

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжский православный институт имени Святителя Алексия,
митрополита Московского»**

Кафедра экономики и бизнес-развития

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) «Экономика предприятий и организаций»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: **«Анализ эффективности деятельности предприятия (на примере
ООО «Медиа Союз»)»**

Выполнил студент Ганжа Ф.А.
группы Эз-501
заочной формы обучения

Научный руководитель
Державина Д.А.

(подпись)

Допустить к защите:

Заведующий кафедрой

(подпись)

(И.О.Ф..)

« ___ » _____ 20 ___ г.

Тольятти 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
Глава 1 Теоретические основы изучения эффективности предприятия...	8
1.1 Эффективность предприятия: сущность понятия.....	8
1.2 Факторы и основные показатели эффективности предприятия.....	13
1.3 Основные направления повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	19
Глава 2 Оценка эффективности ООО «Медиа Союз»	25
2.1 Общая характеристика ООО «Медиа Союз».....	25
2.2 Анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Медиа Союз».....	34
2.3 Анализ эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Медиа Союз».....	41
2.4 Анализ внешней и внутренней среды ООО «Медиа Союз».....	46
Глава 3 Совершенствование деятельности по повышению эффективности ООО «Медиа Союз».....	53
3.1 Предложения по повышению эффективности ООО «Медиа Союз»...	53
3.2 Расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий...	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	66
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	69
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	75

ВВЕДЕНИЕ

Темой выпускной квалификационной работы является «Анализ эффективности деятельности предприятия (на примере ООО «Медиа Союз»)». В настоящее время для любого хозяйствующего субъекта ключевой является проблема обеспечения эффективности предприятия. Категория эффективности отражает результативность деятельности организации в комплексе и взаимодействии направлений и ресурсов.

Эффективность является элементом деятельности человека, стадий общественного производства. Она выступает основой построения количественных критериев ценности принимаемых на предприятии решений. Контроль и регулирование эффективности необходимы, так как они позволяют достигать стратегических целей, повышать производственный потенциал предприятия, поддерживать текущую деятельность.

Актуальность выпускной квалификационной работы заключается в том, что на современном этапе коммерческие организации нуждаются в объективной оценке собственного состояния. Эффективность деятельности предприятия полностью зависит от его финансового состояния, а также от других внешних и внутренних факторов. Анализ показателей деятельности предприятия дает возможность найти недостатки в организации работы компании, устранить их, а также определить возможности обеспечения эффективности предприятия.

Рассматриваемая нами компания «Медиа Союз» работает на региональном рынке провайдерских услуг, который в настоящее время является растущим, но стремится к монополизации. Конкуренция на этом рынке создает необходимость подробного анализа эффективности деятельности предприятия.

Понятию категории «эффективность» посвящено большое количество исследований. Теоретическое обоснование эффективности было предложено

в трудах классиков экономической литературы: Ф. Кенэ, В. Петти, Д. Рикардо, А. Смита, Дж. М. Кейнса, Ф.У. Тейлора и других.

В выпускной квалификационной работе были рассмотрены исследования, посвященные понятию эффективности организации в условиях рынка. Это работы таких авторов, как: Н.А. Толкачева, Т.А. Фролова, И.А. Бланк, И.В. Матяш, К.А. Наминова, А.Д. Шеремет, М.В. Мельник, О.Б. Бендерская, К.О. Староверова, А.М. Жемчугов, М.К. Жемчугов и др.

Цель исследования: изучение и систематизация теоретических и практических вопросов эффективности организации в условиях рынка, а также поиск путей повышения эффективности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы эффективности предприятия в условиях рынка.
2. Провести комплексный анализ эффективности ООО «Медиа Союз».
3. Определить проблемы, препятствующие повышению эффективности ООО «Медиа Союз».
4. Предложить рекомендации по повышению эффективности ООО «Медиа Союз», рассчитать их эффективность.

Объект исследования – ООО «Медиа Союз».

Предмет исследования – финансово-хозяйственная деятельность организации.

Методы исследования. В проведенном исследовании использовались различные научные теоретические и эмпирические методы: сравнительно-сопоставительный анализ, метод систематизации, анализ документов организации, описательный метод, анализ результатов. Применение всех методов в комплексе позволило дать оценку деятельности организации и провести анализ деятельности ООО «Медиа Союз».

Информационной базой для написания бакалаврской работы послужили документы организации (Устав, учетная политика, штатное расписание, правила внутреннего распорядка, Бухгалтерский баланс за 2020 г., Отчет о финансовых результатах за 2020 г. и др.), нормативно-законодательные документы, научные и учебные материалы, электронные и Интернет-источники.

Практическая значимость работы заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в деятельности коммерческого предприятия, поскольку отражают и обосновывают предложения по совершенствованию деятельности ООО «Медиа Союз».

Структура исследования представлена введением, тремя главами, заключением, библиографическим списком и приложениями.

Во введении обосновывается актуальность выпускной квалификационной работы, выделяются цели и задачи, предмет и объект исследования.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты изучения эффективности предприятия, а именно: выявление сущности понятия эффективность предприятия, изучение основных направлений повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Вторая глава посвящена оценке эффективности ООО «Медиа Союз». В разделе рассматривается общая характеристика организации, проводится анализ внешней и внутренней среды ООО «Медиа Союз» и основных технико-экономических показателей деятельности. и финансового состояния организации.

В третьей главе рассматриваются мероприятия по совершенствованию деятельности по повышению эффективности ООО «Медиа Союз», а также приводится расчет их эффективности.

В заключении подводятся итоги выпускного квалификационного исследования по всем представленным разделам. Библиографический список представлен 53 источниками.

Глава 1 Теоретические основы изучения эффективности предприятия

1.1 Эффективность предприятия: сущность понятия

Одной из важнейших проблем экономической науки является проблема эффективности. Универсальной теории эффективности сегодня не существует, как и не сформировалось единое мнение по вопросу определения понятия «эффективность предприятия». Далее рассмотрим эволюцию взглядов на этот феномен.

В широком смысле под эффективностью понимается результативность, действенность, полезное действие, продуктивность. Категория эффективности используется не только в экономических науках, но и в гуманитарных, технических. В системе менеджмента качества под эффективностью понимается соотношение между достигнутым результатом и использованными ресурсами [1].

Большинство определений эффективности тесно связаны с экономическими отношениями. Термин «эффективность», в свою очередь, впервые появился в экономической литературе. Так, представители ранних школ (Ф. Кенэ, В. Петти) связывали эффективность с понятием результативности. Тем самым, сформировался первый подход к определению эффективности, а именно формирующий некое достижение цели (результата).

В.И. Ленин эффективностью называл «достижение наибольших результатов при наименьших усилиях, то есть максимальная производительность» [23, с.48]. С. Келлер также под эффективностью понимал определенные результаты работы предприятия для стейкхолдеров [20, с.35]. Эффективность, по его мнению, выражается в операционных и финансовых показателях и оценивается по ряду критериев, а именно: рентабельность капитала, чистая прибыль, уровень операционных затрат и оборачиваемость капитала, общая акционерная стоимость организации.

Данный подход к пониманию эффективности не разделяют авторы современных экономических исследований. Например, И. А. Слободняк и А.О. Таровых считают, что «любая эффективная деятельность является результативной, но не любая результативная деятельность может считаться эффективной» [36, с.60]. По их мнению, результативность является необходимым, но недостаточным фактором эффективности.

