта покроет первоначальные капиталовложения. Критерий PP не позволяет учитывать влияние доходов последних периодов, выходящих за пределы срока окупаемости, и делать различия между проектами с одинаковой суммой кумулятивных доходов, но разным распределением ее по годам. В отличие от других критериев он позволяет давать оценки (хотя и грубые) рисковости проекта.

Простой срок окупаемости по проекту рассчитывается по формуле (3.6):

$$PP = \frac{I_0}{NP}, \quad (3.6)$$

где,  $I_0$  – первоначальные инвестиции по проекту;

NP – среднегодовая чистая прибыль.

Дисконтированный срок окупаемости (DPP) рассчитывается по формуле (3.7):

$$DPP = \frac{I_0}{\sum_{t=1}^n C_t \frac{1}{(1+r)^t}}. \quad (3.7)$$

Интегральные показатели эффективности мероприятия сведены в таблицу 3.19.

Таблица 3.19 – Интегральные показатели эффективности

Показатель	Единица измерения	Значение
Чистая приведенная стоимость	рубли	189000
Ставка дисконтирования	процент	13,5
Внутренняя норма рентабельности	процент	76,7
Индекс доходности	-	1,42
Простой срок окупаемости	мес.	10,2
Дисконтированный срок окупаемости	мес.	11,3

Инвестиционный проект привлекателен по всем показателям эффективности – чистая приведенная стоимость больше нуля, внутренняя норма рентабельности выше ставки дисконтирования, индекс доходности выше единицы, при реализации данного проекта ООО «Каменный пояс» получит дополнительную прибыль.

Далее спрогнозируем бухгалтерскую отчетность для оценки изменения финансового состояния предприятия. Перспективное финансовое прогнозирование включает в себя построение прогнозной отчетности на основе набора предположений об условиях деятельности фирмы. В данном прогнозе рассмотрен метод построения прогнозов на базе процентного изменения объема реализации – простой, но часто применяемый на практике прием прогнозирования значений показателей финансовой отчетности.



Используемый метод пропорциональной зависимости подразумевает изменение всех статей актива и некоторых статей пассива пропорционально изменению объема реализации, но также сложившиеся к настоящему моменту значения большинства балансовых статей являются оптимальными для текущего объема реализации.

В первую очередь, метод прогнозирования на основе процентного изменения объема реализации состоит в выделении среди статей отчета о прибылях и убытках и бухгалтерского баланса таких, которые изменяются в той же зависимости, что и объем реализации. Что касается отчета о прибылях и убытках, то предполагается, что увеличение объема реализации прямо влияет на все показатели, кроме операционных доходов и расходов, и части внереализационных доходов и расходов.

При формировании прогнозной формы №2 «Отчета о прибылях и убытках» за основу берется имеющийся отчет о прибылях и убытках ООО «Каменный пояс» за последний отчетный период – за 2018 год (приложение Б). Мероприятие внедряется в 2019 году и рассчитано на 2019-2020 года. Прогноз на 2019 год составляется при помощи таблицы 3.18.

Реализация мероприятия не влияет на коммерческие, управленческие, прочие расходы и прочие доходы организации. Прогнозный отчет о финансовых результатах представим в таблице 3.20.

Таблица 3.20 – Прогнозный отчет о финансовых результатах

Наименование	2018 год	Прогноз	
		2019 год	2020 год
Выручка	6217	6631	7789
Себестоимость продаж	4315	4585	5137
Валовая прибыль (убыток)	1902	2046	2652
Коммерческие расходы	204	204	204
Управленческие расходы	0	0	0

Прибыль (убыток) от продаж	1698	1842	2448
Доходы от участия в других организациях	0	0	0
Проценты к получению	0	0	0
Проценты к уплате	0	0	0
Прочие доходы	0	0	0
Прочие расходы	0	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	1698	1842	2448
Текущий налог на прибыль	340	368	490
Чистая прибыль (убыток)	1358	1474	1958

Формирование прогнозных бухгалтерских балансов стоит начинать с заполнения тех статей баланса, которые остаются неизменны, на которые не влияет мероприятие. К таким статьям относится «Уставный капитал».

Для прогноза изменения статей баланса необходимо найти коэффициент, который отображает изменения прогнозной выручки к текущей выручке. Рассчитаем данный коэффициент:

$$K_{2019} = \frac{6631}{6217} = 1,0666$$

$$K_{2020} = \frac{7789}{6217} = 1,2528$$

Далее прогнозируем с учетом внедрения мероприятия. Так как предприятие приобретает оборудование – то увеличивается статья «Основные средства». Стоит учитывать, что каждый год основные средства теряют свою стоимость на сумму амортизации.

Запасы и НДС увеличиваются пропорционально увеличению выручки, то есть на рассчитанный коэффициент.

У предприятия увеличится нераспределенная прибыль –данная цифра берется из прогнозного отчета о финансовых результатах.

Статьи «Дебиторская задолженность» и «Кредиторская задолженность» увеличиваются пропорционально увеличению выручки. Так как мероприятие финансируется за собственный счет – то сумма инвестиционных затрат списывается с «Денежных средств». После получения прибыли предприятие имеет право расходовать денежные средства по своему усмотрению – внести их в кассу, закупить сырье или рассчитаться по своим обязательствам. Согласно правилам построения баланса, актив всегда равен пассиву, поэтому мы распределяем денежные средства по своему усмотрению для уравнивания активной и пассивной частей баланса «Каменный пояс».

Прогнозный бухгалтерский баланс представлен в таблице 3.21.

Таблица 3.21 – Прогнозный бухгалтерский баланс

АКТИВ	2018 г.	2019 г.	2020 г.
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
Нематериальные активы	0	0	0
Результаты исследований и разработок	0	0	0
Нематериальные поисковые активы			
Материальные поисковые активы			
Основные средства	339	663	637
Доходные вложения в материальные ценности			
Финансовые вложения	0	0	0
Отложенные налоговые активы	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	0	0	0
Итого по разделу I	339	663	637
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
Запасы	2009	2143	2517
НДС	0	0	0
Дебиторская задолженность	207	221	259
Финансовые вложения	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	480	140	740
Прочие оборотные активы	0	0	0
Итого по разделу II	2696	2504	3516
<b>БАЛАНС</b>	<b>3035</b>	<b>3167</b>	<b>4153</b>
<b>ПАССИВ</b>			
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>			
Уставный капитал	10	10	10
Переоценка внеоборотных активов	0	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)			
Резервный капитал	0		0

Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1358	1474	1958
Итого по разделу III	1368	1484	1968
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	0	0	0
Оценочные обязательства	0	0	0
Прочие обязательства	0	0	0
Итого по разделу IV	0	0	0
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	0	0	0
Кредиторская задолженность	1667	1683	2185
Доходы будущих периодов	0	0	0
Оценочные обязательства	0	0	0
Прочие обязательства			
Итого по разделу V	1667	1683	2185
БАЛАНС	3035	3167	4153

Прогнозная бухгалтерская отчетность с учетом реализации мероприятия представлена в приложении В.

На основе прогнозных аналитических балансов проведем расчет и оценку динамики ряда коэффициентов, характеризующих ликвидность, финансовую устойчивость и эффективность деятельности предприятия ООО «Каменный пояс» после реализации мероприятия. Начальное состояние предприятия характеризовалось тем, что условие абсолютной ликвидности балансов не соблюдалось. Наиболее срочных обязательств у предприятия было больше, чем абсолютно ликвидных активов, что отрицательно характеризует способность предприятия погашать наиболее срочные обязательства. Анализ ликвидности прогнозного баланса ООО «Каменный пояс» представлен в таблице 3.22

Таблица 3.22 – Показатели ликвидности баланса

в тысячах рублей

На конец отчетного периода				На конец прогнозного периода			
A1	480	П1	1667	A1	740	П1	2185
A2	207	П2	0	A2	259	П2	0
A3	2009	П3	0	A3	2517	П3	0
A4	339	П4	1368	A4	637	П4	1968
Валюта баланса 3035				Валюта баланса 4153			

Инвестиционное мероприятие не повлияло на ликвидность баланса, по-прежнему наиболее срочные обязательства превышают абсолютно ликвидные активы. Коэффициент ликвидности баланса на конец отчетного периода составлял 0,71, на конец прогнозного периода его значение составляет 0,74 – благоприятная тенденция увеличения коэффициента, однако показатель не в норме.

