

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»
Институт финансов, экономики и управления
Кафедра «Финансы и кредит»

Направление 38.03.01 Экономика
Профиль «Финансы и кредит»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Финансовые результаты предприятия, пути их увеличения
(на примере ООО «Эффект»)»

Студент	Надежда Васильевна Мишина _____ (И.О. Фамилия)	_____ (личная подпись)
Руководитель	Ольга Александровна Евстигнеева _____ (И.О. Фамилия)	_____ (личная подпись)
Консультанты	_____ (И.О. Фамилия)	_____ (личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой д.э.н., доцент, профессор А. А. Курилова _____

« _____ » _____ 2016 г.

Тольятти 2016

Аннотация

Тема бакалаврской работы – «Финансовые результаты предприятия, пути их увеличения (на примере ООО «Эффект»)».

Цель бакалаврской работы – разработка предложений по увеличению прибыли и рентабельности.

Задачи бакалаврской работы:

- рассмотреть теоретические аспекты и методологию анализа финансовых результатов организации;
- провести анализ показателей прибыли и рентабельности объекта исследования и выявить факторы, влияющие на изменение прибыли и рентабельности;
- предложить и оценить эффективность мероприятий по увеличению прибыли и рентабельности исследуемой организации.

Объектом исследования выступает ООО «Эффект». Предметом исследования являются финансовые результаты деятельности ООО «Эффект».

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы. В первой главе раскрываются теоретические основы анализа финансовых результатов организации. Во второй главе проводится анализ финансовых результатов ООО «Эффект». В третьей главе даются рекомендации по улучшению финансовых результатов данной организации.

Объем работы: 58 страниц, в том числе 6 рисунков и 14 таблиц. Работа содержит 4 приложения. При написании работы использовано 40 источников.

Ключевые слова: финансовый результат, прибыль, рентабельность.

Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические основы анализа финансовых результатов организации	7
1.1 Прибыль и рентабельность как показатели эффективности деятельности организаций.....	7
1.2 Методы проведения анализа прибыли и рентабельности организации.....	9
1.3 Пути увеличения прибыли и рентабельности услуг на рынке общественного питания в России.....	16
2 Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Эффект».....	22
2.1 Техничко-экономическая характеристика организации	22
2.2 Анализ прибыли и структуры себестоимости ООО «Эффект»	27
2.3 Оценка финансового состояния и финансовых результатов ООО «Эффект».....	31
3 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов деятельности организации	38
3.1 Мероприятие по повышению эффективности деятельности за счёт использования индукционных печей.....	38
3.2 Мероприятие по повышению прибыли за счёт автоматизации деятельности	42
Заключение.....	47
Список использованной литературы.....	50
Приложения.....	54

Введение

В рыночной экономике особое место отводится предпринимателю, способному выполнять исключительно важную функцию при осуществлении предпринимательской (коммерческой) деятельности – получать прибыль.

В условиях рыночной экономики значение прибыли крайне велико. Ввиду того, что товаропроизводители стремятся к получению как можно большей прибыли, это ориентирует их на увеличение объема производства той продукции, которая необходима потребителю, а также на снижение затрат на производство. В условиях развитой конкуренции тем самым достигается не только основная цель предпринимательства, но также достигается и удовлетворение потребностей общества.

Тема, связанная с прибылью и рентабельностью, особенно остра для российских организаций, поскольку высокие налоги, неплатежи контрагентов, высокие риски деятельности, бюрократизм и многие другие факторы значительно уменьшают получаемые прибыли, что напрямую влияет на самоокупаемость и самофинансирование деятельности организаций.

Объективная оценка уровня эффективности деятельности предприятий позволяет своевременно выявить недостатки в его деятельности и найти внутрихозяйственные резервы повышения эффективности деятельности и улучшению финансового состояния, а также для получения более высоких финансовых результатов.

Анализ финансовой деятельности предприятия - необходимый этап и первый шаг в разработке новых программ дальнейшего развития. Он заключается в глубоком и разностороннем изучении экономической информации о деятельности предприятия и способствует принятию оптимальных управленческих решений по совершенствованию организации управления компании.

Вследствие выше перечисленного, анализ финансовых результатов организации сегодня становится чрезвычайно актуальным, он позволяет

выявить основные факторы роста прибыли, эффективность использования ресурсов, потенциальные возможности предприятия (организации), а также определить влияние внешних и внутренних факторов на размер прибыли и рентабельности.

Высокая значимость и роль анализа прибыли и рентабельности как инструмента экономического анализа находит свое отражение в обилии публикаций в отечественной и зарубежной литературе.

Цель выпускной квалификационной работы: разработка предложений по увеличению прибыли и рентабельности.

Для достижения поставленной цели в работе решались следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты и методологию анализа финансовых результатов организации;

- провести анализ показателей прибыли и рентабельности объекта исследования и выявить факторы, влияющие на изменение прибыли и рентабельности;

- предложить и оценить эффективность мероприятий по увеличению прибыли и рентабельности исследуемой организации.

Объектом исследования выступает ООО «Эффект».

Предметом исследования являются финансовые результаты деятельности ООО «Эффект».

Поставленные цели и задачи исследования предопределили структуру бакалаврской работы, которая представлена введением, тремя главами, заключением, списком использованной литературы и приложениями.

Во введении обоснована актуальность выбора темы, определены предмет, объект, цель и соответствующие ей задачи.

В первой главе раскрываются теоретические основы анализа финансовых результатов организации.

Во второй главе проводится анализ финансовых результатов ООО

«Эффект».

В третьей главе даются рекомендации по улучшению финансовых результатов данной организации.

Информационной базой исследования послужили:

- годовая бухгалтерская финансовая отчётность, нормативные документы по основной производственно-хозяйственной деятельности ООО «Эффект»;
- законы, нормативные акты в области финансового менеджмента;
- труды российских и зарубежных специалистов в области финансового менеджмента;
- научные статьи в современной экономической и периодической печати.

Анализ деятельности ООО «Эффект» проводится за три календарных года: 2013, 2014, 2015 годы.

В качестве методов исследования послужили системный подход, приемы логического и сравнительного анализа и синтеза, теоретический анализ литературы, коэффициентный анализ.

Практическая значимость исследования заключается в том, что выводы и рекомендации могут быть использованы на анализируемом предприятии.

1 Теоретические основы анализа финансовых результатов организации

1.1 Прибыль и рентабельность как показатели эффективности деятельности организаций

Финансово-хозяйственные результаты деятельности любого предприятия можно охарактеризовать с помощью абсолютных и относительных показателей.

Так, к абсолютным показателям относятся: валовая прибыль, прибыль от реализации продукции, прибыль (убыток) от прочей реализации, прибыль до налогообложения, чистая прибыль. Они характеризуют абсолютную прибыль хозяйствования.

Анализ прибыли дополняется расчетами удельного веса каждого её вида в общей величине доходов для оценки основных источников формирования чистой прибыли, а также определения экономической рентабельности.

Прибыль выражается в абсолютной сумме, которая не показывает, насколько эффективна деятельность организации. Для этого используют относительный показатель прибыльности хозяйственной деятельности – рентабельность.

Авторы современного экономического словаря Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. не дают отдельного понятия прибыльности, а определяют как «прибыльность фактора»: «Прибыльность фактора – отношение прибыли, получаемой за счет использования определенного фактора производства, к величине этого фактора [25, с.322].

Фактически это обобщенное определение рентабельности.

Микульчик А.А. указывает, что рентабельность называют синтетическим показателем, отражающим многие стороны деятельности торговых организаций за определенный период и характеризующим эффективность, прибыльность использования ресурсов и текущих затрат [20, с.24].

По мнению Е. Станиславчика рентабельность представляет собой такое использование средств, при котором организация не только покрывает свои затраты доходами, но и получает прибыль [32, с.31].

Для того, чтобы оценить рентабельность, рассчитывают различные показатели как выраженное в процентах отношение прибыли к розничному товарообороту, к основным средствам, к оборотным средствам, к фонду заработной платы, к функционирующему капиталу, к экономическим ресурсам, к текущим затратам.

Некоторые показатели рентабельности применяются для оценки текущего положения организации, некоторые – при проведении динамического и сравнительного анализа.

Показатели рентабельности представляют частное от деления двух величин. Многочисленные варианты числителя возникают при соединении прибыли с другими элементами бухгалтерской отчетности. Весьма разнообразны и варианты знаменателя.

Рентабельность выступает как экономическая категория, оценочный результативный показатель, целевой ориентир, инструмент расчета чистого дохода общества, источник формирования различных фондов.

Экономическое содержание рентабельности тождественно понятию «прибавочная стоимость». Как экономическая категория рентабельность отражает совокупность отношений субъектов хозяйствования, участвующих в формировании и распределении национального дохода.

Таким образом, прибыль и рентабельность зависят от производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности предприятия.

Чем больше прибыль и выше рентабельность, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние.

Более подробно влияние различных факторов на рентабельность рассмотрим в следующем пункте.

1.2 Методы проведения анализа прибыли и рентабельности организации

В современной экономической практике популярными методиками, применяемыми при анализе финансовых результатов, прибыли и рентабельности являются методики следующих авторов: В.В. Ковалева, Л.Т. Гиляровской, Г.В. Савицкой, И.А. Бланка, Е. Станиславчика и др.

Цель анализа финансовых результатов – определить реальную величину чистой прибыли, стабильность основных элементов балансовой прибыли, тенденции их изменения и возможности использования для прогноза прибыли, оценить «зарабатывающую» способность предприятия.

Эффективность деятельности – степень реализации целей организации при минимальных, но необходимых затратах. Это отношение результата деятельности к затратам на его достижение, т. е. результат сравнивается с затратами. По мнению С.И. Крылова и Илышевой Н.Н. анализ эффективности начинается с расчета и сравнительной оценки (с данными предыдущих периодов, плановыми данными, данными других аналогичных предприятий, среднеотраслевыми значениями) показателей (коэффициентов) рентабельности, характеризующих эффективность деятельности коммерческой организации [10, с.8]. Комплексный анализ прибыли рекомендуют проводить в определенной последовательности, анализируя различные виды прибыли, в зависимости от их формирования.

Основной источник денежных поступлений – выручка. Поэтому важная задача каждого хозяйствующего субъекта – получить больше прибыли при наименьших затратах путем соблюдения экономии в расходовании средств и наиболее эффективного их использования.

Валовая прибыль равна разности выручки и себестоимости

$$П_{\text{вал}} = N - C, \quad (1)$$

где $П_{\text{вал}}$ – валовая прибыль,

N – выручка;

C – себестоимость.

Валовую прибыль анализируют по её составным элементам.

Прибыль от продаж представляет из себя разность валовой прибыли и управленческих и коммерческих расходов:

$$\Pi_{\text{пр}} = \Pi_{\text{вал}} - У_{\text{р}} - К_{\text{р}}, \quad (2)$$

где $\Pi_{\text{пр}}$ – прибыль от продаж;

$У_{\text{р}}$ – управленческие расходы

$К_{\text{р}}$ – коммерческие расходы.

