

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

На тему: Анализ деловой активности организации

Исполнитель Агбидимэ Ромен

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель Кандидат экономических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Петрова Екатерина Евгеньевна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой



(подпись)

Доктор экономических наук, профессор

(ученая степень, ученое звание)

Курочкина Анна Александровна

(фамилия, имя, отчество)

«6» июль 2023 г.

Санкт-Петербург

2023

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-------------------------------------|
| Введение | 3 |
| 1. Сущность, значение деловой активности организации и методика её анализа | 6 |
| 1.1 Понятие деловой активности и её значение в деятельности современной организации | 6 |
| 1.2 Классификация деловой активности организации..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Методические основы анализа деловой активности организации | 17 |
| 2. Комплексный анализ деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург». | 26 |
| 2.1 Техничко-экономическая характеристика деятельности ООО «Чипита Санкт-Петербург». | 26 |
| 2.2 Анализ деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург» | 35 |
| 2.3 Анализ прибыли и рентабельности предприятия. | 44 |
| 3. Основные направления по повышению деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург» | 49 |
| 3.1 Рекомендации по повышению деловой активности предприятия | 49 |
| 3.2 Прогноз деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург» | 54 |
| Заключение | 62 |
| Список использованных источников | 67 |

Введение

Рыночные отношения поставили хозяйствующих субъектов различных организационно-правовых форм в сложные экономические условия. И чтобы выжить, хозяйствующие субъекты должны опираться на свою конкурентоспособность и деловую активность. Действительно, организации должны повышать эффективность своего производства, внедрять новые формы хозяйствования и управления, что должно сопровождаться укреплением их финансового положения.

Устойчивость финансового положения организации в условиях рыночной экономики зависит прежде всего от её деловой активности.

Деловая активность организации – это эффективность её работы по отношению к количеству авансированных ресурсов или количеству их потребления в процессе деятельности.

Таким образом, деловая активность организации представляет собой совокупность показателей, выражающих процесс формирования и использования её финансовых ресурсов и, по сути, отражающих эффективность её деятельности.

Анализ деловой активности организации – это процесс изучения и оценки различных факторов, влияющих на эффективность её деятельности. Такой анализ может помочь руководству организации принимать обоснованные решения для улучшения бизнес-процессов, оптимизации затрат и повышения прибыльности. Деловая активность включает различные аспекты, такие как финансы, продажи, маркетинг, управление ресурсами и другие. Целью анализа является выявление сильных и слабых сторон организации и определение возможностей для её развития. В данном контексте анализ деловой активности становится важным инструментом для достижения успеха в бизнесе.

Анализ деловой активности организации помогает эффективно оценивать текущую деятельность организации и делать прогнозы относительно её будущей деятельности.

На основе такого анализа можно разрабатывать стратегию и тактику развития организации, поддерживать планы и решения руководства, контролировать их выполнение, выявлять резервы повышения эффективности работы и оценивать результаты деятельности организации и её сотрудники.

Также может позволить увидеть и устранить недостатки в деятельности организации, найти резервы укрепления финансового положения организации, в целом позволяет прогнозировать финансовые результаты в зависимости от условий хозяйственной деятельности, что подтверждает важность эту тему исследования.

Цель бакалаврской работы является изучение основных теории анализа деловой активности организации и разработки мероприятий, направленных на эффективное повышение деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- раскрыть сущность, понятие и методологию анализа деловой активности организации;
- провести анализ деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург»;
- определить направления повышенной деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Предметом исследования является теория и методология анализа деловой активности организации и его объектом является ООО «Чипита Санкт-Петербург». Теоретический интерес исследования заключается в обобщении и сопоставлении теоретического материала по предмету бакалаврской работы.

Практическая значимость заключается в том, что основные выводы и рекомендации, вытекающие из результатов обзора эффективности могут быть использованы в практической деятельности ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Основными источниками информации для анализа деловой активности изучаемой организации являются её данные первичного и аналитического учёта, и её финансовые данные.

Теоретико-методологической основой исследования составили работы отечественных учёных, законодательные и нормативные акты, учебно-методические пособия, периодические издания и интернет-ресурсы, полный перечень которых представлен в списке литературы, приложенном к работе, а также данные бухгалтерской (финансовой) отчётности ООО «Чипита Санкт-Петербург» за 2020-2022 годы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, список использованных источников и литературы, приложения.

1. Сущность, значение деловой активности организации и методика её анализа

1.1 Понятие деловой активности и её значение в деятельности современной организации.

В условиях глобализации экономики, которая приводит к повышению требований к конкурентоспособности, политика корпоративного управления более чем когда-либо подвергается ограничениям в отношении прибыльности. Действительно, в сегодняшней конкурентной среде выживание компании обязательно зависит от деловой активности.

Как правило, целью любой компании является получение прибыли. Менеджер должен тщательно стремиться определить наилучшие действия, позволяющие достичь высокий уровень рентабельности. Это можно сделать только после всестороннего изучения компании, независимо от её размера и среды, в которой она работает.

Чтобы начать изучать компанию, необходима хорошая методология финансового анализа. Практически невозможно оценить прибыльность бизнеса, если финансовое исследование не будет проведено соответствующим образом. Действительно, анализ деловой активности остаётся инструментом мониторинга и оценки финансового положения компании. Деловая активность помогает руководители организации принимать решения в подходящее время. Она изучает условия финансового равновесия компании, измеряет рентабельность инвестированного капитала и изучает прошлое, чтобы диагностировать настоящее и прогнозировать будущее. Его миссия состоит в сборе финансовых данных, интерпретации результатов, а затем в выработке рекомендаций по финансовому состоянию компании.

Цель деловой активности может быть различной и зависит от конкретных задач, которые стоят перед компанией. Однако, обычно целью любой деловой активности является достижение прибыли и увеличение стоимости компании для ее владельцев и инвесторов. Другие возможные цели деловой активности могут включать удовлетворение потребностей клиентов, рост доли рынка, повышение эффективности бизнес-процессов, развитие новых продуктов или услуг, увеличение производительности труда и другие. Важно понимать, что цель деловой активности не должна противоречить законодательству и этическим нормам, а также не должна причинять вред окружающей среде или обществу в целом.

Объектом деловой активности является конкретный предмет или процесс, на который направлена деятельность. Это может быть товар, услуга, недвижимость, ценная бумага или другой объект, который используется для достижения определенной цели.

Субъектом деловой активности выступает лицо или организация, которая осуществляет данную деятельность. Это может быть предприниматель, компания, инвестор или другое лицо, которое принимает участие в коммерческой операции. Субъект может выступать как продавец, так и покупатель в зависимости от характера сделки.

Важно понимать, что объект и субъект деловой активности взаимодействуют между собой и образуют единую систему, в рамках которой происходят различные операции и транзакции. Успешное взаимодействие между объектом и субъектом деловой активности является одним из ключевых факторов для успешной коммерческой деятельности.

Деловая активность организации играет важную роль в ее успехе и развитии. Она включает в себя множество действий, которые направлены на достижение определённых целей и задач компании.

Во-первых, деловая активность организации позволяет обеспечить эффективное функционирование бизнес-процессов: это включает в себя

распределение ресурсов, управление проектами, контроль качества продукции или услуг, а также многое другое.

Во-вторых, она позволяет выявлять потребности и желания клиентов: понимание потребностей и предпочтений своей целевой аудитории помогает организации создавать продукты и услуги, которые будут максимально соответствовать их потребностям.

В-третьих она позволяет развивать новые возможности: деловая активность организации может помочь выявить новые возможности для бизнеса, такие как запуск новых продуктов, вход на новые рынки и т.д.

В-четвёртых она позволяет улучшать имидж компании: правильно организованные деловые активности могут способствовать улучшению имиджа компании, что в свою очередь может привести к увеличению доверия со стороны потребителей и других заинтересованных сторон.

В-пятых она позволяет обеспечивать рост бизнеса: деловая активность организации имеет прямое отношение к росту компании, так как ее целью является оптимизация работы бизнес-процессов и выявление новых возможностей для развития компании.

Таким образом, деловая активность организации играет ключевую роль в ее успехе и развитии, и требует постоянного мониторинга и оптимизации.

Для определения деловой активности организации можно использовать несколько методов и инструментов. Вот некоторые из них:

- ✓ Анализ отчетности: Изучение финансовых отчетов поможет понять, какую прибыль компания получает, сколько денег она тратит на различные области бизнеса, какие проекты или продукты приносят больше всего дохода, а также как изменяется финансовое состояние компании со временем.

- ✓ Исследование рынка: Изучение конкурентной среды, а также тенденций и динамики рынка, в котором работает компания, может помочь определить, насколько успешна она по сравнению с другими игроками на рынке.

✓ Ключевые показатели эффективности (КПЭ): Определение и отслеживание основных КПЭ, таких как объем продаж, количество новых клиентов, уровень лояльности клиентов и т.д., поможет понять, как компания выполняет свои цели и достигает успеха.

✓ Социальные медиа: Изучение активности компании в социальных сетях и на других онлайн-платформах может дать представление о ее репутации среди клиентов, а также о том, как она взаимодействует со своей аудиторией.

✓ Обратная связь от клиентов: Анализ отзывов и комментариев от клиентов поможет понять, насколько удовлетворены они продуктами и услугами компании, а также выявить возможные проблемы или недостатки, которые нужно исправить.

Действительно, деловая активность организации показывает совокупность средств, применяемых для повышения её производительности, продаж и положения на рынке.

В таком образом, деловая активность организации зависит от уровня диверсификации ее деятельности, уровня качества ее продукции, а значит, ее ориентации на несколько групп потребителей, расширения ее объема продаж, вкусов потребителей, коммерческой репутации организации.

Деловая активность - это широкий термин, который охватывает различные виды деятельности, связанные с бизнесом и коммерцией. В общем, деловая активность включает в себя следующие составляющие:

✓ Производство товаров или оказание услуг: это может быть производство физических товаров (например, мебели, автомобилей, электроники), а также предоставление услуг (например, консультации, обучение, ремонт).

✓ Маркетинг и продажи: это включает в себя определение целевой аудитории, разработку маркетинговых стратегий, проведение промо-акций, продажу товаров и услуг.

✓ Финансы и управление бюджетом: это включает в себя управление финансами компании, ведение бухгалтерского учета, планирование бюджета, обеспечение финансовой устойчивости.

✓ Развитие бизнеса и стратегическое планирование: это включает в себя определение целей и задач компании, разработку стратегий и планов развития, поиск новых возможностей для роста и развития.

✓ Управление персоналом: это включает в себя управление кадрами, найм и обучение персонала, мотивация и поддержание работоспособности сотрудников.

✓ Исследования и разработки: это включает в себя научные исследования, разработку новых технологий и продуктов, поиск инновационных подходов для улучшения бизнеса.

Деловая активность позволяет предприятиям реализовать потенциал роста и добиться лидерства на рынке, реализовать стратегические планы развития. Деловая активность позволяет предприятиям реализовывать стратегические планы развития, реализовывать потенциал роста и добиваться лидерства на рынке, экономически грамотно управляя всеми ресурсами.

Концепция деловой активности организации включает в себя:

– ценностные ориентации владельцев предприятия, их представления о его цели, миссии, кредо; степень независимости предприятия, его роль в регионе, отрасли и обществе; принципы взаимоотношений с сотрудниками;

– цели компании: какую продукцию и для кого она производит, прибыль, инновации, перспективы экономического развития.

Функции деловой активности включают:

✓ Финансы: управление финансами, учёт, контроль бюджета и инвестиционных решений.

✓ Маркетинг: формирование стратегии маркетинга, анализ потребностей клиентов, определение цен и продуктовых параметров.

✓ Производство: планирование производственных операций, определение объемов производства, контроль за качеством продукции.

✓ Человеческие ресурсы: найм, обучение и развитие сотрудников, управление персоналом, оценка эффективности работы.

✓ Логистика: управление поставками, распределение товаров и услуг, контроль за складскими запасами.

✓ Информационные технологии: разработка и внедрение информационных технологий решений, поддержка информационной безопасности, анализ и обработка данных.

✓ Юридические вопросы: юридическое сопровождение бизнеса, защита прав и интересов компании, решение конфликтов и споров.

На деловую активность влияет ряд внешних и внутренних факторов. К внешним факторам относятся:

– сфера деятельности (посредничество, снабжение и маркетинг, производство и т.д.);

– отраслевая принадлежность (оборачиваемость оборотных средств на ткацкой фабрике и авиазаводе будет разной).;

– масштаб (чаще всего оборачиваемость средств в небольших организациях значительно выше, чем в крупных, это одно из ведущих преимуществ малого бизнеса);

– общая экономическая ситуация в стране;

– возникающая в результате система безналичных платежей и связанные с этим обстоятельства ведения бизнеса; влияние инфляционных процессов (инфляционные процессы, отсутствие хорошо регулируемой экономической отношения с покупателями и поставщиками приводят к вынужденному накоплению резервов, серьёзно замедляя процесс оборачиваемости денежных средств);

– характер экономических отношений с контрагентами; влияние экономической политики;

– влияние изменений законодательства и т.д.

К внутренним факторам относятся :

– ценовая политика (управленческая деятельность по установлению, поддержанию и изменению цен на товары, направленная на достижение целей и задач организации).;

– используемые методы оценки товарно–материальных запасов (метод штучной оценки, первый на складе – первый в производстве, последний на складе - первый в производстве, метод средней себестоимости, метод скользящего среднего);

– эффективность финансового менеджмента (насколько выбранный набор приемов, методик, используемых на предприятии для повышения прибыльности и минимизации риска неплатёжеспособности, является успешным для организации) и т.д.