Начальное состояние предприятия характеризовалось тем, что коэффициенты ликвидности за все рассматриваемые периоды соответствовали нормативным значениям.

Коэффициенты ликвидности после реализации мероприятия представлены в таблице 3.23.

Таблица 3.23 – Коэффициенты ликвидности

Показатель	Норма	На конец отчетного периода	На конец прогнозного периода
Коэффициент текущей ликвидности	от 1	1,62	1,62
Коэффициент срочной ликвидности	от 0,7	0,41	0,46
Коэффициент абсолютной ликвидности	от 0,2	0,29	0,34

На рисунке 3.5 изображена динамика изменения коэффициентов ликвидности ООО «Каменный пояс».

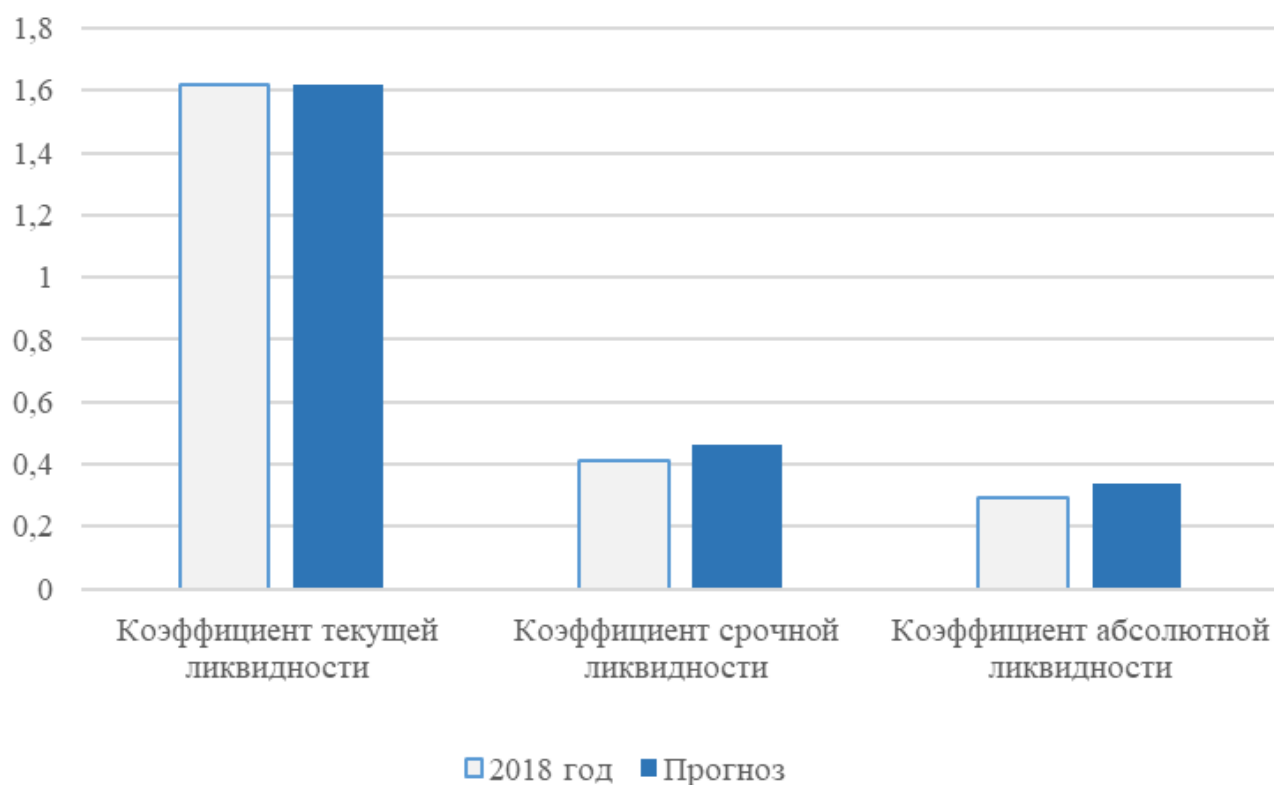


Рисунок 3.5 – Динамика коэффициентов ликвидности

После реализации мероприятия коэффициенты срочной и абсолютной ликвидности предприятия ООО «Каменный пояс» возросли, за счет получения дополнительной прибыли от реализации предложенного мероприятия. Инвестиционное мероприятие благоприятно повлияло на ликвидность, предприятие ликвидно и способно рассчитываться по своим обязательствам в краткосрочный период.

Анализ финансовой устойчивости начального состояния предприятия показал, что у предприятия доля собственного капитала за последний рассматриваемый период возросла, это связано с тем, что предприятие получило прибыль и рассчитывается по своим обязательствам. Зависимость от заемных средств снижается. Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость предприятия после реализации предложенного мероприятия рассчитаны и представлены в таблице 3.24.

Таблица 3.24 – Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатель	Норма	На конец	На конец
------------	-------	----------	----------

		отчетного периода	прогнозного периода
Коэффициент финансовой автономии	0,6	45,09	47,38
Коэффициент финансовой зависимости	0,4	54,91	52,61
Коэффициент задолженности	ниже 0,67	1,22	1,11
Коэффициент финансирования	свыше 1	0,82	0,5
Коэффициент маневренности активов	0,2 – 0,5	2,22	3

На рисунке 3.6 изображена динамика коэффициентов устойчивости.

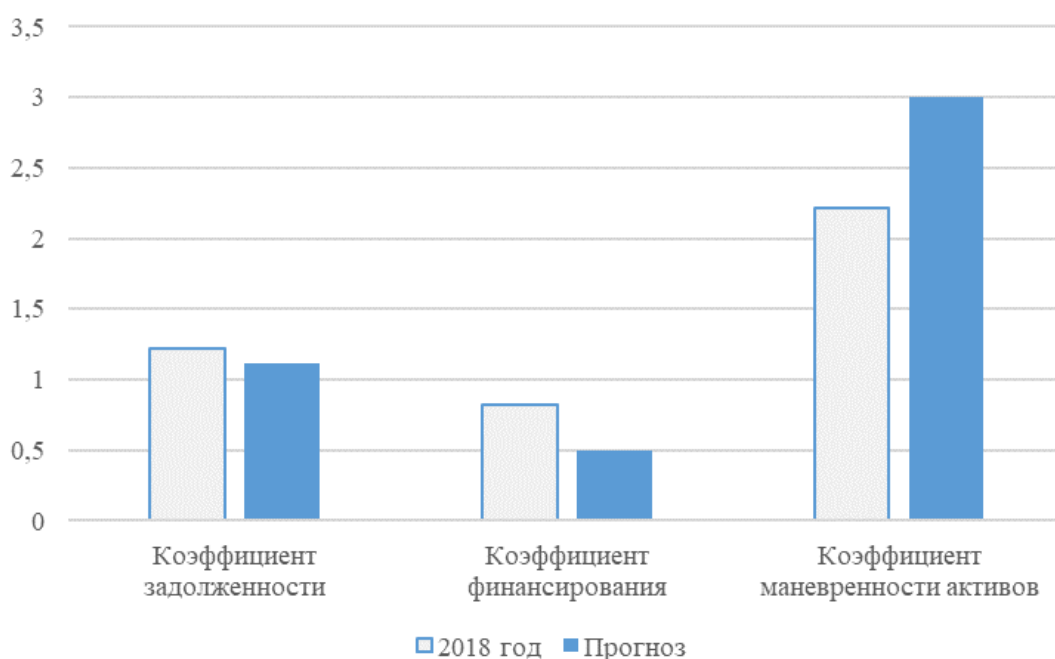


Рисунок 3.6 – Динамика коэффициентов финансовой устойчивости

Доля собственно капитала предприятия в прогнозном периоде возросла с 45,09% до 47,38%, зависимость от заемных средств уменьшается, поэтому снижается коэффициент финансового рычага. Чем меньше финансовый рычаг, тем устойчивее положение. С другой стороны, заемный капитал позволяет увеличить рентабельность собственного капитала, то есть получить дополнительную прибыль на собственный капитал. Маневренность активов возросла.