Следующий подход рассматривает категорию эффективности предприятия как отношение между какими-либо показателями. Так, в работах Д. Рикардо эффективность рассматривается как отношение результата к определенному виду затрат [33, с.98]. То есть, английский экономист отмечал важность не только достигнутого результата, но и конкретные способы его достижения.

Дж. М. Кейнсом эффективность понималась как отношение между ожидаемым доходом, приносимым дополнительной единицей данного вида капитального имущества, и ценой производства этой единицы, что дает предельную эффективность капитала [19, с.212]. П. Хейне рассматривает эффективность как отношение ценности результата к ценности затрат [42, с. 170], а И.А. Бланк как отношение результата и затрат на его достижение [9, с. 381]. Таким образом, данный подход является сегодня общепринятым при определении эффективности. Но важно отметить, что конкретное содержание показателя эффективности будет зависеть от того, что исследователь выбирает в качестве результата и что в качестве затрат.

Ряд авторов под эффективностью понимает характеристику или критерий результата. Так, в 1911 году Г. Эмерсон отмечал, что эффективно то предприятие, которое при стопроцентном использовании ресурсов без потерь производит максимальное количество продукции [48, с.72]. Г. Эмерсон, как теоретик менеджмента, считал эффективность основной задачей управления предприятием и определил ее связь с функциональностью.

К.А. Наминова эффективность определяет как качественный критерий полученного результата. Показателем эффективности, по мнению автора, является количество полученного результата [28, С. 102].

О.Н. Хижа внедряет в понятие эффективности заданные временные рамки и определяет термин следующим образом: «Эффективность – это категория, характеризующая способность системы генерировать определенный результат (эффект) в конкретных временных рамках, но с наименьшими затратами (ресурсами)» [43, с.26].

Таким образом, были рассмотрены различные подходы к определению понятия «эффективность» в экономической науке. Эффективность деятельности представляет собой важнейшее направление в стратегии развития организации и возможности ее выхода на внешние рынки в условиях динамичной внешней среды.

Эффективность предприятия может быть внутренней и внешней. По мнению И.В. Матяша, внутренняя эффективность характеризуется нормой прибыли (рентабельности капитала), а внешняя – сравнением нормы прибыли экономики (рыночной ставки процента) и нормы прибыли предприятия [26, с.254].

В рамках внутренней эффективности предприятия важным показателем является рациональность использования всех видов ресурсов: материальных, трудовых, энергетических, финансовых. Вопрос повышения внутренней эффективности является главным в менеджменте.

Внешняя эффективность определяется глубиной исследований и своевременным удовлетворением запросов потребителей путем предоставления им качественных товаров и услуг. Вопрос повышения внешней эффективности решается в маркетинге.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что при внутренней оценке предприятие может считаться эффективным, но внешняя оценка покажет, что организация не эффективная для экономики в целом. Поэтому подход к выявлению эффективности должен быть целостным.

Виды эффективности предприятия классифицируются по различным признакам. На рисунке 1 представлены наиболее распространенные виды эффективности.

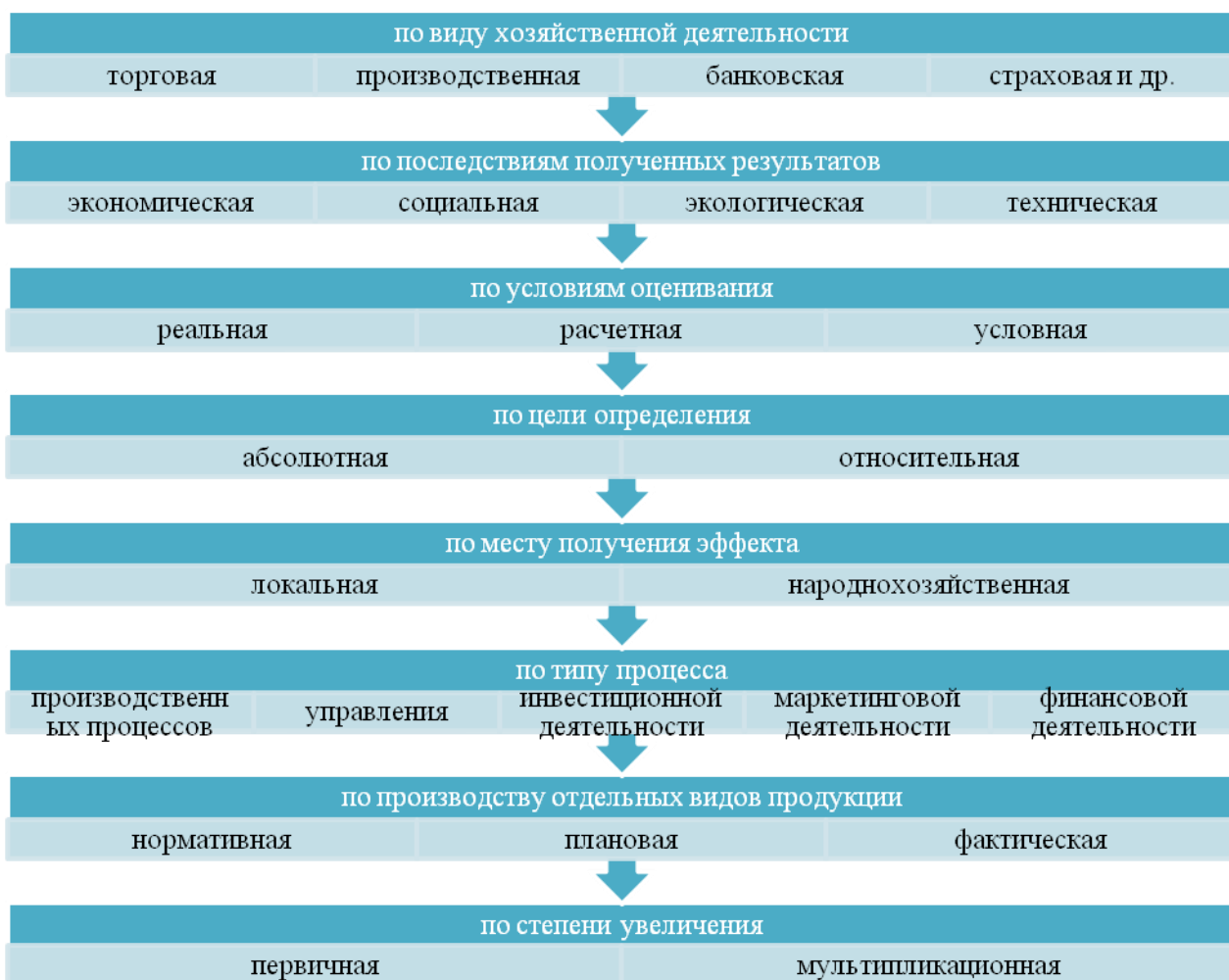


Рисунок 1 – Классификация видов эффективности предприятия

Отмечаем, что все вместе взятые виды эффективности формируют общую интегральную эффективность деятельности предприятия.

Решение задачи повышения эффективности деятельности необходимо начинать с решения вопроса о сущности целого: сущности предприятия, сущности бизнеса [18, с.40]. Эффективности деятельности предприятия можно достигнуть только при решении проблем в комплексе.

Выделяются следующие причины неэффективности деятельности организации:

- излишний расход ресурсов (техническая неэффективность);

– неэффективность распределения (экономическая неэффективность).

По мнению К.О. Старовой, последний вид неэффективности возникает, когда ресурсы — труд, оборудование, финансовый капитал, информация, время управляющих — неправильно распределены между различными типами деятельности [38, с.14]. И если для решения проблемы излишнего расхода ресурсов можно применить отдельные инструменты повышения результативности деятельности предприятия, то для ликвидации неэффективности распределения необходимо использовать комплексные методики.