Прибыль до налогообложения получается после вычитания из прибыли от продаж прочих расходов и добавления прочих доходов:

$$\Pi_{\text{до нал}} = \Pi_{\text{пр}} - Р_{\text{проч}} - \Pi_{\text{к у}} + \Pi_{\text{к пол}} + Д_{\text{проч}} + Д_{\text{орг}}, \quad (3)$$

где $\Pi_{\text{до нал}}$ – прибыль до налогообложения;

$Р_{\text{проч}}$ – прочие расходы;

$\Pi_{\text{к в}}$ – проценты к уплате;

$\Pi_{\text{к пол}}$ – проценты к получению;

$Д_{\text{проч}}$ – прочие доходы;

$Д_{\text{орг}}$ – доходы от участия в других организациях.

Чистая прибыль получается из прибыли до налогообложения после изменения её на сумму текущего налога на прибыли и других выплат и компенсаций.

$$\text{ЧП} = \Pi_{\text{до нал}} - Н_{\text{пр}}, \quad (4)$$

где ЧП – чистая прибыль;

$Н_{\text{пр}}$ – налог на прибыль.

При анализе рассчитанные показатели рентабельности сопоставляют с плановыми, с соответствующими показателями предыдущих периодов, а также с данными других предприятий (организаций).

Эффективность работы предприятия характеризуется наличием прибыли. Чем больше прибыль, приходящаяся на единицу использованных ресурсов, тем эффективнее работает предприятие. Показателем, отражающим результативность деятельности предприятия, выступает рентабельность.

Перечислим систему показателей рентабельности.

- коэффициент рентабельности продаж;
- коэффициент рентабельности собственного капитала;
- коэффициент рентабельности текущих активов;
- рентабельность внеоборотных активов;
- рентабельность инвестиций.

Коэффициент рентабельности продаж:

$$K_{PII} = \frac{\Pi}{N} \cdot 100. \quad (5)$$

Коэффициент рентабельности собственного капитала:

$$K_{СК} = \frac{\Pi}{СК} \cdot 100 \quad (6)$$

где СК – собственный капитал.

Расчёт основных показателей рентабельности приведён в таблице А.1 (Приложение А).

Рентабельность продаж демонстрирует долю прибыли в объеме продаж предприятия (рисунок 1) и характеризует эффективность его деятельности [32, с.110].

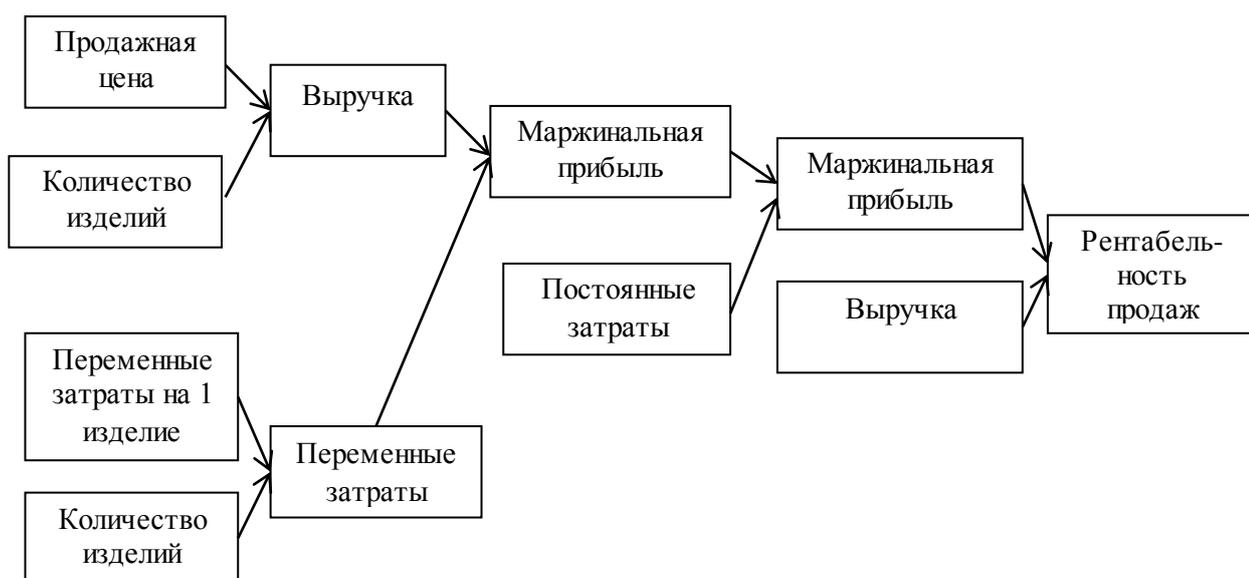


Рисунок 1 – Формирование показателя рентабельности продаж

С помощью рентабельности можно оценить прибыльность не только всей деятельности, но и отдельных видов.

Рентабельность собственного капитала является критерием эффективности использования инвестированных предприятием средств. Самый значимый показатель деятельности предприятия, характеризующий эффективность использования имущества, находящегося в его собственности. На основе этого показателя собственник активов может выбрать место их вложения. При расчете принимается во внимание не операционный доход, а конечная чистая прибыль, которая будет распределена между владельцами (акционерами) предприятия.

Коэффициент рентабельности текущих активов:

$$K_{\text{СК}} = \frac{\Pi}{\text{ОС}} \cdot 100 \quad (7)$$

где ОС – оборотные средства.

Чем выше значение коэффициента, тем более эффективно используются оборотные средства.

Коэффициент рентабельности текущих активов:

$$K_{\text{РВА}} = \frac{\Pi}{\text{ВА}} \cdot 100 \quad (8)$$

где ВА – внеоборотные активы.

Рентабельность внеоборотных активов показывает способность предприятия обеспечить достаточный объем прибыли по отношению к основным средствам компании. Характеризует эффективность использования основных средств [11, с.14].

Ковалёв В.В. отмечает, что рентабельность инвестиций отражает спрос на продукцию предприятия. Снижение данного показателя свидетельствует о падающем спросе. Коэффициент рентабельности инвестиций показывает, сколько денежных единиц потребовалось предприятию для получения одной денежной единицы прибыли. Этот показатель является одним из наиболее важных индикаторов конкурентоспособности [14, с.187].

Факторный анализ рентабельности расходов по методике Л.Т. Гиляровской [8, с. 318].

Детерминированная модель зависимости рентабельности расходов от факторов:

$$\frac{P}{\text{Расх}} = \frac{P}{N} \times \frac{N}{\text{Дох}} \times \frac{\text{Дох}}{\text{Расх}} \quad (9)$$

где P – рентабельность расходов;

Расх – расходы;

Дох – доходы;

N – выручка.

Чаще всего сравнивают показатели рентабельности предыдущего и отчетного периодов, отслеживая изменения финансовых результатов. Сравнение плановых показателей с фактическими дает возможность оценить выполнение поставленных задач. Не менее важно сопоставить показатели рентабельности предприятия и его конкурентов (при наличии информации).

В качестве обобщающего выступает рентабельность, рассчитанная по отношению ко всем ресурсам (экономическому потенциалу) и текущим затратам (расходам на реализацию).

Рентабельность экономических ресурсов ($R_{\text{эп}}$):

$$R_{\text{эп}} = \Pi \cdot 100 : (\text{ОФ} + \text{ОС} + \text{РОТ}), \quad (10)$$

где Π – прибыль за отчетный период;

ОФ – среднегодовая стоимость основных средств;

ОС – среднегодовая стоимость оборотных средств, р.;

РОТ – расходы на оплату труда;

$\text{ОФ} + \text{ОС} + \text{РОТ}$ – стоимость экономических ресурсов (ЭР).

Показатель рентабельности расходов более полно отражает эффективность использования собственных и арендованных ресурсов [8, с.111].

Ковалёв В.В. указывает, что большое значение в процессе управления финансовыми результатами отводится экономическому анализу [12, с.24].

Шолохова В.И. описывает структуру методики изучения прибыли и рентабельности деятельности конкретного предприятия в следующем виде:

- анализ динамики прибыли;
- анализ структуры прибыли;
- факторный анализ прибыли от продаж;
- анализ рентабельности;
- факторный анализ рентабельности [37, с. 117].

Важнейшими факторами, влияющими на сумму прибыли от продажи продукции, работ, услуг, выступают:

- изменение объема продажи продукции. Рост объема продаж рентабельной продукции ведёт к росту прибыли и улучшению финансового состояния предприятия. Увеличение объема реализации убыточной продукции приводит к уменьшению суммы прибыли;

- изменение структуры ассортимента реализованной продукции. Рост доли наиболее рентабельных видов продукции в общем объёме реализации ведёт к росту величины прибыли. Рост удельного веса низкорентабельной либо убыточной продукции ведёт к уменьшению прибыли;

- изменение себестоимости продукции. Уменьшение себестоимости продукции ведёт к увеличению прибыли, и, наоборот, увеличение себестоимости ведёт к снижению прибыли. Эта же зависимость существует и в отношении коммерческих и управленческих расходов;

- изменение цены реализации продукции. При росте уровня цен сумма прибыли возрастает, и, наоборот, при снижении уровня цен сумма прибыли уменьшается.

Таким образом, изучение теоретических основ позволило выбрать методику анализа прибыли и рентабельности деятельности конкретного торгового предприятия. Для повышения эффективности деятельности предприятия финансовая служба предприятия может использовать различные

методы анализа прибыли, предлагаемые специалистами или на их основе разработать собственные наиболее подходящие для данного предприятия.

Связь прибыльности с финансовым анализом организации отмечает Е. Станиславчик, автор указывает, что для обоснованных выводов по результатам расчета показателей рентабельности необходимо также принимать во внимание следующие факторы:

1. Временной аспект – важный фактор при расчете показателей рентабельности.

Коэффициенты рентабельности статичны, отражают результативность работы отдельного периода и не учитывают перспективную отдачу от долгосрочных инвестиций, необходимо оценивать развитие предприятия в динамике, прогнозируя денежные потоки.

2. Несопоставимость расчетов.

Числитель и знаменатель рентабельности выражены в «неравноценных» денежных единицах. Прибыль отражает текущие результаты, а сумма капитала (активов) складывалась в течение нескольких лет. Поэтому для принятия решений необходимо учитывать также индикаторы рыночной стоимости компании.

3. Проблема риска.

Высокая рентабельность быть может достигнута ценой рискованных действий, поэтому параллельно анализируют структуру текущих затрат, коэффициенты финансовой устойчивости, операционный и финансовый рычаги [31, с. 22].

Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина и И.И. Мазурова указывают, что управление рентабельностью – это составная часть тактики управления финансовым равновесием или финансовой устойчивостью. Динамичное развитие бизнеса и финансовое равновесие как условие реализации стратегических и тактических целей достигаются балансированием между

стремлением к высокой доходности и уклонением от риска, между рентабельностью и ликвидностью.

Опорой финансового равновесия служат стратегические решения об инвестициях и финансировании для финансовой устойчивости (рисунок 2).