Далее определим тип финансовой устойчивости предприятия после реализации проекта, таблица 3.25.

Таблица 3.25– Определение типа финансовой устойчивости

Показатели	На конец отчетного периода	На конец прогнозного периода
1. Собственный капитал	1368,4	1968
2. Внеоборотные активы	339	637
3. Собственный оборотный капитал	1029,4	1331
4. Долгосрочные кредиты и заёмные средства	0	0
5. Наличие собственных и долгосрочных источников формирования запасов	1029,4	1331
6. Краткосрочные кредиты и заемные средства	0	0
7. Наличие собственных долгосрочных и краткосрочных источников формирования запасов	1029,4	1331
8. Величина запасов	2009	2517
9. Излишек/недостаток собственных средств	-979,6	-1186
10. Излишек/недостаток собственных оборотных средств и долгосрочных заемных средств	-979,6	-1186
11. Излишек/недостаток собственных оборотных средств, долгосрочных заемных средств и краткосрочных средств	-979,6	-1186
12. Трехкомпонентный критерий S	(0.0.0)	(0.0.0)

Как видно из таблицы 3.25 на конец отчетного периода ООО «Каменный пояс» находилось в кризисном финансовом положении, у предприятия наблюдалась нехватка собственных оборотных средств. На конец прогнозного периода (2020 год) тип финансовой устойчивости не изменился. Мероприятие не повлияло на ситуацию.

Показатели оборачиваемости для ООО «Каменный пояс» в прогножном периоде рассчитаны и представлены в таблице 3.26.

Таблица 3.26 – Динамика изменения показателей оборачиваемости



Показатель	За 2018 год	Прогнозный период
Коэффициент оборачиваемости капитала, в оборотах	2,25	2,13
Период оборачиваемости капитала, дни	163,00	172,00
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, в оборотах	29,75	32,45
Период оборачиваемости дебиторской задолженности, дни	13,00	12,00
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, в оборотах	2,59	2,66
Период оборачиваемости кредиторской задолженности, дни	141,00	138,00

Прогнозные значение оборачиваемости свидетельствуют о том, что период оборачиваемости капитала вырос – у предприятия увеличилось имущество и поэтому надо больше времени на оборот, что является отрицательной тенденцией. Дебиторская и кредиторская задолженности в прогнозном периоде не претерпели значительных изменений, однако за счет роста выручки предприятия, периоды оборота изменились, снизились.

На рисунке 3.7 представлена динамика периодов оборота предприятия до и после реализации предложенного мероприятия.

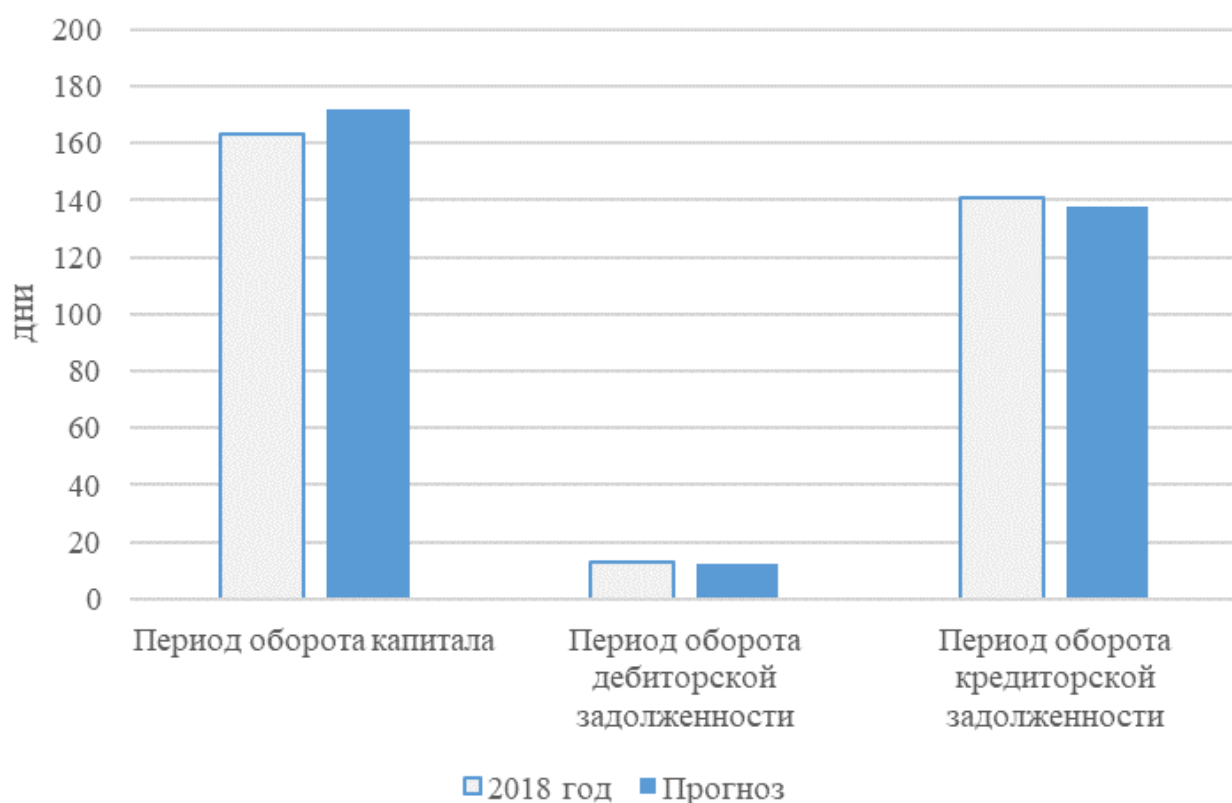


Рисунок 3.7 – Динамика периодов оборачиваемости

Главный показатель, отображающий эффективность работы предприятия – это рентабельность. Начальное состояние предприятия характеризовалось тем, что рентабельность предприятия возрастала. Далее рассматривается, как изменятся показатели рентабельности после реализации мероприятия, результат представлен в таблице 3.27.

Таблица 3.27 – Динамика изменения показателей рентабельности предприятия в процентах

Показатель	За отчетный период	Прогнозный период
Рентабельность продаж	27,31	31,43
Рентабельность производства	39,35	47,65
Экономическая рентабельность	55,95	66,89
Рентабельность собственного капитала	99,27	113,46

На рисунке 3.8 представлена динамика изменения показателей рентабельности предприятия до и после реализации проекта.