Д. Скотт Синк под эффективностью предприятия понимает результативность его функционирования, складывающуюся в результате взаимодействия следующих элементов: действенность, экономичность, качество продукции, прибыльность, производительность, качество трудовой жизни, нововведения [35, с.135].

Действенность предприятия определяется соотношением цели деятельности и реальным результатом. Под экономичностью понимается сопоставление плановых ресурсов и ресурсов, которые были фактически использованы. Качество продукции является степенью соответствия системы требованиям, спецификациям и ожиданиям (как производителя, так и потребителя). Под качеством трудовой жизни понимается реакция работников на социально-технические аспекты, происходящие на предприятии.

Традиционной для оценки финансового состояния является категория прибыльности, а именно соотношение между валовыми доходами и суммарными издержками. Но, как уже было отмечено, этот показатель не является единственным при определении эффективности.

Отношение объема произведенной продукции или услуг, реализованных предприятием, к затратам на их создание относится к понятию производительности. Данная категория является отражением

использования ресурсов предприятия. Нововведения необходимы для развития конкурентоспособности предприятия в перспективе.

К.О. Староверова предлагает дополнить представленные элементы еще одним критерием эффективности предприятия, а именно адаптивностью организации, которая характеризуется умением приспосабливаться и адекватно перестраивать стратегию управления ресурсами в ответ на вызовы со стороны окружения [38, с. 18].

Таким образом, были рассмотрены основные подходы к определению понятия эффективности, выделена классификация видов эффективности по различным признакам, а также элементы и критерии эффективности деятельности предприятия. В настоящее время под эффективностью понимается соотношение между достигнутым результатом и использованными ресурсами.

1.2 Факторы и основные показатели эффективности предприятия

В условиях современной экономики предприятия функционируют в рамках различных целевых ориентиров. Цели предприятия могут быть как экономическими, так и социальными. На достижение поставленных целей оказывают влияние различные факторы.

Во-первых, факторы эффективности предприятия делятся на внутренние и внешние. К внешней среде косвенного воздействия относятся политические, экономические, правовые, социальные, технологические факторы, а также физико-географические условия [38, с.19]. Внешняя среда прямого воздействия представлена поставщиками, партнерами, конкурентами, акционерами, потребителями, рынком рабочей силы, местными органами власти и другими организациями. Эти факторы определяют поведение отдельных субъектов бизнеса и отражают непосредственное влияние на деятельность предприятий.

К внутренним факторам эффективности относится внутренняя среда предприятия: цели, задачи, кадры, структура организации и используемые технологии. Для анализа внутренней среды в организации выделяются функциональные подсистемы: кадровая, финансовая, маркетинговая, организационная и производственная. При анализе кадровой системы изучается эффективность управления человеческими ресурсами предприятия.

Основные экономические показатели деятельности предприятия изучаются в рамках финансовой подсистемы, а технологии производства, осуществления НИОКР – в производственной. Так, например, на экономическую эффективность деятельности субъектов хозяйствования влияют как внешние, так и внутренние факторы (рисунок 2).

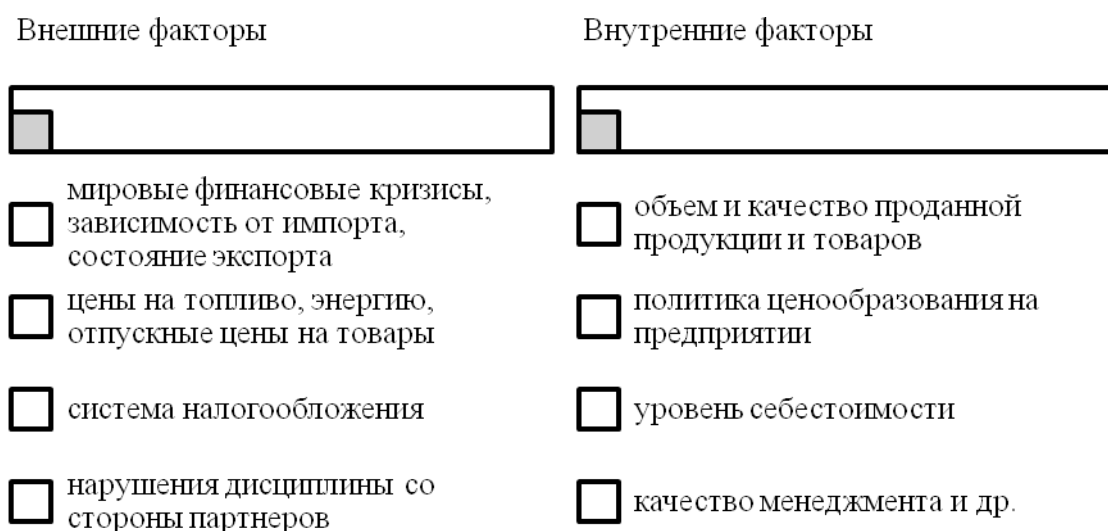


Рисунок 2 – Факторы, влияющие на формирование экономической эффективности [45]

Организационная подсистема рассматривает структуру предприятия; коммуникационные процессы; нормы, правила, процедуры; распределение прав и ответственности; иерархию подчинения [31, с.55].

Рассмотрение маркетинговой подсистемы подразумевает анализ стратегий ценообразования и продвижения продукта на рынке; изучение рынков сбыта, систем распределения и так далее.

Все внутренние и внешние факторы эффективности предприятия тесно взаимосвязаны. Кроме того, они оказывают различное влияние на предприятие.

Финансовое состояние предприятия является комплексным понятием, которое включает различные характеристики эффективности деятельности организации. Эти характеристики отражаются в системе финансовых показателей и финансовых результатов. Среди основных характеристик финансового состояния предприятия выделяются следующие: платежеспособность, финансовая устойчивость, ликвидность, деловая активность, рентабельность [44, с.192].

Финансовый результат является комплексным показателем, обобщающим все результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятия и определяющим ее эффективность. Понимание сущности финансового результата современными исследователями не является однозначным.

Ряд исследователей рассматривают финансовый результат как результат сравнения доходов и расходов компании. Например, Ю.А. Бабаев подчеркивает, что «величина финансового результата равна разнице между соответствующими видами доходов и расходов от основных видов деятельности, а также прочих доходов и расходов, включая чрезвычайные» [6, с.134].

Российский экономист Л.И. Лопатников в своих работах писал, что финансовый результат - это:

- система показателей по конечной денежной оценке различных сторон деятельности предприятия;
- чистая прибыль (убыток);
- показатель МСФО, представляющий собой разницу между ЕВІТ (прибыль до уплаты налогов и процентов) и ЕВТ (прибыль до уплаты налогов) [24, с.478].

