



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики предприятия природопользования и учетных систем

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
(бакалаврская работа)  
по направлению подготовки 38.03.01 Экономика  
(квалификация – бакалавр)

На тему «Эффективность деятельности предприятия и пути её повышения»

Исполнитель Магакян Виктория Альбертовна

Руководитель к.э.н., доцент кафедры Яйли Дмитрий Ервантович

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

доктор экономических наук, профессор

Курочкина Анна Александровна

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

Санкт-Петербург  
2020

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |    |
|--|----|
| Введение.....  | 3  |
| 1 Теоретические и методические основы анализа показателей экономической эффективности деятельности предприятия.....              | 5  |
| 1.1 Сущность, значение и задачи анализа показателей экономической эффективности деятельности предприятия.....                    | 5  |
| 1.2 Методика расчета уровня экономической эффективности .....  | 13 |
| 2 Анализ и оценка экономической эффективности деятельности индивидуального предпринимателя Караманян Альберта Курекиновича ..... | 22 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого индивидуального предпринимателя .....                               | 22 |
| 2.2 Оценка эффективности деятельности предприятия.....   | 31 |
| 3 Разработка мероприятий по повышению экономической эффективность деятельности индивидуального предпринимателя.....              | 39 |
| 3.1 Мероприятия по повышению экономической эффективности деятельности предприятия за счет снижения издержек .....                | 39 |
| 3.2 Мероприятия по повышению экономической деятельности предприятия за счет увеличения продаж.....                               | 47 |
| Заключение .....   | 56 |
| Список использованной литературы.....  | 58 |

## Введение

В наши дни конкурентоспособность предприятий и рациональность их деятельности основываются, в первую очередь, на эффективности их деятельности. Эффективная деятельность предприятия привлекает внешних инвесторов, контрагентов по финансово-хозяйственной деятельности, а также собственников организации. Таким образом, оценка результатов деятельности предприятия имеют огромное значение в настоящем, прошлом и будущем.

Текущая экономическая обстановка, связанная с пандемией коронавирусной инфекции диктует предпринимателям искать новые направления увеличения эффективности деятельности предприятий, исследуя причины и факторы, тормозящих их развитие. Предприятию необходимо не только не обанкротиться, но и если это возможно улучшить финансовые результаты своей деятельности. Экономические отношения лежат во главе всевозможных отношений между людьми – политических, культурных и т.д. Таким образом, конечные финансовые результаты - это, по сути, то, ради чего мы живем и работаем.

Эффективность - это сложная экономическая категория. Чтобы ее измерить, всегда применяют обширный перечень различных индикаторов. В разных ситуациях они различны, все зависит от того, что принимают в качестве эффекта деятельности предприятия.

Актуальность выбранной темы исследования заключается в том, что для предприятий малых форм собственности самым важным критерием при выборе экономической эффективности являются мероприятия, направленные на улучшение результатов финансово-хозяйственной деятельности.

Объект исследования: деятельность торгового предприятия ИП Караманян А.К.

Предмет исследования: экономические отношения, возникающие в процессе функционирования деятельности исследуемого объекта.

Цель выпускной квалификационной работы: анализ и оценка экономической эффективности деятельности предприятия и разработка рекомендаций по ее повышению.

Реализация поставленной цели предполагает последовательное решение следующих задач:

- изучить теоретические и методические основы анализа и оценки экономической эффективности деятельности предприятия;
- дать организационно-экономическую характеристику ИП Караманян А.К.;
- проанализировать и оценить экономическую эффективность деятельности индивидуального предпринимателя Караманян А. К.;
- разработать мероприятия по повышению экономической эффективности деятельности ИП Караманян А.К.

Структурно работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы и приложений.

В первой главе даны основные определения и сущность анализа показателей экономической эффективности деятельности предприятия.

Во второй главе проведены анализ и оценка уровня экономической эффективности деятельности индивидуального предпринимателя Караманян Альберта Курекиновича.

В третьей главе предложены пути повышения экономической эффективности деятельности индивидуального предпринимателя.

В выпускной квалификационной работе использовалась бухгалтерская отчетность ИП Караманян А.К., учебная литература отечественных и зарубежных авторов, источники из интернета и данные периодической печати по выбранной теме.

Работа состоит из 60 страниц, 13 таблиц, 8 рисунков.

# 1 Теоретические и методические основы анализа показателей экономической эффективности деятельности предприятия

## 1.1 Сущность, значение и задачи анализа показателей экономической эффективности деятельности предприятия

Эффективность производства - это один из основных видов рыночной экономики. Он напрямую связан с развитием конкретного предприятия в отдельности и всем обществом, в частности [1, с. 11].

Понятие эффективность (от латинского «effectus» – действие, исполнение) первоначально относили к технике и технологиям. Трактовалось как объем, выполненной работы в сравнении с потраченной энергией, то есть это зависимость фактических и возможных результатов любого процесса.

Экономическая эффективность – это приобретение максимально различных благ от тех, которые имеются в распоряжении предприятия ресурсов. Для этого предприятию требуется постоянно сравнивать выгоды и издержки, таким образом вести рациональную деятельность – увеличивать выгоды и уменьшать затраты [4, с. 14].

Еще один подход, подразумевает под эффективностью возможность владения редкими ресурсами, которые используются в основном виде деятельности. Для этого требуется четкая связь между организацией и внешней средой для развития процесса обмена определенными продуктами.

Все эти подходы отражают различные стороны хозяйственной деятельности предприятия, вместе с тем наиболее полное представление об эффективности деятельности предприятия даст изучение понятия как системы. В этом случае, эффективность деятельности организации рассматривается, как система. Абсолютно любую организацию можно рассмотреть, как составляющую часть более крупной системы, естественно функционируя по ее законам, то есть согласно ее целям создания и в определенных условиях функционирования. Другими словами, существуют цели-ограничения или факторы-условия (например, производство продукции в зависимости от спроса

на рынке и наличия заказов и другое).

Данное определение достаточно широко и охватывает как внутренние, так и внешние точки зрения эффективности [14, с. 61].

При оценке эффективности деятельности любого предприятия следует уделять большое внимание целям, которые наиболее влияют на ее деятельность. Эти цели называются внешними.

Предприятие будет работать эффективно, если будут достигаться правильно поставленные цели. Если на определенном этапе цели перестают достигаться, предприятие становится не эффективным. Однако, даже если цель достигнута, предприятие не считается эффективным, пока не проведен анализ деятельности предприятия, не проведен сравнительный анализ затраченных ресурсов для достижения этой цели. В данном случае проявляется принцип экономичности деятельности, заключающиеся в определенном соотношении затрат на достижение заданного результата и самого результата.

На основе рассмотренных подходов к определению эффективности деятельности организации можно выделить ряд условий, выполнение которых приведет к заданному результату во времени [16, с. 29]. В определенной его точки цели динамичны и формируются в соответствии с требованиями, предъявляемых как самой организацией, так и обществом в целом;

- условия функционирования организации находят отражение в ее целях, при этом максимально отражают сущность самой организации;

- пропорциональное соотношение затрат ресурсов и результата указывает на успешное достижение намеченных целей;

- ресурсы, используемые при достижении поставленных целей, не нарушают норм, установленных в обществе. Соблюдение данного условия говорит о том, что система организации носит социально-экономической характер. Его выполнение позволяет уклониться от дополнительных затрат, связанных с социальной реабилитацией проводимых работ.

Экономическая эффективность имеет два определения. Первое: это отношение результатов производства к затратам на его выполнение. Второе:

отношение произведенного результата к тому, от чего пришлось отказаться, выбирая более выгодный вариант.

Эффективность производства группируются на виды по различным признакам (рисунок 1.1).

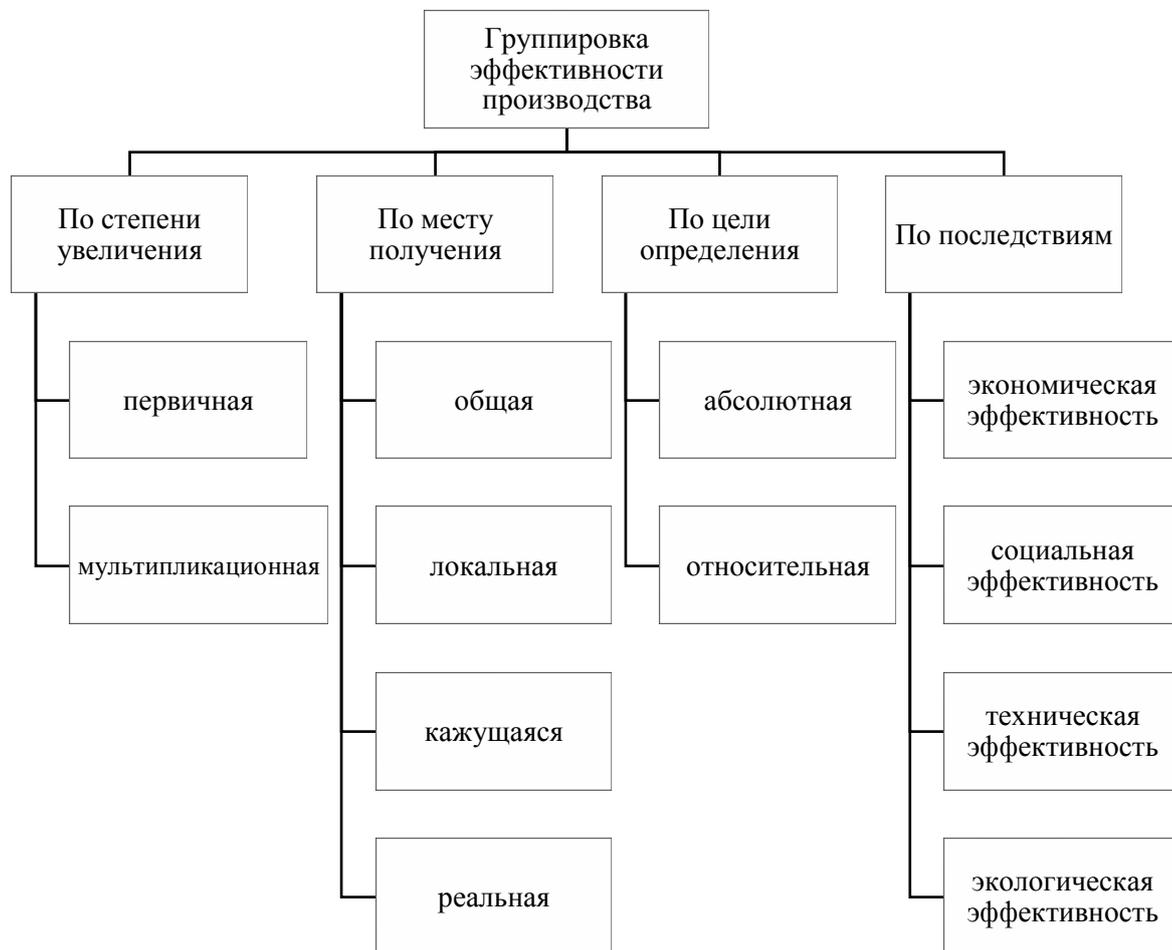


Рисунок 1.1 - Группировка эффективности производства [20, с. 50]

По степени увеличения выделяют следующие виды эффективности:

- первичная;
- мультипликационная.

Первичная эффективность - происходит одnorазовый эффект, а мультипликационная многократно-повторяющийся.

По месту получения эффекта выделяют следующие виды эффективности:

- общая;
- локальная;

- кажущаяся;
- реальная.

Общая эффективность показывает результат всего производственного процесса.

Локальная эффективность – это эффективность на каком-то одном участке или в какой-то определенный момент производства.

Кажущаяся эффективность производства – это увеличение производительности труда, но результаты труда не учитываются реальными клиентами.

Реальная эффективность - это когда результат производства достигается с наименьшими затратами [12, с. 161].

По цели определения эффективности выделяют два вида эффективности:

- абсолютная;
- относительная.

Абсолютной эффективностью анализируют общеэкономические результаты, эффективность производства на различных уровнях экономики за какой-то период времени и в динамике. Она показывает общую величину эффекта или в расчете на единицу затрат.

Относительную эффективность определяют для обоснования социально-экономических преимуществ какого-либо варианта решения производственно-хозяйственной задачи, для выбора наиболее рентабельного варианта учитывая текущие затраты и единовременные при его реализации, при выборе лучшего варианта из нескольких вариантов хозяйственных и других решений.

По последствиям выделяют следующие виды эффективности:

- экономическая эффективность;
- социальная эффективность;
- техническая эффективность;
- экологическая эффективность.

Одной из стратегических целей предприятия является экономическая эффективность. Все решения на предприятии должны приниматься так, чтобы

при минимальных ресурсах были достигнуты экономические цели предприятия. Эта эффективность определяет разницу между полученными результатами производства и затратами труда и средств производства, с другой.

Принцип эффективности является также принципом экономичности, согласно которому из совокупности реальных событий выбирается более узкий круг вопросов, которые связаны с экономической рациональностью функционирования предприятия.

Главным отличием социальной эффективности от экономической в том, что она имеет отношение к достижению социальных целей организации.

Цель технической эффективности - выполнение количественных и качественных требований к товару и к программе производства, а также к необходимому производственному потенциалу.

Экологическая эффективность определяет достижение экологической цели предприятия. Цель экологической эффективности – оптимальная защита окружающей среды.