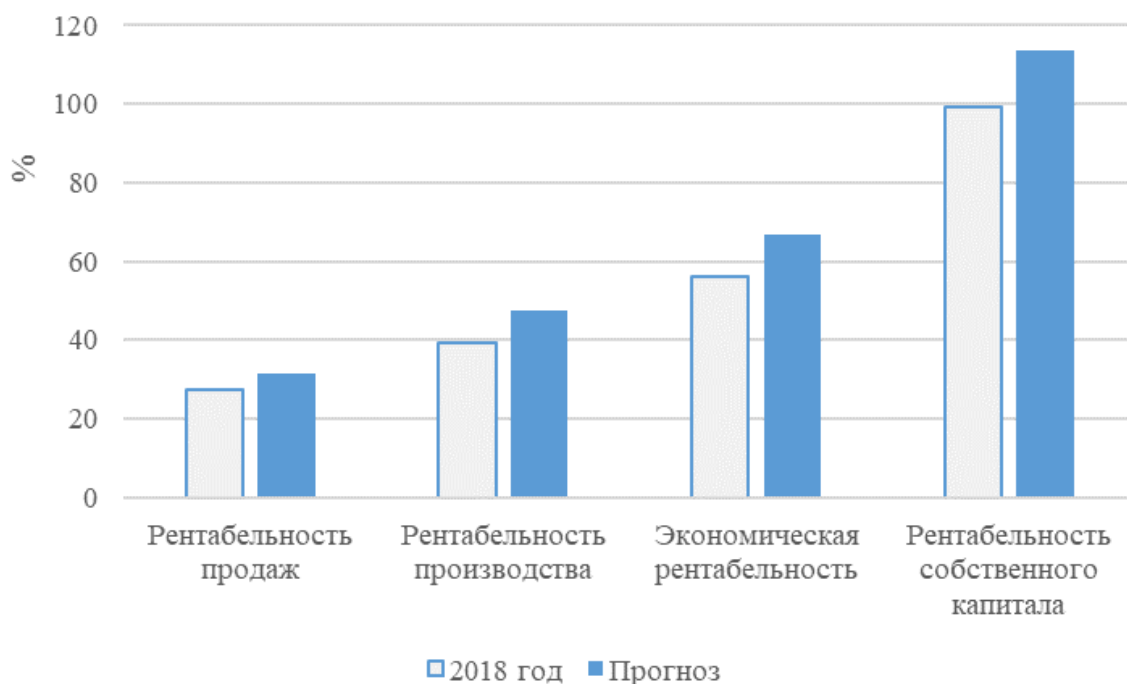


Рисунок 3.8 – Динамика изменения показателей рентабельности предприятия

Рентабельность предприятия ООО «Каменный пояс» увеличилась, что свидетельствует об увеличении эффективности деятельности. Разработанные мероприятия принесут организации дополнительную прибыль, улучшит финансово-экономическое состояние, повысит эффективность деятельности.

#### Выводы по третьему разделу

«Каменный пояс» – это уникальный магазин камней, самоцветов, украшений из натуральных камней, минералов, метеоритов и окаменелостей с самым широким ассортиментом в Челябинске: одновременно в наличии более 4 000 наименований товара. Ювелирный магазин «Каменный пояс» был основан в 1994 году в Челябинске.

В результате проведенного качественного и количественного анализа стратегической позиции предприятия были получены определенные выводы, согласно которым решения руководства компании ООО «Каменный пояс» должны быть направлены:

- в первую очередь на ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений, данное мероприятие способно повысить эффективность работы предприятия;

– во вторую очередь на создание собственного сайта, где можно увидеть ассортимент продукции, узнать стоимость и заказать товар, услугу.

Данные мероприятия могут быть реализованы в рамках инвестиционной стратегии предприятия, которая будет ориентирована на поиск возможностей роста на существующем рынке путем создания новой или более усовершенствованной продукции на базе привлечения новых технологий.

Был проведен финансовый анализ состояния предприятия, в результате которого сделаны следующие выводы:

– по результатам 2018 года, валовая прибыль предприятия возросла более значительно, чем в 2017 году, рост составил 64,11%, что произошло за счет значительного повышения выручки. В итоге, чистая прибыль за 2018 год больше чем в 2017 году на 535 тыс. руб. Предприятие имеет положительную тенденцию роста прибыли;

– за 2018 год валюта баланса предприятия возросла на 537 тысяч рублей или на 21,5%. Внеоборотные активы продолжают снижаться за счет потери стоимости основными средствами. Оборотные активы склонны к росту за счет роста запасов и денежных средств, при этом дебиторская задолженность снизилась, в следствие чего можно сделать вывод, что предприятие увеличило объем продаж продукции. Нераспределенная прибыль значительно возросла – на 535 тысяч рублей или 65%;

– состояние предприятия характеризуется тем, что условие абсолютной ликвидности баланса не соблюдается за все рассматриваемые года. Наиболее срочных обязательств у предприятия было больше, чем абсолютно ликвидных активов ( $A_1 < П_1$ ), что отрицательно характеризует способность предприятия погашать наиболее срочные обязательства;

– коэффициенты текущей и абсолютной ликвидности предприятия за все рассматриваемые периоды соответствуют норме. Все коэффициенты ликвидности увеличиваются, что свидетельствует тому, что предприятие способно рассчитываться по своим краткосрочным обязательствам;

– доля собственного капитала за последний рассматриваемый период возросла, это связано с тем, что предприятие получило прибыль и рассчитывается по своим

обязательствам. Зависимость от заемных средств снижается, что подтверждает снижение коэффициента задолженности. Величина коэффициента финансирования меньше единицы (большая часть имущества предприятия сформирована из заемных средств), то это может говорить об опасности неплатежеспособности и затруднении в получении кредита. Коэффициент маневренности выше нормативного значения, что показывает способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников;

– ООО «Каменный пояс» имеет кризисный тип финансовой устойчивости, благодаря большому количеству запасов. Это объясняется сутью работы ювелирного магазина – ювелирные украшения берутся под реализацию;

– за рассматриваемый период периоды оборачиваемости претерпели весьма незначительные изменения. Период оборачиваемости дебиторской задолженности меньше периода оборачиваемости кредиторской задолженности. Такое соотношение говорит о том, что компания рассчитывается по своим обязательствам более медленно, чем с предприятием это делают дебиторы. Период оборачиваемости капитала возрос, что связано с увеличением имущества предприятия;

– показатели рентабельности имеют тенденцию роста, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятия.

Таким образом, ювелирный салон ООО «Каменный пояс» весьма платежеспособен и эффективно функционирует в условиях рынка.

Для улучшения финансово-экономического состояния ООО «Каменный пояс» и повышения эффективности работы предприятия предлагается к реализации несколько мероприятий: первое мероприятие, направленное на ввод новой актуальной услуги – ремонт ювелирных украшений; на тот период, когда не будет заказов на ремонт украшений, мастер может брать заказы на изготовление украшений; принимать ювелирные изделия от частных лиц на комиссию; открыть сайт компании, где можно ознакомиться с перечнем услуг, ювелирными

украшениями, в том числе принятыми на комиссию, задать интересующие вопросы.

При реализации мероприятия изменится организационная структура предприятия –необходим дополнительный набор персонала в связи с вводом новой услуги. Планируется пригласить к сотрудничеству ювелира, предложив ему сдельную оплату труда. Кроме того, необходимо приобрести оборудование, заказать разработку сайта, закупить сырье и материалы. Сумма инвестиций составляет 455 тысяч рублей. На счету у предприятия имеется 480 тысяч рублей, собственных средств будет достаточно для инвестирования.

Подготовительный этап составляет 1 месяц, после чего «Каменный пояс» вводит предлагаемые мероприятия. Расчетный срок мероприятия составляет 16 месяцев, то есть конец 2019 и весь 2020 год.

Экспертным методом были спрогнозированы объемы продаж и затрат, после чего проведена оценка предложенных мероприятий. Инвестиционный проект привлекателен по всем показателям эффективности – чистая приведенная стоимость больше нуля, внутренняя норма рентабельности выше ставки дисконтирования, индекс доходности выше единицы, при реализации данного проекта ООО «Каменный пояс» получит дополнительную прибыль.

Следующим этапом был прогноз бухгалтерской отчетности и ее анализ, в сравнении с отчетной датой, который позволил сделать ряд выводов:

– инвестиционное мероприятие не повлияло на ликвидность баланса, но наблюдается благоприятная тенденция увеличения коэффициента ликвидности баланса. После реализации мероприятия коэффициенты срочной и абсолютной ликвидности возросли, за счет получения дополнительной прибыли от мероприятия. Инвестиционное мероприятие благоприятно повлияло на ликвидность, предприятие ликвидно и способно рассчитываться по своим обязательствам в краткосрочный период;

– доля собственно капитала предприятия в прогнозном периоде возросла с 45,09% до 47,38%, зависимость от заемных средств уменьшается, поэтому снижается коэффициент финансового рычага. Чем меньше финансовый рычаг,

тем устойчивее положение. С другой стороны, заемный капитал позволяет увеличить рентабельность собственного капитала, то есть получить дополнительную прибыль на собственный капитал. Маневренность активов возросла;

– прогнозные значения оборачиваемости свидетельствуют о том, что период оборачиваемости капитала вырос – у предприятия увеличилось имущество и поэтому надо больше времени на оборот, что является отрицательной тенденцией. Дебиторская и кредиторская задолженности в прогнозном периоде не претерпели значительных изменений, однако за счет роста выручки предприятия, периоды оборота изменились, снизились;

– главный показатель, отображающий эффективность работы предприятия – это рентабельность. Рентабельность предприятия ООО «Каменный пояс» увеличилась, что свидетельствует об увеличении эффективности деятельности.