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия включает различные методы (рисунок 3):

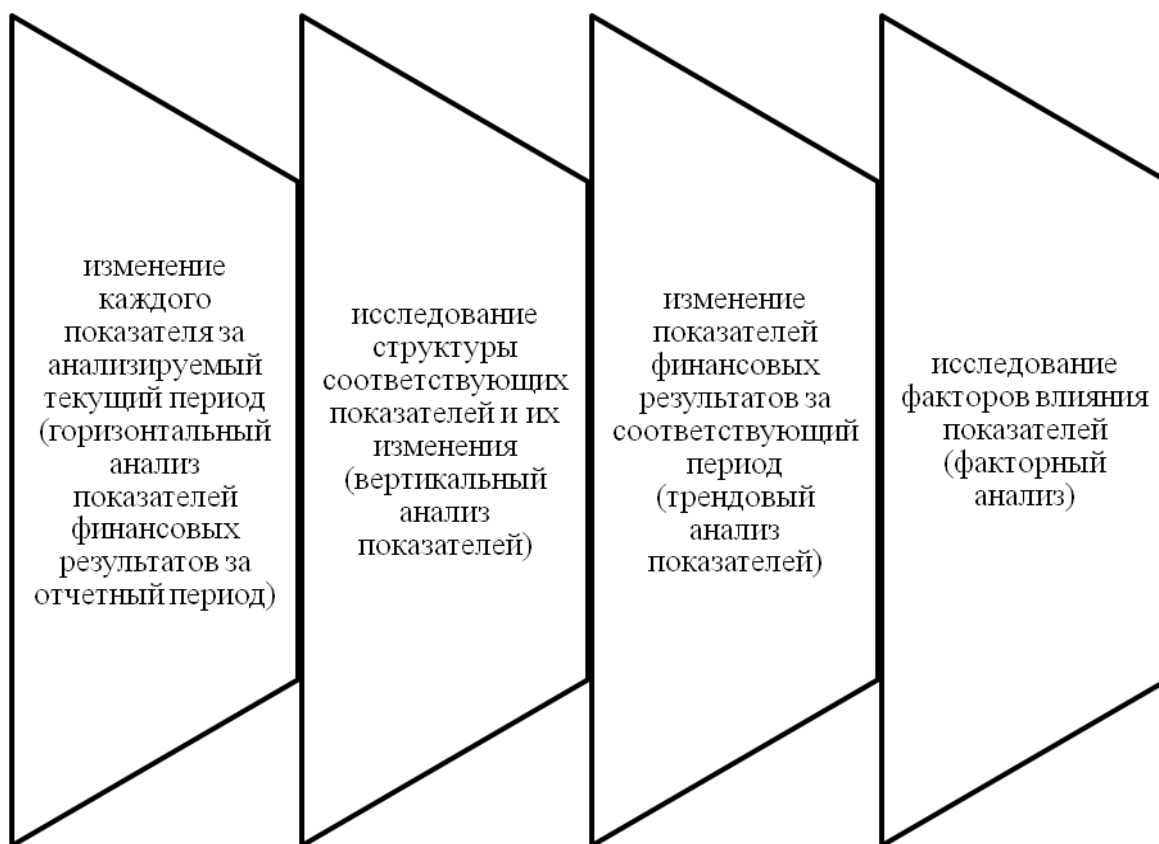


Рисунок 3 – Методы анализа финансовых результатов

О.Б. Бендерская предлагает осуществлять анализ финансовой деятельности по следующим этапам:

- анализ состава, структуры и динамики прибыли (убытка);
- анализ состава, структуры и динамики доходов предприятия;
- анализ влияния факторов на прибыль от продаж и оценка качества прибыли;
- анализ показателей рентабельности;
- анализ условий безубыточности;
- анализ использования прибыли [7].

На наш взгляд, выбор целей, методики и содержания анализа финансовых результатов зависит от особенностей его функционирования и

целей, которых необходимо достичь в процессе анализа. Процесс управления финансовыми результатами необходимо осуществлять на основе экономических положений, которые отвечают условиям и особенностям на разных уровнях хозяйственной деятельности.

По мнению А.М. Жемчугова и М.К. Жемчугова, финансовый результат предприятия должен рассматриваться в долгосрочной перспективе. Деятельность организации можно назвать эффективной:

- «если достигнутый финансовый результат выше уровня, достигнутого конкурентами;
- если прогнозируемый (расчетный) рост финансового результата в ближайшей перспективе выше уровня, достигнутого конкурентами на текущий момент (или прогнозируемого в ближайшей перспективе);
- если предприятие выделяет достаточные ресурсы на поддержку и развитие своей деятельности, правильно их использует» [18, с.40].

Исследователи отмечают, что все критерии являются необходимыми, иначе предприятие нельзя будет назвать эффективным. Исходя из этого, основными показателями эффективности являются следующие:

- полученный финансовый результат;
- прогнозируемый рост финансового результата;
- ресурсы на поддержку и развитие предприятия по статьям [18, с.41].

Кроме того, нельзя забывать и другие направления определения эффективности предприятия. Например, важным показателем социальной эффективности организации, который влияет на устойчивое развитие бизнеса, является удовлетворенность трудом персонала.

Удовлетворенность трудом связана не только с деятельностью персонала и его эффективностью, но и со всеми процессами на предприятии. Каждая компания хочет получить максимальный результат от работы сотрудников для улучшения показателей своего бизнеса. Иногда инвестиций только в новое оборудование и технологии недостаточно, потому что

важнейшим капиталом любой организации являются люди, их мотивация и удовлетворенность трудом.

Все показатели удовлетворенности трудом можно разделить на две группы: организационные и личностные. Первая группа состоит из организационных компонентов: удовлетворенность трудом в целом; условия труда; организация труда; оплата труда; отношения в коллективе, отношения с руководством. Во вторую группу входят личностные компоненты: содержание труда; возможность профессионального роста; возможность карьерного роста; возможность самореализации; возможность саморазвития; возможность влиять на дела организации и возможность ощутить свою значимость и полезность, своего труда.

С организационной точки зрения анализ эффективности деятельности предприятия проводится в несколько этапов [10, с.24]:

– 1 этап — предварительный — предполагает постановку цели и задач анализа; проверку достоверности информации и отбор исходных данных; группировку, комбинирование и структурирование информации; расчет абсолютных и относительных показателей.

– 2 этап — аналитический — предусматривает интерпретацию полученных данных путем оценки динамики, структуры показателей, их группировки и т.п.; сопоставление финансового положения предприятия с результатами анализа конкурентов и контрагентов; изложение результатов анализа.

– 3 этап — заключительный — посвящен выработке прогнозов и рекомендаций.

Таким образом, в получении полноценной и достоверной информации об эффективности деятельности предприятия заинтересовано руководство компании, внутренние и внешние пользователи: клиенты, сотрудники компании, инвесторы, клиенты. Состояние компании является имиджевым инструментом, который свидетельствует об успешности управления ею. Кроме того, в настоящее время одним из важнейших ресурсов компании

является персонал. От эффективности работы системы управления персоналом зависит, в конечном итоге, результат деятельности компании в целом.

1.3 Основные направления повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Прежде всего, при принятии решения о необходимости повышения уровня эффективности деятельности организации, руководству компании следует определить звенья, которые являются наиболее проблемными в их компании, а затем выявить направления, в которых могут быть приняты реорганизационные меры [13, с.241].

Основными факторами, влияющими на эффективность деятельности предприятия, являются финансовые, производственные и коммерческие.

Производственные факторы связаны с объемом производства предприятий, его ритмичностью, материальной, научно-технической и организационно-технической оснащенностью. Коммерческие факторы охватывают в широком смысле понятие маркетинга: сбыт, ценовое регулирование, реклама и так далее. Финансовые факторы включают формы расчетов, возможности привлечения кредитов, применение штрафных санкций; изучение, управление и взыскание дебиторской задолженности, обеспечение ликвидности других активов и многое другое. Исходя из этих факторов, выделяются резервы для повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Частой проблемой финансовой деятельности предприятия является низкая прибыль. Так, непрерывная работа над получением и максимизацией размера чистой прибыли является важнейшим критерием успешной работы компании.