Принципы всех видов эффективности производства взаимосвязаны и взаимозависимы. Все виды эффективности формируют одну интегральную эффективность деятельности предприятия. Это показатель деятельности по распределению и по переработке ресурсов с целью производства товаров.

Оценивая эффективность деятельности любого предприятия необходимо уделять большое внимание внешним целям, то есть целям, оказывающим наибольшее влияние на деятельность предприятия.

Кроме того, организация формирует собственные внутренние цели. Данные цели классифицируются по ряду признаков. В зависимости от значимости принимаемых организационных решений выделяются цели направления достижения результата и цели-условия его достижения (сдерживающие факторы).

Залогом эффективности деятельности организации является достижение поставленных целей. Если в определенном временном интервале не происходит выполнение поставленных целей, деятельность хозяйствующего субъекта

можно считать неэффективной. При этом выполнение цели по достижению результата не может быть однозначно оценено как эффективное действие, пока не проведено сравнение с объемом затраченных ресурсов для достижения данного результата. В данном случае проявляется принцип экономичности деятельности, заключающиеся в определенном соотношении затрат на достижение заданного результата и самого результата.

Для того, чтобы рассчитать показатели экономической эффективности необходимо знать, что такое затраты и что такое результат, а также виды затрат и виды показателей результата.

Результат - это итог от использования ресурсов. К ресурсам предприятия относятся: основные производственные фонды, оборотные средства, персонал, а также другие, нужные для обеспечения нормальной работы производства, ресурсы [22, с. 192].

Результаты делят на две группы:

– качественные – дают оценку конечного результата, который проявляется в повышении качества жизни. Они показывают уровень материального достатка работников, обеспеченность жильем, доход на душу населения и т.д.;

– количественные – характеризуют валовой внутренний продукт, национальный доход, прибыль, товарную и реализованную продукцию (рисунок 1.2).

Затраты представляют собой ресурсы, которые использовали при изготовлении и последующей реализации продукции. Образуют себестоимость продукции. Затраты – это стоимость сырья, материалов, природных и трудовых ресурсов, основных фондов, налоги. К ним также относят расходы на оборудование, целевые расходы, расходы на реализацию продукции, расходы всех цехов.

Их принято разделять на две группы – единовременные и текущие.

Единовременные затраты – это денежные средства, которые предприятие потратило на реализацию мероприятия, по которому рассчитывается

эффективность. Они используются разово, до того, как будет введ в эксплуатацию. Эти затраты разделяются на предпроизводственные затраты и капитальные вложения.

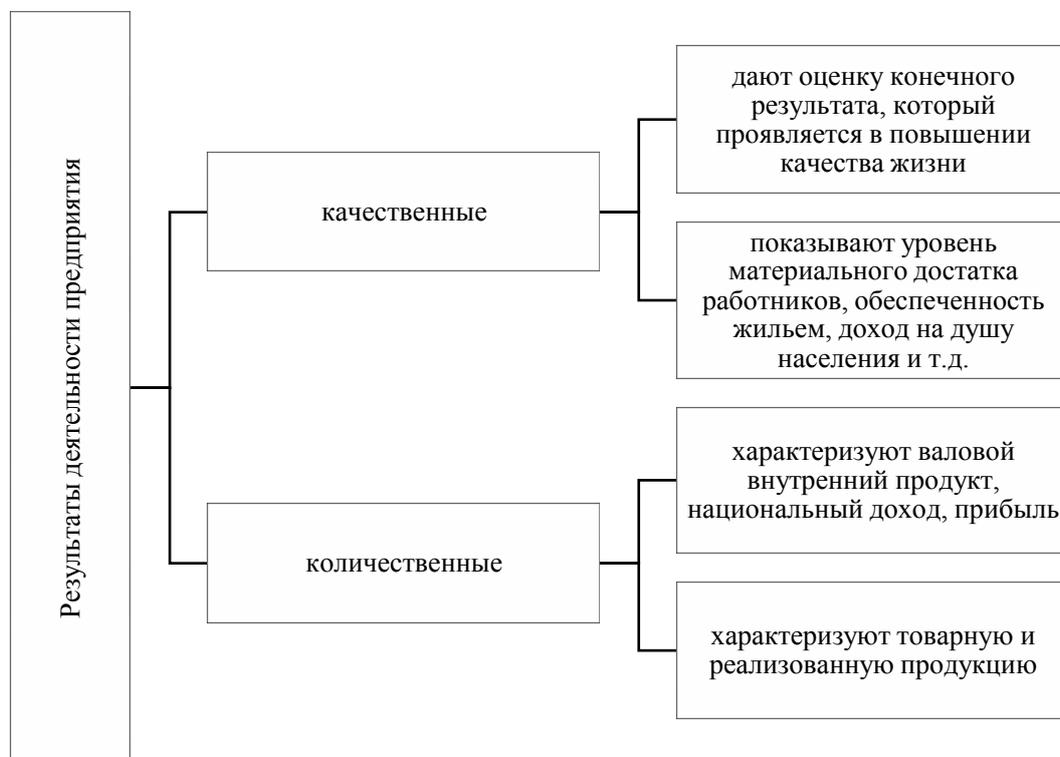


Рисунок 1.2 – Результаты деятельности предприятия [25, с. 67]

Предпроизводственные затраты – средства, потраченные для проведения различных научных, исследовательских и проектно-конструкторских работ, которые связаны с организацией мероприятия.

Капитальные вложения – техническая база проекта. Это затраты на покупку оборудования, строительно-монтажные работы и др.

Текущие затраты – это расходы на заработную плату, сырье, топливо, энергию и вспомогательные материалы, амортизацию основных фондов.

Структура и величина текущих затрат совпадает со структурой и величиной себестоимости продукции.

Экономическая эффективность производства показывает степень использования ресурсов и определяется соотношением между достигнутыми результатами и используемыми в производстве ресурсами или осуществленными затратами [23, с. 124].

Сводный показатель эффективности исчисляется по следующей формуле:

$$\text{Эф} = P/Z \quad (1.1)$$

где, P – полученный результат от производства за отчетный период;

Z – текущие затраты, связанные с получением результата за тот же период.

Количественную сторону эффективности производства предприятия выражает соотношение результата и затрат. Сущность повышения экономической эффективности – сократить затраты на единицу продукции и при помощи имеющихся трудовых, материальных, финансовых ресурсов увеличить прибыль предприятия [7, с. 43].

Экономически эффективный способ производства – это способ, при котором фирма не может увеличить выпуск своей продукции не увеличив расходов на приобретение ресурсов и вместе с тем не может обеспечить тот же объем выпуска, используя меньшее количество ресурсов одного типа, не увеличив при этом затраты на ресурсы другого типа [5, с. 483].

Результативность деятельности предприятия характеризуется производством товара или услуги с наименьшими затратами. Она проявляется в его способности изготавливать максимальный объем продукции высокого качества с минимальными затратами и продавать эту продукцию с наименьшими издержками [28, с. 125]. Необходимость повышения экономической эффективности производства объясняется все большей ограниченностью производственных ресурсов: трудовых, материальных, природных, финансовых. Экономическая эффективность производства определяется для принятия различного рода управленческих решений. Экономическая эффективность предприятия напрямую зависит оттого, соответствует ли продукция требованиям рынка и запросам потребителей. На уровне предприятия общим показателем эффективности его деятельности может быть максимизация прибыли [31, с. 230].

Таким образом, повышение экономической эффективности производства оказывает многостороннее, комплексное влияние на экономику предприятия, что обеспечивает его доходность и устойчивый экономический рост.

## 1.2 Методика расчета уровня экономической эффективности

Экономическая эффективность обладает широким перечнем показателей. Если в виде эффекта функционирования предприятия рассматривать объем производства или реализации продукции, или конечный финансовый результат можно сформировать следующие группы показателей производственной эффективности и финансовой эффективности [29, с. 173].

Структура критериев эффективности и их смысловая нагрузка в условиях рыночной экономики изменилась. Основной целью функционирования предприятий стало получение прибыли, то и критериями эффективности деятельности признано считать максимальную прибыль на единицу затрат (ресурсов) при высоком уровне качества труда и обеспечении конкурентоспособности продукции [17, с. 60].

Чтобы оценить на сколько эффективно функционирует предприятия, за основу расчетов необходимо взять прибыль. Цель любого коммерческого предприятия – получение прибыли.

Если рассматривать более обобщенно, то показатель экономической эффективности любого предприятия можно квалифицировать как соотношение результата и затрат. Частные и обобщающие показатели показывают ее количественную сторону.

Система показателей экономической эффективности производства на предприятии должна быть построена на следующих правилах:

- обеспечение взаимосвязи критерия и показателей экономической эффективности производства;
- определение степени эффективности использования всех видов ресурсов, применяемых в производственном процессе;

– обеспечение измерения экономической эффективности производства на различных уровнях управления;

– стимулирование и привлечение внутрипроизводственных резервов, которые используются для повышения эффективности производственного процесса [33, с. 169].

Показатели эффективности производственного процесса на предприятии, можно классифицировать по отдельным признакам на группы.

По экономической природе все показатели эффективности производства делятся на три группы:

– показатели отдачи – показывают, сколько производится готовой продукции на один рубль ресурсов;

– показатели емкости – показывают сколько было затрачено запасов ресурсов на один рубль выпуска продукции;

– показатели относительной экономии затрат и ресурсов – оценивают, как обеспечена организация материальными запасами, эффективность их использования и определение их оптимального количества.

По степени охвата ресурсов и затрат все показатели абсолютной эффективности делятся на две группы (рисунок 1.3).



Рисунок 1.3 - Показатели абсолютной эффективности производства по степени охвата ресурсов и затрат [10, с. 138]

К обобщающим показателям можно отнести следующие моменты:

- темпы и величина роста прибыли предприятия в соотношении с темпами и величиной роста затрат на производство;
- производство продукции в чистом виде на 1 единицу ресурсов, которые были потрачены на производство этой самой продукции;
- рентабельность продукции (произведенной);
- рентабельность продукции (производства в целом);
- рентабельность инвестиций, которые можно вложить в предприятие;
- рентабельность заемного и собственного капиталов;
- доля прироста продукции при помощи интенсификации производства;
- темпы и величина изменения затрат на 1 рубль продукции (реализованной);
- народно-хозяйственный эффект использования 1 единицы продукции.

Основными и важными показателями экономической эффективности деятельности любого предприятия выступают капиталотдача, производительность труда, материалоотдача, материалоемкость, капиталоемкость, энергоемкость [6, с. 149].

Производительность труда можно назвать и дееспособностью труда. На микроэкономическом уровне ее считают, как отношение объема произведенной продукции к числу рабочих, занятых в ее производстве, или к количеству отработанных человеко-часов за определенный отрезок времени.

Трудоемкость - показатель, который является противоположным показателем производительности труда. Он определяет стоимость потраченного живого труда на производство единицы продукции.

Капиталотдача - показывает эффективность использования основного капитала. Рассчитывается как отношение стоимости произведенной продукции к стоимости основного капитала.

Капиталоемкость - показатель, противоположный показателю капиталотдачи. Фиксирует стоимость затрат основного капитала на единицу произведенной продукции [2, с. 40].

Материалоотдача показывает на сколько эффективно использование предметов труда. Она показывает сколько изготовлено продукции из израсходованных материальных ресурсов. Рассчитывается как отношение стоимости произведенной продукции к стоимости издержек.

Энергоемкость характеризует затраты энергетических ресурсов на единицу произведенной продукции [3, с. 72].

Все эти показатели экономической эффективности показывают отдельные показатели результативности хозяйственной деятельности предприятия. Для определения эффективности в целом, применяется интегральный показатель эффективности. Этот показатель дает представление о связи между тем, сколько ресурсов имеется, которые будут затрачиваться в процессе производства, и количеством готовой продукции. Увеличение количества продукции, полученной при том же объеме затрат, говорит о повышении эффективности. То же самое и наоборот, снижение объема продукции при том же количестве затрат свидетельствует о снижении эффективности.

Эффективность деятельности предприятия – это показатели как абсолютные, так и относительные. Главным абсолютным показателем является прибыль.

Прибыль – показатель того, насколько предприятие работает эффективно, начиная от организации деятельности до завершения производственного цикла и учета прочих видов деятельности [11, с. 129]. С ее помощью можно понять уровень использования оборотных и основных средств, трудовых ресурсов, также технический уровень производства, а также конкурентоспособность произведенной продукции, которую предприятие выпускает. Пути к повышению и получению прибыли не должны иметь ограничения в факте совершения продажи, а должны включать в расчет и анализ объем, которые необходим и требуется для развития производства в будущем, устойчивого финансового положения, а также закрепления позиций на рынках сбыта.

Существует несколько видов прибыли организации. Все они находят отражение в форме годовой отчетности предприятия – «Отчет о финансовых

результатах».

Валовая прибыль представляет собой сумму убытка или прибыли предприятия (фирмы) от продажи всего количества продукции (оказанных услуг, выполненных работ) предприятия, без учета расходов. А валовая прибыль – абсолютный показатель характеризующий эффективности производства [8, с. 127].

Прибыль (убыток) от реализации продукции представляет собой следующее: разность выручки от реализации (без учета различных акцизов, налогов и т.д.) и полной себестоимости произведенной продукции, то есть затраты на реализацию, а также производство. Прибыль до налогообложения находит отражение в отчете о финансовых результатах и является отражением финансовых результатов по всем видам деятельности (основной, финансовой, инвестиционной) предприятия или фирмы.