Оценка деловой активности организации - это процесс измерения и анализа эффективности ее деятельности с точки зрения достижения поставленных целей и показателей. Эта оценка может включать в себя такие аспекты, как финансовая устойчивость, рентабельность, уровень продаж, качество продукции или услуг, лояльность клиентов и т.д. Она проводится для того, чтобы определить текущее состояние организации, выявить ее сильные и слабые стороны, а также разработать стратегии для улучшения ее деловой активности и роста.

Оценка деловой активности может включать различные аспекты, в зависимости от конкретной ситуации и целей оценивания. Однако, обычно в оценку деловой активности могут входить объем продаж или доходов компании за определенный период времени; количество клиентов или покупателей, обслуженных компанией; уровень удовлетворённости клиентов и их лояльность к компании; эффективность инвестиций и использование финансовых ресурсов компании; производительность труда и эффективность бизнес-процессов; конкурентоспособность компании на рынке, инновационность и развитие компании. Эти показатели помогают оценить состояние и перспективы развития компании в долгосрочной и краткосрочной перспективе.

Деловая активность - это мера продуктивности и эффективности бизнес-процессов в организации. Это понятие включает в себя различные аспекты деятельности компании, такие как производство, продажи, логистика, маркетинг, финансы и управление персоналом.

Значение деловой активности для современной организации заключается в том, что она позволяет эффективно использовать ресурсы, повышать качество продукции или услуг, сокращать издержки, увеличивать прибыльность, улучшать связи с партнерами и клиентами.

Кроме того, высокий уровень деловой активности означает, что организация готова к быстрому изменению рыночных условий, адаптации к новым требованиям и конкуренции на рынке. Поэтому, для достижения успеха в современном бизнесе, организации должны стремиться к постоянному улучшению своей деловой активности.

1.2 Классификация деловой активности организации

Существует несколько критериев классификации деловой активности организации, которые могут включать отрасль деятельности, размер компании, региональное расположение, тип собственности, цели и стратегия компании и форма собственности. Эти критерии могут помочь лучше понять характеристики и особенности конкретной организации и использовать эти знания для принятия бизнес-решений.

Деловая активность может быть классифицирована по разным отраслям деятельности. Некоторые из наиболее распространенных отраслей включают:

✓ Производство: отрасль, связанная с производством товаров или предметов потребления. Это может включать в себя производство продуктов питания, автомобилей, электроники и т.д.

✓ Торговля: отрасль, связанная с продажей товаров или услуг. Это может включать розничную торговлю, оптовую торговлю, торговлю через Интернет и другие формы продаж.

✓ Финансы: отрасль, связанная с финансовыми услугами, такими как банковские услуги, инвестиции, страхование и т.д.

✓ Строительство: отрасль, связанная со строительством и обслуживанием зданий и инфраструктуры.

✓ Здравоохранение: отрасль, связанная с оказанием медицинских услуг, производством медицинского оборудования и медикаментов.

✓ Образование: отрасль, связанная с обучением и образованием людей.

✓ Технологии: отрасль, связанная с разработкой и производством технологий и программного обеспечения, включая компьютеры, мобильные устройства, приложения и т.д.

В России деловая активность также может быть классифицирована по размеру организации. Согласно законодательству, существуют следующие категории компаний:

✓ Микропредприятия - компании с численностью персонала до 15 человек и годовым оборотом не более 120 миллионов рублей.

✓ Малые предприятия - компании с численностью персонала до 100 человек и годовым оборотом не более 800 миллионов рублей.

✓ Средние предприятия - компании с численностью персонала от 101 до 250 человек и годовым оборотом не более 2 миллиардов рублей.

✓ Крупные предприятия - это компании с численностью персонала более 250 человек или годовым оборотом более 2 миллиардов рублей.

Эти категории могут варьироваться в зависимости от типа деятельности компании и ее местонахождения. Однако, эта классификация даёт общее представление о том, как деловая активность классифицируется по размеру организации в России.

Когда говорят о классификации деловой активности по региональному распределению, могут использоваться различные критерии. Например, можно выделить регионы по уровню экономического развития, наличию инфраструктуры, наличию сырьевых ресурсов и т.д. Также можно использовать классификацию по отраслям экономики, которая учитывает особенности регионального развития в разных секторах. Например, одни регионы могут быть специализированы на производстве товаров потребления, а другие - на добыче природных ресурсов. Кроме того, при региональной классификации может учитываться наличие и развитие малого и среднего бизнеса, так как это является важным фактором для стимулирования экономического роста региона.

В целом, классификация по региональному распределению позволяет более точно оценить состояние экономики в разных регионах и определить перспективы их развития. Деловая активность может быть классифицирована по типу собственности на несколько категорий:

- ✓ Частная собственность - в этой категории бизнес принадлежит одному или нескольким частным инвесторам, они являются единственными владельцами и контролируют деятельность компании.

- ✓ Государственная собственность - бизнес принадлежит государству, которое может контролировать его деятельность и регулировать его функционирование.

- ✓ Смешанная собственность - это когда бизнес принадлежит как частным инвесторам, так и правительству. Доля каждого участника может быть различной.

- ✓ Кооперативная собственность - бизнес принадлежит группе людей, которые сотрудничают между собой для достижения общих целей.

- ✓ Иностранная собственность - бизнес принадлежит иностранным инвесторам или компаниям.

- ✓ Общественная собственность - бизнес принадлежит всему обществу, а не отдельным лицам или организациям.

Однако, стоит заметить, что классификация деловой активности по типу собственности может различаться в разных странах, в зависимости от законодательства и экономических условий.

Деловая активность организации может быть классифицирована по различным критериям, включая цели и стратегии. Рассмотрим основные типы деловой активности в зависимости от этих параметров:

✓ Конкурентная деятельность: Организации, преследующие цель увеличения своей доли на рынке путем конкуренции с другими компаниями. В данном случае, стратегия организации направлена на увеличение прибыли, рост производства и расширение ассортимента продукции.

✓ Сотрудничество: Организации, которые стремятся к сотрудничеству с другими организациями, чтобы улучшить свою позицию на рынке. Здесь важна стратегия партнерства, совместной работы с другими компаниями для создания синергии результатов и оптимизации затрат.

✓ Инновационная деятельность: Организации, которые активно вкладываются в исследования и разработки новых продуктов или услуг. Основная цель заключается в создании конкурентных преимуществ на рынке путем предложения инновационных решений, стратегия таких организаций направлена на разработку новых продуктов и услуг.

✓ Социальная ответственность: Организации, которые активно занимаются благотворительностью, экологической безопасностью, социальными проблемами и другими аспектами социальной ответственности. В данном случае, основная цель заключается в повышении репутации компании и удовлетворении запросов общества, стратегия организации направлена на социальную ответственность.

✓ Развитие кадрового потенциала: Организации, которые ставят перед собой задачу развития своих сотрудников и создания комфортных условий для работы. Основная цель - удовлетворённость персонала и повышение эффективности его работы, стратегия организации направлена на развитие кадрового потенциала.

Конечно, каждая конкретная организация может объединять в себе несколько типов деловой активности в зависимости от своих целей и стратегии. Важно правильно определить свои приоритеты и нацелить все свои усилия на достижение поставленных целей.

Классификация деловой активности организации позволяет определить ее основную сферу деятельности и выявить преобладающие виды работ. Это необходимо для эффективного управления бизнесом, а также для проведения маркетинговых исследований и разработки стратегии развития компании.

Существует несколько подходов к классификации деловой активности организации. Один из наиболее распространённых подходов основан на отраслевой принадлежности компании. В соответствии с этим подходом организации могут быть отнесены к различным отраслям экономики, таким как производство, торговля, услуги, финансы и др.

Другой подход к классификации деловой активности организации основывается на типе выполняемой деятельности. Существует множество видов работ, которые могут быть выполнены в рамках одной и той же отрасли экономики. Например, компания, занимающаяся производством, может выпускать продукцию в различных областях, таких как машиностроение, текстильная промышленность, пищевая промышленность и др.

Важно отметить, что классификация деловой активности организации может быть изменена в зависимости от ряда факторов, таких как изменение бизнес-модели компании, перенос основной деятельности в другую область и т.д. Поэтому рекомендуется проводить периодическую оценку и анализ классификации деловой активности организации для обеспечения ее эффективного управления и развития.

1.3 Методические основы анализа деловой активности организации

Деловая активность характеризуется результативностью работы организации относительно величины авансированных ресурсов или величины их использования в процессе производства.

Методические основы анализа деловой активности организации включают в себя 7 шагов.

Шаг 1: Определение целей и задач анализа. Необходимо ясно определить, какую информацию необходимо получить из анализа, какие аспекты организации будут рассмотрены и какие результаты должны быть получены.

Шаг 2: Сбор и систематизация информации. Для проведения анализа необходимо собрать достоверную информацию о деятельности организации. Это может быть финансовая отчетность, отчеты о продажах, данные о производственной деятельности и т.д. Важно также систематизировать информацию для более эффективного проведения анализа.

Шаг 3: Анализ полученной информации. На этом этапе проводится сам анализ данных. Оцениваются показатели деятельности организации, выявляются тенденции и проблемные места. Этот этап позволяет оценить, насколько эффективна деятельность организации и где можно улучшить ее результаты.

Шаг 4: Формулирование выводов и рекомендаций. После проведения анализа формулируются выводы о текущей ситуации в организации и рекомендации по улучшению деятельности. Рекомендации должны быть конкретными и основываться на данных, полученных в ходе анализа [28].

Шаг 5: Разработка плана действий. На основе полученных результатов и рекомендаций разрабатывается план действий по улучшению деловой активности организации. План должен включать конкретные мероприятия, ответственных за их реализацию и сроки выполнения.

Шаг 6: Реализация плана действий. Все мероприятия, предусмотренные в плане, должны быть реализованы. Ответственные за их выполнение должны следить за соблюдением сроков и качеством работ.

Шаг 7: Контроль и оценка результатов. После реализации плана необходимо провести контроль и оценку результатов. Это позволит определить, насколько эффективны были принятые меры и были ли достигнуты поставленные цели. Если необходимо, можно корректировать стратегию и повторно провести анализ активности организации.

Показатели анализа деловой активности представляют собой числовые характеристики, которые используются для оценки эффективности и результативности бизнес-процессов в организации. Такие показатели могут включать в себя данные о прибыли, объеме продаж, затратах на производство, уровне удовлетворенности клиентов и другие факторы, которые влияют на успех и конкурентоспособность компании. Анализ показателей деловой активности позволяет выявлять проблемные зоны в деятельности организации и принимать меры для повышения ее эффективности.

Необходимо отметить, что среди относительных показателей особое место занимают показатели оборачиваемости, к которым относят, прежде всего:

- коэффициент оборачиваемости оборотных средств;
- средняя продолжительность одного оборота оборотных средств;
- коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;
- длительность одного оборота оборачиваемости дебиторской задолженности;
- коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;
- длительность одного оборота оборачиваемости кредиторской задолженности.

Оценивая динамика основных показателей, необходимо сопоставить темпы их изменения. Наиболее оптимальным является соотношение, базирующееся на следующей взаимосвязи:

$$TR^H > TR^B > TR^A > 100\% \quad (1)$$

Где TR^H - темп роста прибыли до налогообложения;

TR^B - темп роста выручки;

ТРА - темп роста активов.

Данное соотношение характеризует увеличение прибыли более высокими темпами по сравнению с ростом объема реализации продукции в результате относительного снижения издержек производства и обращения. Объем продаж растет более высокими темпами в сравнении с увеличением активов. Иными словами ресурсы предприятия используются эффективнее, а его экономический потенциал возрастает в сравнении с предыдущим периодом.

Соотношение, которое характеризует увеличение прибыли, называется коэффициентом рентабельности. Он показывает, какую прибыль компания получила в процентах от выручки или инвестиций. Коэффициент рентабельности может быть рассчитан различными способами в зависимости от целей анализа, но обычно он выражается в процентах и представляет собой отношение чистой прибыли к выручке от продаж. Высокий коэффициент рентабельности свидетельствует о том, что компания хорошо управляется и генерирует достаточно прибыли для инвесторов [31].

Следует отметить, что в хозяйственной практике при анализе деловой активности организации, большое внимание уделяется анализу эффективности использования оборотных средств. Анализ эффективности использования оборотных средств – это процесс изучения, как компания использует свои текущие активы для генерации прибыли. Оборотные средства относятся к тем активам компании, которые могут быть быстро превращены в денежные средства в течение короткого периода времени, обычно не более года.

Одним из ключевых показателей эффективности использования оборотных средств является оборачиваемость запасов, то есть сколько раз за период они полностью обновляются. Это может указывать на то, насколько успешно компания управляет своими запасами и избегает необходимости держать огромные запасы товаров.

Другим важным показателем может быть длительность цикла оборота, который указывает на время, которое требуется компании, чтобы превратить

свои оборотные средства в денежные средства. Если этот показатель высок, то это может указывать на неэффективность процессов, связанных с управлением дебиторской задолженности и платёжеспособностью клиентов.

В целом, анализ эффективности использования оборотных средств помогает компаниям определить, насколько успешно они используют свои текущие активы для создания прибыли. Это может помочь им выявить проблемные области и разработать стратегии для улучшения эффективности использования оборотных средств.

Как уже отмечалось ранее, измерения оборачиваемости оборотных средств используются следующие базовые показатели.

1. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств:

$$КООС = \frac{ВР}{ОС} \quad (2)$$

Где КООС – коэффициент оборачиваемости оборотных средств;

ВР – выручка;

ОС – величина оборотных средств.

Оборачиваемость оборотного капитала - это показатель эффективности использования компанией своих оборотных средств. Он вычисляется как отношение выручки компании к среднему значению её оборотных средств за рассматриваемый период.

Чем выше значение этого показателя, тем лучше для компании, так как это означает, что она эффективно использует свои оборотные средства в процессе бизнеса. Если же этот показатель низок, то это может указывать на неэффективное использование оборотных средств или на лишнюю запасы товаров.

2. Средняя продолжительность одного оборота оборотных средств.