Разработанные мероприятия принесут организации дополнительную прибыль, улучшат финансово-экономическое состояние, повысят эффективность деятельности.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При рассмотрении эффективности необходимо учитывать, что речь идёт о сложной комплексной категории, с помощью которой оценивают, в какой степени удалось достичь поставленных целей, опираясь при этом на конкретные показатели результатов.

В понятие эффективности входят и экономические, и управленческие аспекты. Ещё две значимые черты: интересующая нас величина носит относительный характер и по природе своей дуалистична, поскольку объединяет в себе критерии сравнения результата (эффекта) – первое – с поставленными целями и – второе – с затратами (ресурсами), причём в ходе сравнение непременно учитывают временной компонент, понадобившийся для достижения определенного необходимого эффекта.

Конечно, применительно к предприятию говорить о получаемом результате (эффекте) в отрыве от его деятельности не имеет смысла, так что возникает необходимость обратиться к сущности термина «эффективность деятельности предприятия». Предприятие в таком случае выступает в качестве открытой социально-экономической системы, а его деятельность является направленным процессом и имеет два чётко определённых направления: первый вектор касается процесса выполнения функций компании, а второй - результата деятельности фирмы. Именно за счёт такой двунаправленности одновременно и на процесс, и на результат, понятие «эффективность деятельности предприятия» принято считать комплексным, и этот подход вполне оправдан.

Не предоставляет сомнения утверждение, что любая компания действует с целью получить определенные результаты.

В международных стандартах ISO 9000 (пункт 3.2.14) даны понятия результативности и эффективности деятельности предприятия. Согласно этим источникам, результативность отражает, в какой степени реализована



запланированная деятельность и достигнуты запланированные результаты. А эффективность деятельности предприятия показывает, в какой степени достигнута поставленная цель, то есть насколько реальные (фактические или ожидаемые) результаты деятельности совпали с желаемыми. Из этого понимания можно вычленить главную обозначенных категорий – обе они затрагивают достижение запланированного результата и рассматривают его применительно к имеющимся целям, стоящим перед деятельностью компании.

Если не углубляться в значение терминов «эффективность деятельности предприятия» и «результативность деятельности предприятия», может сложиться впечатление, что они синонимичны и по смыслу не отличаются друг от друга. Но на самом деле названные понятия описывают несколько разные явления: в отличие от эффективности, результативность деятельности предприятия оценивают по результатам деятельности в ретроспективе (то есть в состоянии, достигнутом ранее). Поэтому результативность приобретает характер «ретроспективной эффективности».

Когда возникает необходимость определить уровень результативности (выше мы назвали ее ретроспективной эффективностью и обосновали этот взгляд, аналитики смотрят на степень реализации целей, стоящих перед деятельностью компании, и оценивают ее с точки зрения двух параметров –полноты и экономичности. В первом случае достигнутый эффект сравнивают с установленными целями, во втором – с ресурсами или затратами.

О текущей эффективности деятельности предприятия говорят, когда в расчёт берется результат, проявившийся в нынешней момент (текущий). Чтобы узнать уровень текущей эффективности, традиционно сравнивают соответствующий эффект с поставленными целями (в этом, заметим, кроется отличие эффективности от результативности).

В состав категории эффективности деятельности предприятия входит также компонент будущего проявления результата. Раз возможно выбрать эффект,

реализуемый в будущем и подходящий для дальнейшей актуализации, правомерно говорить также о будущей эффективности.

Итак, эффективность деятельности предприятия имеет, так сказать, несколько степеней актуальности: результат может проявляться в прошлом, настоящем или будущем, а значит, при рассмотрении эффективности деятельности компании стоит учитывать три ее базовых элемента: результативность (ретроспектива), текущую и будущую эффективность.

При оценке деятельности компании с позиции финансовой безопасности нужно рассматривать именно текущую эффективность, поскольку для экономической безопасности в целом она представляет наибольший вес. Кроме того, к определению эффективности деятельности компании ближе всего как раз сущность ведущих целей финансовой безопасности (в числе главных целей предприятия можно назвать а) необходимость добиваться высокой финансовой эффективности и поддерживать ее на достигнутом уровне; б) сохранять финансовую устойчивость и независимость компании; в) работать над конкурентоспособностью и постоянно повышать ее; г) обеспечивать высокую ликвидность активов, д) поддерживать деловую активность на требуемом уровне и другие.

Таким образом, в современных реалиях одной из значимых задач становится необходимость определить сущность эффективности деятельности предприятия и его финансовой безопасности предприятия. Успешное решение такого вопроса поможет правильно подобрать критерии и показатели для оценки эффективности деятельности предприятия, найти способы повысить эту эффективность, а также позволит выбрать подходящие методы, чтобы оценить уровень финансовой безопасности предприятия, которая, в свою очередь, защищает компанию от угроз внутреннего и внешнего плана.

На сегодняшний день рынок ювелирных изделий не потерял своего значения и по-прежнему важен для потребителя. Ювелирные изделия считаются более стабильным вложением и редко теряют в цене. С 2017 года в отрасли наблюдается

две противоречивые тенденции: с одной стороны, производство и импорт ювелирных изделий увеличивались, спрос ювелирной промышленности на золото рос, а с другой стороны, на этом фоне спрос на ювелирные украшения все же продолжал снижаться. Существует несколько особенностей, свойственных ювелирной индустрии. Первый момент – непрозрачность рынка. Вторая особенность российского розничного ювелирного рынка в том, что он до сих пор слишком фрагментирован. В качестве третьей характерной для российского ювелирного рынка черты называют постоянный рост доли сетевой торговли.

Эффективно развиваться ювелирной отрасли в России мешают несколько факторов: себестоимость изделий от российских производителей выше, чем у иностранной продукции; все больше драгметаллов и драгоценных камней вывозят из России с целью переработать их в готовые ювелирные изделия; значительная часть рынка ювелирных изделий и драгоценных камней является нелегальной.

В настоящее время в Челябинске действует несколько десятков ювелирных магазинов, все они предлагают хороший ассортимент различных украшений из золота и серебра, с разными драгоценными камнями (как натуральными, так и синтетическими) от российских и зарубежных производителей; слабо представлен лишь сегмент изделий класса «люкс», хотя некоторый спрос на такие украшения все же имеется.

Рынок ювелирных изделий в Челябинске в плане инвестиций представляет интерес и оказывается вполне привлекательным, в связи с чем, вероятно, крупные федеральные компании продолжают экспансию в этот уральский город. Также многие эксперты полагают, что с приходом зарубежных компаний не исключён глобальный передел рынка, после которого некоторые маленькие магазины вынуждены будут покинуть рынок или влиться в большие ювелирные сети.

«Каменный пояс» – это уникальный магазин камней, самоцветов, украшений из натуральных камней, минералов, метеоритов и окаменелостей с самым широким ассортиментом в Челябинске: одновременно в наличии более 4 000 наименований товара. Ювелирный магазин «Каменный пояс» был основан в 1994 году. В

результате проведенного качественного и количественного анализа стратегической позиции предприятия были получены определенные выводы, согласно которым решения руководства компании ООО «Каменный пояс» должны быть направлены:

- в первую очередь на ввод новой услуги – ремонт ювелирных украшений, данное мероприятие способно повысить эффективность работы предприятия;
- во вторую очередь на создание собственного сайта, где можно увидеть ассортимент продукции, узнать стоимость и заказать товар, услугу.