Бухгалтерская прибыль является показателем эффективности всей хозяйственной деятельности предприятия. Однако, она не является исчерпывающим перечнем видов прибыли предприятия, а всего лишь отражает основные из них. Оценка финансовых результатов деятельности предприятия очень важна на всех этапах планирования деятельности. Для этого используют разные подходы и степень детализации.

Налогооблагаемая прибыль – она рассчитывается при налоговом учете, не противореча действующему законодательству. На основании нее определяется налогооблагаемая база.

На последнем этапе определяется чистая прибыль (убыток) за отчетный период (или прибыль к распределению) – это прибыль, которая остается в распоряжении предприятия только после оплаты налоговых и прочих обязательств. Расходуется на нужды предприятия. Виды прибыли представляют собой абсолютные показатели, которые отражают эффективность деятельности любого предприятия, показывая факт получения непосредственно финансового результата, не происходит соотношения с суммой ресурсов, затраченных для его получения.

Абсолютная величина прибыли в дальнейшем становится основой расчета относительных показателей, таких как: рентабельность продаж; рентабельность активов; рентабельность основного капитала; рентабельность собственного капитала; средняя норма рентабельности [32, с. 130].

Показатель рентабельности продаж определяется по данной формуле [26, с. 89]:

$$R_{\text{пр}} = \text{Потч} / \text{Vотч} * 100\%, \quad (1.2)$$

где, Потч – прибыль за отчетный период;

Vотч – объем продаж за отчетный период.

В данном показателе в числителе могут участвовать такие виды прибыли как валовая или чистая прибыль. Повышение коэффициента означает или рост цен при неизменных издержках производства, или снижение издержек производства при сохранении прежних цен. Снижение показателя рентабельности связано со спадом цен, при постоянной сумме издержек или росте полной себестоимости продукции при постоянных ценах. Уменьшение показателя при учете прочих условий свидетельствует также о спаде спроса на продукцию предприятия.

Показатель рентабельности активов определяется по следующей формуле:

$$R_{\text{акт}} = \text{Потч} / \text{Аотч} * 100\%, \quad (1.3)$$

где, Rакт – рентабельность активов;

Потч – прибыль (чистая) за отчетный период;

Аотч – активы (итог баланса) на конец отчетного периода.

Данный показатель отражает эффективность использования вложенного в имущество фирмы капитала – основного и оборотного. Соотношение уровней данного показателя по предприятиям отрасли (межхозяйственный анализ) позволяет выявить причины формирования.

Рентабельность основного капитала определяется по следующей формуле [30, с. 132]:

$$\text{Росн.к} = \text{Потч} / \text{Ок} * 100\%, \quad (1.4)$$

где, Росн.к. – рентабельность основного капитала;

Потч – прибыль (чистая) за отчетный период;

Ок – основной капитал за вычетом амортизации на конец отчетного периода.

Данный показатель свидетельствует об эффективности использования основных средств предприятия. Если предыдущий показатель в динамике показывает рост, а рентабельность основных средств снижается, то возможно растет оборотный капитал предприятия, происходит затоваривание продукции (темпы роста производства меньше темпов роста объемов реализации), увеличивается дебиторская задолженность (покупатели и заказчики все больше продукции приобретают с отсрочкой платежа), появляются свободные денежные средства на счетах. Для этого необходимо проводить структурный анализ оборотных активов.

Показатель рентабельности собственного капитала, свидетельствует об эффективности использования той части капитала, которая инвестирована в фирму за счет собственных источников финансирования, и рассчитывается по следующей формуле [27, с. 91]:

$$\text{Рс.к} = \text{Потч} / \text{Ск} * 100\%, \quad (1.5)$$

где, Рс.к. – рентабельность собственного капитала;

Потч – прибыль (чистая) за отчетный период;

Ск – собственный капитал (балансовая стоимость) на конец отчетного периода.

Показатель средней нормы рентабельности фирмы за определенный

период времени рассчитывается по данной формуле:

$$R_{cp} = ((\Pi_1 + \Pi_2 + \Pi_3 \dots) / N) / ((A_1 + A_2 + A_3 \dots) / N) * 100\%, \quad (1.6)$$

где,  $R_{cp}$  – средняя норма рентабельности;

$\Pi_i$  – прибыль (чистая) за соответствующий год рассматриваемого периода;

$A_i$  – балансовая стоимость активов за вычетом амортизации на конец каждого рассматриваемого периода;

$N$  – число лет.

Отношение является исчерпывающим перечнем видов прибыли предприятия, а лишь отражает основные из них, применяемых при формировании основных форм годовой отчетности предприятия. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия очень важен на всех этапах планирования деятельности, для этого используются разные подходы и степень детализации, не является исчерпывающим перечнем видов прибыли предприятия, а лишь отражает основные из них, применяемых при формировании основных форм годовой отчетности предприятия [21, с. 164].

В современных условиях функционирования приобретает значение ранжирование данных показателей, для определения степени важности использования ресурса на результативный признак.

Из числа основных показателей выбирается только один, который является критерием (т.е. мерой экономической эффективности) и характеризует ее уровень [24, с. 50].

Все показатели экономической эффективности предприятия рассчитываются по следующим моделям [19, с. 157]:

$$\text{Экономическая эффективность} = \text{Результат} / \text{Затраты} \quad (1.7)$$

$$\text{Экономическая эффективность} = \text{Затраты} / \text{Результат} \quad (1.8)$$

Если расчеты ведутся по первой формуле, отражающей соотношение результатов (выручка от реализации, прибыль от продаж, чистая прибыль и др.) и затрат (по видам ресурсов и в целом), полученные показатели должны стремиться к максимальным значениям. Если основа расчетов вторая формула, то ситуация обратная, значения данных показателей необходимо минимизировать.

Нужно постоянно следить за экономической эффективностью производства, проверять ее на разных уровнях экономики и на всех стадиях производства, если она имеет свои собственные обособленные показатели.

Оценка экономической эффективности всегда сравнивается с целями производства в будущем, однако она показывает результаты деятельности в прошлом, но ее ценность проявляется в настоящем времени. Следовательно, совокупность результатов производственной деятельности за отдельно взятый период времени и является эффективностью производства.

Расчеты показателей эффективности необходимы для принятия тех или иных оптимальных решений.

2 Анализ и оценка экономической эффективности деятельности индивидуального предпринимателя Караманян Альберта Курекиновича

2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого индивидуального предпринимателя

ИП Караманян Альберт Курекинович начал свою деятельность с открытия магазина «Фрукты-овощи» в 2007 году.

Индивидуальный предприниматель Караманян Альберт Курекинович. Предпринимательская деятельность подтверждается Свидетельством о внесении записи в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей.

Адрес предприятия: Краснодарский край, г. Туапсе, Звездная ул. 31.

Основным видом деятельности ИП Караманян А.К. является реализация плодовоовощной продукции, реализация бакалейной продукции, доставка продуктов пансионатам.

У индивидуального предпринимателя Караманян А.К. для осуществления своей предпринимательской деятельности имеется 2 магазина.

Режим работы предприятия: круглогодично, ежедневно с 08:00 до 20:00.

Основной целью работы ИП Караманян А.К. является получение прибыли.

Индивидуальный предприниматель Караманян Альберт Курекинович в соответствии с пунктом 2 статьи 18 Налогового Кодекса Российской Федерации применяет специальный налоговый режим, а именно систему налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности, который устанавливается главой 26-3 части второй Налогового Кодекса Российской Федерации.

Численность персонала ИП Караманян А.К. складывается исходя из функциональной рациональности. Общая численность работающих, согласно штатному расписанию, составляет 6 человек.

Все вопросы, касающиеся найма и увольнения, формы и размера оплаты труда, а также другие виды доходов работников решаются директором предприятия ИП Караманян А.К. самостоятельно, основываясь на

законодательство Российской Федерации.

Все работники предприятия ИП Караманян А.К. имеют должностные обязанности.

Руководит деятельностью предприятия ИП Караманян А.К. директор, который:

- заключает договора с юридическими и физическими лицами;
- выполняет оперативное руководство деятельностью магазинов;
- отстаивает имущественные интересы и деловую репутацию предприятия;
- заключает и расторгает трудовые договора (контракты) с работниками с соблюдением действующего законодательства и штатного расписания;
- определяет заработную плату работникам.

Для оплаты труда своим сотрудникам, ИП Караманян выбрал повременную оплату труда. Это означает, что у всех сотрудников заработная плата базируется на окладе и зависит от фактически отработанного времени сотрудником.

Индивидуальный предприниматель Караманян Альберт Курекинович осуществляет анализ результатов работы, контролирует финансово-хозяйственную деятельность, ведет бухгалтерский, оперативный и статистический учёты. Отчётность и все остальные виды учета ведутся по нормам, не противоречащим действующему законодательству Российской Федерации. Организация документооборота на предприятии ИП Караманян А.К. устанавливается директором предприятия. В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, ответственность за своевременное представление бухгалтерской и иной отчётности, а также за организацию бухгалтерского учёта в целом, несёт непосредственно сам предприниматель.

Организационная структура управления ИП Караманян А.К. построена по линейному типу. Линейная организационная структура представляет собой простейшую форму организации управления и относится к иерархическому типу. Во главе каждого подразделения или звена стоит единоличный

руководитель, который наделен полным объемом власти и полномочий. К преимуществам данного типа управления можно причислить точность и возможность принятия оперативных действий, а именно, исполнители получают ясные и четкие инструкции. Полная ответственность лежит на руководителе, а не на сотрудниках (рисунок 2.1).

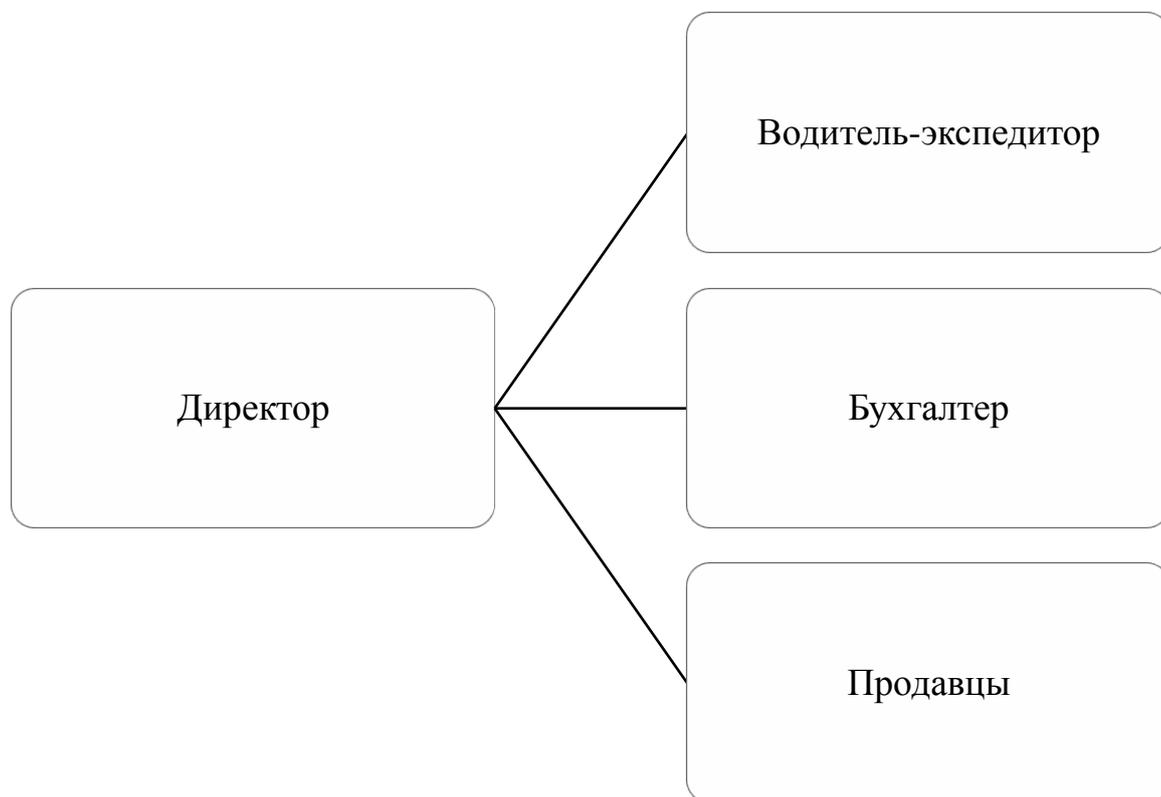


Рисунок 2.1 - Организационная структура управления предприятием ИП Караманян А.К.

Во главе предприятия стоит директор, он же предприниматель. Предпринимателю подчиняются: бухгалтер, продавцы, а также водитель-экспедитор.

Предприниматель как руководитель решает все возникающие производственные вопросы, а также производит заключение договоров по сбыту и поставке продукции предприятия.

Бухгалтер занимается ведением бухгалтерского учета ИП Карамарян А.К. Он ответственен в рамках своей должности и отвечает по следующим требованиям: отражает специфические особенности организации учета

предприятия, обеспечивает предпринимателя всей нужной информацией, которая важна для управления и осуществления контроля над организацией, а для внешних пользователей предоставляет достоверную бухгалтерскую отчетность.

Бухгалтер действует в соответствии с Федеральным законом от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Он подчиняется руководителю предприятия и несет ответственность за формирование учетной политики, ведения бухгалтерского учета, своевременное предоставление полной и достоверной бухгалтерской отчетности.