Средняя продолжительность оборота оборотных средств (СПОС) характеризует, сколько времени требуется предприятию для того, чтобы превратить свои оборотные средства в выручку. Формула расчета СПОС:

$$\text{СПОС} = \frac{Д}{\text{КООС}} \quad (3)$$

Где СПОС – средняя продолжительность одного оборота оборотных средств;

Д – продолжительность периода, принимается равной 360, 180 или 90 дням

Конкретное значение СПОС может существенно различаться в зависимости от отрасли и конкретной компании. Однако, чем выше СПОС, тем более эффективно используются оборотные средства, что может указывать на более успешную деятельность предприятия.

3. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности - это показатель, который отражает, сколько раз за определённый период (обычно год) компания обращает свою дебиторскую задолженность в деньги. Он выражается как отношение выручки от продаж к средней величине дебиторской задолженности за период:

$$\text{КОДЗ} = \frac{\text{ВР}}{\text{ДЗ}} \quad (4)$$

Где КОДЗ – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности.

ДЗ - дебиторская задолженность

Чем выше этот показатель, тем более эффективно компания управляет своей дебиторской задолженностью и быстрее получает деньги от своих клиентов. Однако слишком высокий коэффициент может указывать на то, что компания устанавливает слишком строгие условия оплаты для своих клиентов, что может привести к потере клиентов и снижению объёмов продаж.

4. Длительность одного оборота оборачиваемости дебиторской задолженности.

Длительность одного оборота оборачиваемости дебиторской задолженности - это показатель финансовой эффективности компании, который показывает, как быстро компания превращает свою дебиторскую задолженность

в деньги. Для расчёта этого показателя необходимо выяснить, сколько времени (в днях) требуется компании для того, чтобы продать все свои товары и получить оплату за них от покупателей.

Формула расчёта длительности одного оборота оборачиваемости дебиторской задолженности:

$$\text{ДОДЗ} = \frac{Д}{\text{КОДЗ}} \quad (5)$$

где, ДОДЗ – длительность одного оборота оборачиваемости дебиторской задолженности.

В результате расчёта мы получим количество дней, которое потребуется компании, чтобы превратить свою дебиторскую задолженность в деньги. Чем меньше будет это число, тем эффективнее будет управление дебиторской задолженностью.

5. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности - это показатель, который отражает, как быстро компания расплачивается с поставщиками. Он рассчитывается как отношение суммы закупок (кредиторская задолженность) к выручке за период и умножается на количество дней в периоде.

Формула для расчета коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности выглядит следующим образом:

$$\text{КОКЗ} = \frac{\text{ВР}}{\text{КЗ}} \quad (6)$$

где, КОКЗ – коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;
КЗ – величина кредиторской задолженности.

Чем выше этот показатель, тем быстрее компания расплачивается со своими кредиторами. Однако, очень высокий коэффициент может также указывать на то, что компания не использует возможности отсрочки платежей, что может ухудшить ее финансовое состояние в целом.

6. Длительность одного оборота оборачиваемости кредиторской

задолженности.

Длительность одного оборота оборачиваемости кредиторской задолженности показывает, сколько времени компании требуется для оплаты своих поставщиков. Этот показатель выражается в количестве дней и рассчитывается как отношение среднего уровня задолженности поставщикам к сумме расходов на закупки за период, умноженное на количество дней в этом периоде. Формула для расчёта :

$$\text{ДОКЗ} = \frac{Д}{\text{КОКЗ}} \quad (7)$$

где, ДОКЗ – длительность одного оборота оборачиваемости кредиторской задолженности.

Чем более высоким является значение ДОКЗ, тем дольше компания берет на себя выплату задолженности поставщикам. Однако, слишком высокое значение ДОКЗ может привести к тому, что поставщики начнут снижать кредитный лимит компании или станут предоставлять менее выгодные условия оплаты.

В целом можно сказать о том, что анализ деловой активности организации является одним из главных составляющих анализа финансового состояния организации, так как по итогам анализа деловой активности организации можно определить её общее финансовое состояние, знание которого необходимо для принятия верных управленческих решений. Кроме того, анализ деловой активности позволяет оценить способность организации адаптироваться к изменениям в экономическом окружении и конкурентной среде. Если организация не готова к изменениям и не может быстро реагировать на новые требования рынка, то это может негативно повлиять на её финансовое положение.

Таким образом, анализ деловой активности является важным компонентом анализа финансовых состояний организации, который помогает понять, какие бизнес-процессы влияют на ее финансовые результаты и какие изменения могут

быть сделаны для улучшения этих результатов.

2. Комплексный анализ деловой ООО «Чипита Санкт-Петербург».

2.1 Техничко-экономическая характеристика деятельности ООО «Чипита Санкт-Петербург».

ООО «Чипита Санкт-Петербург» - это компания, которая занимается производством и продажей различных видов хлебобулочных изделий в Санкт-Петербурге и других регионах России. Товары компания производятся на 14 производственных предприятиях в 11 странах, а затем доставляются потребителям в общей сложности из 56 стран или напрямую или с помощью посредников через стратегические партнёрства. Бренд «Чипита» является известным на российском рынке и стал любимым у многих потребителей благодаря высокому качеству продукции. Компания использует современные технологии и инновационные решения для производства своей продукции, что позволяет ей быть конкурентоспособной на рынке.

Компания ООО «Чипита Санкт-Петербург», адрес: 198320, г. Санкт-Петербург, г. Красное Село, ул. Свободы, д. 50, лит.д зарегистрирована 01.11.2004. Организации присвоены ИНН 7807061269, ОГРН 1047813016460, КПП 780701001 и ОКПО 50894965. Основным видом деятельности является производством сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производством мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения, всего зарегистрировано 6 видов деятельности по ОКВЭД.

Организационно-правовой формой является "Общества с ограниченной ответственностью", а формой собственности — "Собственность иностранных юридических лиц". С 9 февраля 2023 единственным его учредителем стало иностранное юридическое лицо "Мондэлис Дойчланд Гмбх"(Германия).

Уставный капитал составляет 1,3 млрд руб. За 2022 год прибыль компании составляет — 884 022 000 Р, выручка за 2022 год — 8 156 865 000 Р.

Себестоимость продаж за 2022 год — 5 238 471 000 Р. Валовая прибыль на конец 2022 года — 2 918 394 000 Р.

Таблица 2.1 виды деятельности ООО «Чипита Санкт-Петербург».

| | |
|----------|--|
| 10.72 | Производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производство мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения |
| 10.82.2 | Производство шоколада и сахаристых кондитерских изделий |
| 46.36.2 | Торговля оптовая шоколадом и сахаристыми кондитерскими изделиями |
| 46.36.3 | Торговля оптовая мучными кондитерскими изделиями |
| 46.38.21 | Торговля оптовая гомогенизированными пищевыми продуктами, детским и диетическим питанием |
| 56.29 | Деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания |

Организационная структура ООО «Чипита Санкт-Петербург»:

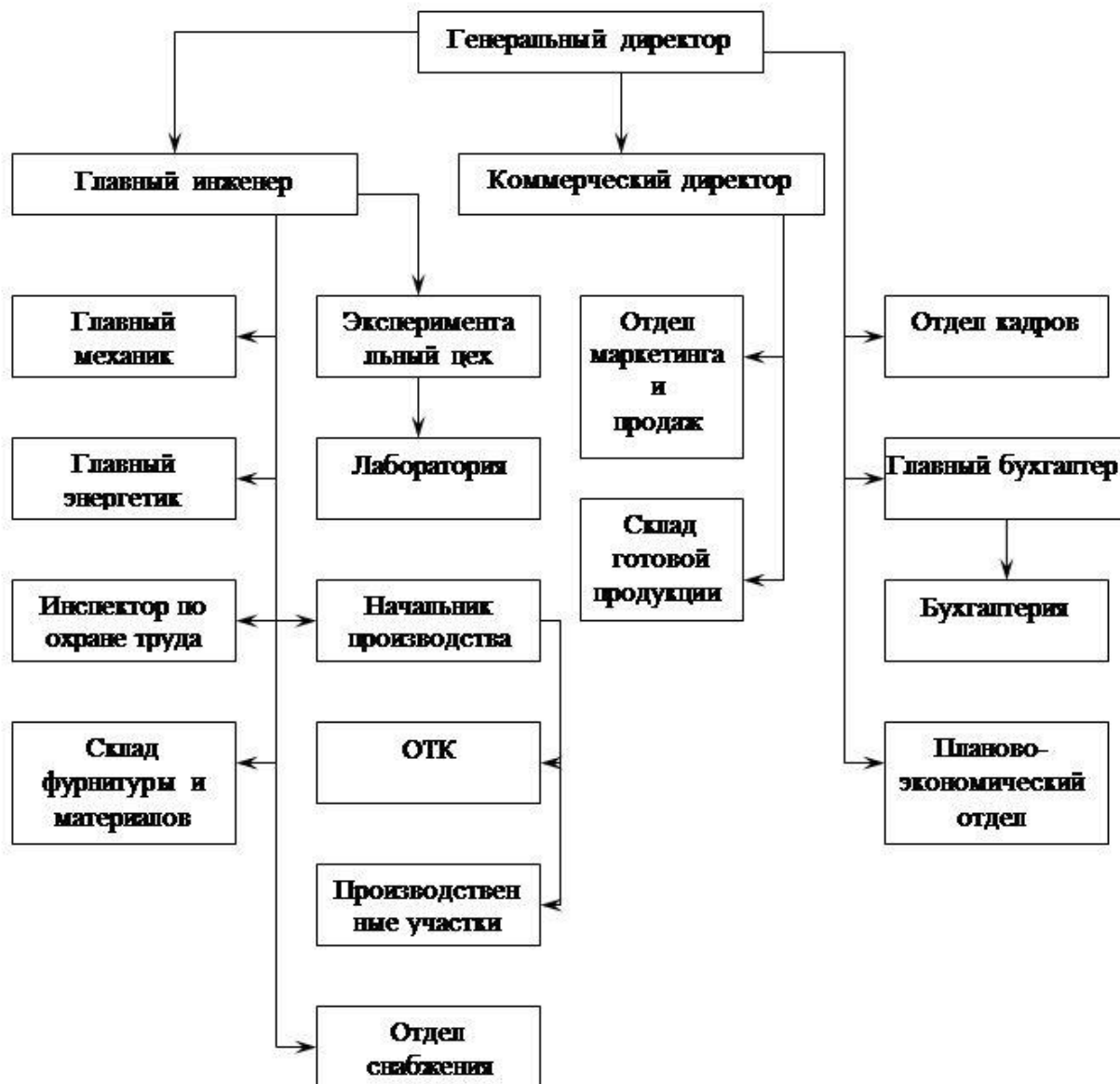


Рис.2.1 Организационная структура ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Линейно-функциональная структура способствует разделению управленческого труда, при котором линейные звенья управления призваны командовать, а функциональные – консультировать, помогать в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений и планов.

Генеральный директор несёт полную ответственность за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование ресурсов организации, а также за финансово-хозяйственные результаты деятельности.

В прямом подчинении у генерального директора находятся главный инженер, коммерческий директор, отдел кадров, главный бухгалтер и планово-экономический отдел.

Главный инженер отвечает за техническую политику и направления технического развития предприятия, способы реконструкции и технического перевооружения действующего производства, уровень специализации и диверсификации производства на перспективу. По его приказу работают главный механик, главный энергетик, инспектор по охране труда, склад фурнитуры и материалов, экспериментальный цех, начальник производства и отдел снабжения.

Коммерческий директор составляет план продаж и обеспечивает его выполнение. Он управляет командой менеджеров по продажам и сотрудничает с отделом маркетинга. По его приказу работают склад готовой продукции и отдел маркетинга и продаж.

Отдел кадров занимается управлением персоналом. Он отбирает, набирает и нанимает персонала необходимой квалификации и в требуемом объёме.

Главный бухгалтер или лицо, исполняющее его функции, несёт ответственность за соблюдение общих методологических принципов бухгалтерского учёта. Основные его функции состоят в обеспечении контроля и отражении на счетах бухгалтерского учёта всех осуществляемых предприятием хозяйственных операций, предоставление оперативной информации, составлении в установленные сроки бухгалтерской отчётности и осуществлении экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия. По его приказу работает бухгалтерия.

Планово-экономический отдел занимается сбором экономических показателей компании и изучением данных об экономическом состоянии фирмы, а также расчетом финансовых показателей и их планированием.

Наглядно маркетинговая модель ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис. 2.2

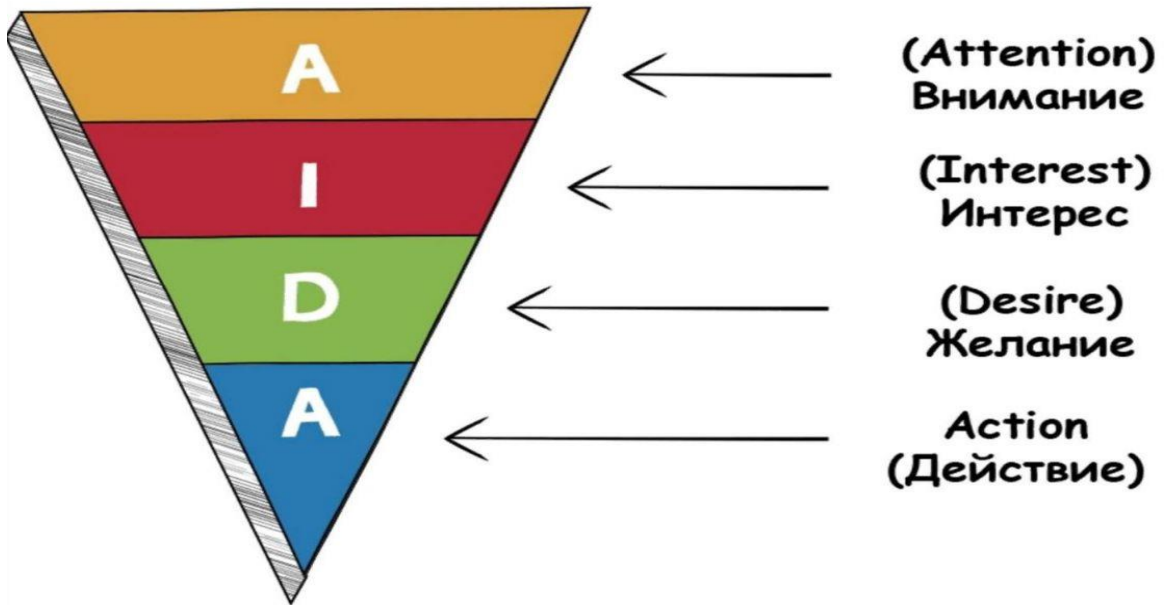


Рис 2.2 маркетинговая модель ООО «Чипита Санкт-Петербург» (AIDA)

Модель AIDA - это метод продаж, выдержавший испытание временем и миллионы рекламных кампаний. Он способен эффективно влиять на потребителя, превращая аудиторию в постоянных покупателей и клиентов.