Рисунок 2 – Составляющие финансового равновесия

Таким образом, для повышения эффективности деятельности предприятия финансовая служба предприятия может использовать различные современные методы анализа прибыли, рентабельности и методы управления этими показателями, предлагаемые специалистами или на их основе разработать собственные наиболее подходящие для каждого конкретного предприятия.

1.3 Пути увеличения прибыли и рентабельности услуг на рынке общественного питания в России

Современный россиянин всё чаще свой досуг проводит в различных кафе, ресторанах, клубах, которые относят к предприятиям сферы общественного питания. На сегодняшний день индустрия общественного питания в России представляет собой огромное количество предприятий с различным уровнем обслуживания, качеством продукции, разнообразием используемого оборудования, в связи с чем растет товарооборот предприятий общественного питания, а само развитие отрасли является фактором дающим интегральную оценку социально-экономического уровня общества, а понимание его

состояния необходимо для формирования перспективных планов для представителей отрасли.

Сумма прибыли и уровень рентабельности являются основными показателями, характеризующими финансовые результаты предприятия общественного питания. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие и устойчивее его финансовое состояние. Поэтому поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности является одной из основных задач в любой сфере бизнеса.

Как отмечает Е.В. Шестакова, «существуют два альтернативных пути повышения рентабельности товаров – увеличение объемов продаж товаров и услуг и повышение эффективности их реализации (то есть получение большей прибыли при сохранении объема продаж). Объем продаж может быть увеличен двумя способами: путем расширения рынка или путем более глубокого проникновения в него. Эффективность реализации возрастает при сокращении коммерческих расходов, повышении цен или оптимизации продаж – микс (то есть исключении малорентабельных видов деятельности). Пути повышения рентабельности товаров и услуг рассматриваются как альтернативные друг другу. Так, усилия по наращиванию объемов продаж требуют инвестиций, а усилия по увеличению эффективности как раз и способствуют получению денежных средств.

Е. Гнутова указывает, что в современных условиях рыночной экономики необходимо повышать рентабельность компаний при помощи инструментов оптимизации бизнес-процессов. В этом заинтересованы их владельцы и представители руководства [9, с. 14].

Одна из основных формул расчета рентабельности – соотношение прибыли к понесенным затратам. Исходя из этого определяются и главные пути ее повышения – увеличение прибыли либо снижение затрат или и то, и другое одновременно.

Рассмотрим более подробно методы оптимизации, которые позволяют влиять на показатели рентабельности бизнеса.

1. Повышение качества продукции, работ или услуг. Одна из основных целей всех коммерческих компаний – обеспечить и по возможности увеличивать клиентскую базу, поскольку клиенты являются конечной целью их деятельности и именно они приносят им прибыль. Для создания стабильной клиентской базы необходимо предоставлять услуги/товары, удовлетворяющие и желательно предвосхищающие ожидания потребителей. Придерживаясь данной аксиомы, нужно анализировать бизнес-процессы с точки зрения их результатов, т.е. выполнения требований клиентов, а затем последовательно, шаг за шагом, рассмотреть и предъявлять требования каждому предыдущему этапу и участнику процесса.

2. Уменьшение времени на реализацию бизнес-процесса. Для экономии времени, затрачиваемого на выполнение бизнес-процессов организации, можно использовать метод запараллеливания работ. Суть метода состоит в том, что часть работ можно выполнять параллельно, а не последовательно. Часто в организациях исторически складывается последовательное выполнение работ, потому что таким образом легче управлять процессом. При запараллеливании работ следует обратить внимание на обеспечение своевременного обмена информацией. Так на согласование различных договоров должно уходить как можно меньше времени, для чего разрабатывать и использовать регламент. В результате скорость прохождения договоров в компании увеличится, но это не должно негативно влиять на качество бизнес-процессов.

3. Использование комплексных методов по оптимизации бизнес-процессов. В каждом предприятии должны быть разработаны методы оптимизации бизнес-процессов, которые не требуют дополнительных знаний и навыков, при возникновении проблемы, например, снижения эффективности или прибыльности) создаваться рабочая группа по примеру кружка качества и в формате мозгового штурма. Выбранный процесс следует проанализировать с

точки зрения комплекса показателей – цель, сотрудники, место, время, технология. Для этого задать пять групп вопросов к выбранному для оптимизации процессу [40].

Цель. Для чего осуществляется данный процесс? Какая цель преследуется при выполнении анализируемой работы? Кто является потребителем процесса?

Сотрудники. Кто является исполнителем? Почему именно он? Кто еще смог бы сделать данную работу? Мог бы кто-нибудь выполнить работу лучше?

Место. Где выполняется работа? Почему именно в этом месте? Можно ли делать эту работу в другом месте? Есть ли более подходящее место для выполнения процесса?

Время. Когда выполняется работа? Почему она выполняется именно в это время? Можно ли выполнять работу в другое время? Можно ли выполнять работу в более подходящее время?

Технология. Как сейчас выполняется работа? Почему она выполняется именно так? Как еще можно было бы выполнить данную работу? Как можно выполнить ее лучше?

Результатами анализа процесса по пяти показателям являются, например, выявление лишних функций, которые исторически сложились и по прошествии времени никому не нужны, или, наоборот, определение работ, которые не обеспечиваются сотрудниками требуемой квалификации, а также более оптимального времени или места выполнения [33, с.18]

В качестве примера можно рассмотреть процесс приема заказов компании, занимающейся розничной торговлей. В какой-то момент поток заказов снизился, участники процесса и представители руководства провели мозговой штурм по предложенной технологии. В результате были выявлены существенные несоответствия: нехватка компетенции операторов, принимающих и распределяющих входящие заказы, неудобный график приема заказов, скорость реакции на обращения клиентов ниже, чем у конкурентов. После проделанной работы по оптимизации бизнес-процесса ситуация

значительно улучшилась – количество заказов через квартал после внедрения изменений увеличилось на 20 %.

4. Оптимизация затрат. Фактически каждый из приведенных примеров является также примером оптимизации затрат. Затраты либо уменьшаются либо компенсируются отдачей клиентов от высокого качества и скорости бизнес-процесса.

Изабакаров А. В. указывает, что российские предприятия общественного питания даже в период кризиса имели положительную динамику, что отчасти связано с менталитетом российских потребителей. Для европейца абсолютно нормально экономить на еде ради новой машины или дома, а россиянину, попробовавшему хорошей жизни, психологически тяжело изменить приобретенным социально-гастрономическим привычкам.

Перечислим мероприятия, которые позволили остаться на рынке в период кризиса и даже получать прибыль:

1. Снижение затрат. Около 45 процентов таких заведений перешли на отечественное сырье и убрали некоторые топинги (украшения блюд). Почти две трети демократичных кафе и ресторанов уменьшили закладки мясных и рыбных ингредиентов.

2. Снижение торговой наценки. Предприятия общественного питания для привлечения посетителей снижают торговую наценку, предлагают так называемое антикризисное меню.

3. Пересмотр штатного расписания.

4. Сокращение бюджета на продвижение [40].

Таким образом, приведенные методы и возможности их применения наглядно демонстрируют, что можно оптимизировать бизнес-процессы и повышать прибыль и рентабельность предприятия общественного питания. Причем такие действия принесут пользу бизнесу и в долгосрочном плане. Одним из инструментов может послужить периодический анализ (внутренний аудит) и при необходимости оптимизация бизнес-процессов, поскольку

ситуация на внешнем рынке меняется достаточно быстро и бизнес не должен стоять на месте, он должен достойно адаптироваться и улучшаться для своих клиентов.

Во второй главе бакалаврской работы проведём анализ финансовых результатов деятельности ООО «Эффект».

2 Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Эффект»

2.1 Технико-экономическая характеристика организации

Ресторан «Эффект» создан в Тольятти в 2012 году. Деятельность ресторана осуществляется в виде ООО «Эффект».

Ресторан «Эффект» располагает пятью банкетными залами для мероприятий любого формата:

1. Торжественный зал, вместимость до 150 чел.
2. Новый итальянский зал с караоке, вместимость до 35 чел.
3. Большой каминный зал, вместимость до 25 чел.
4. Малый каминный зал, вместимость до 15 чел.
5. Зеленый зал для двоих.

Численность персонала ресторана составляет 34 человека.

Ресторан рассчитан на 100 чел. Среднее количество гостей в 2013-2014 годах достигало до 200 чел. в день, но в 2015 году сократилось до 145 чел.

Компания занимает прочные позиции, стремительно развивается.

Политика компании – привлечение молодых специалистов, развитие профессиональных компетенций, формирование «золотого» кадрового резерва. В работе с людьми компания руководствуется политикой открытых дверей и заботится о моральном климате в коллективе.

В компании существует хорошо развитая корпоративная система обучения, как для начинающих работников, так и для руководящего состава. Сотрудников обучают работе на производственных участках, общению с посетителями и работе на кассе. Система обучения позволяет сотрудникам приобрести профессиональные навыки, которые можно использовать в течение всей трудовой деятельности. На каждой ступени карьерного роста сотрудник получает соответствующие знания.

Предприятие относится к предприятиям общественного питания, деятельность которых направлена на удовлетворение потребностей человека в питании, отдыхе, деловых встречах в неофициальной обстановке и т.д.

Целью предприятия является получение максимально возможной прибыли и достижение поставленных задач.

Задачи предприятия:

– успешная конкуренция среди заведений общественного питания в г. Тольятти;

– расширение ассортимента предоставляемых услуг;

– высокое качество обслуживания клиентов для еще более приятного времяпрепровождения в кафе и т.д.

Стратегия ресторана «Эффект» заключается в стабильном росте и развитии бизнеса, расширение сети предприятий общественного питания

Миссия организации – создание эффективной системы обслуживания, воспитание профессионального штата сотрудников для предложения высоких стандартов качества отдыха.

Процесс управления предприятием общественного питания представляет собой совокупность взаимосвязанных мероприятий и действий, направленных на обеспечение оптимального соотношения рабочей силы, материальных и финансовых ресурсов.

Структура управления ресторана «Эффект» представляет собой совокупность и соподчиненность взаимосвязанных организационных единиц или звеньев, выполняющих определенные функции.

Организационная структура Общества представлена на рисунке 3.



Рисунок 3 – Организационная структура ресторана «Эффект»

Учётную, аналитическую и экономическую работу выполняет бухгалтерия, руководит которой главный бухгалтер. Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной, которая позволяет управляющему рестораном оперативно управлять работой предприятия общественного питания и находиться в курсе событий.

Миссия компании – распространять идеи комфортного досуга.

Так как спрос на услуги общепита является постоянным с небольшим сезонным влиянием, то необходимо развитие преимуществ перед другими конкурентами, уже находящимися на этом рынке, чтобы укрепится на рынке, завоевать своих постоянных клиентов и привлекать новых своими задумками, новыми акциями.

Требования, предъявляемые компанией к руководителю такого ранга, как управляющий пищевого комплекса, обычно включают не только его

должностные обязанности, но и особые способности, знания и опыт, без которых эти обязанности выполнять просто невозможно.

Для того чтобы оценить эффективность управленческой деятельности на предприятии, используем ситуационный анализ или «SWOT-анализ».