Водитель-экспедитор собирает заявки на доставку товара в магазины у продавцов, доставляет товар с овощной базы непосредственно в магазин «Фрукты – овощи», доставляет продукты питания в пансионаты. Продавцы реализуют привезенную продукцию.

Рассмотрим внешнюю среду организации. Исследование ближайшего окружения организации требуется для исследования состояния тех составляющих внешней среды, с которыми организация постоянно сотрудничает.

Очень важно, что организация может оказывать большое влияние на характер и содержание этого сотрудничества, соответственно она может активно участвовать в развитии дополнительных возможностей и в предупреждении появления угроз ее будущему существованию. К микроокружению относят: потребителей, поставщиков, конкурентов, законы и государственные органы.

Основными покупателями являются жители близстоящих домов.

Отметим сильные и слабые стороны предприятия:

1. Сильные стороны:

- конкурентный товар;
- широкий ассортимент предлагаемой продукции;
- высокое качество товаров;
- стабильная рыночная ниша;
- относительно невысокая конкуренция.

## 2. Слабые стороны:

- наличие только одного поставщика;
- самостоятельная закупка товара в краевой столице;
- отсутствие рекламной кампании.

ИП Карамарян А.К. занимает на рынке достаточно устойчивую позицию, однако возможно расширить круг потребителей и поэтому необходимо усилить мероприятия по продвижению продукции.

Для того чтобы охарактеризовать доходность и результативность предприятия необходимо определить рентабельность реализованной продукции и оказанных услуг.

Предприятие будет считаться рентабельным, если выручка от реализации продукции покрывает издержки и еще остается прибыль, которой хватит для нормальной деятельности предприятия.

Анализ рентабельности реализованной продукции и оказанных услуг представлен в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Анализ рентабельности реализованной продукции ИП Карамарян А.К. за 2018-2019 год (тыс. руб.).

| Показатели                                      | 2018 г. | 2019 г. | Отклонение |
|---|---------|---------|------------|
| Объем реализованной продукции и оказанных услуг | 3160    | 5730    | 2570       |
| Себестоимость реализованной продукции           | 3073    | 5419    | 2346       |
| Чистая прибыль                                  | 87      | 311     | 224        |
| Рентабельность                                  | 2,83    | 5,74    | 2,91       |

Анализ рентабельности реализованной продукции за 2018-2019 год показал, что наибольший удельный вес в ее составе занимает прибыль от реализации продукции.

Анализ прибыли показывает, что наибольший удельный вес в ее составе занимает прибыль от реализации продукции.

Прибыль от реализации продукции — разница между выручкой от реализации продукции в действующих ценах (без НДС и акцизов) и затратами на производство и реализацию продукции:

$$\text{Пр}Q = \text{Вр} - \text{Ср} - \text{Рк} - \text{Ру}, \quad (2.1)$$

где,  $\text{Пр}Q$  – прибыль от реализации продукции (работ, услуг);  
 $\text{Вр}$  - выручка от реализации (без НДС и акцизов);  
 $\text{Ср}$  – себестоимость реализации продукции (работ, услуг);  
 $\text{Рк}$  – расходы коммерческие;  
 $\text{Ру}$  – расходы управленческие.

Анализ прибыли от реализации предполагает не только общую оценку динамики выполнения плана по прибыли от реализации, но и оценку различных факторов, воздействующих на величину и динамику прибыли от реализации [9, с. 263].

На прибыль от реализации оказывает влияние изменение следующих факторов:

- изменение продажных цен на товары и тарифов на услуги и работы;
- изменение полной себестоимости объектов реализации;
- изменение объема реализации;
- изменение структуры и ассортимента реализованной продукции.

Изменение продажных цен на товары и тарифов на услуги и работы прямо пропорционально влияет на изменение прибыли, т.е. с увеличением уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот.

Объем реализации продукции может оказывать различное воздействие на сумму прибыли. При увеличении объема реализации убыточной продукции сумма прибыли снижается, а рентабельность увеличивается.

Изменение структуры и ассортимента выпускаемой продукции также оказывает различное влияние на величину прибыли. С увеличением доли рентабельных изделий и в общем объеме ее реализации сумма прибыли

возрастает, и наоборот.

Для того чтобы проанализировать прибыль от реализации продукции, необходимо дать общую оценку изменения прибыли:

$$\pm\Pi = \Pi_1 - \Pi_0, \quad (2.2)$$

где,  $\pm\Pi$  - изменение прибыли;

$\Pi_0, \Pi_1$  - прибыль базисного и отчетного периода.

Затем необходимо определить количественное влияние изменений факторов.

Расчет влияния на прибыль изменений продажных цен на реализованную продукцию определяется как разница между реализацией в отчетном году в ценах отчетного года и реализацией в отчетном году в ценах базисного года (через выручку от реализации):

$$\pm\Pi_z = \sum q_1 z_1 - \sum q_0 z_0 (V_{pn1} - V_{pn0}), \quad (2.3)$$

где,  $\pm\Pi_z$  – изменение прибыли;  $\sum q_1 z_1$ ;

$\sum q_0 z_0$  – соответственно объем реализации в отчетном и базисном году;

$V_{pn1}, V_{pn0}$  – соответственно объем реализации в отчетном и базисном году.

Расчет влияния на прибыль изменений себестоимости (за счет структурных сдвигов в составе продукции) определяется как разница между фактической себестоимостью реализованной продукции отчетного года и себестоимостью реализованной продукции отчетного периода в ценах и условиях базисного года (через затраты на производство реализованной продукции):

$$\pm\Pi_c = C_{zo.от} - C_{zb.от}, \quad (2.4)$$

где,  $\pm\Pi_c$  – изменение прибыли за счет изменения себестоимости;

$C_{z0.от}$  – фактическая себестоимость реализованной продукции отчетного года;

$C_{zb.от}$  – себестоимость реализованной продукции отчетного года в ценах базисного года.

Расчет влияния на прибыль изменений в объеме и структуре определяется как разница между прибылью от реализации, исчисленной по ценам и себестоимости базисного года на фактический объем реализации, и прибылью базисного года (или плановой величиной):

$$\pm\Pi_v \text{ и стр} = \Pi_{rvф.zб} - \Pi_{rzб}, \quad (2.5)$$

где,  $\pm\Pi_v$  и стр – изменение прибыли за счет изменения объема и структуры;

$\Pi_{rvф.zб}$  – прибыль от реализации на фактический объем в ценах и себестоимости базисного года;

$\Pi_{rzб}$  – прибыль, исчисленная при всех базисных или плановых показателях.

Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо определить влияние объема через коэффициент роста реализации продукции ( $K_p$ ), т.е. определить процент выполнения плана по реализации продукции в оценке по плановой себестоимости или в натуральном исчислении:

$$\pm\Pi_v = \Pi_0 K_p - \Pi_0 = \Pi_0 (K_p - 1), \quad (2.6)$$

где,  $K_p = q_{ф}/q_{пл}$ ;

$\pm\Pi_v$  – изменение прибыли за счет изменения объема реализации;

$\Pi_0$  – балансовая прибыль;

$K_p$  – коэффициент роста объема реализованной продукции;

$Q_{ф}$ ,  $q_{пл}$  – фактический плановый выпуск продукции в условнонатуральном выражении.

Расчет влияния на прибыль изменений в структуре продукции будет определяться сальдовым способом. Представим формулу для расчета данного показателя:

$$\pm \text{Пстр} = \text{Пв и стр} - \pm \text{Пв}, \quad (2.7)$$

где,  $\pm \text{Пстр}$  – изменение прибыли за счет изменения структуры реализованной продукции [15, с. 148].

Факторный анализ прибыли от продаж требуется для оценки резервов повышения эффективности производства, т.е. основной задачей такого анализа является поиск путей максимального увеличения прибыли предприятия. Кроме того, факторный анализ прибыли от продаж является обоснованием для принятия управленческих решений. Для проведения анализа составим аналитическую таблицу 2.2.

Прибыль от реализации в 2019 г. в сравнении с 2018 г. увеличилась на 224 тыс. руб. (311-87). Определим влияние факторов на сумму прибыли предприятия в 2019 году.

Таблица 2.2 - Факторный анализ прибыли от реализации продукции ИП Карамарян А.К. за 2018-2019 гг.

| Показатели   | 2018 г. | 2019 г. |
|--|---------|---------|
| Выручка от реализации продукции в оптовых ценах (без НДС), тыс. руб. | 3160    | 5730    |
| Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.              | 3073    | 5419    |
| Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.                           | 87      | 311     |

Влияние изменения цен  $= 5730 - 3160 = 2570$  тыс. руб.

Влияние изменения себестоимости  $= 5419 - 3073 = 2346$  тыс. руб.

Влияние изменения объема и структуры  $= 311 - 87 = 224$  тыс. руб.

$K_p = 5730 / 3160 = 1,81$ .

$\pm \text{Пв} = (87 * 1,81) - 1086,00 = 70,47$  тыс.руб.

Увеличение объема продажи продукции соответственно увеличило прибыль на 70,47 тыс.руб.

$\pm \text{Пстр} = 224 - 70,47 = 153,53$  тыс. руб. Изменение структуры продажи продукции увеличило величину прибыли на 153,53 тыс.руб.

Таким образом, можно сделать вывод, что ИП Карамарян А.К. осуществляет свою деятельность эффективно и получает положительный финансовый результат.

## 2.2 Оценка эффективности деятельности предприятия

Учитывая современные рыночные отношения главной целью деятельности индивидуального предпринимателя Караманян Альберта Курекиновича является получение прибыли. Прибыль обеспечивает данному предпринимателю возможность самофинансирования, а также своих потребностей.

Источником информации для общей оценки динамики финансового состояния индивидуального предпринимателя Караманян Альберта Курекиновича служат данные бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

Проведем анализ основных экономических показателей деятельности ИП Карамарян А.К. за период 2018-2019 гг. Данные для анализа основных экономических показателей деятельности индивидуального предпринимателя Караманян Альберта Курекиновича взяты из отчета о финансовых результатах.

Анализ основных экономических показателей деятельности ИП Карамарян А.К. за период 2018-2019 гг. представлен в таблице 2.3.

По данным таблицы 2.3 за период 2018-2019 гг. можно отметить рост основных экономических показателей деятельности ИП Караманян А.К.

В результате проведенного анализа основных показателей деятельности ИП Карамарян А.К. за период 2018-2019 гг. можно сделать следующий вывод, что показатель чистой прибыли в 2019 году по сравнению с предыдущим годом

выросла на 224 тыс. руб.

Это обусловлено ростом показателя выручки почти в 2 раза. Расходы по обычной деятельности в 2019 году по сравнению с 2018 годом выросли на 2335 тыс. руб., прочие расходы в 2019 году по сравнению с предыдущим годом также выросли. Данные отклонения связаны с тем, что недалеко от магазина сдали новый многоквартирный дом.

Таблица 2.3 - Анализ основных экономических показателей деятельности ИП Карамарян А.К. за 2018-2019 гг., тыс. руб.

| Показатели                      | 2018г. | 2019г. | Изменения |
|---------------------------------|--------|--------|-----------|
| Выручка                         | 3160   | 5730   | +2570     |
| Расходы по обычной деятельности | 3021   | 5356   | +2335     |
| Прочие расходы                  | 52     | 63     | +11       |
| Чистая прибыль                  | 87     | 311    | +224      |

Основные экономические показатели деятельности и их рост ИП Карамарян А.К. за период 2018-2019 гг. представлен наглядно на рисунке 2.2. Данные взяты на основании отчета о финансовых результатах ИП Карамарян А.К.

Из рисунка 2.2 видно, что основные экономические показатели исследуемого ИП Карамарян А.К. за рассматриваемый период растут. В 2018 году чистая прибыль составила 87 тыс. руб., а в 2019 году этот же показатель вырос до 311 тыс. руб. Резкое увеличение чистой прибыли прямопропорционально, росту показателя выручки. Расходы по обычной деятельности ИП Карамарян А.К. в 2018 году составили 3021 тыс. руб., в 2019 году данный показатель вырос до 5356 тыс. руб. Это отклонение связано с увеличением покупательского спроса. Недалеко от магазина был сдан новый многоквартирный дом.

Данная ситуация оказала влияние на деятельность ИП Карамарян А.К.