Основные технико-экономические показатели деятельности ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлены в табл. 2.2

Таблица 2.2 Основные технико-экономические показатели деятельности

| Наименование показателя | 2020г. | 2021г. | 2022 г. | Абсолютное отклонение | | Темп роста % | |
|---|---------|----------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|------------------|
| | | | | 2021 г.к 2020 г. | 2022г.к 2021 г. | 2021 г.к 2020 г. | 2022 г.к 2021 г. |
| <i>I</i> | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Выручка млн. руб. | 4995 | 6 289 | 8 156 | 1 293 | 1 867 | 1,26 | 1,3 |
| Себестоимость продаж млн. руб. | (3 127) | (4 191) | (5 238) | 1 063 | 1047 | 1,34 | 1,25 |
| Валовая прибыль (убыток) млн. руб. | 1 867 | 2 098 | 2 918 | 230 | 820 | 1,12 | 1,4 |
| Коммерческие расходы млн. руб. | (999) | (1 314) | (1 352) | 314 | 38 | 1,31 | 1,03 |
| Управленческие расходы млн. руб. | (651) | (708) | (658) | 57 | -50 | 1,08 | 0,93 |
| Прибыль (убыток) от продаж млн. руб. | 217 | 75 | 906 | -141 | 831 | 0,35 | 11,96 |
| Проценты к получению млн. руб. | 2,108 | 1,806 | 1,354 | -0,302 | -0,452 | 0,85 | 0,75 |
| Проценты к уплате млн. руб. | (-) | (-) | (2,142) | - | 2,142 | - | - |
| Прочие доходы млн. руб. | 45 | 37 | 215 | -7 | 178 | 0,82 | 735 |
| Прочие расходы млн. руб. | (43) | (56) | (79) | 13 | 23 | 1,31 | 1,4 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения млн. руб. | 221 | 58 | 1 041 | -163 | 983 | 0,26 | 17,87 |
| Налог на прибыль млн. руб. | 38 | (16) | (157) | -54 | 141 | 0,43 | 9,54 |
| в т.ч.: текущий налог на прибыль млн. руб. | (30) | (22) | (137) | -8 | 114 | 0,72 | 6,21 |
| отложенный налог на прибыль млн. руб. | 68 | 5 | (20) | -63 | 26 | 0,08 | 3,77 |
| Прочее тыс. ру | - | 0 | 0 | | | | |
| Наименование показателя | 2020г. | 2021г. | 2022 г. | Абсолютное отклонение | | Темп роста % | |

| | | | | 2021 г.к 2020 г. | 2022г.к 2021 г. | 2021 г.к 2020 г. | 2022 г.к 2021 г. |
|--|---------|---------|---------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| <i>I</i> | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Чистая прибыль (убыток) млн. руб. | 259 | 41 | 884 | -217 | 842 | 0,16 | 21,16 |
| Среднесписочная численность работников чел. | 788 | 774 | 812 | -14 | 38 | 0,98 | 1,05 |
| Производительность труда, тыс.руб./чел. | 6339,45 | 8125,67 | 10045,4 | 1787,21 | 1918,7 | 1,28 | 1,2 |
| Среднегодовая стоимость основных фондов млн. руб. | 599 | 551 | 1000 | -48 | 449 | 0,92 | 1,81 |
| Фондоёмкость руб. | 0,12 | 0,087 | 0,12 | -0,033 | 0,033 | 0,725 | 1,38 |

Наглядно динамика прибылей ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис. 2.2



Рис 2.2 Динамика прибылей

Хотя увеличение Валовой прибыли (убыток) в 2021 году на 230млн. руб. в сравнении с 2020 годом, Прибыль (убыток) от продаж сократилась на 141млн. руб. более 65% за 2020 года. У компании было такое резкое снижение прибыли

от продаж при значительном увеличении расходов. Коммерческие расходы увеличились на 31,5% и управленческие расходы на 0,88% по сравнению с 2020 годом. Это увеличение расходов связано с закрытием границ из-за коронавируса. Стоимость транспортировки продукции в зарубежные страны резко возросла, поскольку доставка продукции, которая раньше осуществлялась за 5 дней, начинает осуществляться за 2 недели. Из-за увеличения расходов чистая прибыль упала на 83,9%.

Это крупнейшее снижение уровня прибыли компании с момента ее основания. Это резкое падение привело к большим изменениям в компании. Во-первых, у компании сменился владелец, официально перешёл в собственность нового владельца: американского производителя снеков и кондитерских изделий Mondelez. Единственным его учредителем стало иностранное юридическое лицо "Мон'дэлис Дойчланд Гмбх". Ранее завод принадлежал компаниям с ограниченной ответственностью "Ролосон Трейдинг Лимитед" и "Чипита Россия (Кипр) Лимитед". Во-вторых, компания уволила своего генерального директора и нескольких других сотрудников компании.

В 2022 со сменой владельца, внедрением новой системы управления и открытием международных границ наблюдается сокращение расходов, что позволяет компании увеличить прибыль от продаж на 1096,8% и чистую прибыль на 2016,8% по сравнению с 2021 годом.

$$\text{Рентабельность продаж}_{2021} = 75\,759 / 6\,289\,266 * 100 = 1,204\%$$

$$\text{Рентабельность продаж}_{2022} = 906\,714 / 8\,156\,865 * 100 = 11,115\%$$

$$\text{Рентабельность продаж}_{2022} - \text{Рентабельность от продаж}_{2021} = 9,91\%$$

Рентабельность продаж в 2022 году увеличилась на 9,91% по сравнению с 2021 годом.

Динамика производительности труда в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис. 2.3

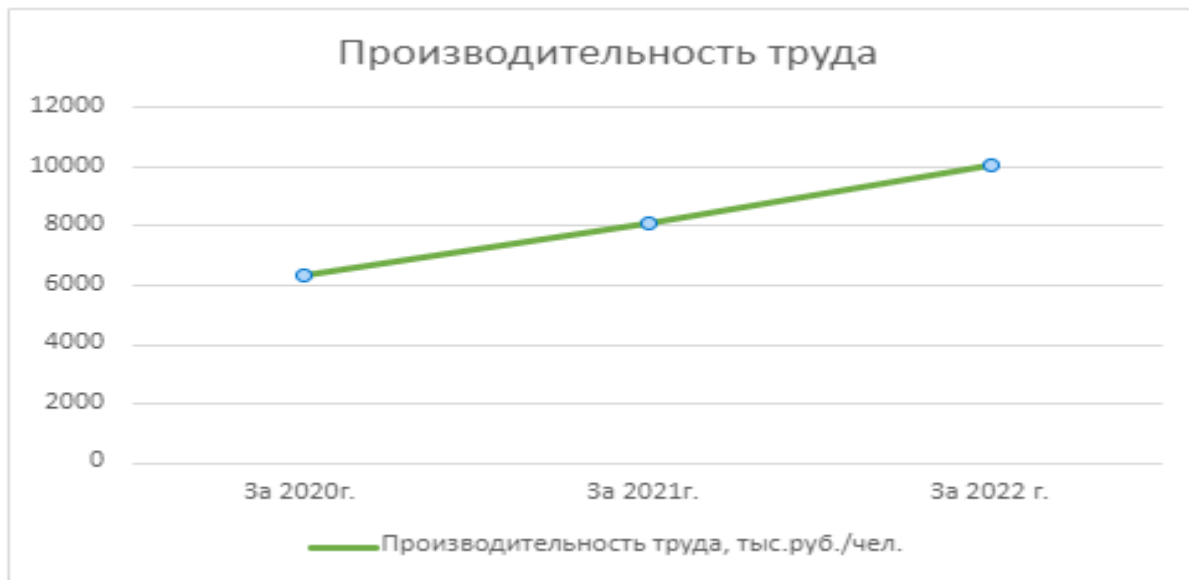


Рис. 2.3 Динамика производительности труда в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Хотя произошло снижения количества рабочих в 2021 году на 14 чел. производительность труда выросла на 1787,21 тыс.руб./чел.

Динамика фондоотдачи в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис. 2.4

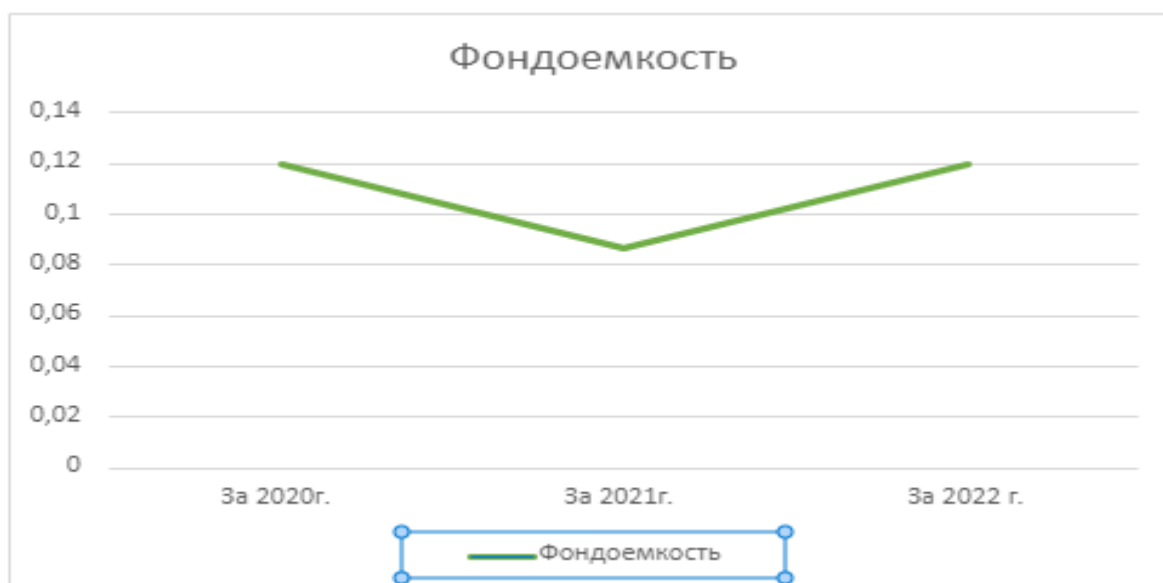


Рис. 2.4. Динамика фондоёмкости

Фондоёмкость в 2022 г. по сравнению с 2021 г. выросла на 0,033 пункта, что является отрицательным фактором.

2.2 Анализ деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург»

Комплексный анализ деловой активности состоит из изучения состояния и динамики разных финансовых коэффициентов оборачиваемости и рентабельности, которые представляют собой относительные показатели финансовых результатов деятельности организации.

В практике чаще всего деловая активность рассматривается как результативность работы организации относительно величины авансированных ресурсов или величины их потребления в процессе деятельности. Анализ деловой активности позволяет определить эффективность текущей финансово-хозяйственной деятельности организации.