Основной целью любого предприятия, которое работает на рынке, является получение положительного финансового результата, который

является прибыльным. Прибыль выступает в качестве движущей силы рыночной экономики и обеспечивает интересы государства, собственников и персонала хозяйствующих субъектов. Как отмечает Т.А. Фролова, «именно поэтому необходимо постоянно повышать квалификации руководителей и финансовых менеджеров относительно методов эффективного управления, формирования и распределения прибыли в ходе деятельности предприятия» [40, с.136].

За счет роста прибыли улучшается финансовое состояние и финансовая устойчивость предприятия. Эффективное функционирование предприятия любой организационно-правовой формы независимо от видов деятельности является обязательным условием его существования.

Наиболее известные постулаты сущности понятия «прибыль» представлены на рисунке 4.

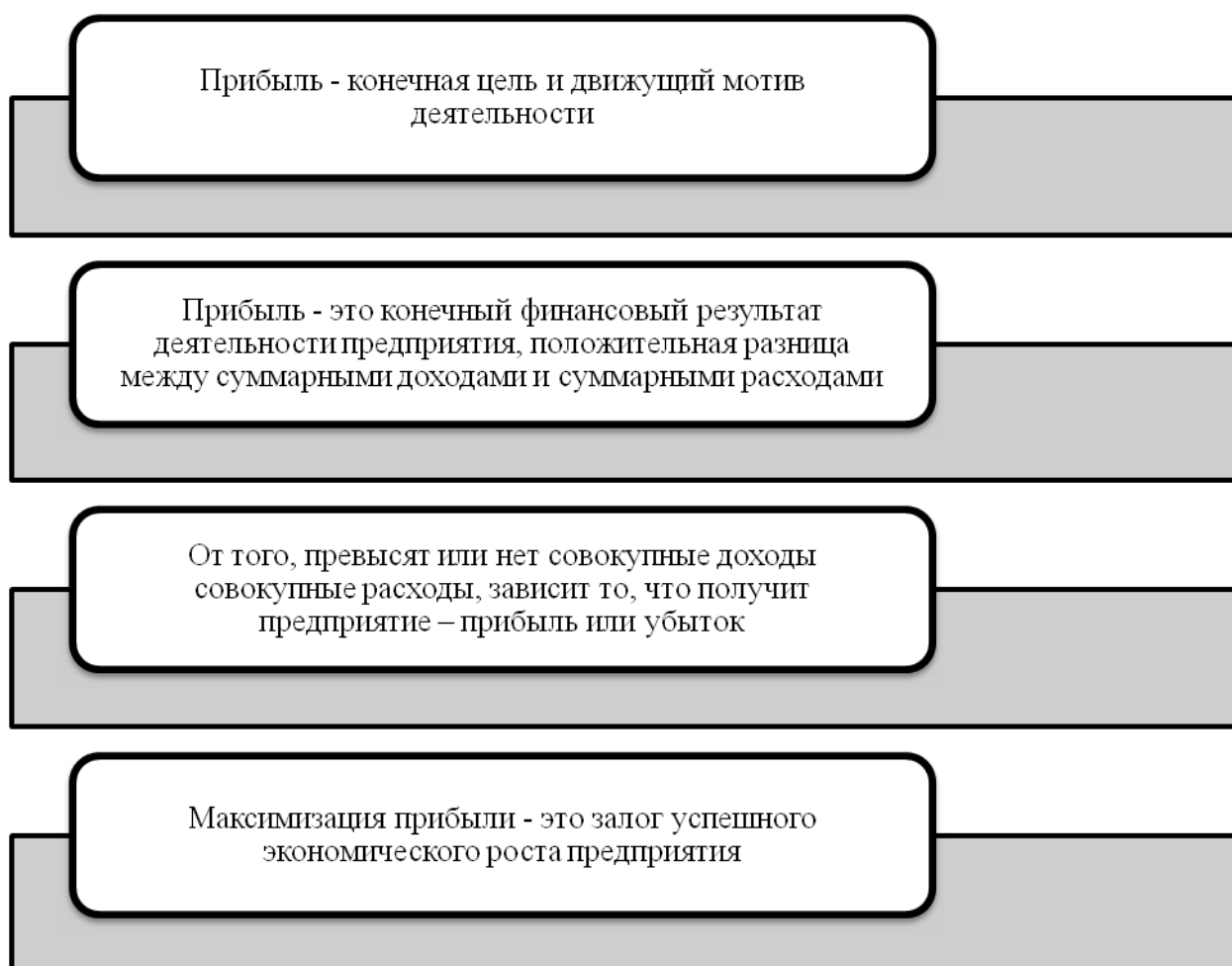


Рисунок 4 – Сущность понятия «прибыль»

В результате развития экономической теории, понятие прибыли не раз изменялось и усложнялось. В данный момент прибыль можно рассмотреть с трех разных точек зрения:

- прибыль как доход от предпринимательства;
- прибыль как доход на вложенный капитал;
- прибыль как доход, уменьшенный на величину расходов.

Как мы видим, сущностью всех подходов является понятие «доход».

Чтобы увеличить прибыль компании можно реализовать следующие виды деятельности:

- повышение объемов производства и реализации продукции;
- снижение затрат на производство продукции;
- диверсификация производства, расширение направлений деятельности.

Каждый из обозначенных путей повышения прибыли включает определенные мероприятия. Так, увеличение объема производства включает:

- увеличение выпуска продукции, пользующейся стабильным спросом на рынке,
- улучшение качества продукции, при условии незначительного роста себестоимости или при сохранении уровня себестоимости.

Увеличение объемов продаж включает следующие мероприятия:

- расширение рынка продаж за счет выхода на новые территории;
- расширение рынка продаж путем освоения новых ниш;
- вывод на рынок новой продукции или новых услуг;
- разработка и реализация мероприятий, направленных на продвижение продукции на рынке;
- анализ ценовой политики и установление оптимального уровня цен на готовую продукцию.

Рассмотрим, каким образом можно достичь быстрого и эффективного снижения производственных затрат.

Получение наибольшего результата при наименьших затратах – это снижение себестоимости продукции. В экономическом смысле себестоимость – это денежное представление расходов организации на производство и реализацию продукции [3, с.119]. Себестоимость продукции – это стоимостная оценка природных и топливно-энергетических ресурсов, сырья, материалов, основных средств, трудовых ресурсов и других затрат, непосредственно участвующих в производственном процессе [14, с.164]. Непрерывное развитие техники и технологий является неременным условием снижения затрат. Приобретение основных средств, механизация и автоматизация производственных процессов, улучшение технологии, использование новых видов сырья оказывают неременное влияние на снижение себестоимости продукции.

Для уменьшения производственных издержек необходимо применять кооперирование и использовать специализацию. Издержки на производство продукции в организациях с массовым производством меньше, нежели на предприятиях, производящих такую же продукцию в меньших объемах. Сокращение себестоимости достигается в первую очередь за счет повышения производительности труда. При росте производительности труда снижаются затраты труда на единицу продукции. Таким образом, уменьшается доля фонда оплаты труда в общем объеме издержек.

Чтобы снизить издержки на производство продукции необходимо найти пути снижения затрат в производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Последовательное воплощение режима экономии необходимо внедрять на всех участках – сокращать стоимость материальных ресурсов каждой единицы продукции, снижать затраты на содержание производства и управление им, ликвидировать брак. Затраты на приобретения сырья занимают значительную долю в общей структуре издержек на производство продукции. Следовательно, даже минимальное сокращение на закупку сырья, материалов и электроэнергии при производстве каждой единицы продукции в целом по предприятию дает большой эффект.