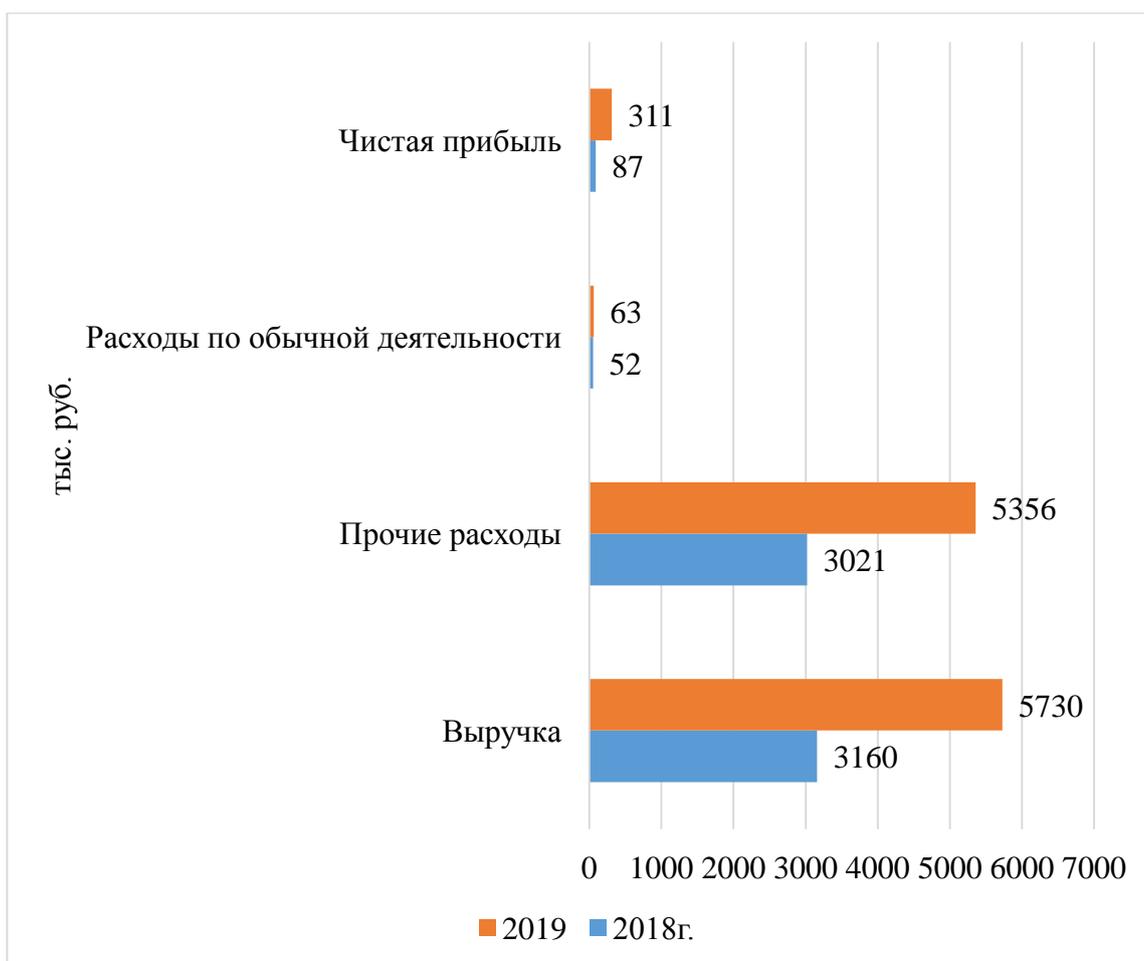


Рисунок 2.2 – Динамика основных экономических показателей деятельности ИП Карамарян А.К. за период 2018-2019 гг., тыс. руб.

На основе данных бухгалтерского баланса ИП Карамарян А.К., проведем анализ состава, структуры и динамики имущества и источников средств данного предпринимателя за период 2018-2019 гг.

Анализ состава, структуры и динамики имущества и источников средств ИП Карамарян А.К. за период 2018-2019 гг. представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Анализ состава, структуры и динамики имущества и источников

| Виды имущества и источников средств | 2018г.           | 2019г.           | Отклонение       |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                     | сумма, тыс. руб. | сумма, тыс. руб. | сумма, тыс. руб. |
| <b>Активы предприятия</b>           |                  |                  |                  |
| Запасы                              | 537              | 6421             | 5884             |

Продолжение таблицы 2.4

|  |     |      |      |
|--|-----|------|------|
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 42  | 214  | 172  |
| Финансовые и другие оборотные активы     | 80  | 138  | 58   |
| Итого активов                            | 659 | 6773 | 6114 |
| Пассивы предприятия                      |     |      |      |
| Капитал и резервы                        | 45  | 175  | 130  |
| Краткосрочные заемные средства           | -   | 128  | 128  |
| Кредиторская задолженность               | 614 | 6470 | 5856 |
| Итого пассивов                           | 659 | 6773 | 6114 |

Проведя анализ состава, структуры и динамики имущества и источников средств ИП Карамарян А.К. за 2018-2019 гг., представленного в таблице 2.4 можно сделать следующие выводы, что стоимость имущества исследуемого индивидуального предпринимателя в 2019 году по сравнению с предыдущим годом возросла на 6114 тыс. руб. Это связано, с ростом стоимости запасов на 5884 тыс. руб. Источники средства ИП Карамарян А.К. в 2019 году по сравнению с 2018 годом так же возросли. Данное отклонение связано с ростом стоимости по таким показателям, как капитал и резервы – на 130 тыс. руб. и краткосрочные заемные средства – на 128 тыс. руб.

Исходя из этого, анализ основных экономических показателей деятельности индивидуального предпринимателя Карамарян А.К. за период 2018-2019 гг., говорит о том, что выручка и чистая прибыль увеличивается. Соответственно, это благоприятно влияет на хозяйственную деятельность исследуемого индивидуального предпринимателя.

Рассмотрим основные экономические показатели деятельности ИП

Карамарян А.К. и проведем их анализ (таблица 2.5).

Анализ экономических показателей позволяет определить производственные и финансовые возможности предприятия.

С этой целью исследуют объемы реализации, себестоимость реализованной продукции и сумму прибыли, а также рентабельность.

Анализ показателей деятельности ИП Карамарян А.К. позволяет сделать следующие выводы: Выручка от реализации в 2019 году по сравнению с 2018 годом изменилась в сторону увеличения на 2570 тыс.руб., темп роста составил 81%; Себестоимость в 2019 году по сравнению с 2018 годом увеличилась на 2346тыс.руб., темп роста составил 76,3 %; Чистая прибыль предприятия в 2019 году по сравнению с 2018 годом увеличилась на 224тыс.руб., темп роста составил 257,5 %.

Таблица 2.5 - Основные экономические показатели деятельности ИП Карамарян А.К. за 2018 -2019 гг. (тыс.руб.)

| Показатели                                      | 2018г. | 2019г. | Абсолютное изменение | Темп прироста, % |
|---|--------|--------|----------------------|------------------|
| Выручка от реализации, тыс.руб.                 | 3160   | 5730   | 2570                 | 81,33            |
| Себестоимость реализованной продукции, тыс.руб. | 3073   | 5419   | 2346                 | 76,34            |
| Чистая прибыль, тыс.руб.                        | 87     | 311    | 224                  | 257,47           |
| Рентабельность продаж                           | 0,03   | 0,06   | 0,03                 | 100,00           |

Уровень рентабельности в 2019 году по сравнению с 2018 годом увеличился на 0,03; темп роста составил 100%. В целом за исследуемый период отмечается рост всех экономических показателей.

Факторами роста прибыли предприятия являются:

- снижение себестоимости затрат;
- снижение затрат, связанных с содержанием и эксплуатацией основных средств;
- увеличение объема реализованной продукции.

Основным фактором, способствовавшими увеличению прибыли ИП Карамарян А.К. в исследуемый период можно назвать следующие: увеличение потребности населения (физических лиц), связанной с развитием строительства новых домов в данном районе города и соответственно увеличение объема реализованной продукции.

В то же время горизонтальный анализ показал тенденцию к увеличению себестоимости продукции.

Выручка от реализации товаров и услуг увеличилась в 2019 году по сравнению с 2018 годом на 2570 тыс. руб.

Важным показателем, характеризующим работу магазина, является себестоимость реализуемых товаров и услуг. От ее уровня зависят результаты деятельности. Анализ себестоимости имеет исключительно важное значение. Он позволяет выяснить тенденции изменения данного показателя, определить влияние факторов на его прирост и на этой основе дать оценку работы предприятия и установить резервы снижения себестоимости. В таблице 2.6 представлен анализ состава и структуры себестоимости ИП Карамарян А.К. за 2018-2019 годы.

Таблица 2.6 - Состав и структура себестоимости по элементам ИП Карамарян А.К. за 2018-2019 гг. (тыс. руб.)

| Элементы затрат      | 2018г.                   |           | 2019г.                   |           | Темп роста 2018г./ 2019г., % |
|----------------------|--------------------------|-----------|--------------------------|-----------|------------------------------|
|                      | На конец года, тыс. руб. | % к итогу | На конец года, тыс. руб. | % к итогу |                              |
| Материальные затраты | 3163                     | 80,5      | 5419                     | 80,5      | 105,4                        |

Продолжение таблицы 2.6

|                           |      |      |      |      |       |
|---------------------------|------|------|------|------|-------|
| Затраты на оплату труда   | 50   | 8,1  | 250  | 8,0  | 104,7 |
| Социальные отчисления     | 27   | 1,3  | 54   | 1,3  | 109,3 |
| Прочие затраты            | 52   | 10,1 | 63   | 10,2 | 104,9 |
| Итого по элементам затрат | 3292 | 100  | 5786 | 100  | 105,4 |

Проведя анализ расчетов можно сделать вывод, что прибыль от реализации в 2019 году увеличилась за счет увеличения цен. Таким образом прибыль возросла на 2570 тыс. руб.

В динамике состав и структура себестоимости по элементам за 2018-2019 гг. представлена на рисунке 2.3.

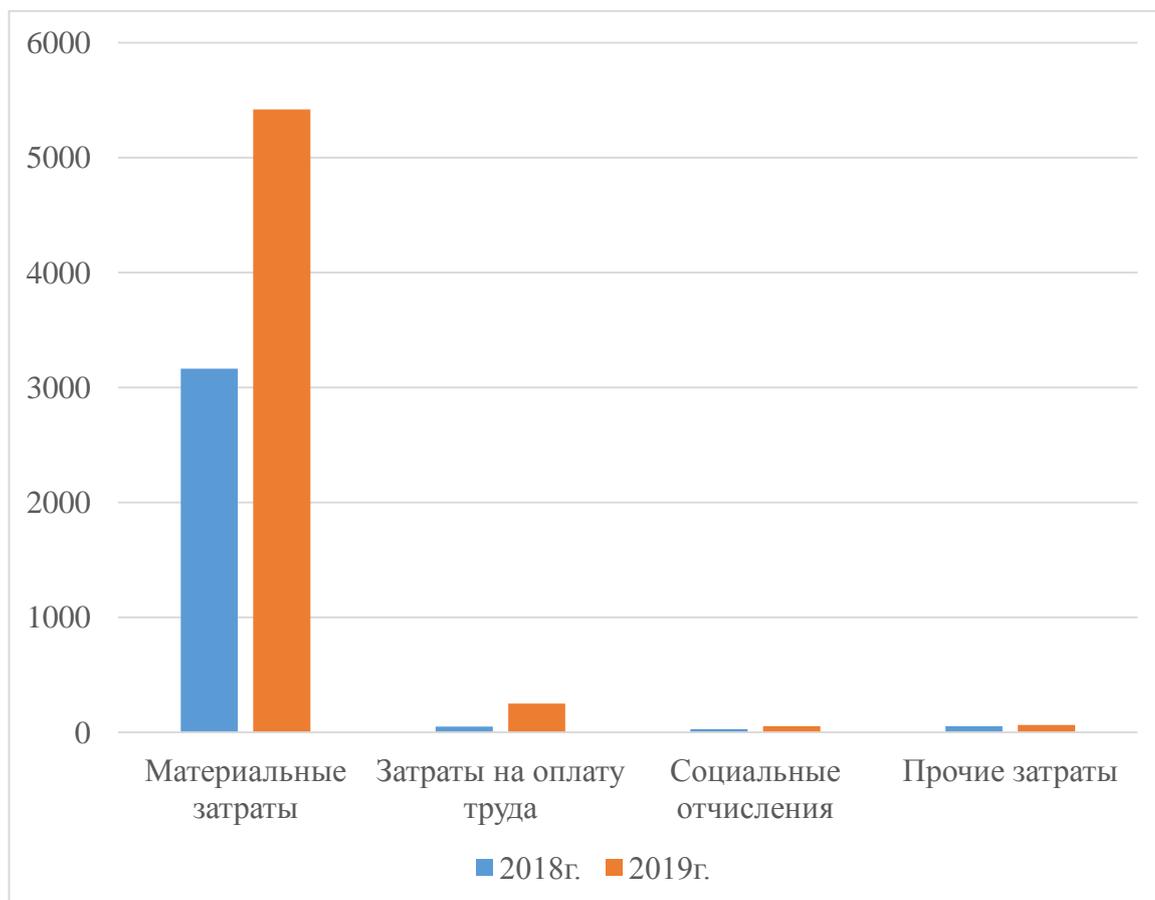


Рисунок 2.3 - Динамика состава и структуры себестоимости ИП КарамарьянА.К. по элементам за 2018-2019 гг.

Проведенные расчеты и анализ позволяют сделать следующие выводы: основными факторами, влияющими на увеличение прибыли являются изменение цен на продажу, а также положительное влияние на сумму прибыли оказало увеличение объема реализации продукции.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что ИП Карамарян А.К. занимает на рынке достаточно устойчивую позицию, однако сейчас есть возможность расширить круг потребителей и поэтому необходимо усилить мероприятия по продвижению продукции. Отсутствие активной рекламной кампании также можно отнести к слабой стороне предприятия.

3 Разработка мероприятий по повышению экономической эффективности деятельности индивидуального предпринимателя

3.1 Мероприятия по повышению экономической эффективности деятельности предприятия за счет снижения издержек

Основным методом, используемым при финансировании бюджета будет метод снижения издержек. Следовательно, успех программы будет зависеть, в первую очередь, от умения бухгалтера и заместителя директора индивидуального предпринимателя Карамарян А.К. получить максимальный результат при минимальных затратах.

Издержки предприятия (производства) – это затраты производственных обстоятельств в денежном эквиваленте, которые нужны для осуществления предприятием своей производственной и коммерческой жизнедеятельности [13, с. 91]. Существуют также издержки производства, которые связаны с изготовлением продукции и издержки обращения, которые в свою очередь взаимосвязаны с процессом реализации товаров.