Показатели оборачиваемости в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлены в таблице . 2.3

Таблица 2.3. Анализ показателей оборачиваемости в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

| Показатели | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | Абсолютное отклонение | |
|---|---------|---------|---------|-----------------------|-------------------|
| | | | | 2021 г. к 2020 г. | 2022 г. к 2021 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Оборачиваемость основных средств (фондоотдача) | 8,33 | 11,4 | 8,15 | 3,07 | -3,25 |
| 2. Оборачиваемость оборотных активов | 3,7 | 3,79 | 2,88 | 0,09 | -0,91 |
| 3. Оборачиваемость активов | 2,36 | 2,52 | 1,92 | 0,16 | -0,6 |
| 4. Оборачиваемость дебиторской задолженности | 7,32 | 7,15 | 8,47 | -0,17 | 1,32 |
| Показатели | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | Абсолютное отклонение | |

| | | | | 2021 г.к 2020 г. | 2022 г. к 2021 г. |
|---|-------|------|-------|---------------------|----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 5. Оборачиваемость кредиторской задолженности | 11,54 | 8,77 | 11,28 | -2,77 | 2,57 |

Наглядно динамика оборачиваемости основных средств (фондоотдачи) в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.5

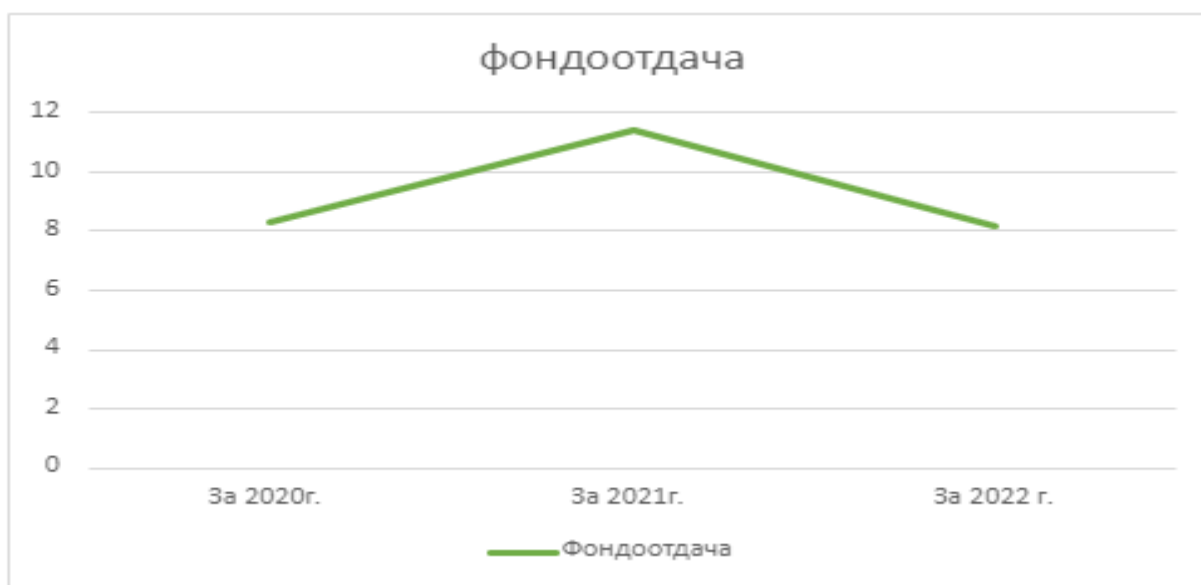


Рис. 2.5. Динамика фондоотдачи

Фондоотдача наивысшего значения достигла в 2021 г. и составила 11,4. Однако в 2022 г. данный показатель снизился на 3,25 пункта. Это свидетельствует о неэффективном использовании основных средств в 2022 г. Снижение фондоотдачи предприятия означает, что прибыль, полученная предприятием от использования своих основных средств (фондов), уменьшилась. Чем ниже этот показатель, тем менее эффективно используются основные средства предприятия для производства продукции, что может указывать на проблемы в управлении производством предприятия.

Динамика оборачиваемости оборотных активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.6.



Рис.2.6. Динамика оборачиваемости оборотных активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Оборачиваемость оборотных активов ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2021 г. по сравнению с 2020 г. выросла на 0,09 пункта, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. снизилась на 0,91 пункта. Снижение оборачиваемости оборотных активов предприятия означает, что компания наращивает свой запас товаров или недвижимости, сокращает продажи или неспособна быстро превращать свои текущие активы в деньги. Такое снижение в 2022 г. может указывать на проблемы в управлении запасами, повышенную конкуренцию.

Динамика оборачиваемости активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.7.

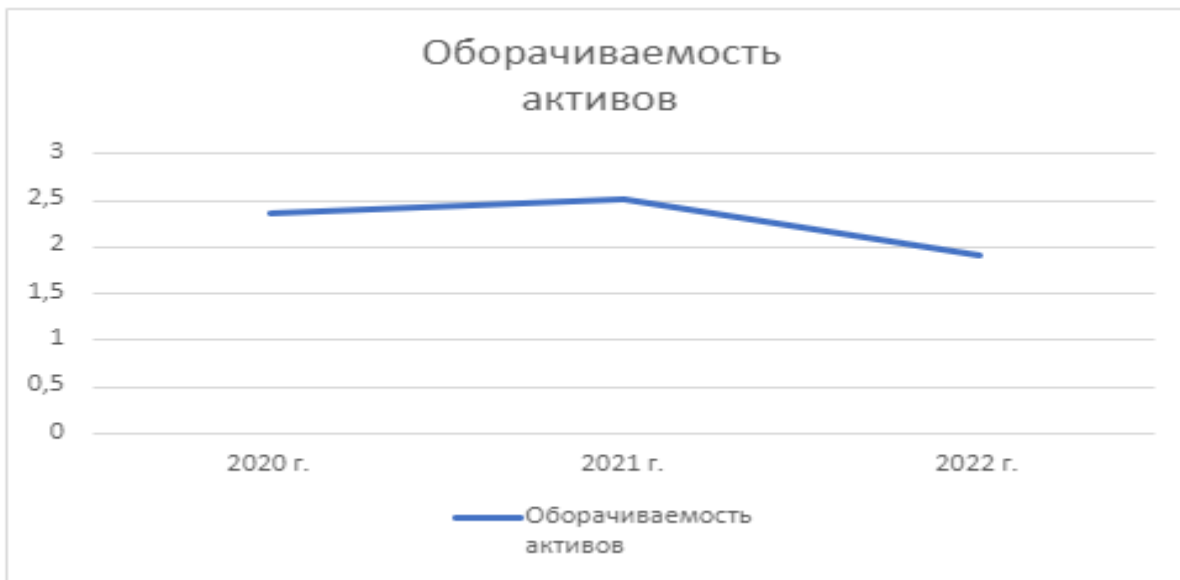


Рис.2.7. Динамика оборачиваемости активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Оборачиваемость активов ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2021 г. по сравнению с 2020 г. выросла на 0,16 пункта, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. снизилась на 0,6 пункта. Снижение оборачиваемости активов в 2022 г. является негативным фактором для бизнеса, поскольку компания тратит больше ресурсов на поддержание своей деятельности, что может отрицательно сказаться на её прибыльности и конкурентоспособности.

Динамика оборачиваемости дебиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.8.



Рис.2.8. Динамика оборачиваемости дебиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Оборачиваемость дебиторской задолженности наивысшего значения достигла в 2022 г. и составила 8,47. Этот увеличение означает, что компания стала быстрее превращать свою дебиторскую задолженность в наличные деньги. Это может произойти благодаря улучшению политики кредитования клиентов, более эффективному взысканию долгов или сокращению сроков отсрочки платежей.

Чем выше оборачиваемость дебиторской задолженности, тем лучше для финансового состояния компании. Высокая оборачиваемость говорит о том, что компания эффективно управляет своими финансами и может быстро получать деньги от своих клиентов, что, в свою очередь, позволяет ей оплачивать свои расходы и инвестировать деньги в развитие бизнеса.

Динамика оборачиваемости кредиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.9.

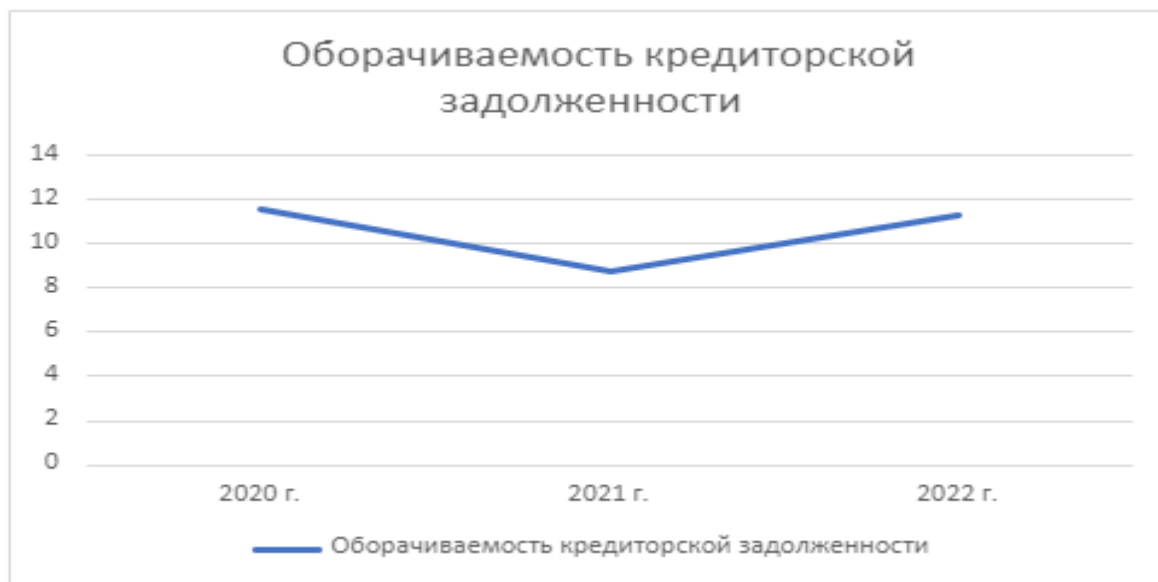


Рис.2.9. Динамика оборачиваемости кредиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» .

Оборачиваемость кредиторской задолженности ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2021 г. по сравнению с 2020 г. снизилась на 2,77 пункта, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. выросла на 2,57 пункта. Это свидетельствует о росте эффективности использования кредиторской задолженности в 2022 г. Увеличение оборачиваемости кредиторской задолженности является положительным финансовым показателем, который помогает снижать затраты на процентные выплаты и уменьшать риски неоплаты долгов перед поставщиками.

В анализе деловой активности большое значение имеет оценка периодов оборачиваемости отдельных видов активов и обязательств.

Рассчитаем периоды оборачиваемости отдельных видов активов и обязательств в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в таблице 2.4.

Таблице 2.4. Анализ периодов оборачиваемости отдельных видов активов и обязательств в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2020-2022.

| Показатели, дни | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | Абсолютное отклонение | |
|-----------------|---------|---------|---------|-----------------------|-------------------|
| | | | | 2021 г. к 2020 г. | 2022 г. к 2021 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|-----|-----|-----|----|-----|
| 1.Период оборачиваемости основных средств | 145 | 178 | 195 | 33 | 17 |
| 2.Период оборачиваемости оборотных активов | 67 | 87 | 95 | 20 | 8 |
| 3.Период оборачиваемости активов. | 115 | 133 | 185 | 18 | 52 |
| 4.Период оборачиваемости дебиторской задолженности | 28 | 45 | 28 | 17 | -17 |
| 5.Период оборачиваемости кредиторской задолженности | 69 | 72 | 65 | 3 | -7 |

Динамика периода оборачиваемости основных средств представлена на рис. 2.10.



Рис. 2.10. Динамика периода оборачиваемости основных средств в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Период оборачиваемости основных средств в ООО «Чипита Санкт-Петербург» с 2020 г. по 2022 г. удлиняется, что является отрицательной динамикой. Увеличение периода оборачиваемости основных средств может привести к снижению эффективности использования основных средств и увеличению затрат на их обслуживание, что негативно сказывается на финансовых показателях предприятия.

Динамика периода оборачиваемости оборотных активов в ООО «Чипита

Санкт-Петербург» представлена на рис.2.11.



Рис.2.11. Динамика периода оборачиваемости оборотных активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Период оборачиваемости оборотных активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2021 г. удлинился по сравнению с 2020 г. на 20 дней, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. на 8 дней. Это свидетельствует о росте периода оборачиваемости оборотных активов. Увеличение периода оборачиваемости оборотных активов предприятия означает, что средства, вложенные в оборотные активы (запасы товаров, дебиторская задолженность и т.д.), остаются занятыми на более длительный период времени, прежде чем они генерируют выручку для компании.

Получается, что увеличение периода оборачиваемости оборотных активов приводит к уменьшению скорости обращения оборотных активов предприятия и, следовательно, к увеличению времени, необходимого для получения прибыли от инвестированных средств. Это может негативно сказаться на финансовых показателях предприятия, таких как рентабельность и ликвидность.

Динамика периода оборачиваемости активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис. 2.12

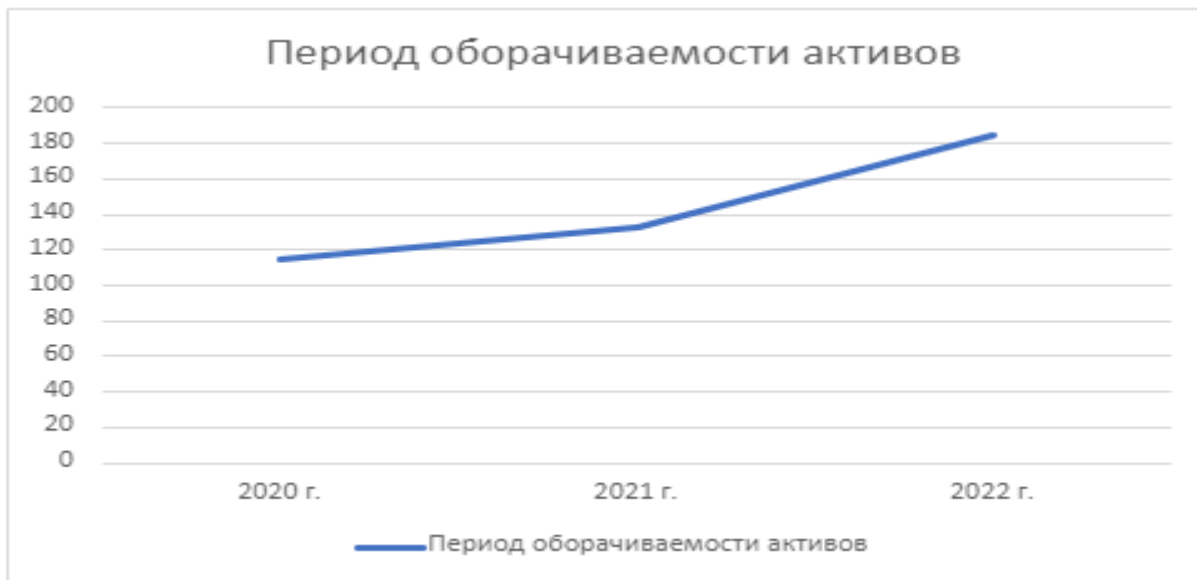


Рис. 2.12 Динамика периода оборачиваемости активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Период оборачиваемости активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2021 г. вырос по сравнению с 2020 г. на 18 дней, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. на 52 дня. Это свидетельствует о росте периода оборачиваемости оборотных активов.

Динамика периода дебиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.13.