Анализ сильных и слабых сторон характеризует исследование внутренней среды организации, которая имеет несколько составляющих, каждая из которых включает набор ключевых процессов и элементов организации, состояние которых в совокупности определяет тот потенциал и те возможности, которыми располагает организация.

Представим SWOT-анализ в виде таблицы 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ деятельности предприятия

Сильные стороны	Возможности
<ul style="list-style-type: none"> – удобное расположение; – высокий уровень профессионализма сотрудников (регулярное повышение квалификации поваров, изучение приготовления блюд у известных мастеров); – использование современных технологий для приготовления блюд; – использование кофе высокого качества, изготавливаемого по специальному рецепту. 	<ul style="list-style-type: none"> – максимальное удовлетворение запросов посетителей предприятия за счёт появления на рынке общественного питания новых технологий; – увеличение числа клиентов за счёт использования социальных сетей и геолокационных сервисов; – привлечение инвесторов для расширения бизнеса.
Слабые стороны	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – работа с поставщиками сырья, нарушающими договорные обязательства; – недостаточный контроль приготовления блюд; – потери клиентов из-за недостатков маркетинговой работы; – текучесть кадров ведут к дополнительным расходам на обучение «новичков». 	<ul style="list-style-type: none"> – уменьшение выручки из-за внешних угроз; – новые законы, ужесточающие требования к продукции и т.п.; – ухудшение экономической ситуации в обществе; – появление новых конкурентов; – отток квалифицированных кадров в другие рестораны с более высоким уровнем заработной платы; – не своевременная поставка продукции.

В результате проведения SWOT-анализа можно сделать следующие выводы. Предприятие, несмотря на свои преимущества в этой нише, имеет слабые стороны, которые могут создать проблемы и требуют своего разрешения.

Для укрепления своих позиций на рынке ресторан имеет следующие возможности:

- максимальное удовлетворение запросов посетителей предприятия за счёт появления на рынке общественного питания новых информационных технологий, технологий приготовления блюда и т.п.;

- увеличение спроса может произойти за счёт использования рекламы в социальных сетях (ВК, Фейсбук, ОК), поиска клиентами ресторана с помощью геолокационных сервисов (Google.Maps и Яндекс.Карты), для чего нужна регистрация на этих сервисах;

- привлечение заинтересованных инвесторов для расширения бизнеса, например, открытия филиала.

Слабые стороны ресторана можно отнести к ошибкам в управлении, для их устранения нужно сменить некоторых недобросовестных поставщиков сырья, нарушающих договорные обязательства, важно усилить контроль за использованием продуктов для приготовления блюд, чтобы снизить потери от брака, стимулировать работников к более высокой производительности труда и снижению текучести кадров за счёт различных методов мотивации.

В последнее время в ресторанном бизнесе на рынке России усилились такие угрозы, таких как рост инфляции, ухудшение экономической ситуации в обществе, поэтому для устранения этих рисков можно создать страховой или резервный фонд в виде части чистой прибыли, которая может обезопасить бизнес от банкротства.

Необходимо обновлять оборудование, так как при открытии ресторана часть оборудования ранее уже использовалось, выделять средства на замену морально устаревшего оборудования, выявлять новые современные технологии на рынке и своевременно опережая конкурентов приобретать их.

Угроза уменьшения постоянных посетителей, появление новых более сильных конкурентов вызывает необходимость поиска новых резервов, например – разработки новых блюд или услуг.

Так как спрос на услуги общепита является постоянным с небольшим сезонным влиянием, то необходимо развитие преимуществ перед другими конкурентами, уже находящимися на этом рынке, чтобы укрепится на рынке, завоевать своих постоянных клиентов и привлекать новых своими задумками, новыми акциями.

2.2 Анализ прибыли и структуры себестоимости ООО «Эффект»

Проведём анализ основных экономических показателей деятельности ресторана «Эффект» за 2013-2015 годы в таблице 2 на основании отчётности (Приложения Б, В).

Проанализируем полную себестоимость продукции, в которую входят кроме себестоимости реализованной продукции также управленческие и коммерческие расходы.

Проанализируем структуру полной себестоимости произведённой и реализованной продукции и товаров в ресторане «Эффект» за 2013-2015гг. и представим её на рисунках 4-6.

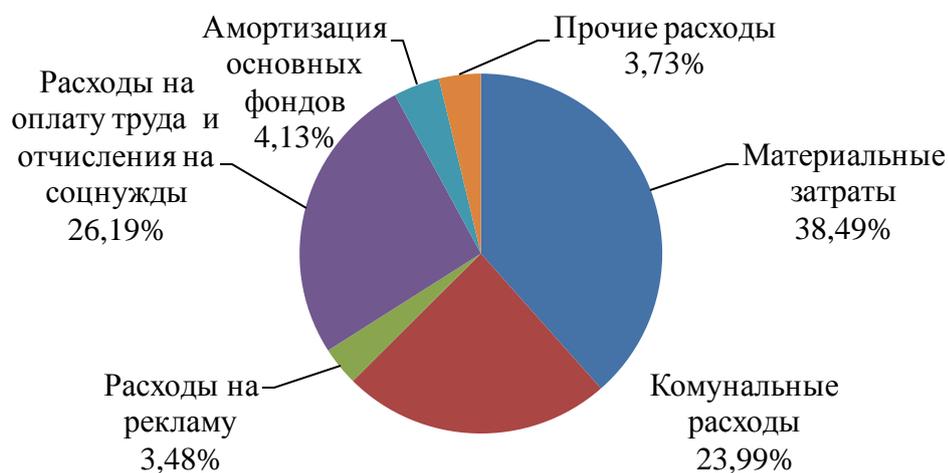


Рисунок 4 - Структура себестоимости (2013), %

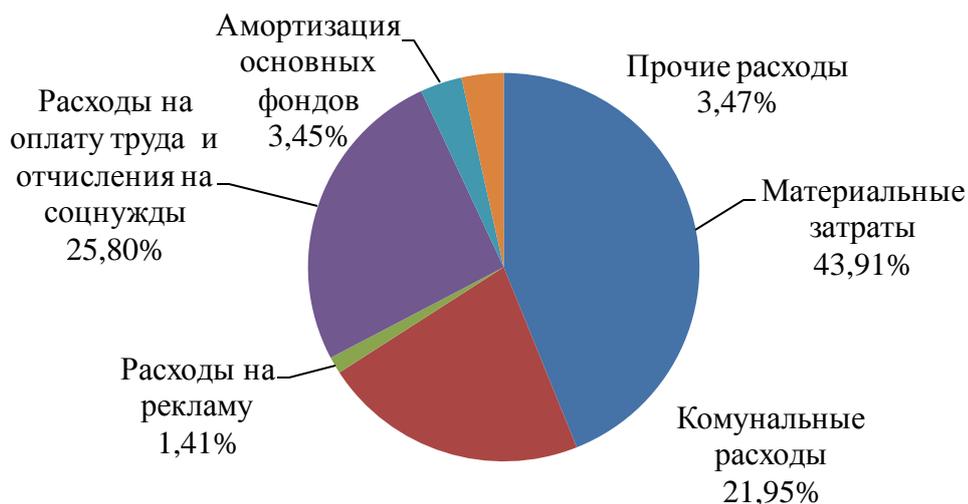


Рисунок 5 - Структура себестоимости (2014), %

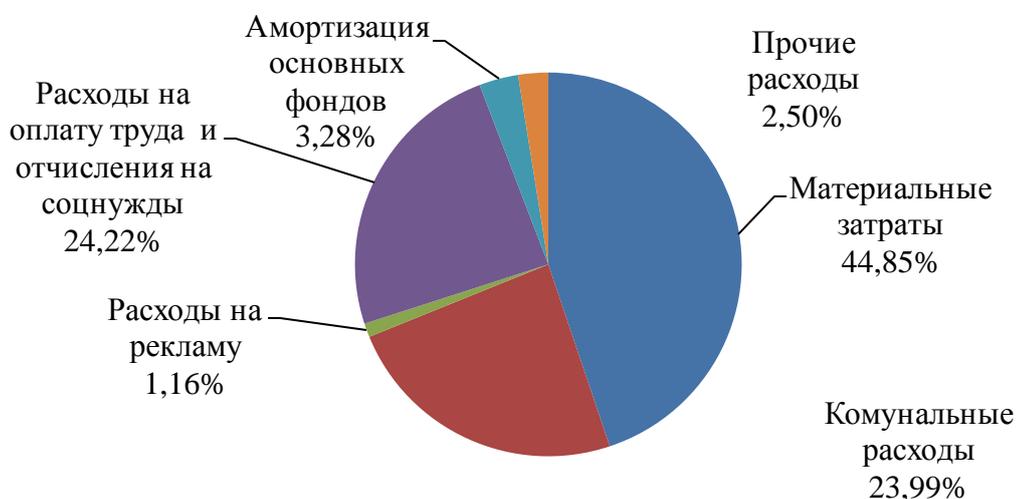


Рисунок 6 - Структура себестоимости (2015), %

Расходы на рекламу снижали свою долю с 3,48% в 2013 г. до 1,62 % в 2014 г., а затем на 0,24% в 2015 г.

Доля расходов на оплату труда и отчисления на социальные нужды в 2014 г. снизилась незначительно, всего на 0,39 %, а затем в 2015 г. снизили свою представленность в общей сумме затрат на 1,58 % и на конец 2015 г. составило почти 24,22 %. Доля расходов на амортизацию основных фондов составила 4,13% в 2013 г., а в 2014 г. их доля снизилась на 0,68% и на 0,18 % в 2015 г., достигнув 3,28 % на конец 2015 г. Доля прочих расходов в 2014 г. тоже немного снизилась на 0,25 % и затем ещё снизилась на 0,97 % и составила в 2015 г. 2,5 %.

Коммерческие расходы представлены расходами на коммунальные услуги, рекламу, представительскими расходами, расходами на доставку продукции, на аренду части оборудования и амортизацию основных средств.

Проанализируем валовую прибыль или валовый доход ресторана «Эффект» (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ доходов ООО «Эффект» за 2013-2015 годы

Показатели	2013	2014	2015	Отклонение, (+,-), 2015 к		Темп роста, % 2015 к	
				2013	2014	2013	2014
Выручка, тыс. руб.	66806	70466	64124	-2682	-6342	95,99	91,00
Валовой доход, тыс. руб.	48552	46785	40537	-8015	-6248	83,49	86,65
Уровень валового дохода, %	72,68	66,39	63,22	-9,46	-3,18	86,98	95,21

Как видно из таблицы 2, выручка растёт быстрее валового дохода:

95,99 % > 83,49 % – темп роста 2015 к 2013 г.

91 % > 86,65 % – темп роста 2015 к 2014 г.

Это привело к тому, что уровень валового дохода за два года снижается с 72,68 % в 2013 г. до 63,22 % в 2015 г. или на 9,46 %.

Исследуем прибыль ресторана «Эффект» (таблица 3).