Данные мероприятия могут быть реализованы в рамках инвестиционной стратегии предприятия, которая будет ориентирована на поиск возможностей роста на существующем рынке путем создания новой или более усовершенствованной продукции на базе привлечения новых технологий.

Был проведен финансовый анализ состояния предприятия, в результате которого сделаны следующие выводы:

- по результатам 2018 года, валовая прибыль предприятия возросла более значительно, чем в 2017 году, рост составил 64,11%, что произошло за счет значительного повышения выручки. В итоге, чистая прибыль за 2018 год больше чем в 2017 году на 535 тыс. руб. Предприятие имеет положительную тенденцию роста прибыли;

- за 2018 год валюта баланса предприятия возросла на 537 тысяч рублей или на 21,5%. Внеоборотные активы продолжают снижаться за счет потери стоимости основными средствами. Оборотные активы склонны к росту за счет роста запасов и денежных средств, при этом дебиторская задолженность снизилась, в следствие чего можно сделать вывод, что предприятие увеличило объем продаж продукции. Нераспределенная прибыль значительно возросла – на 535 тысяч рублей или 65%;

- состояние предприятия характеризуется тем, что условие абсолютной ликвидности баланса не соблюдается за все рассматриваемые года. Наиболее срочных обязательств у предприятия было больше, чем абсолютно ликвидных активов ( $A_1 < П_1$ ), что отрицательно характеризует способность предприятия погашать наиболее срочные обязательства;

–коэффициенты текущей и абсолютной ликвидности предприятия за все рассматриваемые периоды соответствуют норме. Все коэффициенты ликвидности увеличиваются, что свидетельствует тому, что предприятие способно рассчитываться по своим краткосрочным обязательствам;

–доля собственного капитала за последний рассматриваемый период возросла, это связано с тем, что предприятие получило прибыль и рассчитывается по своим обязательствам. Зависимость от заемных средств снижается, что подтверждает снижение коэффициента задолженности. Величина коэффициента финансирования меньше единицы (большая часть имущества предприятия сформирована из заемных средств), то это может говорить об опасности неплатежеспособности и затруднении в получении кредита. Коэффициент маневренности выше нормативного значения, что показывает способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников;

– ООО «Каменный пояс» имеет кризисный тип финансовой устойчивости, благодаря большому количеству запасов. Это объясняется сутью работы ювелирного магазина – ювелирные украшения берутся под реализацию;

– за рассматриваемый период периоды оборачиваемости претерпели весьма незначительные изменения. Период оборачиваемости дебиторской задолженности меньше периода оборачиваемости кредиторской задолженности. Такое соотношение говорит о том, что компания рассчитывается по своим обязательствам более медленно, чем с предприятием это делают дебиторы. Период оборачиваемости капитала возрос, что связано с увеличением имущества предприятия;

– показатели рентабельности имеют тенденцию роста, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятия.

Таким образом, ювелирный салон ООО «Каменный пояс» весьма платежеспособен и эффективно функционирует в условиях рынка. Для улучшения финансово-экономического состояния ООО «Каменный пояс» и

повышения эффективности работы предприятия предлагается к реализации несколько мероприятий: первое мероприятие, направленное на ввод новой актуальной услуги – ремонт ювелирных украшений; на тот период, когда не будет заказов на ремонт украшений, мастер может брать заказы на изготовление украшений; принимать ювелирные изделия от частных лиц на комиссию; открыть сайт компании, где можно ознакомиться с перечнем услуг, ювелирными украшениями, в том числе принятыми на комиссию, задать интересующие вопросы.

При реализации мероприятия изменится организационная структура предприятия –необходим дополнительный набор персонала в связи с вводом новой услуги. Планируется пригласить к сотрудничеству ювелира, предложив ему сдельную оплату труда. Кроме того, необходимо приобрести оборудование, заказать разработку сайта, закупить сырье и материалы. Сумма инвестиций составляет 455 тысяч рублей. На счету у предприятия имеется 480 тысяч рублей, собственных средств будет достаточно для инвестирования.

Подготовительный этап составляет 1 месяц, после чего «Каменный пояс» вводит предлагаемые мероприятия. Расчетный срок мероприятия составляет 16 месяцев, то есть конец 2019 и весь 2020 год.

Экспертным методом были спрогнозированы объемы продаж и затрат, после чего проведена оценка предложенных мероприятий. Инвестиционный проект привлекателен по всем показателям эффективности – чистая приведенная стоимость больше нуля, внутренняя норма рентабельности выше ставки дисконтирования, индекс доходности выше единицы, при реализации данного проекта ООО «Каменный пояс» получит дополнительную прибыль.

Следующим этапом был прогноз бухгалтерской отчетности и ее анализ, в сравнении с отчетной датой, который позволил сделать ряд выводов:

– инвестиционное мероприятие не повлияло на ликвидность баланса, но наблюдается благоприятная тенденция увеличения коэффициента ликвидности баланса. После реализации мероприятия коэффициенты срочной и абсолютной ликвидности возросли, за счет получения дополнительной прибыли от

мероприятия. Инвестиционное мероприятие благоприятно повлияло на ликвидность, предприятие ликвидно и способно рассчитываться по своим обязательствам в краткосрочный период;

– доля собственно капитала предприятия в прогнозном периоде возросла с 45,09% до 47,38%, зависимость от заемных средств уменьшается, поэтому снижается коэффициент финансового рычага. Чем меньше финансовый рычаг, тем устойчивее положение. С другой стороны, заемный капитал позволяет увеличить рентабельность собственного капитала, то есть получить дополнительную прибыль на собственный капитал. Маневренность активов возросла;

– прогнозные значения оборачиваемости свидетельствуют о том, что период оборачиваемости капитала вырос – у предприятия увеличилось имущество и поэтому надо больше времени на оборот, что является отрицательной тенденцией. Дебиторская и кредиторская задолженности в прогнозном периоде не претерпели значительных изменений, однако за счет роста выручки предприятия, периоды оборота изменились, снизились;

– главный показатель, отображающий эффективность работы предприятия – это рентабельность. Рентабельность предприятия ООО «Каменный пояс» увеличилась, что свидетельствует об увеличении эффективности деятельности.

Разработанные мероприятия принесут организации дополнительную прибыль, улучшит финансово-экономическое состояние, повысит эффективность деятельности.

Таким образом, мероприятие по расширению ассортимента услуг вполне жизнеспособно и может принести хорошие результаты при внедрении его на предприятии.

Задачи выпускной квалификационной работы решены. Поставленная цель достигнута.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Абрамова, Л.С. Повышение эффективности деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования / Л.С. Абрамова // Развитие методологии современной экономической науки и менеджмента. – 2017. – № 2. – С. 328-335.
- 2 Абчук, В.А. Менеджмент: учебное пособие / В.А. Абчук. – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2016. – 340 с.
- 3 Алексеев, М.М. Планирование деятельности фирмы: учебно-методическое пособие для ВУЗов / М.М. Алексеев. – М.: Финансы и статистика, 2017.– 289 с.
- 4 Андреева, Л.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации: учебник / Л.В. Андреева. – М.: «Финансы и статистика», 2015. – 520 с.
- 5 Астахов, В.Л. Анализ финансовой устойчивости фирмы: учебное пособие / В.Л. Астахов. – М.: ОСЬ, 2016. – 140 с.
- 6 Баев, Л.А. Основы анализа инвестиционных проектов: учебное пособие / Л.А. Баев. – Челябинск: «Каменный пояс», 2016. – 272 с.
- 7 Баканов, М.И. Анализ эффективности использования оборотных средств / М.И. Баканов. – П.: ЮПИУК, 2016. – 189 с.
- 8 Балабанов, И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта: учебное пособие / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 325 с.
- 9 Бендина, Н.М. Финансовый менеджмент: учебник / Н.М. Бендина. – М.: Издательство ПРИОР, 2014. – 502 с.
- 10 Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Т.Б. Бердникова. – М.: Экономика, 2016. – 224 с.