Рис.2.13. Динамика периода оборачиваемости дебиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Период оборачиваемости дебиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2020 г. и 2022 г. составил 28 дней, а в 2021 г. 45 дней.

Динамика периода кредиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.14.



Рис.2.14. Динамика периода кредиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Период оборачиваемости кредиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2022 г. по сравнению с 2021 г. сократился на 7 дней и составил 65 дня, что свидетельствует об ускорении оборачиваемости кредиторской задолженности. Это положительно влияет на деятельность организации.

2.3 Анализ прибыли и рентабельности предприятия.

С целью комплексной оценки деловой активности организации необходимо провести анализ показателей прибыли и рентабельности.

Анализ прибыли и рентабельности предприятия - это процесс изучения финансовых результатов деятельности компании для определения её финансовой стабильности и успешности бизнеса. Анализ прибыли позволяет оценить, какую прибыль предприятие получает от своей деятельности, а рентабельность - определить эффективность использования имущества и

капитала компании. Эти показатели являются важными для инвесторов, руководства предприятия и других заинтересованных лиц, так как они помогают принимать решения о дальнейшем развитии компании и инвестировании средств. В данном контексте, анализ прибыли и рентабельности является неотъемлемой частью финансового анализа компании, который направлен на определение ее финансового здоровья и состояния.

Анализ показателей прибыли в ООО «Чипита Санкт-Петербург» за 2020-2022 гг. представлены в таблице .2.5.

Таблице .2.5. Анализ показателей прибыли в ООО «Чипита Санкт-Петербург» за 2020- 2022 гг.

| Показатели, тыс.руб. | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | Абсолютное отклонение | |
|-------------------------------|---------|---------|---------|-----------------------|----------------------|
| | | | | 2021 г.к 2020 г. | 2022 г. к 2021 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Валовая прибыль | 1867760 | 2089228 | 2918394 | 230468 | 820166 |
| 2. Прибыль от продаж | 217281 | 75759 | 906714 | -141522 | 830955 |
| 3. Прибыль до налогообложения | 221402 | 58305 | 1041848 | -163097 | 983543 |
| 4. Чистая прибыль | 259481 | 41763 | 884022 | -217718 | 842259 |

Динамика прибылей в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.15.

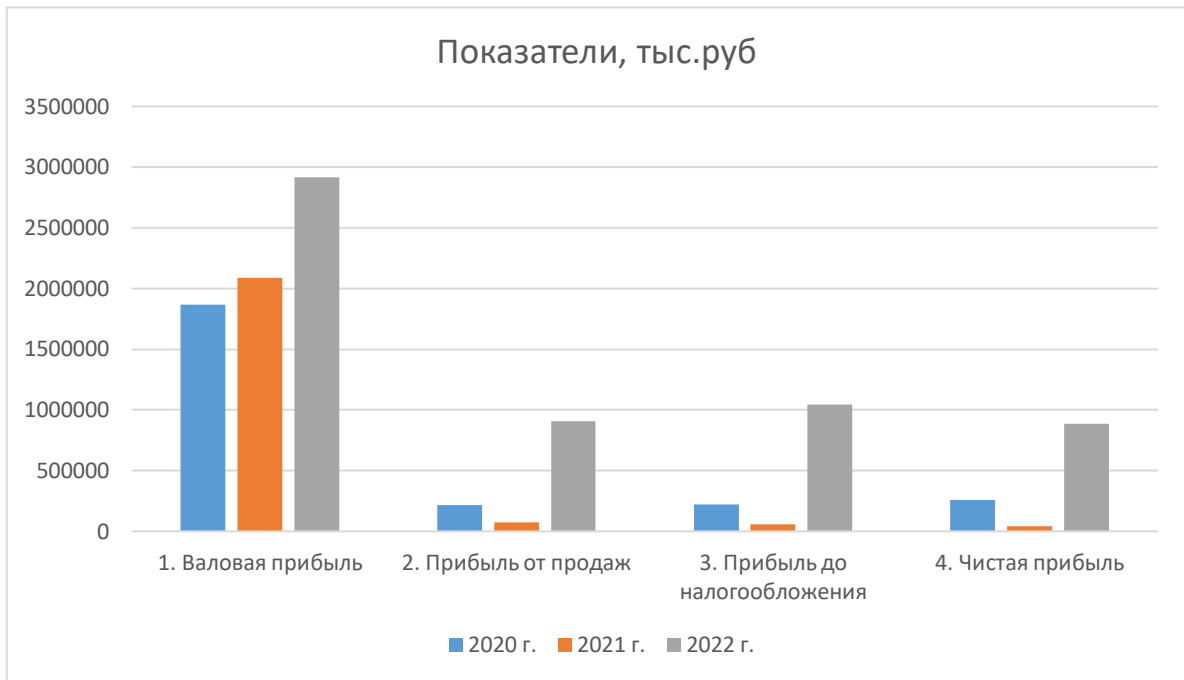


Рис.2.15. Динамика прибылей в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

В ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2022 г. по сравнению с 2021 г. валовая прибыль увеличивается на 820 166 тыс. руб., и прибыль от продаж на 830 955 тыс. руб. За рассматриваемый период прибыль до налогообложения и чистая прибыль увеличиваются на 983543 тыс. руб. и 842259 тыс. руб. соответственно. Такое значительное увеличение прибылей в 2022 г. свидетельствует о эффективном управлении компанией. Оно формирует финансовую основу для самофинансирования, расширенного производства, удовлетворения социальных и материальных потребностей трудовых коллективов.

Анализ показателей рентабельности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» за 2020-2022 гг. проведён в таблице 2.6.

Таблице 2.6. Анализ показателей рентабельности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» за 2020-2022 гг.

| Показатели, %. | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | Абсолютное отклонение | |
|---|---------|---------|---------|-----------------------|-------------------|
| | | | | 2014 г. к 2013 г. | 2015 г. к 2014 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Рентабельность продаж по прибыли от продаж | 4,35 | 1,2 | 11,12 | -3,15 | 9,92 |
| 2. Рентабельность продаж по чистой прибыли | 5,19 | 0,66 | 10,83 | -4,53 | 10,17 |
| 3. Рентабельность активов | 12,26 | 1,68 | 20,89 | -10,58 | 19,21 |
| 4. Рентабельность собственного капитала | 16,5 | 2,59 | 28,96 | -13,91 | 26,37 |

Динамика показателей рентабельности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» представлена на рис.2.16.

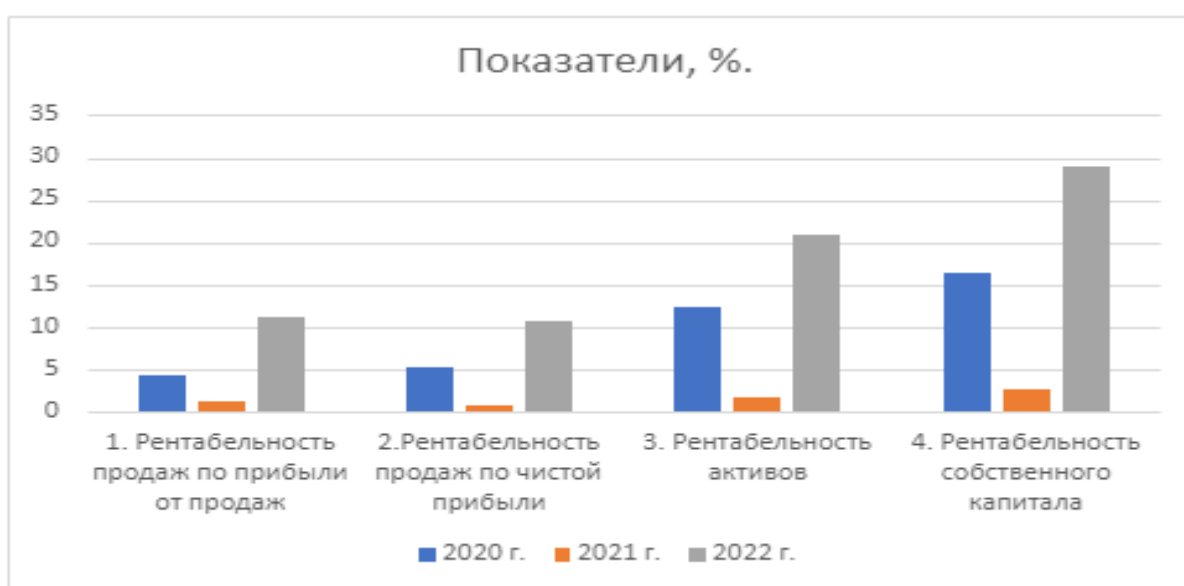


Рис.2.16. Динамика показателей рентабельности в ООО «Чипита Санкт-Петербург».

Рентабельность продаж по прибыли от продаж в 2021 г. по сравнению с 2020 г. сократилась на 3,15%, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. растёт на 9,92%. Рентабельность продаж по чистой прибыли в 2022 г. по сравнению с 2021 г. растёт на 10,17%. Рентабельность активов и рентабельность собственного

капитала в динамике растут: в 2022 г. по сравнению с 2021 г. на 19,21% и 26,37% соответственно.

3. Основные направления по повышению деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург»

3.1 Рекомендации по повышению деловой активности предприятия

Деловая деятельность является выражением эффективности управления материальными, трудовыми, финансовыми и другими ресурсами в деятельности предприятия. Она включает повышение эффективности использования ресурсов компании для обеспечения конкурентоспособности с учётом микро и макроэкономических условий. Улучшение деятельности компании также включает финансовую, производственную, инновационную, инвестиционную, маркетинговую, трудовую деятельность и управление компанией.

К основным направлениям работы, направленной на повышение активности предприятия, относятся ускорение оборота капитала предприятия, экономичное и рациональное использование оборотных средств, а также имеющихся ресурсов предприятия.

Ускорение оборота капитала способствует увеличению объёма выручки и, следовательно, увеличению доходов предприятия. По сути, это позволяет улучшить финансовое положение компании. В целом оно повышает платёжеспособность компании. Ускорение оборачиваемости зависит от времени, которое они проводят на разных стадиях производственного цикла, сокращая его продолжительность, а значит, ускорение оборачиваемости является основной задачей повышения деловой активности современной компании.

Есть много вариантов для ускорения оборачиваемости капитала в ООО «Чипита Санкт-Петербург». Компания может сократить продолжительность производственного цикла. Для достижения этого сокращение компания ООО «Чипита Санкт-Петербург» должна интенсифицировать свой производственный процесс, нанимать сотрудников с большим опытом на каждом этапе производства.

Для ускорения оборачиваемости капитала, ООО «Чипита Санкт-Петербург» может повысить свою производительность труда. Это зависит от способности бизнес-лидеров создать атмосферу успеха. Они должны определить, что мотивирует рабочие группы и отдельных лиц в каждой команде. К ним относятся:

- избежание пустой траты времени; проверять установку оборудования в каждом производственном цехе, чтобы избежать прогулов.

- сосредоточение внимания работников. Выгорание сотрудников — распространённая проблема во всех отраслях. Это способствует промедлению и отсутствию мотивации, даже травмам и болезням. Компания должна поощрять работников к перерывам и отпускам для поддержания их психического здоровья.

- избежание многозадачности для сотрудников. Многие сотрудники утверждают, что у них многозадачный профиль, но на самом деле почти всегда лучше сосредоточиться на чем-то одном. Несколько исследований показали, что многозадачность может негативно повлиять на индивидуальную производительность до 40%. Как минимум, начальник производства должен убедиться, что рабочая нагрузка относительно одинакова между членами команды.

- расстановка приоритетов простоты. Разработка стратегии повышения производительности имеет решающее значение, но она не должна быть сложной. Начальник производства должен создать простую и целенаправленную стратегию, в которой подробно описаны намеченные этапы и результаты. Это помогает сотрудникам сосредоточиться на своих задачах и подтолкните их к успеху.

- оздоровительные программы для сотрудников. Благополучие включает в себя физическое и психическое здоровье, оба из которых могут повысить производительность. Компания может организовать занятия

фитнесом, похуданием. Она также может оплатить часть медицинских осмотров работников.

Компания может улучшить свой уровень маркетинга. С помощью маркетинговых инструментов привлекаются покупатели, что позволяет увеличить продажи компании. С другой стороны, повышение уровня маркетинга косвенно способствует росту прибыльности организации, в том числе за счёт формирования определённых лидерских позиций и деловой репутации компании. ООО «Чипита Санкт-Петербург» может изменить свою маркетинговую модель с «AIDA» на «RACE» чтобы улучшить свой уровень маркетинга.

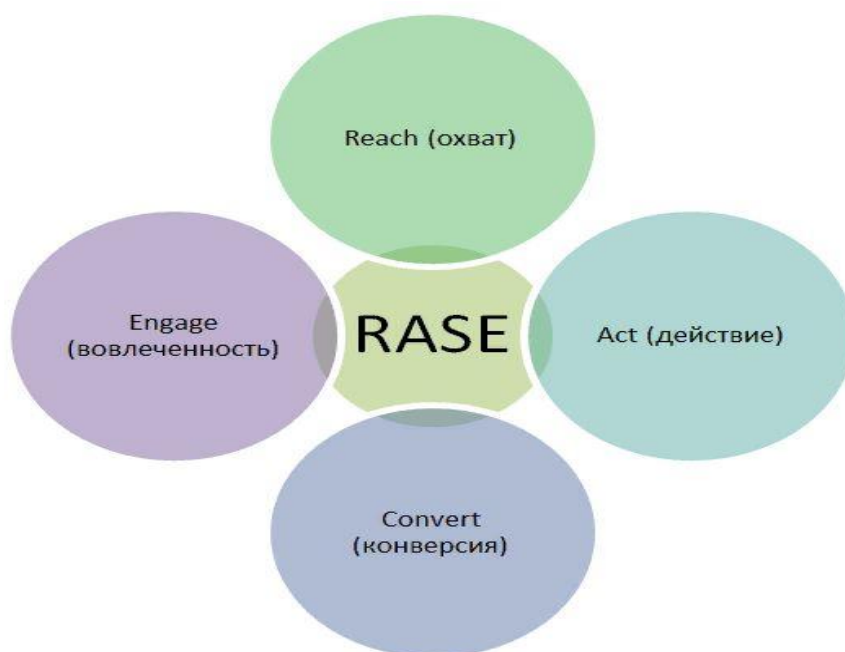


Рис 3.1 Модель рекомендательного маркетинга ООО «Чипита Санкт-Петербург» (RACE)

«AIDA» состоит из 4 этапов продаж: внимание; интерес; желание; действие. А «RACE» является: охват, действие, конверсия и вовлеченность. Можно отметить, что маркетинговая модель «RACE» заключается в том, чтобы превратить клиентов в постоянных клиентов и удержать их.