Анализ стоимости затрат необходимо проводить с момента закупки сырья. В цену сырья и материалов включаются транспортные расходы. Поэтому при выборе поставщиков необходимо выбирать тех, кто находится недалеко от предприятия и выбирать наиболее дешевый вид транспорта. При стремлении в уменьшении затрат не следует пренебрегать к анализу качества поставляемого сырья, т.к. в конечном счете это влияет на качество готовой продукции. Также очень важным путем снижения себестоимости является рациональное использование материалов и внедрение технически обоснованных нормо-затрат. Изменение условий производства и реализации продукции отражается на эффективности производства.

Значительное влияние на уровень себестоимости продукции оказывают технико-экономические факторы производства [11, с.35]. Данное воздействие отражается в зависимости от изменений в оборудовании, технологии, организации производства, в структуре и качестве выпускаемой продукции и размере затрат на ее производство. Анализ затрат обычно проводится систематически в течение всего года с целью выявления внутренних резервов их сокращения.

Диверсификация производства предполагает ввод новых направлений производства, переориентация рынков сбыта, разработка и вывод на рынок новых коммерческих предложений. Цель диверсификации – поддержать устойчивое развитие организации, обеспечить стабильное положение в ситуации кризиса, увеличить прибыль, избежать банкротства [17, с.220]. В рамках диверсификации реализуются следующие мероприятия:

- модернизация существующих производственных мощностей, повышение их производительности;
- вывод непрофильных активов (продажа или сдача в аренду);
- разработка и внедрение новых производственных направлений;
- вывод на рынок дополнительные услуги, как сопутствующие основному производству, так и не связанные с ним.

Устранение организационных проблем в системе управления прибылью включает оптимизацию постоянных (общепроизводственных, общехозяйственных, административных, коммерческих расходов), а также затрат на организацию производства и сбыта и оптимизация организационной структуры, в том числе и системы управления.

Таким образом, были рассмотрены основные направления повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Финансовое состояние организации, в первую очередь, зависит от грамотности принятия управленческих решений. Для того чтобы в современных условиях эффективно управлять финансовым состоянием организации, необходимо предусматривать построение соответствующих систем обеспечения управления, знать наиважнейшие механизмы формирования финансовых результатов и использовать методы анализа и планирования.

Итак, в первом разделе выпускной квалификационной работы было выяснено, что разработкой теоретических основ эффективности деятельности предприятия занимались многие ученые в сфере экономического анализа. Изучение ряда работ дало возможность сделать вывод, что эффективность является комплексным понятием и определяется как соотношение между достигнутым результатом и использованными ресурсами.

Все внутренние и внешние факторы эффективности предприятия тесно взаимосвязаны. Кроме того, они оказывают различное влияние на предприятие. Кроме того, на эффективность влияют финансовые, производственные и коммерческие факторы.

Изучение взаимосвязи различных показателей эффективности помогает вовремя обнаружить отрицательные тенденции, происходящие на предприятии, а также вовремя разработать соответствующие мероприятия по совершенствованию деятельности организации.

Глава 2 Оценка эффективности ООО «Медиа Союз»

2.1 Общая характеристика ООО «Медиа Союз»

Общество с ограниченной ответственностью «Медиа Союз» (в дальнейшем именуемое «Общество») создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом № 14-ФЗ от 08.02.1998 г. «Об обществах с ограниченной ответственностью». ООО «Медиа Союз» зарегистрирована 05 ноября 2014 г. регистратором инспекция Федеральной налоговой службы №2 по Самарской области как коммерческая организация для осуществления предпринимательской деятельности с целью получения прибыли. Руководитель организации: управляющий Марченко Евгений Васильевич. В Таблице 1 представлены реквизиты ООО «Медиа Союз».

Таблица 1 - Реквизиты ООО «Медиа Союз»

Полное наименование организации	Общество с ограниченной ответственностью «Медиа Союз»
Сокращенное название организации	ООО «Медиа Союз»
ИНН	6321366671
Юридический адрес	445032, Самарская область, город Тольятти, Московский проспект, 8 строение 1, офис 3
КПП	632101001
ОКПО	36867683
ОГРН	1146320021297
ОКФС	16 – Частная собственность
ОКОГУ	4210014 - Организации, учрежденные юридическими лицами или гражданами, или юридическими лицами и гражданами совместно
ОКОПФ	12300 – Общества с ограниченной ответственностью
ОКТМО	36740000001
Банковские реквизиты	БИК 044525201 Р/с №40702810312300031400 в ПАО АКБ «Авангард» г. Тольятти, Кор/счет 30101810000000000201

Примечание. Таблица составлена автором на основании источника

Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «Медиа Союз». Сокращенное фирменное наименование Общества на русском языке: ООО «Медиа Союз».

Место нахождения Общества и юридический адрес: 445032, Самарская область, город Тольятти, Московский проспект, 8 строение 1, офис 3.

ООО «Медиа Союз» руководствуется в своей деятельности Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» и другими законодательными актами Российской Федерации. Общество руководствуется в своей непосредственной деятельности Уставом.

ООО «Медиа Союз» считается созданным как юридическое лицо с момента его государственной регистрации в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации, имеет расчетный и иные счета в учреждениях банков, печать и штамп со своим наименованием и указанием места нахождения Общества, бланки установленного образца, а также может иметь зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации.

Основным видом деятельности ООО «Медиа Союз» является деятельность в области связи на базе проводных технологий (код ОКВЭД 61.10). Дополнительные виды деятельности:

- строительство инженерных коммуникаций для водоснабжения и водоотведения, газоснабжения;
- строительство междугородних линий электропередачи и связи;
- строительство местных линий электропередачи и связи;
- производство электромонтажных работ;
- торговля оптовая радио-, теле- и видеоаппаратурой и аппаратурой для цифровых видеодисков (dvd);
- торговля оптовая грампластинками, аудио- и видеоманитными лентами, компакт-дисками (cd) и цифровыми видеодисками (dvd) (кроме носителей без записей);

- торговля оптовая производственным электротехническим оборудованием, машинами, аппаратурой и материалами;
- торговля розничная телекоммуникационным оборудованием, включая розничную торговлю мобильными телефонами, в специализированных магазинах;
- торговля розничная аудио- и видеотехникой в специализированных магазинах;
- торговля розничная музыкальными записями, аудиолентами, компакт-дисками и кассетами в специализированных магазинах;

Общество вправе осуществлять любые иные виды деятельности, не запрещенные действующим законодательством РФ.

Уставный капитал ООО «Медиа Союз» определяет минимальный размер его имущества, гарантирующего интересы его кредиторов. Размер уставного капитала ООО «Медиа Союз» составляет 20000 (двадцать тысяч) рублей. Единоличным исполнительным органом Общества является Управляющий ООО «Медиа Союз».

Компания «Медиа Союз», которая является провайдером кабельного телевидения и интернета в Тольятти и Сызрани, была создана в 2009 году. Миссия организации звучит следующим образом: «Доказать своим клиентам, что качественно - не значит дорого! При этом поддерживаем высокие стандарты и безмерно уважаем и ценим каждого своего друга!» [50].

Целью ООО «Медиа Союз» является максимизация прибыли, повышение эффективности деятельности, распространение услуг компании в другие регионы страны, предоставление качественного интернета и цифрового телевидения по честным тарифам.

Основные услуги ООО «Медиа Союз»:

- Интернет по технологии Ethernet;
- Интернет в частный дом по технологии PON;
- цифровое телевидение;
- строительные-монтажные работы;

- работы по техническому обслуживанию и контролю качества;
- работы по строительству систем, сооружений и линий связи.