Таблица 3 – Анализ прибыли ООО «Эффект»

Показатели	2013	2014	2015	Отклонение, (+,-), 2015 к		Темп роста, % 2015 к	
				2013	2014	2013	2014
Выручка	66806	70466	64124	-2682	-6342	95,99	91,00
Коммерческие и управленческие расходы	29171	30246	29003	-168	-1243	99,42	95,89
в % к выручке	43,67	42,92	45,23	1,56	2,31	103,58	105,37
Прибыль от продаж	19381	16539	11534	-7847	-5005	59,51	69,74
в % к выручке	31,91	25,82	19,79	-12,13	-6,03	62,00	76,64
Чистая прибыль	13601	11125	5985	-7616	-5140	44,00	53,80
в % к выручке	20,36	15,79	9,33	-11,03	-6,45	45,84	59,12

Как видно из таблицы 3, увеличение уровня издержек обращения за 2 года составило 3,58 %, а за 2015 год он вырос на 5,37%.

Уровень прибыли от продаж, напротив, снизился за 2015 год на 23,36%, а за 2 года на 38%. Уровень чистой прибыли тоже снизился с 20,36% в 2013 г. до 9,33% в 2015 году.

В анализируемом периоде валовая прибыль от продаж снизилась на 8015 тыс. руб. Уменьшение прибыли на 33.46% продиктовано изменением выручки, и на -66.54% - изменением себестоимости. В отчетном периоде предприятием была получена прибыль от продаж в сумме 11534 тыс. руб. Снижение уровня прибыли от продаж произошло за счет снижения валовой прибыли. Снижение общей бухгалтерской прибыли до 5985 тыс. руб. обусловлено уменьшением суммы полученной прибыли от продаж на 103.03%

Разобьём затраты на условно-постоянные и условно-переменные (таблица 4).

Таблица 4 – Динамика и структура постоянных и переменных затрат ООО «Эффект» за 2013-2015 годы

Показатели	Год			Темп роста, %	
	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014
Выручка	66806	70466	64124	105,5	91,0
Расходы	47425	53927	52590	113,7	97,5
Условно-переменные расходы в сумме	30672	37593	36324	122,6	96,6
в процентах к выручке, %	45,91	53,35	56,65	116,2	106,2
Условно-постоянные расходы в сумме	16753	16334	16266	97,5	99,6
в процентах к выручке, %	25,08	23,18	25,37	92,4	109,4

Как видно из таблицы 4, условно-переменные расходы изменяются в одном направлении с изменением выручки, но их темп роста как и темп роста уровня условно-переменных затрат опережает темп роста выручки.

При этом величина условно-постоянных затрат изменяется незначительно, а их доля в выручке в 2013 и в 2015 годах почти совпадает.

Таким образом, многие из показателей ресторана «Эффект» в 2015 г. снизились, что говорит о негативной тенденции, которая обусловлена как внешними, так и внутренними факторами.

Для выявления причин проведём анализ финансового состояния ресторана.

2.3 Оценка финансового состояния ООО «Эффект»

Оценку финансового состояния проведём, начиная с анализа динамики и структуры статей бухгалтерского баланса ресторана «Эффект», который представим в Приложении Г.

Валюта баланса выросла за 2015 г. на 1 048 тыс. руб., или на 17,097 %. Это произошло из-за роста внеоборотных активов на 26,84 %, или на 1056 тыс. руб. и снижения оборотных активов на 0,48 %, или на 8 тыс. руб.

Доля внеоборотных активов выросла на 5,07 %, хотя её доля и так достаточно велика и составляет на конец 2014 г. 72,53 %.

Внеоборотные средства представлены в основном основными средствами (это здание ресторана, оборудование кухни и помещений и два автомобиля) – их доля близка к доле внеоборотных активов.

Доля оборотных активов снизилась на 5,07 % и составила 27,47 %. Оборотные активы на конец 2015 г. представлены запасами (11,63 %), НДС по приобретенным ценностям (1,74 %) и краткосрочной дебиторской задолженностью (8,43 %), краткосрочными финансовыми вложениями (КФВ) (1,74 %) и денежными средствами (3,92 %). Из всех статей оборотных средств выросли доли только у денежных средств на 0,94 % и КФВ на 0,03 %, остальные доли снизились.

Пассив ресторана «Эффект» представлен на конец 2015 г. капиталом и резервами на 8,34 %, остальные средства заёмные (91,66 %) – это краткосрочные обязательства (50,87 %) и кредиторской задолженностью (40,78 %).

Причём положение на начало 2015 года было лучше, так как заёмные средства составляли 78,67 %, а собственный капитал – 21,33 %, и за год их доля снизилась на 12,99 %, и финансовое состояние ресторана «Эффект» стало менее устойчивым.

Анализ платежеспособности ресторана «Эффект» проведём в таблице 5.

Таблица 5 – Анализ платежеспособности ООО «Эффект» за 2013-2015 годы

Показатели	2013	2014	2015	Отклонение, (+,-), 2015 к	
				2013	2014
Коэффициент общей ликвидности (Л1)	0.428	0.414	0.3	-0.128	-0.114
Коэффициент абсолютной ликвидности (Л2)	0.041	0.06	0.062	0.021	0.002
Коэффициент быстрой ликвидности (Л3 «критической оценки»)	0.041	0.06	0.062	0.021	0.002
Коэффициент текущей ликвидности (Л4 покрытия долгов)	0.653	0.414	0.3	-0.353	-0.114
Коэффициент маневренности функционирующего капитала (Л5)	-1.766	-0.604	-0.34	1.426	0.264
Доля оборотных средств в активах (Л6)	0.316	0.325	0.275	-0.041	-0.05
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (Л7)	-1.338	-1.417	-2.337	-0.999	-0.92
Коэффициент восстановления платежеспособности предприятия (Л8)	x	0.147	0.122		
Коэффициент утраты платежеспособности предприятия (Л9)	x	x	x		

Как видно из таблицы 5, коэффициент текущей ликвидности не соответствует нормативам и имеет отрицательную динамику.

Значение коэффициента текущей ликвидности в 2015 году снизилось по сравнению с 2013 годом на 0.353 и составило 0.3.

То есть в 2013 году предприятие было в состоянии выполнить текущие обязательства, реализуя свои ликвидные активы по балансовой стоимости на 65.3%, а в 2015 году - на 30%.

Таким образом, платежеспособность предприятия за анализируемый период снизилась.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена немедленно, и

рассчитывается как отношение наиболее ликвидных оборотных активов к текущим обязательствам должника.

Значение коэффициента за анализируемый период увеличилось на 0.021 и составило 0.062, т.е. предприятие увеличило свою платежеспособность и было в состоянии немедленно выполнить свои текущие обязательства за счет денежных средств на счетах в 2013 году на 4.1%, а в 2014 году – на 6.2%. Коэффициент абсолютной ликвидности не достигает норматива, хотя динамика положительная, но не достаточная.

Анализ финансовой устойчивости ресторана «Эффект» выполним в таблице 6.

Таблица 6 – Анализ финансовой устойчивости ООО «Эффект» за 2013-2015 годы

Показатели	2013	2014	2015	Отклонение, (+,-,-), 2015 к	
				2013	2014
1. Коэффициент автономии (>0,5)	0,52	0,21	0,08	-0,43	-0,13
2. Коэффициент концентрации заемного капитала (<0,5)	0,74	0,79	0,92	0,18	0,13
3. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (<1)	3,15	3,69	10,99	7,83	7,30
4. Коэффициент финансовой устойчивости (>0,7)	0,26	0,21	0,08	-0,18	-0,13

Как видно из таблицы 6, все коэффициенты не соответствуют нормативам и их динамика ещё отдаляет их от нормативных границ.

Абсолютными показателями финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования (таблица 7).

Таблица 7 – Абсолютные показатели финансовой устойчивости за 2013-2015 годы

Наименование показателя	2013	2014	2015
1. Источники формирования собственных оборотных средств	1536	1244	574
2. Внеоборотные активы	4023	3934	4990
3. Наличие собственных оборотных средств	-2487	-2690	-4416
4. Долгосрочные пассивы	1500		
5. Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования средств	-987	-2690	-4416
6. Краткосрочные заемные средства	1000	1800	3500
7. Общая величина основных источников формирования запасов и затрат	13	-890	-916
8. Общая величина запасов	837	1038	920
9. Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств	-3324	-3728	-5336
10. Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов	-1824	-3728	-5336
11. Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов и затрат	-824	-1928	-1836
Трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации, S	0, 0, 0,	0, 0, 0,	0, 0, 0,

По состоянию на 2013 год предприятие имеет кризисное финансовое состояние, при котором оно находится на грани банкротства, поскольку денежные средства, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность предприятия не покрывают даже его кредиторской задолженности и просроченных ссуд. Равновесие платежного баланса обеспечивается за счет просроченных платежей по оплате труда, кредитам банка и заемным средствам, поставщикам, по налогам и сборам и т.д.

По состоянию на 2015 год финансовое положение не изменилось и оценивается как кризисное.

Необходимо руководству выявить возможности снижения запасов, а также возможности пополнения источников формирования запасов и оптимизации их структуры.

Выполним анализ деловой активности ресторана «Эффект» (таблица 8).

Таблица 8 – Показатели деловой активности ООО «Эффект» за 2013-2015 годы

Показатели	2013	2014	2015	Отклонение, (+,-,-), 2015 к		Темп роста, % 2015 к	
				2013	2014	2013	2014
1. Выручка, тыс. руб.	66806	70466	64124	-2682	-6342	96,0	91,0
2. Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	5623	5857	6356	733	499	113,0	108,5
3. Коэффициент общей оборачиваемости капитала (1:2)	12	12	10	-2	-2	84,9	83,9
4. Среднегодовая стоимость оборотных активов	1742	1879	1894	152	16	108,7	100,8
5. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов (1:4)	38	38	34	-4	-4	88,3	90,3
6. Средняя стоимость собственного капитала	1325	1390	909	-416	-481	68,6	65,4
7. Коэффициент отдачи собственного капитала (1:6)	50	51	71	20	20	139,9	139,2

Как видно из таблицы 8, коэффициент общей оборачиваемости капитала почти не изменяется за 2014г. в сравнении с 2013 г., но снизится в 2015 г. на 16,1 %.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов снизится в 2015 г. на 9,7% в сравнении с показателем 2014 г., а за 2 года 11,7 %.

Коэффициент отдачи собственного капитала вырастет с 50 руб. на 1 руб. выручки в 2013 г. до 71 руб. на 1 руб. выручки в 2015 или 40%, а в сравнении с 2014 г. на 39,2%.

Анализ показателей прибыли и рентабельности позволяет дать оценку эффективности деятельности предприятия как в абсолютных величинах (прибыль), так и в относительных, которые менее подвержены влиянию инфляции (рентабельность).

Проведём анализ показателей рентабельности в таблице 9.