С помощью использования маркетинговой моделью «RACE», компания может привлекать новых клиентов, превращать их в лояльных клиентов, сохраняя при этом своих старых клиентов.

Чтобы увеличить клиентскую базу и ускорить выпуск своей продукции, компания ещё может обеспечить конкурентоспособность качества своей продукции. улучшение качества продукции способствует увеличению спроса, а также увеличению товарооборота.

Улучшение использования оборотных активов компании начинается с эффективного использования оборотных средств. Это заключается в снижении удельного расхода сырья и материалов. Что позволит получить больше готовой продукции из заданного количества сырья и материалов и станет серьёзной предпосылкой увеличения масштабов производства. Эта процедура, снижает использование материальных ресурсов и в то же время производственные затраты, повышает производительность, что положительно скажется на финансовом положении компании.

Изучая производственную цепочку ООО «Чипита Санкт-Петербург», можно определить этапы, на которых сырьё тратится впустую. Иногда достаточно изменить способ работы, адаптировав поведение персонала, чтобы сократить потребление материалов. В остальных случаях потребуется замена оборудования на более эффективную технику. Сегодня во всех сферах разрабатывается множество чистых технологий, позволяющих сократить количество сырья, необходимого для производства того же количества продукции. Другая возможность состоит в том, чтобы привлечь внимание рабочих, чтобы они приняли поведение, благоприятное для экономии сырья. Наконец, отходы иногда возникают из-за того, что бутылки и банки, которые не были полностью опорожнены, выбрасываются в мусорное ведро. Количество, содержащееся в этих контейнерах, несомненно, превышает количество, необходимое для деятельности компании. В этом случае лучше запросить у поставщика возможность предложить различную существующую упаковку,

чтобы подобрать наполнение, которое лучше соответствует потребностям компании.

Ещё один способ сократить потребление сырья — использовать переработанное сырье. Для их распознавания существуют специальные логотипы. В противном случае можно обратиться к поставщику или производителю и, таким образом, побудить их предложить продукт этого типа.

Мероприятие по повышению деловой активности организации представляет собой важный инструмент для увеличения эффективности бизнеса. В рамках такого мероприятия можно провести множество действий, направленных на стимулирование сотрудников и повышение их мотивации, что может привести к улучшению производительности и результатов компании.

Для того чтобы успешно провести мероприятие по повышению деловой активности, необходимо разработать план действий, который будет ориентирован на конкретные потребности и цели организации. В рамках этого плана можно предусмотреть организацию тренингов, мастер-классов, семинаров, конференций и других мероприятий, которые будут направлены на повышение знаний и навыков сотрудников.

Также важным аспектом является создание благоприятной рабочей атмосферы, что поможет увеличить взаимодействие между сотрудниками и повысить их мотивацию. Для достижения этой цели можно использовать различные методы и инструменты, такие как организация корпоративных мероприятий, совместные проекты и т.д.

В целом, мероприятие по повышению деловой активности является важным шагом для развития и улучшения бизнеса. Оно позволяет укрепить командный дух, повысить мотивацию сотрудников и увеличить эффективность работы организации.

Таким образом, улучшение трудовых, материальных, финансовых и других результатов способствует повышению деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург». С целью поддержки деловой активности на высоком уровне

необходимо постоянно контролировать и совершенствовать все структурные подразделения организации, регулировать эффективность использования ресурсов.

3.2 Прогноз деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург»

После реализации предложенных мероприятий по ускорению оборачиваемости капитала, выручка компании увеличится на 35%.

Прогноз показателей деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург» в результате предложенных мероприятий по ускорению оборачиваемости капитала, представлен в таблице 3.1

Таблице 3.1 прогноз показателей деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург» в результате предложенных мероприятий по ускорению оборачиваемости капитала.

| Показатели | 2022 г. | Прогноз | Абсолютное отклонение |
|---|---------|----------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1.Выручка, тыс.руб. | 8156865 | 11011768 | 2854903 |
| 1.Оборачиваемость основных средств | 8,15 | 11 | 2,85 |
| 2.Оборачиваемость оборотных активов | 2,88 | 3,9 | 1,02 |
| 3.Оборачиваемость активов | 1,92 | 2,58 | 0,66 |
| 4.Оборачиваемость дебиторской задолженности | 8,47 | 11,43 | 2,96 |
| 5.Оборачиваемость кредиторской задолженности | 11,28 | 15,22 | 3,94 |
| 6.Период оборачиваемости основных средств, дн. | 195 | 157 | -38 |
| 7.Период оборачиваемости оборотных активов, дн. | 95 | 88 | -7 |
| 8.Период оборачиваемости активов, дн. | 185 | 164 | -21 |
| 9.Период оборачиваемости дебиторской задолженности, дн. | 28 | 24 | -4 |
| 10.Период оборачиваемости кредиторской задолженности, дн. | 65 | 56 | -9 |

Наглядно динамику показателей оборачиваемости после внедрения предложенных мероприятий по ускорению оборачиваемости капитала представим на рис. 3.2.

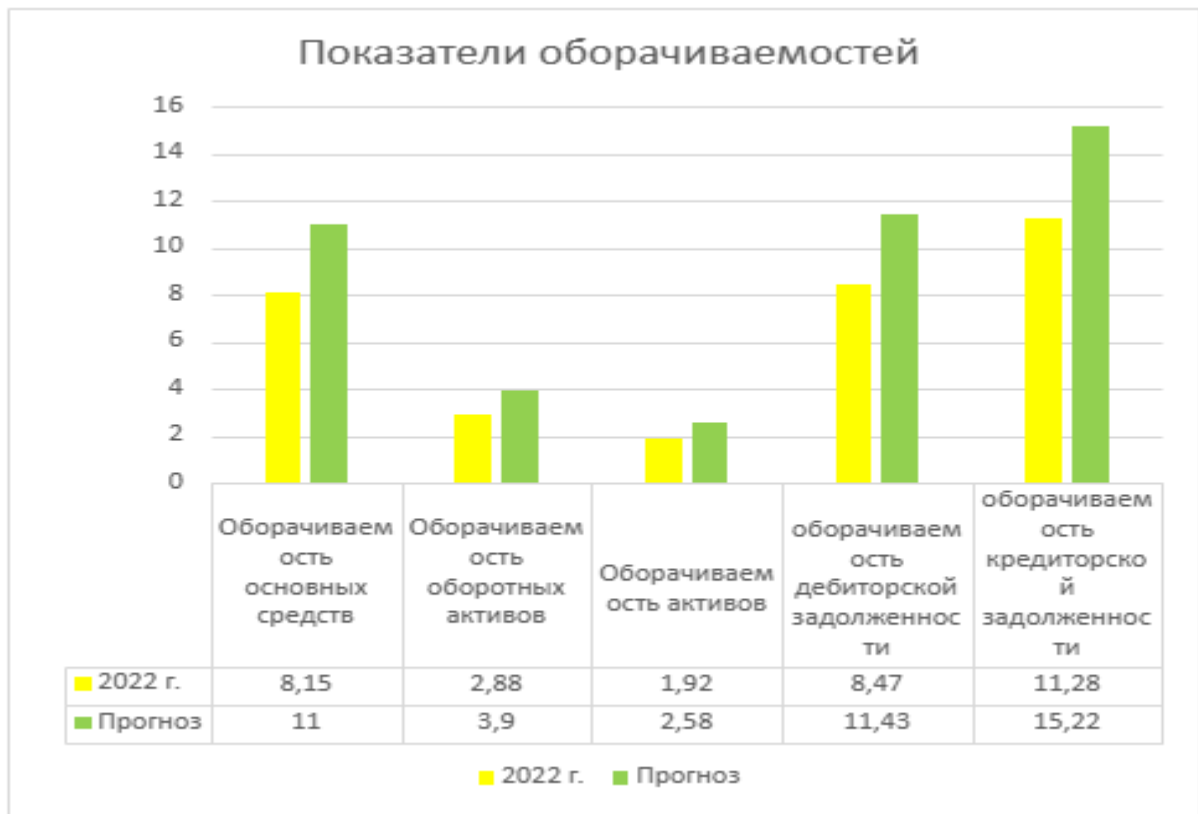


Рис. 3.2. Динамика показателей оборачиваемости ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий по ускорению оборачиваемости капитала.

После реализации предложенных мероприятий по ускорению оборачиваемости капитала все показатели оборачиваемости увеличиваются, оборачиваемость основных средств на 2,85 пункта, оборачиваемость оборотных активов на 1,02 пункта, оборачиваемость активов на 0,66 пункта, оборачиваемость дебиторской на 2,96 пункта и кредиторской задолженности на 3,94 пункта.

Наглядно динамику периодов оборачиваемости отдельных видов активов и обязательств после реализации предложенных мероприятий по ускорению оборачиваемости капитала представим на рис. 3.3.



Рис. 3.3. Динамика периодов оборачиваемости отдельных видов активов и обязательств ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий.

После реализации предложенных мероприятий по ускорению оборачиваемости капитала все показатели периодов оборачиваемости сокращаются, период оборачиваемости основных средств на 38 дней, период оборачиваемости оборотных активов на 7 дней, период оборачиваемости активов на 21 дней, период оборачиваемости дебиторской на 4 дня и период оборачиваемости кредиторской задолженности на 9 дней.

После реализации предложенных мероприятий по улучшению использования оборотных средств, себестоимость продаж компании снизится на 8%. Такое сокращение себестоимости улучшит финансовое состояние (увеличение прибыли и рентабельности) компании.

Наглядно основные технико-экономические показатели деятельности ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий по повышению деловой активности представим в таблице 3.2.

Таблица 3.2.- основные технико-экономические показатели деятельности
 ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий
 по повышению деловой активности

| Наименование показателя | За 2022 г. | прогноз | Абсолютное отклонение | Темп роста % |
|---|------------|---------|-----------------------|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Выручка млн. руб. | 8 156 | 11 011 | 2 855 | 1,35 |
| Себестоимость продаж млн. руб. | (5 238) | (4 819) | -419 | 0,92 |
| Валовая прибыль (убыток) млн. руб. | 2 918 | 6 192 | 3 274 | 2,12 |
| Коммерческие расходы млн. руб. | (1 352) | (2 200) | 848 | 1,62 |
| Управленческие расходы млн. руб. | (658) | (500) | -158 | 0,75 |
| Прибыль (убыток) от продаж млн. руб. | 906 | 3 492 | 2 586 | 3,85 |
| Проценты к получению млн. руб. | 1,35 | 2 | 0,65 | 1,48 |
| Проценты к уплате млн. руб. | (2,14) | (4) | 1,86 | 1,87 |
| Прочие доходы млн. руб. | 215 | 30 | -185 | 0,14 |
| Прочие расходы млн. руб. | (79) | (315) | 236 | 3,98 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения млн. руб. | 1 041 | 3 205 | 2 164 | 3,07 |
| Налог на прибыль млн. руб. | (157) | (480) | 323 | 3,05 |
| в т.ч.: текущий налог на прибыль млн. руб. | (137) | (356) | 219 | 2,59 |
| отложенный налог на прибыль млн. руб. | (20) | (35) | 15 | 1,75 |
| Прочее тыс. ру | 0 | - | - | - |
| Чистая прибыль (убыток) млн. руб. | 884 | 2334 | 1450 | 2,64 |
| Среднесписочная численность работников чел. | 812 | 855 | 43 | 1,05 |
| Производительность труда, млн. руб./чел. | 10 | 12,87 | 2,87 | 1,28 |
| Среднегодовая стоимость основных фондов млн. руб. | 1 000 | 850 | -150 | 0,85 |
| Фондоотдача руб. | 8,15 | 12,95 | 4,8 | 1,58 |

После увеличении выручки на 35% и сокращения себестоимости продаж

на 8%, прибыль организации увеличится на 164%.

Анализ показателей прибыли в ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий по повышению деловой активности представим в таблице 3.3.

Таблице 3.3. Анализ показателей прибыли в ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий по повышению деловой активности.

| Показатели, млн.руб. | 2022 г. | Прогноз | Абсолютное отклонение |
|-------------------------------|---------|---------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Валовая прибыль | 2 918 | 6 192 | 3 274 |
| 2. Прибыль от продаж | 906 | 3 492 | 2 586 |
| 3. Прибыль до налогообложения | 1 041 | 3 205 | 2 164 |
| 4. Чистая прибыль | 884 | 2334 | 1 450 |

После реализации предложенных мероприятий по повышению деловой активности валовая прибыль увеличится на 3 274 млн. руб., прибыль от продаж на 2 586 млн. руб., прибыль до налогообложения на 2 164 млн. руб. и чистая прибыль на 1450 млн. руб.

Наглядно динамику прибыли после в ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий по повышению деловой активности представим на рис. 3.4.