- 11Бланк, И.А. Управление использованием капитала: учебник / И.А. Бланк. – М.: Ника-центр, 2013. – 652 с.
- 12 Бланк, И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия: учебник / И. А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2016. – 776 с.
- 13Бланк, И.А. Финансовая стратегия предприятия: учебник / И.А. Бланк. – К.: Эльга, 2014. –720 с.
- 14Богатин, Ю.В. Инвестиционный анализ: учебное пособие для ВУЗов / Ю.В. Богатин, В.А. Швандар. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 286 с.
- 15Бочаров, В.В. Финансовый анализ: учебное пособие / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2016. – 240 с.
- 16Бригхем, Ю. Финансовый менеджмент: Полный курс: в 2-х томах / Ю. Бригхем, Л. Гапенски; перевод с английского В.В. Ковалева. – СПб.: Экономическая школа, 2015. – 669 с.
- 17Ван Хорн, Джеймс. Основы финансового менеджмента: перевод с английского / Дж. Ван Хорн, Дж. М. Вахович. – М.: Вильямс, 2015. – 1225 с.
- 18 Вартанов А.С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология: учебное пособие / А. С. Вартанов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 326 с.
- 19Васильев, С.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / С.В. Васильев. – Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2014. – 125 с.
- 20Вахрушина, М.А. Управленческий анализ: учебное пособие / М.А. Вахрушина, – Л.: Омега; 2015. – 432 с.
- 21Вахрушина, М.А. Анализ финансовой отчетности предприятий: учебник / М.А. Вахрушина, Н.С. Пласкова. – М.: Вузовский учебник, 2014. – 367 с.
- 22Валаева, Т.Ф. Экономика, организация и планирование производства: учебник для вузов / Т.Ф. Валаева. – М.: Инфра-М, 2015. – 264 с.
- 23Волкова, О.И. Экономика предприятия (фирмы): учебник / О.И. Волкова, О.В. Девяткина. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 601 с.
- 24Володин, А.А. Управление финансами. Финансы предприятия: учебник / А.А. Володин. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 364 с.

- 25 Гапоненко, В.Ф. Экономическая безопасность предприятия. Подходы и принципы / Гапоненко В. Ф. – М.: Ось-89, 2017. – 208 с.
- 26 Герасименко, А.А. Финансовая отчетность для руководителей и начинающих специалистов: учебник / А.А. Герасименко. – М.: Альпина, 2014. – 440 с.
- 27 Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия: учебник / Л.Т. Гиляровская. – СПб.: «Питер», 2015. – 256 с.
- 28 Гиляровская, Л.Т. Экономический анализ: учебник / Л.Т. Гиляровская. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2014. – 615 с.
- 29 Глазунов, М.И. Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации на основе данных бухгалтерского баланса / М.И. Глазунов // Экономический анализ. – №21. – 2016. – С. 58.
- 30 Горфинсель, В.Я. Экономика предприятия: учебник для вузов / В.Я. Горфинсель, В.А. Швандар. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 663 с.
- 31 Грицюк, Т.В. Финансы предприятий на примере регионов: учебно-методическое пособие / Т.В. Грицюк, В.В. Котилко. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 488 с.
- 32 Гурнович, Т.Г. Приоритетные направления повышения эффективности деятельности организации / Т.Г. Гурнович // Инновационное развитие. – 2018. – № 2. – С. 120-123.
- 33 Давыденко, Е.А. Проблемы организации финансового планирования и контроля на отечественных предприятиях и пути их решения / Е.А. Давыденко // Управление финансами предприятия. – 2014. – №2. – С. 32.
- 34 Донцова, Л.В. Анализ финансовой отчетности: учебник / Л.В. Донцова. – М.: Дело и Сервис, 2013. – 336 с.
- 35 Друкер, П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П. Друкер. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2016. – 288 с.
- 36 Ендовицкий, Д.А. Инвестиционный анализ в реальном секторе экономики: учебное пособие / Д.А. Ендовицкий. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 352 с.

- 37Епифанов, В.А. Финансовый менеджмент: понятие, направления и практика реализации: учебное пособие для студентов ВУЗов / В.А. Епифанов. – М.: УРСС, 2016. – 160 с.
- 38Есипов, В.Е. Оценка бизнеса: учебное пособие / В.Е. Есипов. – СПб.: Питер, 2015. – 464 с.
- 39Ефимова, О.В. Финансовый анализ: учебное пособие / О.В. Ефимова. – М.: Издательство «Бухгалтерский учет», 2014. – 87 с.
- 40 Зайончик, Л.Л. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / Л.Л.Зайончик. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 148 с.
- 41Зимин, М.А. Реальные инвестиции: учебное пособие / М.А. Зимин. – М.: «ЭКМОС», 2014. – 304 с.
- 42Иванилов, О.С. Экономика предприятия [Электронный ресурс] / О.С. Иванилов – Режим доступа: [http://www.ecstudy.com/ru/literature/b401147\\_ivanilov\\_ekonomika\\_pidpriemstva.htm](http://www.ecstudy.com/ru/literature/b401147_ivanilov_ekonomika_pidpriemstva.htm) (дата обращения 15.04.2019 г.)
- 43Иголина, Л.Л. Инвестиции: учебное пособие / Л.Л. Иголина. – М.: Юристъ, 2014. – 478 с.
- 44Ионова, А.Ф. Финансовый анализ: учебник для ВУЗов / А.Ф. Ионова. – М.: Проспект, 2014. – 624 с.
- 45Казанцев, А.К. Практический менеджмент: учебник / А.К. Казанцев. – М.: Юнити, 2016. – 197 с.
- 46Ковалёв, А.И. Анализ финансового состояния предприятия: учебник / А.И. Ковалёв, В.П. Привалов. – М.: Дело, 2011. – 216 с.
- 47Крейнина, М.Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки: учебное пособие / М.Н. Крейнина. – М.: ИКЦ ДИС, 2015. – 226 с.
- 48Крылов, Э.И. Управление финансовым состоянием организации (предприятия): учебник / Э.И. Крылов, В.М. Власов. – М.: Эксмо, 2013. – 416 с.
- 49Крылов, Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия: учебное пособие / Э.И. Крылов, И.В. Журавкова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 608 с.

- 50Любушин, Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Н.П. Любушкин. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 445 с.
- 51Любушин, Н.П. Экономический анализ: учебник / Н.П. Любушин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 575 с.
- 52Ляшенко, А.Н. Концептуализация управления экономической безопасностью предприятия: [монография] / А.Н. Ляшенко. – Луганск: ВНУ им. В. Даля, 2015. – 400 с.
- 53Мазур, И.И. Реструктуризация предприятия: учебное пособие для вузов / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2014. – 456 с.
- 54Макарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / Э.А. Макарьян, Г.П. Герасименко. – Ростов н/Д.: Феникс, 2015. – 560 с.
- 55Мелкумов, Я.С. Инвестиции: учебное пособие / Я.С. Мелкумов. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 254 с.
- 56Нефедов, Б.А. Определение приоритетных направлений повышения эффективности деятельности предприятия / Б.А. Нефедов [Электронный ресурс] // Инновационное развитие. – 2017. – № 3. – С. 22-23.
- 57Панфиль Л.А. Оценка эффективности деятельности предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6-4. – С. 753-756.
- 58Пласков, Н.С. Экономический анализ: учебник / Н.С. Пласков. – М.: Эксмо, 2017. – 704 с.
- 59Половинкин, С.А. Управление финансами предприятия: учебно-практическое пособие / С.А. Половинкин. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2014. – 246 с.
- 60Попов, В.М. Бизнес фирмы и бюджетирование потока денежных средств: учебное пособие / В.М. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 400 с.
- 61Попов, В.М. Бизнес-план инвестиционного проекта: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация: учебное пособие / В.М. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 432 с.