Издержки обращения – это затраты труда, связанные с движением товаров от производителя к покупателю, в денежном эквиваленте, [18, с. 22]. Издержки показывают расходы на транспортировку, хранение, а также расходы по продаже товаров.

Любое предприятие стремится к тому, чтобы прибыль росла, а расходы снижались. Самым действенным способом в этом случае является экономия на ресурсах организации.

Снижение затрат на производство – процесс жизненно важный для любой компании, поскольку рост (зачастую неоправданный) формирующих себестоимость расходов существенно уменьшает прибыли, на которые рассчитывает учредитель. Поэтому вопрос снижения затрат остается актуальным во все времена.

Расходы компании классифицируются по категориям:

– эффективные (вложенные непосредственно в продукт и окупающиеся

при реализации) и неэффективные (непроизводительные виды потерь – брак, простои, хищения и т.п.);

- постоянные, переменные (прямо пропорциональные уровню производства), смешанные, содержащие постоянную и переменную часть;

- прямые (на приобретение сырья, выплату зарплаты) и косвенные, не имеющие прямой связи с выпуском продукции определенного вида (управленческие расходы, затраты обслуживающих производств). Резервы снижения затрат заложены в производстве и умении грамотно управлять им.

К подлежащим оптимизации затратам часто относят:

- затраты труда. Например, при пересмотре ассортимента выпускаемой продукции часто сокращается численность персонала;

- расходы на покупку сырья и материалов. Оптимизировать эти затраты можно, организовав поиск новых поставщиков, пересмотрев условия соглашений по поставкам, внедрив ресурсосберегающие технологии или развивая собственное производство необходимых расходных материалов;

- производственные расходы: платежи по аренде. Снизить сумму аренды можно, выкупив помещение у владельца, либо сдав часть площадей в субаренду;

- энергоресурсы;

- ремонт и ТО оборудования. Часть работ можно переложить с подрядчиков на собственные ремонтные хозяйства;

- транспортные расходы. При возможности ограничивают парк служебных автомобилей, либо, рассчитав преимущества, используют услуги аутсорсинговой компании;

- затраты на рекламу. Проанализировав эффективность рекламной кампании, можно уменьшить бюджет на рекламу, сгенерировав его на представление наиболее выгодных продуктов или заключив соглашения с партнерами на взаимовыгодных условиях. К примеру, предложив бартерные сделки.

Поскольку весомая доля затрат состоит из производственных ресурсов, особое внимание уделяется им.

Те ресурсы, которые не могут быть использованы, можно демонтировать, а бездействующие – реализовать.

Применение передовых технологий позволит внедрить более экономичное оборудование, либо дополнительно развить малозатратные вспомогательные производства.

Допустимые расходы. К бизнесу никак не относятся, но они положительно влияют на внутренне эмоциональное настроение сотрудников. Их можно отнести к желательным затратам при наличии благосостояния. Они являются одним из мотивирующих факторов сотрудников. Например, соц.пакет, лечение сотрудников в санаториях, подарки сотрудникам, корпоративы за счет предприятия.

У любого предприятия есть свои определенные статьи расходов, которые помогают ему полноценно функционировать.

Оптимизация затрат предполагает прежде всего, их снижение. Однако, предприниматель, при снижении затрат должен быть очень внимательным, потому что снизить их без вреда для бизнеса очень сложно.

Перед тем как разработать план снижения издержек нужно выявить все расходы компании и выявить среди них, те, которые можно исключить или уменьшить. Для этого необходимо: четко контролировать использование ресурсов; нормировать расходы; выяснять причины роста затрат и принимать меры по их устранению.

Перед тем, как начать работу по оптимизации расходов, необходимо провести глубокий анализ затрат и условно разделить их на 3 группы: те, которые можно сократить, затраты, от которых можно избавиться, и те, которые сокращать нельзя.

После этого, необходимо разбить их еще на четыре группы в зависимости от важности, то есть, от того, насколько влияют на бизнес:

1. Высокоприоритетные. Эти расходы, трогать которые нельзя. Например, затраты на покупку товаров, которые будут продаваться в магазине.
2. К этому виду расходов относится также выплата постоянной

заработной платы тем сотрудникам фирмы, у которых повременная оплата труда.

3. Сюда же относятся различные коммунальные и арендные платежи – все в пределах минимальных норм.

4. Снизив высокоприоритетные затраты деловая эффективность упадет, что приведет к закрытию магазина.

5. Приоритетные. Эти затраты на которые можно влиять. Их можно как повышать, так и полностью избавляться от них. Все зависит от того, в каком состоянии на данный момент состояние бизнеса. К этим расходам можно отнести оплату мобильной связи сотрудникам, маркетинг, реклама.

6. Допустимые расходы. К бизнесу никак не относятся, но они положительно влияют на внутренне эмоциональное настроение сотрудников. Их можно отнести к желательным затратам при наличии благосостояния. Они являются одним из мотивирующих факторов сотрудников. Например, соцпакет, лечение сотрудников в санаториях, подарки сотрудникам, корпоративы за счет предприятия.

7. Ненужные. Это группа затрат, от которых можно вообще отказаться. Перед началом процесса оптимизации затрат необходимо провести их анализ, разделить их на группы по приоритетности и по каждой статье затрат работать отдельно.

8. Предпринимателю следует помнить, что снижать расходы нельзя все и сразу. Они снижаются постепенно до определенного уровня. При максимальном снижении расходов возможно, что уровень прибыльности резко упадет.

Оптимизация расходов не должна приводить к отрицательному результату и снижению прибыльности.

Для снижения расходов предпринимателю следует составить четкий план и строго ему следовать.

Еще одним мероприятием по увеличению финансовой эффективности за счет уменьшения издержек, предлагается найти поставщика бакалеи. На

данный момент ИП Караманян А.К. сам ездит в краевую столицу и закупает товар на оптово-закупочных базах.

Оптимизация затрат предполагает прежде всего, их снижение. Однако, предприниматель, при снижении затрат должен быть очень внимательным, потому что снизить их без вреда для бизнеса очень сложно. Перед тем как разработать план снижения издержек нужно выявить все расходы компании и выявить среди них, те, которые можно исключить или уменьшить. Для этого необходимо: четко контролировать использование ресурсов; нормировать расходы; выяснять причины роста затрат и принимать меры по их устранению.

Оптимизация торговых расходов магазина подразумевает несколько этапов:

1. Анализ затрат. Необходимо не только четко определить, какие затраты будут снижены и до какого объема, но и посчитать эффект от каждого мероприятия по снижению расходов.

2. Организация контроля и четкая финансовая дисциплина. Следует регулярно проводить различные проверки, контролируя, насколько эффективно используются ресурсы на предприятии. Ответственным назначить бухгалтера.

3. Анализ результатов. Эффективность от снижения затрат необходимо определять и постоянно следить за ней: может возникнуть ситуация, когда дальнейшее снижение расходов может отрицательно повлиять на бизнес и его развитие – в этом случае необходимо оперативное вмешательство и принятие нужных управленческих решений.

4. Предложить сотрудникам найти способы снижения затрат и увеличения прибыли самостоятельно, промотивировав их финансово.

5. Руководитель должен понимать, что оптимизация расходов и сокращение затрат – это не какое-то разовое мероприятия. Оптимизация расходов – это система, которая работает постоянно, без перерывов и выходных. Предприниматель должен ежедневно, не прекращая, работать над выработкой максимально эффективных управленческих решений, в том числе, связанных со снижением затрат.

6. Снижение затрат на производство – процесс жизненно важный для любой компании, поскольку рост (зачастую неоправданный) формирующей себестоимости расходов существенно уменьшает прибыли, на которые рассчитывает учредитель. Поэтому вопрос снижения затрат остается актуальным во все времена.

Если расходы организовать с умом, это обязательно приведет к увеличению прибыли и снижению затрат. Вкладывать деньги приходится в такие нужды как:

- заработная плата;
- закупка товаров;
- перевозка товаров;
- налогообложение;
- маркетинг;
- поддержание крупных клиентов;
- обслуживание помещения;
- коммунальные платежи;
- ремонт оборудования;
- прочие расходы.

Перед тем как снизить расходы предприятия, стоит тщательно пересмотреть каждую их статью и сделать вывод о целесообразной оптимизации.

1. Оплата труда. Все сотрудники, работающие у ИП Караманян А.К. имеют сдельную оплату труда. В соответствии с трудовым кодексом РФ ИП Караманян А.К. не может снизить заработную плату ниже прожиточного минимума.

2. Закупка товаров. Отличным мероприятием по повышению экономической эффективности за счет снижения издержек будет заключение договора с фермерским хозяйством. «Отсекая» лишнее звено (овощебаза), затраты на закупку товара могут существенно снизиться. В Туапсинском районе существует несколько фермерских хозяйств, специализирующихся на

плодоовощной продукции.

В таблице 3.1 можно детально посмотреть какова будет выгода после заключения договора.

Таблица 3.1 - Выгода ИП Караманаян А.К. после заключения договора, руб.

|           | Цена за 100 кг |                      | Прибыль |
|-----------|----------------|----------------------|---------|
|           | Овощебаза      | Фермерское хозяйство |         |
| Клубника  | 12000          | 10000                | 2000    |
| Яблоки    | 6000           | 5000                 | 1000    |
| Томаты    | 8000           | 6000                 | 2000    |
| Картофель | 2000           | 1500                 | 500     |
| Итого     | 28000          | 22500                | 5500    |

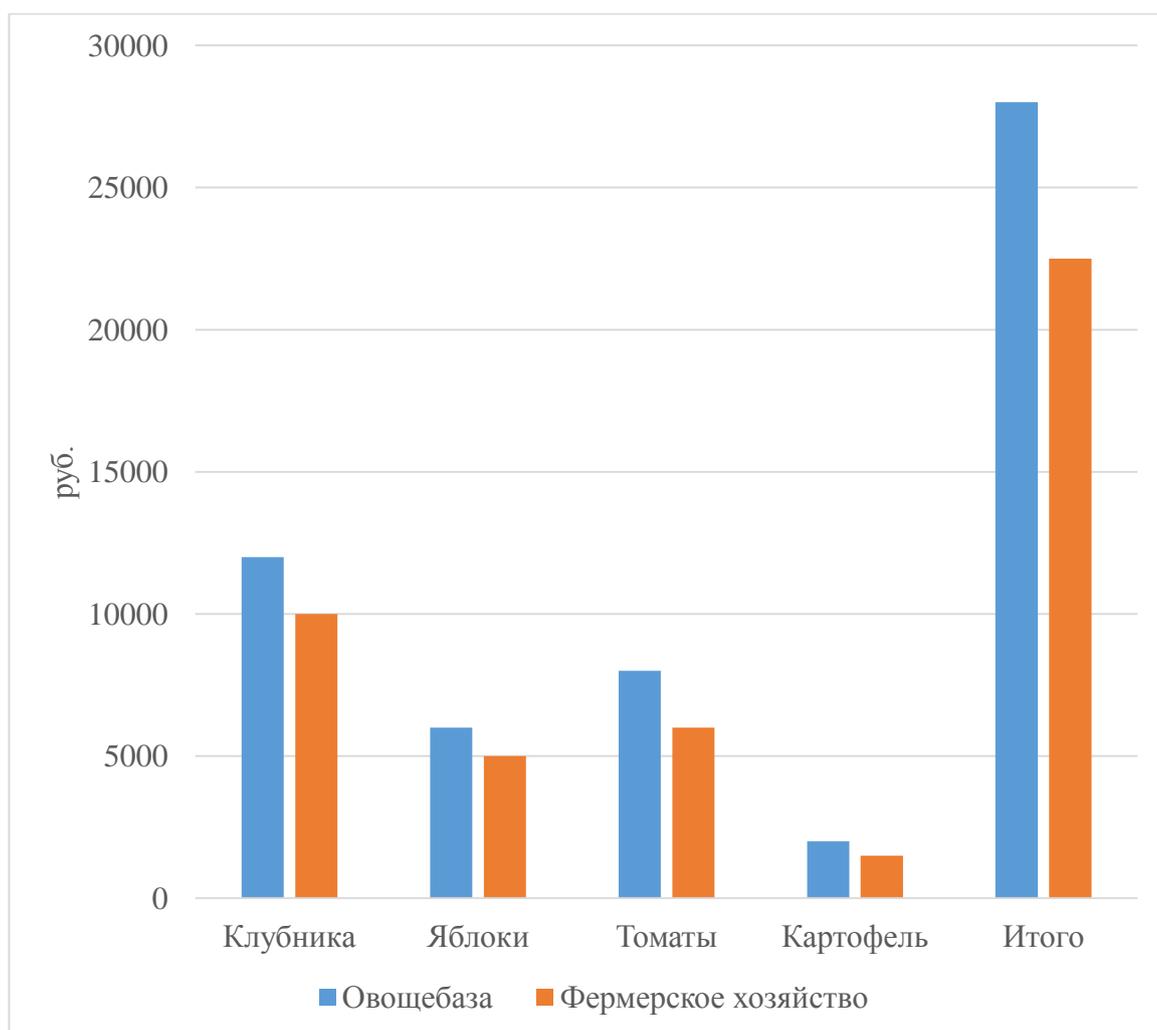


Рисунок 3.1 - Выгода ИП Караманаян А.К. после заключения договора,

руб.

Таким образом, за счет снижения издержек прибыль составит 5500 руб. Также можно договориться с фермерским хозяйством о еще большем снижении цены, на сезонные овощи и фрукты, при покупке более 100 кг.