ООО «Медиа Союз» является малым предприятием. Среднесписочная численность рабочих по данным на 2020 год составляет 22 сотрудника.

На предприятии действует линейно-функциональная организационная структура управления. Каждый орган управления или исполнитель специализирован на выполнении отдельных видов деятельности.

Организационная структура управления ООО «Медиа Союз» представлена на рисунке 5.

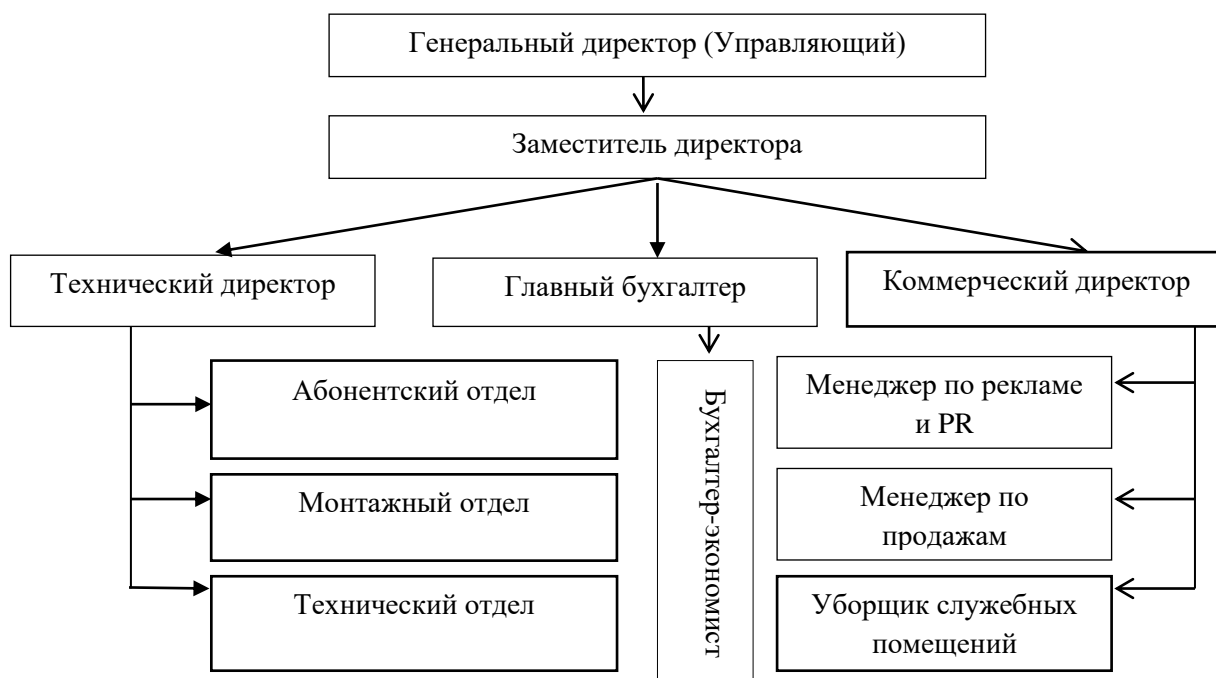


Рисунок 5 – Организационная структура управления ООО «Медиа Союз»

Исполнительным органом является руководитель ООО «Медиа Союз» – генеральный директор Марченко Евгений Васильевич, который выполняет организационные функции на предприятии, а также контролирует все финансовые процессы и ему подчиняются все отделы и подразделения предприятия. Руководитель занимается организацией финансовой деятельности предприятия, направленной на обеспечение финансовыми ресурсами, сохранности и эффективности использования основных фондов и

оборотных средств, трудовых и финансовых ресурсов предприятия, своевременности платежей по обязательствам в государственный бюджет, поставщикам и учреждениям банков.

Заместитель директора руководит структурными подразделениями ООО «Медиа Союз», организует деятельность компании в соответствии с поставленными целями и задачами. Контролирует все процессы, организует бесперебойную работу организации. Также выполняет функции по подбору профессионального персонала, разрабатывает системы мотивации. Контролирует соблюдение трудовой дисциплины, организует обучение сотрудников. Проводит переговоры со стратегическими партнерами и заказчиками.

Заместитель директора находится в прямом подчинении генерального директора. Следующие руководители направлений подчиняются заместителю директора:

- технический директор;
- главный бухгалтер;
- коммерческий директор.

Технический директор проводит эффективное руководство телекоммуникационными проектами, непосредственно управляет рабочими. Специалист производит предпроектную и проектную подготовку, организует расчет объемов работ по технической документации различных этапов, согласует смету с руководством. На этапе работы с заказчиком отрабатывает все вопросы по деятельности рабочих, а также вопросов, которые связаны с изменениями объемов работ, с возможными отклонениями. Технический директор подготавливает всю необходимую документацию (инструкции, сертификаты, доступы и так далее), регулярно предоставляет отчеты руководителю и заказчику.

У технического директора в подчинении находятся следующие работники:

- специалисты по строительно-монтажным работам;

- специалисты по техническому обслуживанию и контролю качества.

- специалисты технической поддержки и диспетчеры.

Бухгалтерию возглавляет главный бухгалтер, который непосредственно подчиняется заместителю директора и несет ответственность за формирование учетной политики, ведение бухгалтерского учета, своевременное предоставление полной и достоверной бухгалтерской и налоговой отчетности.

В подчинении у главного бухгалтера находится бухгалтер-экономист, который работает с первичной документацией, осуществляет бухгалтерский учет, анализ и аудит, ведет отчетность предприятия, анализирует текущую деятельность предприятия в рамках своей компетенции, принимает участие в разработке финансовой и экономической политике организации.

Рассмотрим должностные обязанности экономиста организации более подробно. Бухгалтер-экономист в ООО «Медиа Союз» выполняет следующие функции:

- планирование и анализ хозяйственной деятельности предприятия;
- управление финансовыми средствами предприятия и их потоками;
- краткосрочное и долгосрочное планирование доходов и расходов компании;
- управление оборотными средствами;
- ведение бухгалтерского и налогового учета;
- взаимодействие с инвесторами, кредиторами, клиентами и партнерами по финансированию деятельности организации и ее проектов;
- контроль и управление затратами;
- вычисление себестоимости проектов;
- осуществление организации бухгалтерского учета хозяйственно-финансовой деятельности и контроля за экономным использованием

материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сохранностью собственности предприятия;

– руководство ведением бухгалтерского учета и составлением отчетности на предприятии.

Для учета доходов и расходов, а также автоматизации других бизнес-процессов в компании ООО «Медиа Союз» используется информационная система «1С:Комплексная автоматизация 8». «1С:Комплексная автоматизация» является программным обеспечением, которое направлено на автоматизацию основных задач управления и учета и выстраивание в организации единой информационной системы, охватывая такие сферы предпринимательства, как: кадровый учет, бухгалтерия, управление складом, логистика и торговля.

Коммерческий директор проводит переговоры с партнерами и клиентами, участвует в финансовом, маркетинговом планировании ООО «Медиа Союз», формирует каналы дистрибьюции, принимает участие в разработке ценовой политики компании, координирует деятельность предприятия в процессе продвижения услуг компании на рынке. Он руководит менеджером по рекламе и PR, менеджерами по продажам, а также является руководителем уборщика служебных помещений.

Менеджер по рекламе и PR занимается разработкой маркетинговой стратегии предприятия и осуществляет ее. Основные виды деятельности: разработка рекламной и PR-кампании, работа с подрядчиками, ведение страниц компании в социальных сетях, организация мероприятий, медиарилейшнз. Менеджер по рекламе и PR производит мониторинг тональности информации о компании в СМИ и интернет-ресурсах, способствует созданию информационного фона, который оказывает положительное влияние на имидж ООО «Медиа Союз».