- 62 Российский ювелирный рынок: особенности, текущее состояние, перспективы развития. Аналитический отчет за 2017 год. Аналитика агентства Росювелирэксперт
- 63 Савицкая, Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: краткий курс: учебник / Г.В. Савицкая. – 2-е издание, испр. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 303 с.
- 64 Сайфулин, Р.С. Финансы предприятий: учебник / Р.С. Сайфулин, А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 343 с.
- 65 Сапожникова, Ю.Е. Стратегическое планирование как основа перспективного развития холдинга ювелирной отрасли промышленности / Ю.Е. Сапожникова // Бизнес в законе. – 2016. – №1. – С. 279-281.
- 66 Сергеев, И.В. Организация и финансирование инвестиций: учебное пособие / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 272 с.
- 67 Сизова, О.В. Структуризация направлений повышения эффективности деятельности организации / О.В. Сизова [Электронный ресурс] // Развитие методологии современной экономической науки и менеджмента. – 2018. – № 7. – С. 28-35.
- 68 Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / Е.С. Стоянова. – 8-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Издательство «Перспектива», 2018. – 630 с.
- 69 Стрикленд, А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: учебник / А.Дж. Стрикленд, А.А. Томсон. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 928 с.
- 70 Тихомиров, Е.В. Финансовый менеджмент. Управление финансами предприятия: учебник для вузов / Е.В. Тихомиров. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Академия, 2015. – 384 с.
- 71 Томилов, В.В. Менеджмент: учебник / В.В. Томилов. – М.: Юрайт-Издат, 2013. – 518 с.
- 72 Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово – хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2016. – 384 с.

73Шевелев, А.Е. Бухгалтерский учет и анализ: учебник/А.Е.Шевелёв, Е.В. Шевелёва. – М.: КНОРУС, 2016. – 474 с.

74Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.Д. Шеремет. – М.: Инфра-М, 2015. – 415 с.

75Шохин, Е.И. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Е.И. Шохин. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2017. – 368 с.

76Щербакова С. А. Пути повышения эффективности деятельности предприятия // Молодой ученый. – 2016. – №9.2. – 65 с.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

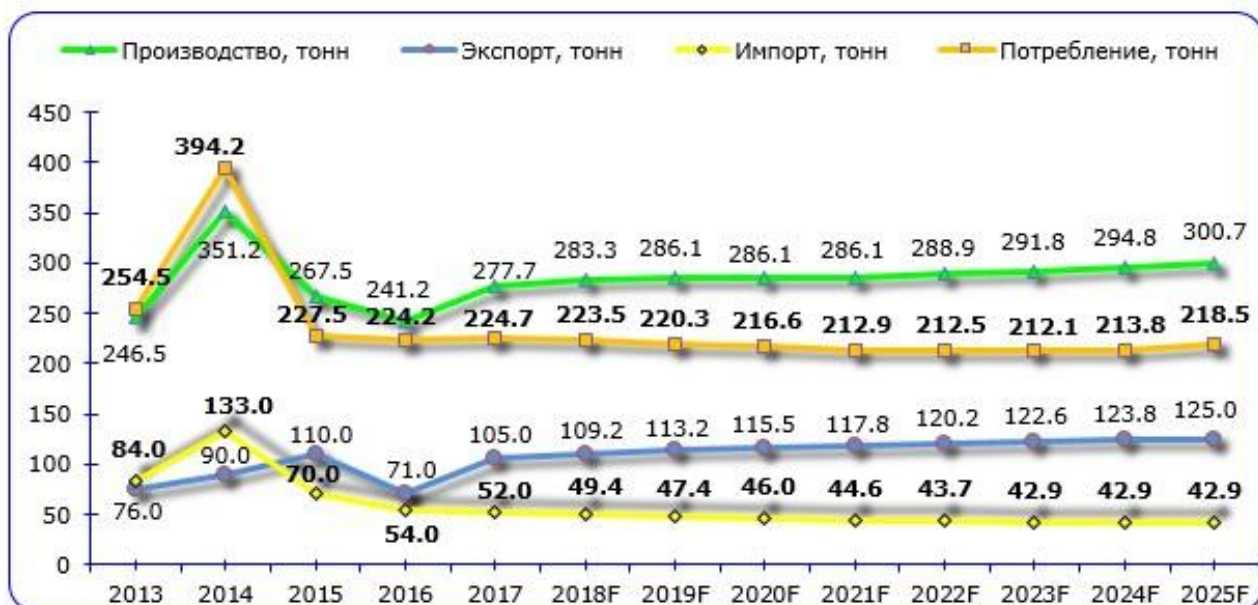
### ПРИЛОЖЕНИЕ А

#### Статистические данные



Источник: Данные Росстата, ФТС, экспертные оценки, аналитика IndexBox

Рисунок А.1 – Объем потребления ювелирных изделий в РФ



Источник: данные компаний, Росстат, ФТС, экспертные оценки, аналитика IndexBox

Рисунок А.2 – Состав рынка ювелирных изделий в России

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Бухгалтерская отчетность

Таблица Б.1 – Бухгалтерский баланс ООО «Каменный пояс»

В тыс. руб.

Актив	2016 год	2017 год	2018 год
1. Внеоборотные активы			
Основные средства	391	365	339
Нематериальные активы	0	0	0
Итого по раздел один	391	365	339
2. Оборотные активы			
Запасы	1280	1567	2009
Дебиторская задолженность	150	211	207
Денежные средства	217	355	480
Итого по разделу два	1647	2133	2696
Баланс	2038	2498	3035
Пассив			

3. Капитал и резервы			
Уставный капитал	10	10	10
Нераспределенная прибыль	837	823	1358
Итого по разделу три	847	833	1368
4. Долгосрочные обязательства			
Итого по разделу четыре	0	0	0
5. Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	0	0	0
Кредиторская задолженность	1191	1665	1667
Итого по разделу пять	1191	1665	1667
Баланс	2038	2498	3035

Таблица Б.2 – Отчет о финансовых результатах ООО «Каменный пояс»

Показатель	2016 год	2017 год	2018 год
Выручка	4861	5008	6217
Себестоимость продаж	3714	3849	4315
Валовая прибыль (убыток)	1147	1159	1902
Коммерческие расходы	101	130	204
Управленческие расходы	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	1046	1029	1698
Доходы от участия в других организациях	0	0	0
Проценты к получению	0	0	0
Проценты к уплате	0	0	0
Прочие доходы	0	0	0
Прочие расходы	0	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	1046	1029	1698
Текущий налог на прибыль	209	206	340
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	0	0	0



Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	0	0	0
Прочее	0	0	0
Чистая прибыль (убыток)	837	823	1358

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Прогнозная бухгалтерская отчетность

Таблица В.1 – Прогнозный бухгалтерский баланс ООО «Каменный пояс»

В тыс. руб.

Актив	2019 год	2020 год
1. Внеоборотные активы		
Основные средства	663	637
Нематериальные активы	0	0
Итого по раздел один	663	637
2. Оборотные активы		
Запасы	2143	2517
НДС	0	0
Дебиторская задолженность	221	259
Денежные средства	140	740
Итого по разделу два	2504	3516

Баланс	3167	4153
Пассив		
3. Капитал и резервы		
Уставный капитал	10	10
Нераспределенная прибыль	1474	1958
Итого по разделу три	1484	1968
4. Долгосрочные обязательства		
Итого по разделу четыре	0	0
5. Краткосрочные обязательства		
Кредиторская задолженность	1683	2185
Итого по разделу пять	1683	2185
Баланс	3167	4153

Таблица В.2 – Прогнозный отчет о финансовых результатах «Каменный пояс»

Показатель	2019 год	2020 год
Выручка	6631	7789
Себестоимость продаж	4585	5137
Валовая прибыль (убыток)	2046	2652
Коммерческие расходы	204	204
Управленческие расходы	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	1842	2448
Доходы от участия в других организациях	0	0
Проценты к получению	0	0
Проценты к уплате	0	0
Прочие доходы	0	0
Прочие расходы	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	1842	2448
Текущий налог на прибыль	368	490

в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	0	0
Прочее	0	0
Чистая прибыль (убыток)	1474	1958