Еще одним мероприятием по увеличению финансовой эффективности за счет уменьшения издержек, предлагается найти поставщика бакалеи. На данный момент ИП Караманян А.К. сам ездит в краевую столицу и закупает товар на оптово-закупочных базах. В том случае, если поставщики бакалеи будут сами привозить товар в магазины, ИП Караманян А.К. экономит:

– бензин (стоимость одной поездки около 1000 рублей. Отменив 4 поездки в месяц, ИП Караманян А.К. экономит 4000);

– время.

Транспортировка товаров. В собственности ИП Караманян находится автомобиль «Газель». На нем доставляются продукты питания в магазины, а также пансионаты с которыми ИП Караманян заключил договора поставки.

Реклама. ИП Караманян разместил рекламный баннер на своем автомобиле. Других видов рекламы он не использует. Соответственно, на этой статье расходов сэкономить не представляется возможным.

Аренда или обслуживание помещений. Оба магазина ИП Караманян находятся в собственности. Текущий ремонт магазинов проводится по мере необходимости. Сэкономить по этой статье расходов не возможно.

Коммунальные платежи. На коммунальных платежах также не удастся сэкономить, т.к. холодное водоснабжение оплачивается по счетчику. Как правило 1 куб.м в месяц. Электроэнергия оплачивается также по счетчику. В магазинах установлены по 2 светодиодных светильника, а также холодильное оборудование.

Обслуживание и ремонт оборудования - 2 холодильника находятся в собственности у ИП Караманян А.К. они ремонтируются по мере необходимости. Еще несколько холодильников находятся в собственности у поставщиков. Ремонт этого холодильного оборудования ложится на их плечи.

Сведем все мероприятия по повышению экономической эффективности

деятельности предприятия за счет снижения издержек в одну таблицу 3.2.

Таблица 3.2 – Возможные пути снижения издержек ИП Караманян А.К., руб.

| №  | Показатель  | Возможная сумма снижения издержек, руб. |
|----|---|---|
| 1. | Оплата труда  | 0                                       |
| 2. | Закупка товаров (овощей) у фермерского хозяйства (смена поставщика) | 5500                                    |
| 3. | Транспортировка товаров (найти поставщика бакалеи)                  | 4000                                    |
| 4. | Реклама   | 0                                       |
| 5. | Аренда или обслуживание помещений                                   | 0                                       |
| 6. | Коммунальные платежи  | 0                                       |
| 7. | Обслуживание и ремонт оборудования                                  | 0                                       |
|    | Итого:  | 9500                                    |

Поэтому можно сделать вывод, что из всех проанализированных позиций, по которым возможно было бы сократить издержки, были выделены следующие. Был выявлен резерв по сокращению издержек в смене поставщика, а именно можно производить закупку товаров (овощей) у фермерского хозяйства, что принесет экономию на разнице расходов в 5500р. Также есть возможность найти поставщика бакалеи в г. Краснодаре и транспортировать товары для продажи уже не самостоятельно, как это было ранее. Данное мероприятие позволит сократить издержки на 4000р. за счет снижения транспортных расходов.

### 3.2 Мероприятия по повышению экономической деятельности предприятия за счет увеличения продаж

Специфика повышения объемов продаж товаров в розничной торговле обусловлена существованием внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на торговое предприятие. Внешними факторами принято считать

состояние торговой отрасли, государственное регулирование торговли, развитие рыночной инфраструктуры и территориальные особенности месторасположения торгового предприятия. К внутренним факторам относятся все аспекты, находящиеся в пределах воздействия предприятия, начиная от эффективности использования материально-технической базы и товарных ресурсов, заканчивая сбалансированностью товарных групп в структуре ассортимента предприятия. Рассматривая внешние факторы, воздействующие на розничные торговые предприятия, можно отметить, что прямо способствовать или затруднять повышение объемов реализации потребительских товаров они не могут. Это обусловлено, тем, что внешние факторы определяют условия хозяйствования для всех экономических агентов в отрасли розничной торговли, поэтому они не могут использоваться в качестве ключевых аспектов увеличения объемов продаж, так как они одинаковы для всех предприятий отрасли.

Основные факторы увеличения продаж товаров в розничных торговых предприятиях связаны с их внутренними возможностями. Специфика увеличения продаж товаров определяется необходимостью обеспечения розничного товарооборота и его максимально возможного роста исходя из имеющихся в распоряжении торговых предприятий материально-технических и финансовых ресурсов. Таким образом, ключевым фактором является повышение интенсивности розничного товарооборота. В этой связи, определим факторы развития розничного товарооборота на предприятиях торговли.

На розничный товарооборот влияет ряд факторов, оказывающих положительное и отрицательное влияние на его развитие и структуру (таблица 3.3).

Наибольшее позитивное влияние на товарооборот розничных предприятий оказывает увеличение товарного предложения за счет расширения ассортимента и улучшения качества реализуемых товаров. Также можно отметить и внутриотраслевые аспекты развития розничного товарооборота. Задачей розничных торговых предприятий в этой связи выступает как можно более полное использование таких возможностей и закрепление достигнутых

показателей.

Таблица 3.3 - Факторы увеличения продаж товаров

| Позитивные   | Негативные  |
|--|---|
| 1. Совершенствование специализации магазинов.                                  | 1. Стоимостное увеличение розничного товарооборота при сокращении физического объема.       |
| 2. Увеличение товарного предложения.   | 2. Распространение некачественных товаров за счет брака и нарушений процессов производства. |
| 3. Расширение ассортимента.  | 3. Расширение ассортимента за счет увеличения доли дешевых низкокачественных товаров.       |
| 4. Повышение качества реализуемых товаров.                                     |   |
| 5. Расширение применения средств механизации автоматизации торговых процессов. |   |
| 6. Внедрение прогрессивных технологий продажи товаров.                         |   |
| 7. Развитие сетевой торговли.  |   |

К наиболее негативным недостаткам развития розничного товарооборота следует отнести его повсеместное увеличение в стоимостной оценке за счет увеличения цены и инфляции на фоне сокращения физического объема товарооборота, распространение некачественных товаров за счет брака и нарушений процессов производства, что влияет на снижение экономических показателей предприятий, реализующих такие товары в розницу. Кроме того, можно отметить возможность неудовлетворительного формирования товарного ассортимента за счет увеличения доли дешевых товаров в структуре розничного товарооборота. При выявлении таких факторов, предприятия розничной торговли должны принимать меры по их устранению или минимизации.

Спрос на продукты питания всегда остается высоким, но, если рынок перенасыщен, необходимы дополнительные средства привлечения покупателей. Для уверенной конкурентной борьбы применяются правила

мерчендайзинга и эффективного маркетинга.

Проведя анализ предприятия, можно с уверенностью сказать, что оно работает эффективно. Оно развивается и имеет прибыль.

Чтобы ситуация оставалась прежней, предприятию необходимо:

- постоянный мониторинг покупателей.
- завозить товар в достаточном количестве в соответствии с мониторингом.
- избавляться от тех товаров, которые не пользуются спросом.
- изучать рынок поставщиков. Сравнивая их между собой, выявляя характеристики, влияющие на затраты и спрос продукции;
- проводить оперативный анализ товарооборота, определять причины изменений, с целью своевременного устранения ошибок;
- стимулировать покупателей к покупке используя различные виды скидок и лотерей.

В организации торговли большое значение имеет культура обслуживания покупателей и организация эстетической торговой площади:

- покупателям должно быть комфортно находиться в торговом зале;
- эстетическое оформление интерьера, униформы работников торгового зала.

В ходе исследования деятельности ИП Карамарян А.К. для повышения эффективности деятельности индивидуального предпринимателя было разработано несколько мероприятий по улучшению системы стимулирования сбыта. Индивидуальному предпринимателю Карамарян А.К. предлагается мероприятие для повышения эффективности деятельности исследуемого индивидуального предпринимателя: предложено ввести дисконтную систему.

Для этого бухгалтеру ИП Карамарян А.К. необходимо рассчитать плановый объем продаж.

Политика стимулирования реализации товаров в магазине «Овощи-фрукты» должна основываться не на разовых акциях, о которых покупатель узнает только при посещении, а на постоянном информировании о

действующих акциях. Чтобы траты были оправданы, требуется исключить тех покупателей, которые зашли в магазин «случайно». Для этого мы предлагаем ввести в оборот карты постоянных покупателей.

Важные преимущества дисконтных систем, которые повлияют на деятельность индивидуального предпринимателя Карамарян А.К.:

- уменьшаются затраты на привлечение новых покупателей. Получив скидку в магазине, покупатели будут рассказывать о ней родственникам и друзьям, таким образом он делает рекламу нашего магазина бесплатно;

- увеличение объема продаж; в летние месяцы мы рекомендуем ИП Карамарян А.К. организовать уличную торговлю мороженым и холодными напитками. Торговая территория позволяет это сделать;

- повышение имиджа магазина «Овощи-фрукты» в глазах потребителей. Очень многие покупатели коллекционируют дисконтные карты. В магазине ИП Карамарян А.К. предлагается ввести скидочные карты с первоначальной скидкой в размере 3%. Карта выдается бесплатно уже после первой покупки, если она составит 500 рублей. Когда сумма всех покупок когда-либо сделанных в магазине достигнет 5000, скидка составит уже 7%. Максимальный объем скидки по карте постоянного покупателя может составить 10%. Соответственно, у ИП Карамарян А.К. появится ценовое преимущество перед конкурентами.

Расходы, которые ИП Карамарян А.К. понесет при изготовлении скидочных карт и в последствии в результате скидок по этим картам, индивидуальный предприниматель сможет возместить за счет увеличения объема продаж.

Таким образом, требуется запланировать затраты на изготовление дисконтных карт и установку оборудования для них. Анализ затрат на изготовление дисконтных карт и установку оборудования для них в магазине ИП Карамарян А.К. представлен в таблице 3.4.

Для внедрения карт постоянного покупателя в магазин «Овощи-фрукты» ИП Карамарян А.К. необходимо затратить 13330 рублей.

Рассмотрим прогнозируемый экономический эффект от внедрения дисконтных карт в магазин индивидуального предпринимателя Карамарян А.К.

Таблица 3.4 - Затраты на выпуск и обслуживание дисконтных карт ИП Карамарян А.К.

| Статья затрат                     | Цена, руб. | Кол-во, шт. | Стоимость, руб. |
|-----------------------------------|------------|-------------|-----------------|
| На одну дисконтную карту          | 11,50      | 100         | 1150            |
| Ридер магнитных карт HIPER 1023-2 | 12180      | 1           | 12180           |
| Итого                             | 12191,5    | -           | 13330           |

Экономический эффект от внедрения дисконтных карт в магазин «Овощи-фрукты» ИП Карамарян А.К. представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 - Экономический эффект от внедрения дисконтных карт в магазинах ИП Карамарян А.К.

| Основные показатели   | До введения мероприятия | После введения мероприятия | Абсолютный прирост, тыс. руб. |
|---|-------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| Скидки на стоимость товаров, %  | 0                       | Накопительная 3; 5%        |                               |
| Единовременные затраты на изготовление и установку оборудования для дисконтных карт | 0                       | 13,3                       | 13,3                          |
| Выручка от реализации товаров, тыс.руб.   | 5730                    | 6878                       | 1148                          |
| Затраты на приобретение товаров, тыс.руб.   | 5356                    | 6154                       | 798                           |

|                             |     |     |     |
|-----------------------------|-----|-----|-----|
| Чистая прибыль,<br>тыс.руб. | 311 | 695 | 384 |
|-----------------------------|-----|-----|-----|

Исходя из данных таблицы 3.5 следует, что при условии внедрения данного мероприятия, не смотря на затраты на приобретение товаров ИП Карамарян А. К., выручка увеличится, что даст увеличение чистой прибыли в сумме 695 тыс. руб. в год. Таким образом, предложенные мероприятия по стимулированию политики сбыта ИП Карамарян А.К. позволит обеспечить рост эффективности деятельности в долгосрочном периоде.

Динамика изменения финансовых показателей после внедрения дисконтных карт в магазинах ИП Карамарян А.К. представлена на рисунке 3.2.