Таблица 9 – Расчёт основных показателей рентабельности

Показатели	Годы			Абс. изм.		
	2013	2014	2015	2015/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014
Выручка	66806	70466	64124	-2682	-6342	66806
Прибыль до налогообложения	13601	11125	5985	-7616	-5140	13601
Актив	5882	5832	6880	998	1048	5882
Внеоборотные активы	4023	3934	4990	967	1056	4023
Полная себестоимость	47425	53927	52590	5165	-1337	47425
Собственный капитал	1536	1244	574	-962	-670	1536
Долгосрочные обязательства	1500	0	0	-1500	0	1500
Нематериальные активы	0	8	10	10	2	0
Основные фонды	4023	3926	4980	957	1054	4023
Запасы	786	848	800	14	-48	786
Чистая прибыль	13601	11125	5985	-7616	-5140	13601
Общая рентабельность	20,36	15,79	9,33	-11,03	-6,45	20,36
Экономическая рентабельность	231,23	190,76	86,99	-144,24	-103,77	231,23
Фондорентабельность	338,08	282,79	119,94	-218,14	-162,85	338,08
Рентабельность основной деятельности	28,68	20,63	11,38	-17,30	-9,25	28,68
Рентабельность производственных фондов	282,82	232,64	103,37	-179,46	-129,28	282,82
Рентабельность всех активов	231,23	190,76	86,99	-144,24	-103,77	231,23

Как видно из таблицы 12, все показатели рентабельности имеют отрицательную динамику в 2015 году. Общая рентабельность снизилась с 20,36% в 2013 г. до 9,33% в 2015г., или на 11,03%.

Экономическая рентабельность достаточно высока, в 2013 г. она была равна 231%, в 2014 г. – 191%, а в 2015 г. 87%, то есть за 2 года она снизилась на 144%.

Фондорентабельность имеет ещё более высокие показатели, чем экономическая рентабельность, и составила 338% в 2013 г. и 120% в 2015 г., то есть за 2 года она снизилась на 218%.

Также высокими являются показатели рентабельности производственных фондов, которые снизились на 179,5% за 2 года и на конец 2015 г. она стала равна 103,4%. Рентабельность всех активов снизилась на 144% с 231% в 2013 г. до 87% в 2015 г.

Высокие показатели экономической рентабельности, фондорентабельности, рентабельности производственных фондов, рентабельности всех активов получены в результате превышения прибыли до налогообложения над имеющимися активами и над основными фондами.

Рентабельность основной деятельности снизилась с 29% в 2013 г. до 11,4%, или на 17,3%.

Таким образом, проведённый анализ деятельности ООО «Эффект» показал, что необходимо улучшать финансовое состояние и финансовые результаты деятельности ООО «Эффект».

Для этого предложим в третьей главе мероприятия, направленные на улучшение финансовых результатов данной организации.

3 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов деятельности организации

3.1 Мероприятие по повышению эффективности деятельности за счёт использования индукционных печей

Выявленные проблемы могут стать резервами для разработки мероприятий по увеличению прибыли ресторана «Эффект», представим их в виде таблицы 10.

Таблица 10 – Проблемы снижения эффективности и пути их решения

Проблемы	Пути решения выявленных проблем
1. Снижение фондорентабельности	Более эффективное использование имеющихся основных фондов
2. Снижение деловой активности и эффективности	Оптимизация запасов
3. Снижение выручки из-за снижения платёжеспособного спроса	Стимулирование спроса за счёт инноваций, востребованных на рынке общественного питания

Опишем кратко выявленные проблемы. Экономическая служба ресторана «Эффект» представлена только главным бухгалтером, поэтому он выполняет и функции экономиста, но из-за большой загруженности бухгалтерской работой функции экономиста выполняются не в полной мере. Это приводит к ошибкам в планировании финансов, и в том числе не уделяется должного внимания анализу показателей эффективности деятельности, то есть прибыли и рентабельности, ведь ООО «Эффект» получает прибыль, выручка растёт, но при этом важно знать факторы, которые положительно повлияли на этот рост и особенно важно выявить факторы негативного влияния на прибыль и рентабельность.

Рост запасов товаров в баре, который ведёт к затоваренности, снижению оборачиваемости, при этом финансовые ресурсы используются не рационально, а значит снижается выручка и в конечном итоге прибыль и рентабельность.

Снижение производительности труда негативно повлияло на выручку, что ведёт в итоге к снижению прибыли и рентабельности. Необходимо найти

резервы для роста производительности труда, не увеличивая численность работников.

Несмотря на рост фондорентабельности, фондоотдача в 2015 г. снизилась, необходимо лучше использовать имеющиеся фонды.

Развитие других организаций общественного питания в городе требует расширения ассортимента блюд в зависимости от сезона, с расчётом на разные группы клиентов.

Большая доля прочих расходов тоже ведёт к снижению прибыльности. Это расходы на выплату штрафов и пеней за нарушение требований пожарной безопасности, требований санэпидстанции представительские расходы, расходы на брак, хищения. Важно сократить эти расходы.

Увеличение доходов предполагается за счет расширения ассортимента при использовании нового оборудования, которое еще не введено в действие – это современные комплексы по приготовлению пищи. Эти комплексы позволяют не только быстро готовить разнообразную пищу, но и экономить время приготовления и расходы на приготовление, так как в них используются индукционные печи.

Не требуется времени на разогрев конфорки – нагрев посуды происходит сразу с заданной мощностью. Это вплотную приближает индукционные плиты по удобству к газовым.

Коэффициент полезного действия около 90% (в отличие от 65 % у электрических плит с использованием резистивных нагревательных элементов, и 30-60% у газовых) благодаря отсутствию утечки мимо посуды потоков тепла от раскалённых резистивных нагревательных элементов или газов.

При снятии посуды плита отключается. У электрических плит с классическим резистивным нагревательным элементом, конфорка нагрета постоянно, независимо от того, находится на ней продукт или нет. Как следствие – дополнительный расход электроэнергии, нагрев воздуха в помещении и риск получения ожога. Указанный эффект, кроме того, позволяет

снизить расходы на кондиционирование помещения, что особенно важно летом. При этом зависимость мощности от напряжения сети практически отсутствует.

Основные преимущества индукционных плит:

- экономия электроэнергии, времени, физических сил;
- чистота, более комфортная температура и безопасность в рабочем помещении;
- скорость и качество приготовления пищи.

При использовании индукционной плиты предполагается повышение производительности труда на 12% и одновременное снижение расходов на электроэнергию.

Экономия электричества по данным разработчиков может достигать 25%, так как КПД электрических печей составляет 65%, а индуктивных 90%

В данном мероприятии использование пищевого комплекса с индукционными плитами позволит увеличить рост выручки, а также снизить себестоимости продуктов питания, используемых в приготовлении блюд, минимум на 3%, хотя производитель пищевых комплексов компания «Wook» гарантирует прирост производительности до 12%.

Прирост выручки составит:

$$\Delta V = V_{\text{баз}} \cdot 3\% = 64\,124 \cdot 3 : 100 = 1\,924 \text{ тыс. руб.}$$

Аналогичный прирост можно ожидать

– по закупочной стоимости продуктов:

$$\Delta C = C_{\text{баз}} \cdot 3\% = 23\,587 \cdot 3 : 100 = 708 \text{ тыс. руб.}$$

– по управленческим расходам:

$$\Delta \text{УР} = \text{УР}_{\text{баз}} \cdot 3\% = 12\,737 \cdot 3 : 100 = 382 \text{ тыс. руб.}$$

Коммерческие расходы являются условно-постоянными, поэтому их изменение будет связано только с экономией за электричество при использовании индукционных плит.

При этом снижение стоимости потребляемой энергии составит около 1% от всех условно-постоянных затрат, или 86,64 тыс. руб. в год.

В месяц кафе потребляет 4-5 тыс. кВт.

По прогнозируемой цене за 1 кВт 7,22 руб.

Прогнозируемая экономия 25% составит

$4\,000 \cdot 7,22 \cdot 12 = 346,56$ тыс. руб. – стоимость электроэнергии в год при традиционных электрических плитах.

$4\,000 \cdot (100 - 25) : 100 = 3\,000$ кВт – в месяц при использовании индукционных плит.

$3\,000 \cdot 7,22 \cdot 12 = 259,92$ тыс. руб. – стоимость электроэнергии в год при использовании пищевого комплекса с индукционными плитами.

$$\Delta КР = 346,56 - 259,92 = 86,6 \text{ тыс. руб.}$$

Анализ эффекта от внедрения индукционной плиты представим в таблице 11.

Таблица 11 – Расчет увеличения доходов и снижения расходов на электроэнергию за счет использования пищевого комплекса

Показатели	2015 г.	Прогноз	Абс. изм.	Темп роста, %
Выручка	64 124	66 048	1 924	103,0
Себестоимость реализованной продукции	23 587	24 295	708	103,0
Коммерческие расходы	16 266	16 179	-87	99,5
Управленческие расходы	12 737	13 119	382	103,0
Прибыль от продаж	11 534	12 455	921	108,0
Рентабельность продаж, %	17,99	18,86	0,87	104,8

Таким образом, ООО «Эффект», используя предложенные рекомендации, сможет значительно увеличить доходы. Прирост выручки составит 1 924 тыс. руб., а прирост прибыли от продаж 921 тыс. руб. Сокращение расходов произошло за счёт снижения расходов на электроэнергию. Рентабельность продаж вырастит на 0,87 % (в абсолютном выражении), или на 4,8% (в относительном выражении).

3.2 Мероприятие по повышению прибыли за счёт автоматизации деятельности

Для оптимизации товарных запасов предлагаем использовать современную компьютерную программу, созданную для кафе и ресторанов.

Автоматизация ресторана представлена двумя направлениями:

- работа с посетителями;
- решение производственных и коммерческих процессов.

Предлагаем оптимизировать производственно-коммерческий процесс, который включает в себя складской учет, производство, бухгалтерский и управленческий учет, где реализованы все основные функции производственного процесса, такие как работа с поставщиками, движение продуктов, ведение рецептуры, калькуляция стоимости блюд и изделий, ценообразование, составление меню, расчет себестоимости и ожидаемой прибыли, анализ результатов продаж, анализ работы официантов.

Для сравнения были взяты три наиболее известные сегодня на рынке и эффективные программы 1С: Астор, «iikoRMS» и комплекс Tillyrad XL.

В таблице 12 сравним существующие на рынке программы управления кафе и ресторанами, используя мнения специалистов, Интернет-отзывы и выделим недостатки.

Таблица 12 – Сравнение программ управления кафе ресторанами

Наименование программы	Недостатки программы
Программа 1С:Астор для общепита	Нет демо-версии для ознакомления Отсутствие версии для малого и среднего бизнеса
Система автоматизации Tillyrad XL	Ошибки и нарекания от предыдущей версии Высокая цена для малого и среднего бизнеса

Как видим из таблицы 13, программы имеют существенные недостатки.

Программный комплекс «iikoChain» (Айко), напротив, имеет возможности для онлайн-обучения и недорогое обучение при установке программы.

Также выделены такие преимущества программы «Айко»:

- наличие недорогих версий даже для малого бизнеса,
- возможность расширения при необходимости,
- обмен данными происходит в режиме реального времени,
- используются облачные серверы, которые снижают единовременные затраты на дорогое компьютерное оборудование для хранения данных.

Опишем структуру затрат на программный комплекс в таблице 13.