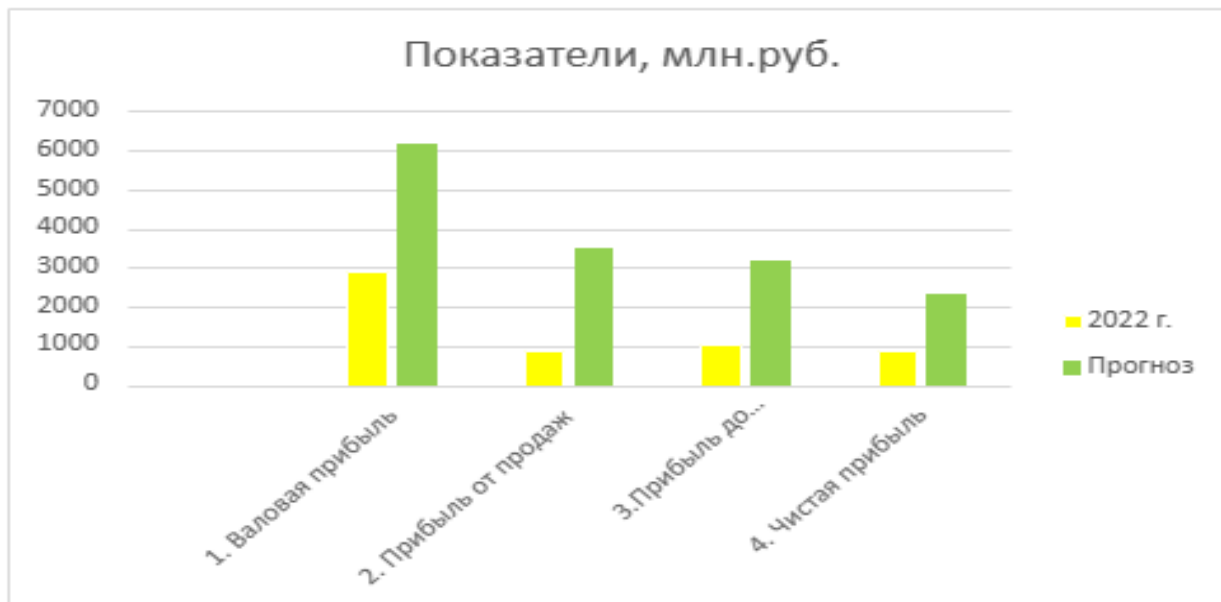


Рис.3.4 динамика прибыли после в ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий по повышению деловой активности.

На рисунке можно заметить увеличению прибыли организации после реализации предложенных мероприятий.

Анализ показателей рентабельности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий по повышению деловой активности представим в таблице 3.4.

Таблице 3.4. Анализ показателей рентабельности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий по повышению деловой активности.

| Показатели, %. | 2022 г. | Прогноз | Абсолютное отклонение |
|---|---------|---------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Рентабельность продаж по прибыли от продаж | 11,12 | 31,71 | 20,59 |
| 2. Рентабельность продаж по чистой прибыли | 10,83 | 21,19 | 10,36 |

Рентабельность продаж по прибыли от продаж увеличится на 20,59% и рентабельность продаж по чистой прибыли на 10,36% после реализации

предложенных мероприятий.

Динамика показателей рентабельности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий представлена на рис.3.5.



Рис.3.5. Динамика показателей рентабельности ООО «Чипита Санкт-Петербург» после реализации предложенных мероприятий.

На рисунке можно заметить увеличению рентабельности организации после реализации предложенных мероприятий.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий будет способствовать повышению деловой активности и положительно отразится на всех ее составляющих. Положительный результат влияния позволит организации подняться на новый уровень развития, оставаться конкурентным на рынке и удерживать лидерские позиции.

Заключение

В первой главе бакалаврской работы описываются сущность деловой активности, источники информации, необходимые для ее анализа, а также ее метод анализа.

Анализ деловой активности организации является важным инструментом для определения ее текущего состояния и потенциальных возможностей для роста и развития. Анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны компании, ее преимущества и недостатки по сравнению с конкурентами на рынке.

Одним из ключевых элементов анализа деловой активности является изучение финансовых показателей компании, таких как доходы, прибыль, расходы, а также уровень задолженности и общая финансовая устойчивость. Это помогает определить текущую финансовую ситуацию компании и её потенциал для будущего развития.

Также не менее важным аспектом является анализ маркетинговых стратегий и методов продвижения продукции или услуг компании. Он позволяет определить эффективность маркетинговых кампаний и их соответствие требованиям рынка.

Проведение анализа деловой активности также включает изучение производственных процессов, оценку качества продукции или услуг, анализ управленческой деятельности и других аспектов деятельности компании.

В итоге, анализ деловой активности является необходимым инструментом для понимания текущего положения компании на рынке и определения потенциалов для ее будущего развития. Он помогает выявить проблемные зоны и возможности для улучшения работы компании, что в свою очередь способствует ее более успешному функционированию и достижению поставленных целей.

Во второй главе дана краткая характеристика ООО «Чипита Санкт-Петербург», проведён анализ деловой активности организации.

ООО «Чипита Санкт-Петербург» - это компания, которая занимается производством и продажей различных видов хлебобулочных изделий в Санкт-Петербурге и других регионах России. Товары компания производятся на 14 производственных предприятиях в 11 странах, а затем доставляются потребителям в общей сложности из 56 стран или напрямую или с помощью посредников через стратегические партнёрства. Бренд «Чипита» является известным на российском рынке и стал любимым у многих потребителей благодаря высокому качеству продукции. Компания использует современные технологии и инновационные решения для производства своей продукции, что позволяет ей быть конкурентоспособной на рынке.

Компания ООО «Чипита Санкт-Петербург», адрес:198320, г. Санкт-Петербург, г. Красное Село, ул. Свободы, д. 50, лит.д зарегистрирована 01.11.2004. Организации присвоены ИНН 7807061269, ОГРН 1047813016460, КПП 780701001 и ОКПО 50894965. Основным видом деятельности является производством сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производством мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения.

Проведённый анализ деловой активности показал, что фондоотдача наивысшего значения достигла в 2021 г. и составила 11,4. Однако в 2022 г. данный показатель снизился на 3,25 пункта. Это свидетельствует о неэффективном использовании основных средств в 2022 г. Период оборачиваемости основных средств в ООО «Чипита Санкт-Петербург» с 2020 г. по 2022 г. удлиняется, что является отрицательной динамикой.

Оборачиваемость оборотных активов в 2021 г. по сравнению с 2020 г. выросла на 0,09 пункта, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. снизилась на 0,91 пункта. Период оборачиваемости оборотных активов в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2021 г. по сравнению с 2020 г. на 20 дней, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. на 8 дней. Это свидетельствует о росте периода оборачиваемости оборотных активов.

Оборачиваемость активов ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2021 г. по сравнению с 2020 г. выросла на 0,16 пункта, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. снизилась на 0,6 пункта. Период оборачиваемости активов в 2021 г. по сравнению с 2020 г. увеличился на 18 дней, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. на 52 дней. Это свидетельствует о росте периода оборачиваемости оборотных активов.

Оборачиваемость дебиторской задолженности наивысшего значения достигла в 2022 г. и составила 8,47 что свидетельствует о снижении эффективности использования дебиторской задолженности. Период оборачиваемости дебиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2020 г. и 2022 г. составил 28 дней, а в 2021 г. 45 дней.

Оборачиваемость кредиторской задолженности в 2021 г. по сравнению с 2020 г. снизилась на 2,77 пункта, а в 2022 г. по сравнению с 2021 г. выросла на 2,57 пункта. Это свидетельствует о росте эффективности использования кредиторской задолженности в 2022 г. Период оборачиваемости кредиторской задолженности в ООО «Чипита Санкт-Петербург» в 2022 г. по сравнению с 2021 г. сократился на 7 дней и составил 65 дня, что свидетельствует об ускорении оборачиваемости кредиторской задолженности. Это положительно влияет на деятельность организации.

Таким образом, проведённый анализ деловой активности показал, что отдельные показатели оборачиваемости активов имеют тенденцию к снижению, а также их сроки оборачиваемости растут (кроме основных средств). Это свидетельствует о том, что в организации в 2021 г. снижается деловая активность.

В третьей главе разработаны мероприятия, направленные на повышение деловой активности организации.

К основным направлениям работы, направленной на повышение активности предприятия, относятся ускорение оборота капитала предприятия,

экономичное и рациональное использование оборотных средств, а также имеющихся ресурсов предприятия.

Ускорение оборота капитала способствует увеличению объёма выручки и, следовательно, увеличению доходов предприятия. По сути, это позволяет улучшить финансовое положение компании. В целом оно повышает платёжеспособность компании. Ускорение оборачиваемости зависит от времени, которое они проводят на разных стадиях производственного цикла, сокращая его продолжительность, а значит, ускорение оборачиваемости является основной задачей повышения деловой активности современной компании.

Улучшение использования оборотных активов компании начинается с эффективного использования оборотных средств. Это заключается в снижении удельного расхода сырья и материалов. Что позволит получить больше готовой продукции из заданного количества сырья и материалов и станет серьёзной предпосылкой увеличения масштабов производства. Эта процедура, снижает использование материальных ресурсов и в то же время производственные затраты, повышает производительность, что положительно скажется на финансовом положении компании.

Таким образом, улучшение трудовых, материальных, финансовых и других результатов способствует повышению деловой активности ООО «Чипита Санкт-Петербург». С целью поддержки деловой активности на высоком уровне необходимо постоянно контролировать и совершенствовать все структурные подразделения организации, регулировать эффективность использования ресурсов.

В результате внедрения предложенных мероприятий ожидается увеличение выручки на 35% и сокращение себестоимости на 8% .

После реализации предложенных мероприятий все показатели оборачиваемости заметно растут, а все показатели периодов оборачиваемости сокращаются.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий будет способствовать повышению деловой активности и положительно отразится на всех ее составляющих. Положительный результат влияния позволит организации подняться на новый уровень развития, оставаться конкурентным на рынке и удерживать лидерские позиции.

Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. (ред. От 04.10.2022 г.).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 03.08.2018 г.).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 01.01.2022 г.).
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть 1) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. 18.03.2023 г.).
5. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть 2) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. 28.04.2023 г.).
6. О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 6.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 01.01.2023г.).
7. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации: Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 г. № 34н (ред. от 11.04.2018 г.).
8. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008): Приказ Минфина РФ от 06.10.2008 г. № 106н (ред. от 07.02.2020 г.).
9. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99): Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 г. № 43н (ред. от 08.11.2020 г.).
10. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия) : Учебник для бакалавров / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. – 5е изд., стер.. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2021. – 290 с.
11. Волков, О. И. Экономика предприятия : учебное пособие / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – 2-е изд. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 264 с.
12. Воробьева, И. П. Экономика и управление производством :

учебное пособие для вузов / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 191 с.

13. Кондратьева, И. В. Экономика предприятия : Учебное пособие для вузов / И. В. Кондратьева. – 2-е изд., стереотип.. – Санкт-Петербург : Издательство «Лань», 2021. – 232 с.

14. Корнеева, И. В. Экономика фирмы. Практикум : учебное пособие для вузов / И. В. Корнеева, Г. Н. Русакова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 123 с.

15. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для вузов / В. В. Коршунов. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 347 с.

16. Милкова, О. И. Экономика и организация предприятия : учебник и практикум для вузов / О. И. Милкова. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 473 с.

17. Мокий, М. С. Экономика фирмы : учебник и практикум для вузов / М. С. Мокий, О. В. Азоева, В. С. Ивановский ; под редакцией М. С. Мокия. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 297 с.

18. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – 5-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 291 с.

19. Низовкина, Н. Г. Управление затратами предприятия (организации) : учебное пособие для вузов / Н. Г. Низовкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 187 с.

20. Розанова, Н. М. Экономика фирмы в 2 ч. Часть 1. Фирма как основной субъект экономики : учебник для вузов / Н. М. Розанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 187 с.

21. Розанова, Н. М. Экономика фирмы в 2 ч. Часть 2. Производственный процесс : учебник для вузов / Н. М. Розанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 265 с.

22. Свечникова, В. В. Экономика предприятия (организации) в схемах и таблицах : учебное пособие / В. В. Свечникова, М. И. Швейкерт, Е. А. Пузикова. – 3-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2021. – 95 с.
23. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 373 с.
24. Тertyшник, М. И. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. И. Тertyшник. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 631 с.
25. Фридман, А. М. Экономика предприятия общественного питания : учебник для бакалавров / А. М. Фридман. – 2-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. – 462 с.
26. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 435 с.
27. Шимко, П. Д. Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / П. Д. Шимко. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 240 с.
28. Экономика и управление на предприятии : учебник для бакалавров / А. П. Агарков, Р. С. Голов, В. Ю. Теплышев, Е. А. Ерохина. – 2-е издание, стереотипное. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 398 с.
29. Экономика организации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 344 с.
30. Экономика организации. Практикум : учебное пособие для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 299 с.
31. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах) : учеб.

пособие / В.К. Складенко, В.М. Прудников, Н.Б. Акуленко, А.И. Кучеренко ; под ред. проф. В.К. Складенко, В.М. Прудникова. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 256 с.

32. Экономика предприятия / Ю. И. Селиверстов, И. А. Кузнецова, О. В. Доможирова, Н. А. Демура. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020. – 255 с.

33. Экономика предприятия : учебник для вузов / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова, Е. С. Дарда ; под редакцией Е. Н. Клочковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 382 с.

34. Экономика предприятия : учебник для вузов / С. П. Кирильчук [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 417 с.

35. Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 498 с.

36. Экономика предприятия. Практикум : учебное пособие для вузов / С. П. Кирильчук [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 517 с.

37. Экономика фирмы (организации, предприятия) : учебник / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Т.Г. Попадюк, проф. Б.Н. Чернышева. – 2-е изд. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. – 296 с.

38. Яркина, Н. Н. Экономика предприятия (организации) / Н. Н. Яркина. – Керчь : ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет», 2020. – 445 с.