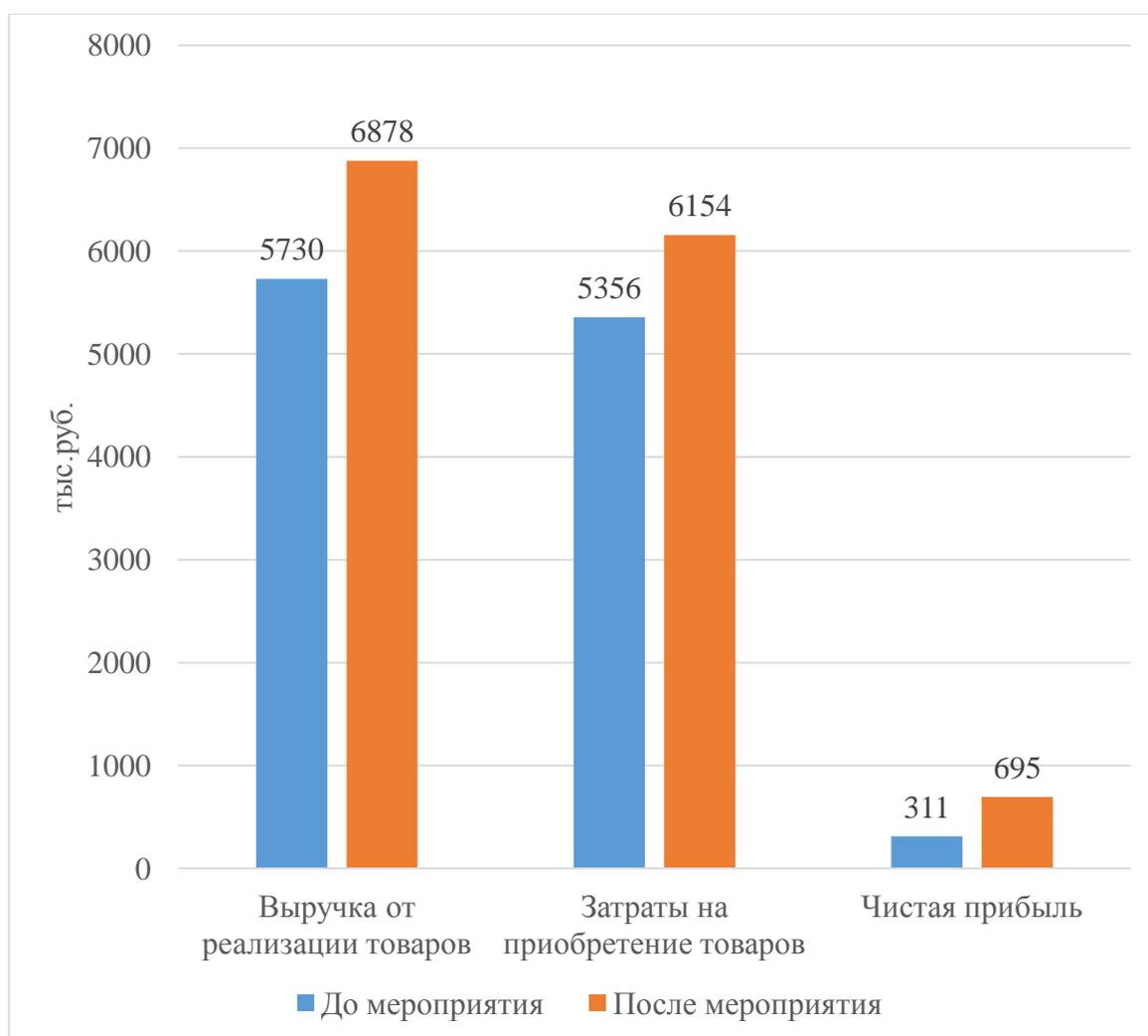


Рисунок 3.2 - Изменение финансовых показателей после внедрения дисконтных карт в магазинах ИП Карамарян А.К., тыс.руб.

Учитывая, сложившуюся ситуацию с распространением коронавирусной инфекцией, ИП Карамарян А.К. предлагается организовать доставку продуктов питания на дом, тем категориям граждан, которым противопоказано покидать свои квартиры. В данном случае доставка и оплата будут бесконтактные.

Рассчитаем эффективность еще одного мероприятия для увеличения продаж Карамарян А.К.

В условиях пандемии, пансионаты прекратили свою работу, многим людям не рекомендовано выходить из своих квартир. Чтобы деятельность Карамарян А.К. не стала приносить убытки, рекомендуется ему доставлять продукты питания на дом. Для этого известить граждан, проживающих в этом спальном районе о том, что магазин предоставляет данную услугу. Для этого предлагается распечатать объявления и разложить их в почтовые ящики всех квартир. Оператор собирает заявки в первой половине дня, а затем курьер (водитель-экспедитор), во второй половине дня, развозит их по адресу. Оплата товаров в данном случае – бесконтактная (онлайн перевод).

В таблице 3.6 - Приведены затраты на организацию данного мероприятия. Таблица 3.6 - Затраты на обеспечение мероприятий по доставке продуктов на дом, руб.

| Статья затрат                     | Оплата      | Затраты |
|-----------------------------------|-------------|---------|
| Оператор                          | ½ ставки    | 5000    |
| Курьер                            | ½ ставки    | 5000    |
| Распечатка и расклейка объявлений | единоразово | 2000    |
| Итого:                            | -           | 12000   |

Таким образом, на доставку товаров на дом, Карамарян А.К. потребуется потратить 12000 руб. Объем реализованной продукции и оказанных услуг (5730т.руб.) /12 месяцев=477,5(в месяц) +5 % (доставка) =501,3 тыс.руб.

$$501,3-477,5=23,85 \text{ тыс.руб.}$$

Если за счет доставки на дом поднять стоимость товара на 5%, то объем

реализованной продукции и оказанных услуг увеличится на 23850, что покрывает издержки на оказание данной услуги.

Таким образом получается, что для ИП Карамарян А.К. мероприятия по доставке товаров на дом выгодны.

Подводя итог предлагаемых мероприятий, сведем все рекомендации и их экономический эффект в единую таблицу 3.7.

Таблица 3.7 – Экономический эффект всех предлагаемых мероприятий, тыс. руб.

| №  | Мероприятие                   | Расходы | Чистая прибыль |
|----|-------------------------------|---------|----------------|
| 1. | Снижение издержек             | 0       | 9,5            |
| 2. | Использование дисконтных карт | 13,33   | 384            |
| 3. | Доставка продуктов на дом     | 12      | 23,85          |
|    | Итого:                        | 25,33   | 417,35         |

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод, что рассмотренный комплекс мероприятий в совокупности при расходах в 25,33 тыс. руб., сможет принести дополнительную чистую прибыль в размере 417,35 тыс.руб.

В связи с этим, данные мероприятия являются экономически эффективными и возможными для внедрения на рассматриваемом предприятии ИП Карамарян А.К.

## Заключение

Экономическая эффективность – это получение прибыли от тех ресурсов, которые имеются в наличии у предприятия. Для этого необходимо постоянно анализировать выгоду и издержки, следовательно, вести рациональную деятельность – увеличивать выгоды и, соответственно, уменьшать затраты.

Главной целью оценки эффективности деятельности предприятия является поиск возможностей для развития предприятия, которое определяется по результатам полного анализа финансово – хозяйственной деятельности. Он проводится с использованием показателей, способных отразить состояние и перспективы развития коммерческой организации.

ИП Карамарян А.К. специализируется на розничной торговле овощами и фруктами.

Основной целью работы ИП Карамарян А.К. является получение прибыли.

В данной выпускной квалификационной работе проводился анализ экономических показателей деятельности ИП Карамарян А.К. за период 2018-2019 гг. в ходе, которого выяснилось, что основные экономические показатели деятельности ИП Карамарян А.К. растут. Это вызвано ростом показателя выручки почти в 2 раза. Расходы по обычной деятельности в 2019 году по сравнению с 2018 годом выросли на 2335 тыс. руб.

Анализ состава, структуры и динамики имущества и источников средств ИП Карамарян А.К. за рассматриваемый период показал, что стоимость имущества ИП Карамарян А.К. в 2019 году по сравнению с предыдущим годом увеличилась на 6114 тыс. руб. Это обусловлено, ростом стоимости запасов на 5884 тыс. руб. Источники средств ИП Карамарян А.К. в 2019 году по сравнению с 2018 годом так же имеют тенденцию роста. Данное отклонение связано с ростом стоимости по таким показателям, как капитал и резервы – на 130 тыс. руб. и краткосрочные заемные средства – на 128 тыс. руб.

По данным бухгалтерской отчетности индивидуального предпринимателя

Карамарян А.К. был проведен расчет показателей финансовой устойчивости деятельности индивидуального предпринимателя. Было выявлено, что ИП Карамарян А.К. имеет не устойчивое финансовое положение. ИП Караманан А.К. не прибегает к внешним источникам финансирования долгосрочного характера. Это оказывает негативное влияние на некоторые показатели финансовой устойчивости ИП Караманян А.К.

В ходе исследования деятельности ИП Карамарян А.К. для повышения эффективности деятельности индивидуального предпринимателя мы предложили ряд мероприятий по увеличению прибыли. Индивидуальному предпринимателю Караманян Альберту Курекиновичу было предложено мероприятие по улучшению системы стимулирования сбыта, направленное на клиентов. Для внедрения данного мероприятия потребуется изготовить дисконтные карты и купить ридер магнитных карт, что в сумме составит 13330 рублей, а также затраты на приобретения товаров для осуществления данного мероприятия, которые предположительно составят 6154 тысяч рублей.

Мероприятия, которые были предложены в данной выпускной квалификационной работе, являются эффективными. Экономическая эффективность подтверждает, что рекомендации увеличат доходы индивидуального предпринимателя Карамарян А.К. на 417,35 тыс.руб.

Таким образом, будет решена главная задача в работе ИП Карамарян А.К., нацеленная на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли.

## Список использованной литературы

1. Абдукаримов, И.Т. Эффективность и финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятия: критерии и показатели их характеризующие, методика оценки и анализа / И.Т. Абдукаримов // Социально – экономические явления и процессы. – 2016. – № 6. – С. 11-21.
2. Акимова, Е.П. Механизм влияния различных стимулов на эффективность деятельности компании / Е.П. Акимова // Вестник Российской академии естественных наук. – 2015. – №16. – С. 40-43.
3. Александров, О.А. Экономический анализ: учеб. пособие / О.А. Александров. – М.: ИНФРА – М, 2016. – 288 с.
4. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: /А.Д. Шеремет. - М.: ИНФРА-М, 2017. – 374 с.
5. Ахмадеева, О. А., Идрисова А. И. Тенденции развития рынка общественного питания в России // Молодой ученый. – 2016. – №8. – С. 483-486.
6. Баркан, Д.И. Эффективное управление сбытом: учеб. пособие / Д.И. Баркан. – М.: Академия, 2015. – 347 с.
7. Баснукаев, И.Ш. Финансовый анализ состояния предприятия: задачи и методы оценки используемых ресурсов / И.Ш. Баснукаев // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – № 45. – С. 43-46.
8. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятия: учеб. / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА – М, 2017. – 224 с.
9. Березин, И.С. Маркетинг и исследование рынков: учеб. пособие / И.С. Березин. – М.: Прогресс, 2016. – 297 с.
10. Бландер, Р. Эффективные бизнес – коммуникации. Принципы и практика в эпоху трансформации: учеб. пособие / Р. Бландер. – СПб.: Питер, 2017. – 237 с.
11. Бороненкова С.А. Управленческий анализ: учеб. для вузов. – М.: Вузовский

- учебник, 2015. – 525 с.
12. Бочаров, В.В. Финансовый анализ: учеб. / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2017. – 240 с.
  13. Воронченко, Т.В. Совершенствование механизма комплексного управления финансами предприятия с помощью аналитических инструментов / Т.В. Воронченко // Экономические науки. – 2017. – № 60. – С. 91–98
  14. Горелкина, И.А. Методические подходы к обоснованию системы экономических показателей оценки эффективности деятельности организации / И.А. Горелкина // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 10. – С. 61-64.
  15. Губин, В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Практикум/ В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.: Инфра-М, 2017. – 192 с.
  16. Гусева, И.В. Управление финансами предприятия: многоуровневый и маркетинговый подходы / И.В. Гусева // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – № 7. – С. 29-35.
  17. Дроздов, О.А. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия / О.А. Дроздов // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 11. – С. 60-61.
  18. Дроздов, О.А. Система количественных показателей качества прибыли предприятия / О.А. Дроздов // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 17. – С. 22-25.
  19. Ефимова, С.А. Управление сбытом или как увеличить объем продаж: учебное пособие / С.А. Ефимова. – М.: Прогресс, 2016. – 396 с.
  20. Забродин, И.П. Обоснование показателей для оценки эффективности бизнес-процессов коммерческих организаций / И.П. Забродин // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 38. – С. 50-58.
  21. Ильшева, Н. Н. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие для студентов вузов / Н. Н. Ильшева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 395 с.
  22. Казакова, Н.А. Экономический анализ: учеб. / Н.А. Казакова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 360 с.

23. Клевкин А.И., Моисеева Н.К. Организация гармоничного производства: учеб. пособие. – М.: Омега – Л, 2016. – 360 с.
24. Климова, Н.В. Оценка влияния факторов на показатели рентабельности / Н.В. Климова // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 20. – С. 50-54.
25. Любушин, Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Н.П. Любушин. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2016. – 385 с.
26. Макарьева, В.И. Анализ финансово – хозяйственной деятельности организации: учеб. / В.И. Макарьева. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 310 с.
27. Пястолов, С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ С.М. Пястолов. – М.: Академия, 2016. - 336 с.
28. Реброва, Н. П. Маркетинг: учеб. и практикум для прикладного бакалавриата / Н. П. Реброва. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 277 с.
29. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учеб. / Г.В. Савицкая. – 15-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 350 с.
30. Санников, А.А. Эффективное управление сбытом: учеб. пособие / А.А. Санников. – М.: Прогресс, 2016. – 389 с.
31. Черкасова, И.О. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. / И.О. Черкасова. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2016. – 345 с.
32. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ / А.М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 244 с.
33. Шаповалов, В.А. Маркетинговый анализ: учебное пособие / В.А. Шаповалова. – Ростов - на - Дону: Феникс, 2015. – 427 с.
34. Официальный сайт ИП Караманян А.К. [Электронный ресурс]. URL: <https://inndex.ru/ip/tuapse/ogrn-karamanyan> (дата обращения 28.04.2020).
35. Снегирева В.В. Категорийный менеджмент. Практические аспекты внедрения. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mbs-journal.m/journal/artides.php?p=18&art=9L> (дата обращения 15.03.2020).