Таблица 13 – Структура затрат на АСУ «iiko»

Наименование продукта	Функции	Стоимость, тыс. руб.
Основная программа	Сервер iiko в ресторане (лицензия для одного сервера, не включает АРМ)	25
Программа для рабочего места администратора	Автоматизация кассовой станции (лицензия для одного АРМ фронт-офиса)	12
Программа для управляющего рестораном	Автоматизация управления складом, персоналом, финансами (лицензия для одного АРМ бэк-офиса)	15
Программа виртуального сервера	Виртуальный сервер с объёмом памяти от 2Gb RAM	10
Компьютерное оборудование	Компьютеры, другая техника	60
Установка и наладка системы	Выезд программиста на место	35
Итого		152

Выделим преимущества применения компьютерной системы «iikoChain» для ресторана «Эффект» в прогнозном периоде.

– Управление запасами. Все продукты имеют ограниченный срок хранения, при этом большинство являются скоропортящимися, поэтому возможность рассчитывать оптимальный запас и допустимый диапазон отклонений для каждого продукта является необходимым условием эффективной работы ресторана «Эффект».

– Функция контроля за работой. При наличии данной функции руководитель ежедневно будет видеть и анализировать результаты

деятельности предприятия, сравнивая их с планом и результатами предыдущих лет.

– Управление поставщиками. Ресторан «Эффект» работает с рядом постоянных поставщиков, но очень часто бывают и разовые закупки. В таких условиях трудно отследить изменение закупочных цен, а также контролировать расчеты с поставщиками, поэтому применение программы улучшит данное взаимодействие и контроль за ценами.

– Возможность устанавливать сроки хранения продуктов и ограничивать уровень их запасов по минимуму и максимуму.

– Автоматический контроль закупочных цен. Программа вовремя сигнализирует о любых отклонениях.

– Сбор детальной (вплоть до отдельной накладной, чека или заказа) информации. Данную информацию можно использовать для формирования различных форм отчетности на расстоянии.

Объем запасов сохраняется на оптимальном уровне, обеспечивая бесперебойность продаж, минимизируя затраты на хранение продуктов и не допуская их порчи, так как система вовремя подсказывает, сколько и чего нужно докупить, а также у каких продуктов и когда истекает срок годности.

Для более эффективного управления товарными запасами необходимо обучение персонала пользованию новой компьютерной системой. Обучение персонала предлагается проводить прямо в ресторане. Эта работа возлагается на специалиста из компании, которые обязуются не только в доставке, установке оргтехники и программного обеспечения, но и обучение персонала. После обучения будет проводиться аттестация сотрудников.

Так, обучение персонала, в частности официантов, барменов, на рабочем месте может осуществляться по следующим направлениям:

1. Обучающие программы по умению общаться с гостями.
2. Проведение мастер-класса приглашенными специалистами.
3. Проведение конкурсов среди работников на звание лучшего работника.

Для проведения указанных методов обучения требуются финансовые затраты, которые могут, зависит от стоимости оплаты труда приглашенных специалистов. Проведение программы «Презентация меню» при помощи специалистов обойдется руководству в 16 тыс. руб.

Общие затраты на установку программного комплекса и обучения пользования им составят:

$$Z_{\text{общ}} = 152 + 16 = 168 \text{ тыс. руб.}$$

Эти затраты в планировании принято считать единовременными. Единовременные затраты осуществляются в форме капиталовложений на мероприятия. Как показывает опыт компании, за счёт повышения квалификации персонала в результате проведение учебы без отрыва от производства объем продаж увеличится как минимум на 4%, соответственно, увеличится и сумма покупной стоимости на тот же самый процент.

Далее приведен расчет экономической эффективности данного мероприятия. Годовой экономический эффект от мероприятий в организациях выражен в дополнительной прибыли от продаж по формуле:

$$\Delta\Pi_{\text{пр}} = \Delta V - \Delta C - \Delta УР, \quad (11)$$

где $\Delta\Pi_{\text{пр}}$ – прирост прибыли от продаж, рублей;

ΔV – прирост выручки от продаж, рублей;

ΔC – прирост покупной себестоимости, рублей;

$\Delta УР$ – прирост управленческих расходов, рублей.

$$\Delta\Pi_{\text{пр}} = 64\,124 \cdot 0,04 - 23\,587 \cdot 0,04 - (12\,737 \cdot 0,04 + 168) = 944 \text{ тыс. руб.}$$

Годовой экономический эффект от внедрения такого мероприятия составит 944 тыс. руб.

Расчет всех данных представлен в таблице 14.

Таблица 14 – Основные финансовые результаты до и после внедрения мероприятий по оптимизации запасов

Показатели	2015 год	Проектный год	Отклонение	Темп роста, %
Выручка	64 124	66689,0	2565,0	104,0
Себестоимость продаж	23 587	24530,5	943,5	104,0
Коммерческие расходы	16 266	16266,0	0,0	100,0
Управленческие расходы	12 737	13414,5	677,5	105,3
Прибыль от продаж	11534	12478,0	944,0	108,2
Рентабельность продаж, %	17,99	18,71	0,72	104,0

Таким образом, от внедрения данного мероприятия персонал ресторана «Эффект» увеличит эффективность своей деятельности, при этом товарные запасы будут использоваться эффективнее. Повышение квалификации персонала позволит увеличить качество оказываемых услуг, а соответственно увеличить количество клиентов. За счёт централизации процесса закупки продуктов удастся эффективно сотрудничать с поставщиками, обеспечивая оптимизацию закупочных цен. В результате применения системы можно снизить фактическую себестоимость блюд за счет сокращения потерь, связанных с порчей продуктов и злоупотреблениями.

Таким образом, данное мероприятие позволит увеличить прибыль на 944 тыс. руб., а рентабельность продаж на 0,72% (в абсолютном выражении), или на 4 % (в относительном выражении). Мнения рестораторов, использующих эту систему, положительны и все подтверждают эффективность этого программного комплекса.

Заключение

В результате теоретического исследования было выявлено, что прибыль – это обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования, а рентабельность – относительный показатель, который позволяет более реально оценивать эффективность, устраняя влияние инфляции.

Цель деятельности любой коммерческой организации является извлечение прибыли для ее капитализации, развития бизнеса, обогащения собственников, акционеров и работников, поэтому исследование прибыли и рентабельности структуры, факторов, которые они определяют, является значимой частью экономического анализа.

В первой главе рассмотрены теоретические основы анализа финансовых результатов организации.

Во второй главе проведен анализ финансовых результатов деятельности ресторана «Эффект», деятельность которого осуществляется в виде ООО «Эффект».

Мы можем отметить, что выручка растёт быстрее валового дохода. Это привело к тому, что уровень валового дохода за два года снизился на 9 %.

Увеличение уровня издержек обращения за 2 года составило 4 %, а за 2015 год он вырос на 4 %. Уровень прибыли от продаж и уровень чистой прибыли, напротив, снизились. Уменьшение прибыли на 33 % продиктовано изменением выручки, и на -67 % - изменением себестоимости. Снижение уровня прибыли от продаж произошло за счет снижения валовой прибыли. Существенное снижение чистой прибыли обусловлено уменьшением суммы полученной прибыли от продаж на 103 %

Условно-переменные расходы изменяются в одном направлении с изменением выручки, но их темп роста, как и темп роста уровня условно-

переменных затрат, опережает темп роста выручки. При этом величина условно-постоянных затрат изменяется незначительно.

Далее в работе был проведён анализ финансового состояния ресторана.

Коэффициент текущей ликвидности не соответствует нормативам и имеет отрицательную динамику. Так, в 2013 году предприятие было в состоянии выполнить текущие обязательства, реализуя свои ликвидные активы по балансовой стоимости на 65 %, а в 2015 году - на 30 %. Таким образом, платежеспособность предприятия за анализируемый период снизилась.

Значение коэффициента абсолютной ликвидности за анализируемый период увеличилось незначительно. Так, предприятие было в состоянии немедленно выполнить свои текущие обязательства за счет денежных средств на счетах в 2013 году на 4 %, а в 2014 году – на 6 %. Коэффициент абсолютной ликвидности не достигает нормативного значения.

Все коэффициенты финансовой устойчивости так же не соответствуют нормативам, и их динамика ещё отдаляет их от нормативных границ.

Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости позволил сделать вывод о том, что на протяжении анализируемого периода предприятие имеет кризисное финансовое состояние, при котором оно находится на грани банкротства, поскольку денежные средства, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность предприятия не покрывают даже его кредиторской задолженности и просроченных ссуд.

Анализ показателей рентабельности показал, что все показатели рентабельности имеют отрицательную динамику в 2015 году. Общая рентабельность снизилась с 20 % в 2013 г. до 9 % в 2015 г. Рентабельность основной деятельности снизилась с 29 % до 11 %.

Высокие показатели экономической рентабельности, фондорентабельности, рентабельности производственных фондов, рентабельности всех активов получены в результате превышения прибыли до налогообложения над имеющимися активами и над основными фондами.

Таким образом, по результатам проведённого анализа отмечено, что многие из показателей ресторана «Эффект» в 2015 г. снизились, что говорит о негативной тенденции, которая обусловлена как внешними, так и внутренними факторами.

Далее в третьей главе были предложены мероприятия, направленные на улучшение финансовых результатов ООО «Эффект».

На основе выявленных резервов были разработаны мероприятия по использованию более экономичного нового оборудования и по управлению запасами товаров через автоматизацию деятельности.

По итогам первого мероприятия – использования пищевого комплекса – будет получен прирост прибыли размере 921 тыс. руб., которая вырастит за счёт более качественного и экономного приготовления пищи на индукционной плите данного пищевого комплекса. Рентабельность продаж вырастит на 0,87 % (в абсолютном выражении), или на 4,8% (в относительном выражении).

Прогнозируется, что в результате внедрения второго мероприятия организация получит прирост прибыли 944 тыс. руб. и рентабельности продаж на 0,72% (в абсолютном выражении), или на 4 % (в относительном выражении) – это результат оптимизации процессов управления информационной и компьютерной программой и обучения персонала.

Таким образом, эффективность предложенных мероприятий обоснована экономически и рекомендована руководству ООО «Эффект» для внедрения.

Список используемой литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // КонсультантПлюс
2. Налоговый кодекс Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ // КонсультантПлюс
3. Анташов В.А., Уварова Г.В. Экономическая матрица предприятия // Экономико-правовой бюллетень. – 2013. – N 5. – 160 с.
4. Белов А.М. Управление затратами на предприятии. – СПб.: Изд-во СПб.: 2011. – 85 с.
5. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2009. – 784 с.
6. Бланк И.А. Управление прибылью. – Киев: Ника-Центр, Эльга, 2011. – 752 с.
7. Вахрушева О.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие– М.: Дашков и К, 2013. – 252 с.
8. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 615 с.
9. Гнутова Е. Повышение рентабельности компаний через оптимизацию бизнес-процессов // Финансовая газета. Региональный выпуск. – 2013. – № 21. С. 14 – 15.
10. Илышева Н.Н., Крылов С.И. Финансовая стратегия организации: понятие, содержание и анализ // Финансы и кредит. – 2010. – № 17. – С. 8-17.
11. Климова М.А. Новейшая книга о прибылях и убытках / М.А. Климова. – М.: Библиотечка Российской газеты, 2013. – 183 с.
12. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 224 с.
13. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 560 с.

14. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011 – 1024 с.
15. Кузнецов Б.Т. Финансовый менеджмент: Учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 060500 «Бухгалтерский учет», 060400 «Финансы и кредит» / Б.Т. Кузнецов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 415 с.
16. Любанова Т. П. Стратегическое планирование на предприятии: Учебное пособие для Вузов. – М.: Издательский центр «МарТ», 2015. – 400с.
17. Малова И.В. Классификация затрат на качество: ретроспективный анализ и современные тенденции / И.В. Малова // Лизинг. – 2012. – № 6. – С. 55 - 64.
18. Мамонова Е. Р. Формирование ресурсного потенциала платных услуг в регионах / Е. Р.Мамонова// Российское предпринимательство. – 2012. - №829 (47). – С. 17.
19. Мельник М.В. Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник для среднего профобразования / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова Е.А. Игнатьева – М.: Экономиста, 2010. – 320 с.
20. Микульчик А.А., Оценка риска неполучения прибыли в условиях нестабильности рынка // Экономика и производство. – №3. – 2011. – С.24.
21. Монтехано Х.М. Экономика общественного питания / Х.М. Монтехано. – Смоленский государственный университет, 2012. 312 с.
22. Нагапетьянц Н. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие – М.: Вузовский учебник, 2012. – 272 с.
23. Новицкий Н.И. Организация, планирование и управление производством: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2012.
24. Пешкова Е. П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. – М.: Ось-89, 2013. – 342 с.

25. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. / Б.А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: Инфра-М, 2009. – 496 с.
26. Рачек В. Л., Дремина Г. А., Галюкшова Т. В. / Методические указания к выполнению дипломной работы. – Омск: Омский государственный институт сервиса, 2013. – 169 с.
27. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – 5-е изд. доп. и перераб. – Минск: ООО «Новое знание», 2014. – 687с.
28. Савицкая Г.В. Экономический анализ: Учебник. – 12-е изд., исправ. и доп. – М.: Новое знание, 2015. – 679 с.
29. Сергеев И. В. Экономика предприятия / И. В. Сергеев. - М.: Финансы и статистика, 2012. – 304 с.
30. Скляренко В. К. Экономика предприятия / под ред. О. И. Волков, О. В. Девяткин. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 601 с.
31. Станиславчик Е. Парадоксы управления прибылью / Е. Станиславчик. // Финансовая газета. – 2014. – № 42. – С. 21 – 32.
32. Станиславчик Е. Анализ и моделирование рентабельности / Е. Станиславчик. // Финансовая газета. – 2013. – № 10. – С. 10 – 13.
33. Ухалова, Р.С. Ресторанный бизнес на взлете // Рестораны. – 2011. – № – 2. С. 23.
34. Хлюпов М.О. Рестораны России / М.О. Хлюпов // Бизнескурс. – 2014. – № 67. С.3.
35. Шестакова Е.В. Оптимизация прибыли. – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2015. – 536 с.
36. Шик Л.П. Кофейни / Л.П. Шик. М.: Скиф, 2011. 146 с.
37. Шолохова В.И. Прибыль или убыток? Как правильно показать результат работы фирмы / В.И. Шолохова. – М.: Бератор-паблишинг, 2014. – 224 с.

38. Ягодынская Н.В. Культура обслуживания в ресторане / Н.В. Ягодынская. – М.: Издательский центр «Академия». – 2010, 272 с.

39. Перспективы ресторанного бизнеса. Мастер-классы // [Электронный ресурс]//URL:<http://tasty-team.ru/masters/>

40. Практический журнал по управлению компанией [Электронный ресурс]//URL: <http://www.fd.ru/reader.htm>

Приложение А

(справочное)

Таблица А.1 – Показатели рентабельности

Показатель	Способ расчёта	Пояснение
Общая рентабельность	$R1 = \text{Пдн} : \text{В}$	Показывает, сколько чистой прибыли (чистый экономический эффект) приходится на 1 руб. всего вложенного в предприятие капитала
Экономическая рентабельность	$R2 = \text{Пдн} : \text{А}$	Показывает эффективность использования всего имущества фирм
Фондорентабельность	$R3 = \text{Пдн} : \text{ОФ}$	Показывает эффективность использования основных средств и прочих внеоборотных активов
Рентабельность основной деятельности или продукции	$R4 = \text{Пдн} : \text{С}$	Показывает, сколько прибыли от реализации приходится на 1 руб. затрат
Рентабельность перманентного капитала	$R5 = \text{Пдн} : (\text{СК} - \text{ДО})$	Показывает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность организации на длительный срок
Рентабельность производственных фондов	$R6 = \text{Пдн} : (\text{НА} + \text{ОФ})$	Показывает эффективность использования основных средств, нематериальных активов и запасов
Рентабельность всех активов	$R7 = \text{ЧП} : \text{А}$	Характеризует уровень чистой прибыли, генерируемой всеми активам предприятия, находящимися в его использовании

где ЧП – чиста прибыль
 В – выручка,
 А – активы
 Пдн – прибыль до налогообложения
 Ск – собственный капитал
 С – себестоимость,
 ДО – долгосрочные обязательства,
 ОФ – основные фонды
 НА – нематериальные активы

Приложение Б

(обязательное)

Таблица Б.1 – Бухгалтерский баланс ООО «Эффект» на 31.12.2015 г.

АКТИВ	Код	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110	10	8	
Результаты исследований и разработок	1120			
Нематериальные поисковые активы	1130			
Материальные поисковые активы	1140			
Основные средства	1150	4980	3926	4023
Доходные вложения в материальные ценности	1160			
Финансовые вложения	1170			
Отложенные налоговые активы	1180			
Прочие внеоборотные активы	1190			
ИТОГО по разделу I	1100	4990	3934	4023
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	800	848	786
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	120	190	51
Дебиторская задолженность	1230	580	586	906
задолженность учредителей по взносам в уставный капитал	1231			
Финансовые вложения	1240	120	100	
Денежные средства	1250	270	174	116
Прочие оборотные активы	1260			
ИТОГО по разделу II	1200	1890	1898	1859
БАЛАНС	1600	6880	5832	5882
ПАССИВ	Код	31.12.2015	31.12.2015	31.12.2013
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310			
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320			
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
Резервный капитал	1360			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	574	1244	1536
ИТОГО по разделу III	1300	574	1244	1536
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Долгосрочные заемные средства	1410			1500
Отложенные налоговые обязательства	1420			
Резервы под условные обязательства	1430			
Прочие долгосрочные обязательства	1450			
ИТОГО по разделу IV	1400			1500
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Краткосрочные заемные обязательства	1510	3500	1800	1000
Кредиторская задолженность	1520	2806	2788	1846
Доходы будущих периодов	1530			
доходы будущих периодов, возникшие в связи с безвозмездным получением имущества и гос.помощи	1531			
Резервы предстоящих расходов	1540			
Прочие краткосрочные обязательства	1550			
ИТОГО по разделу V	1500	6306	4588	2846
БАЛАНС	1700	6880	5832	5882

Приложение В

(обязательное)

Таблица В.1 – Отчёт о финансовых результатах ООО «Эффект» за 2015 г.

Показатель	Код	за 2015 г.	за 2014 г.
Выручка	2110	64124	70466
Себестоимость продаж	2120	23587	23681
Валовая прибыль	2100	40537	46785
Коммерческие расходы	2210	16266	16334
Управленческие расходы	2220	12737	13912
Прибыль (убыток) от продаж	2200	11534	16539
Доходы от участия в других организациях	2310		
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330	512	433
Прочие доходы	2340		
Прочие расходы	2350	5037	4981
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	5985	11125
Текущий налог на прибыль	2410		
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых активов	2450		
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400	5985	11125

Таблица В.2 – Отчёт о финансовых результатах ООО «Эффект» за 2014 г.

Показатель	Код	за 2014 г.	за 2013 г.
1	2	3	4
Выручка	2110	70466	66806
Себестоимость продаж	2120	23681	18254
Валовая прибыль	2100	46785	48552
Коммерческие расходы	2210	16334	16753
Управленческие расходы	2220	13912	12418
Прибыль (убыток) от продаж	2200	16539	19381
Доходы от участия в других организациях	2310		
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330	433	266
Прочие доходы	2340		
Прочие расходы	2350	4981	5514
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	11125	13601
Текущий налог на прибыль	2410		
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых активов	2450		
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400	11125	13601

Приложение Г

(обязательное)

Таблица Г.1 – Динамика активов ресторана «Эффект» за 2015 год

Показатели	Сумма, тыс. руб.			Темп роста, %.	Удельный вес, %			Темп роста, %.
	на конец предыдущего года	на конец отчетного года	± Δ		на конец предыдущего года	на конец отчетного года	± Δ	
Активы								
1. Внеоборотные активы - всего	3934	4990	1056	126,84	67,46	72,53	5,07	107,52
В том числе:								
1.1. Нематериальные активы	8	10	2	125,00	0,14	0,15	0,01	105,96
1.3. Основные средства	3926	4980	1054	126,85	67,32	72,38	5,07	107,52
2. Оборотные активы - всего	1898	1890	-8	99,58	32,54	27,47	-5,07	84,41
В том числе:								
2.1. Запасы	848	800	-48	94,34	14,54	11,63	-2,91	79,97
2.2. НДС по приобретенным ценностям	190	120	-70	63,16	3,26	1,74	-1,51	53,54
2.3. Дебиторская задолженность	586	580	-6	98,98	10,05	8,43	-1,62	83,90
2.4. Краткосрочные финансовые вложения	100	120	20	120,00	1,71	1,74	0,03	101,72
2.5. Денежные средства	174	270	96	155,17	2,98	3,92	0,94	131,54
Итого активов	5832	6880	1048	117,97	100	100		

Таблица Г.2 – Динамика пассивов ресторана «Эффект» за 2015 год

Показатели	Сумма, тыс. руб.			Темп роста, %.	Удельный вес, %			Темп роста, %.
	на конец предыдущего года	на конец отчетного года	±Δ		на конец предыдущего года	на конец отчетного года	±Δ	
Пассивы								
1. Капитал и резервы – всего	1244	574	-670	46,14	21,33	8,34	-12,99	39,11
В том числе:								
1.1. Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1244	574	-670	46,14	21,33	8,34	-12,20	24,60
2. Обязательства – всего	4588	6306	1718	137,45	78,67	91,66	12,99	116,51
В том числе:								
2.1. Краткосрочные обязательства	4588	6306	1718	137,45	78,67	91,66	12,99	116,51
2.1.1. Заемные средства	1800	3500	1700	194,44	30,86	50,87	20,01	164,83
2.1.2. Кредиторская задолженность	2788	2806	18	100,65	47,81	40,78	-7,02	85,31
Итого пассивов	5832	6880	1048	117,97	100	100		

Бакалаврская работа выполнена мною самостоятельно.

Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Библиография составляет __ наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру « ____ » _____ 2016 г.

Дата «__» _____ 2016 г.

Студент _____ (_____)