Менеджер по продажам является сотрудником офиса, одновременно выполняя функции администратора. Сотрудник занимается поиском и привлечением новых клиентов, принимает заявки, поступающие на

контактные номера ООО «Медиа Союз», проводит переговоры и заключает договоры с заказчиками. Менеджер по продажам осуществляет жизнедеятельность офиса компании, соблюдает требования инструкций и регламентов, составляет плановую отчетность.

Уборщик служебных помещений занимается уборкой офиса и туалета два раза в день – перед открытием и после закрытия. Обрабатывает офис компании дезинфицирующими средствами, производит генеральную уборку.

В ООО «Медиа Союз» оформляются документы различных видов: кадровые, распорядительные, планово-отчетные, организационно-правовые, информационные и финансово-бухгалтерские.

Например, к организационно-правовым документам относится Устав ООО «Медиа Союз». В документе представлены следующие разделы: общие положения, цель создания и виды деятельности, филиалы и представительства Общества, дочерние и зависимые Общества, уставный капитал Общества, имущество Общества, участники Общества, их права и обязанности, управление Обществом, единоличный исполнительный орган Общества, ведение списка участников Общества, хранение документов Общества, реорганизация и ликвидация Общества, заключительные положения. Таким образом, отмечаем, что Устав ООО «Медиа Союз» является типовым.

Также к организационно-правовым документам относятся следующие: штатное расписание, должностные инструкции, договоры, положения. К распорядительным документам в ООО «Медиа Союз» можно отнести распоряжения и приказы руководителя. Кадровая документация представлена приказами о приеме на работу, об увольнении, предоставлении отпуска и так далее. К планово-отчетным документам относятся различные планы и отчеты подразделений компании. Информационно-справочные документы представлены письмами, актами, протоколами, записками и др. Финансово-бухгалтерская документация представлена отчетами, годовым финансовым планом.

В ООО «Медиа Союз» ежегодно разрабатывается и утверждается учетная политика в которой определяются правила и порядок учета заготовления и приобретения материальных ценностей и их оценки, учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции, ее оценки и реализации и др. Учетная политика в ООО «Медиа Союз» отвечает требованиям полноты, осмотрительности, приоритета содержания перед формой, непротиворечивости и рациональности.

Положения учетной политики обязательны для исполнения всеми работниками ООО «Медиа Союз», ответственными за ведение бухгалтерского и налогового учета, подготовку первичных документов.

Ведение бухгалтерского учета возложено на главного бухгалтера ООО «Медиа Союз». В деятельности компании используются первичные учетные документы, составленные по унифицированным формам.

В бухгалтерской отчетности последствия изменения учетной политики отражаются перспективно. Бухгалтерский учет ведется с применением журнала учета хозяйственных операций. Данный регистр ведется и хранится на магнитных носителях. По завершении отчетного периода распечатывается. Промежуточная бухгалтерская отчетность в ООО «Медиа Союз» не составляется. Бухгалтерский учет ведется в упрощенной форме.

Важно отметить, что в компании есть документы, которые относятся к обязательным: Правила внутреннего трудового распорядка, Положение о защите персональных данных, Положение об оплате труда, личные карточки сотрудников, штатное расписание.

Штатное расписание в ООО «Медиа Союз» закрепляет должностной состав работников организаций с указанием должностных окладов, регулирует соотношение разных категорий специалистов, устанавливает фонд заработной платы организации в целом за месяц. Документ имеет унифицированную форму № Т-3.

Составляется и утверждается штатное расписание ежегодно по состоянию на 1 января приказом руководителя предприятия. Изменения в

штатное расписание вносятся в соответствии с приказом руководителя организации или уполномоченным им лицом. Текст штатного расписания составляется в табличной форме. Должностные инструкции сотрудников составляются для каждой позиции в штатном расписании.

Важным документом, используемым в кадровом делопроизводстве ООО «Медиа Союз», является трудовой договор. Он оформляется в соответствии со статьей 57 ТК РФ и включает сведения о работодателе, о дате и месте заключения трудового договора, о работнике, обязательные и дополнительные условия трудового договора.

Правила внутреннего трудового распорядка — это нормативный документ, который разрабатывается и утверждается работодателем. Правила внутреннего трудового распорядка в ООО «Медиа Союз» являются приложением к коллективному договору.

Правила внутреннего трудового распорядка имеют целью укреплять трудовую дисциплину, способствовать рациональному использованию рабочего времени, высокому качеству работы, повышению производительности и эффективности труда в организации. Нормы положения об оплате труда включены в Правила внутреннего трудового распорядка ООО «Медиа Союз».

Таким образом, была рассмотрена краткая характеристика предприятия, организационная структура управления ООО «Медиа Союз», а также должностные обязанности сотрудников компании. Кроме того, были рассмотрены основные документы ООО «Медиа Союз».

2.2 Анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Медиа Союз»

Основой для проведения финансового анализа ООО «Медиа Союз» стали следующие данные: Бухгалтерский баланс за 2020 г. (Приложение А); Отчет о финансовых результатах за 2020 г. (Приложение Б). Анализ финансового состояния предприятия является одним из ключевых моментов

его оценки, так как служит основой понимания истинного положения предприятия. Результаты финансово-хозяйственной деятельности ООО «Медиа Союз» представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Основные финансовые результаты деятельности ООО «Медиа Союз» за 2018-2020 гг.

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя			
		2018 г.	2019 г.	2020 г.	2018-2019 гг.		2019-2020 гг.	
					Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Объем реализации продукции (выручка), тыс. руб.	16488	22769	22052	6281	38,1	-717	-3,1
2	Себестоимость, тыс. руб.	15271	20702	19715	5431	35,6	-987	-4,8
3	Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	1217	2067	2337	815	69,8	270	13,1
4	Прочие доходы, тыс. руб.	4	27	28	23	575	1	3,7
5	Прочие расходы, тыс. руб.	107	232	139	125	116,8	-93	-40,1
6	Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	1075	1812	2178	737	68,6	366	20,2
7	Чистая прибыль, тыс. руб.	909	1579	1955	670	73,7	376	23,8
8	Рентабельность продаж, %	7,4	9,1	10,6	1,7	22,9	1,5	16,5
9	Затратоемкость, %	92,6	90,9	89,4	-1,7	-1,8	-1,5	-1,7
10	Численность рабочих, чел.	20	23	22	3	15	-1	-4,3
11	Выработка на одного работающего, тыс. руб.	824,4	989,9	1002,4	165,5	20,1	12,5	1,3

Окончание таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9
12	Фонд заработной платы работающих, тыс. руб.	3189	3432	3960	243	7,6	528	15,4
13	Фондоотдача	3,9	3,3	3,0	-0,6	-15,4	-0,3	-9,1
14	Фондоёмкость	0,3	0,3	0,3	0	0	0	0

Рост объема продаж в 2019 году увеличился по сравнению с 2018 годом на 38,1%. Выручка в общем объеме выросла за год на 6281 тысяч рублей. В 2020 году объем реализуемой продукции снизился на 3,1% (на 717 тыс. рублей).

Себестоимость продаж в 2019 году по сравнению с 2018 годом выросла на 35,6%, в 2020 году показатель, напротив, снизился на 4,8%, в общем объеме – на 987 тыс. рублей.

На рисунке 6 представлена динамика выручки и себестоимости продукции ООО «Медиа Союз».

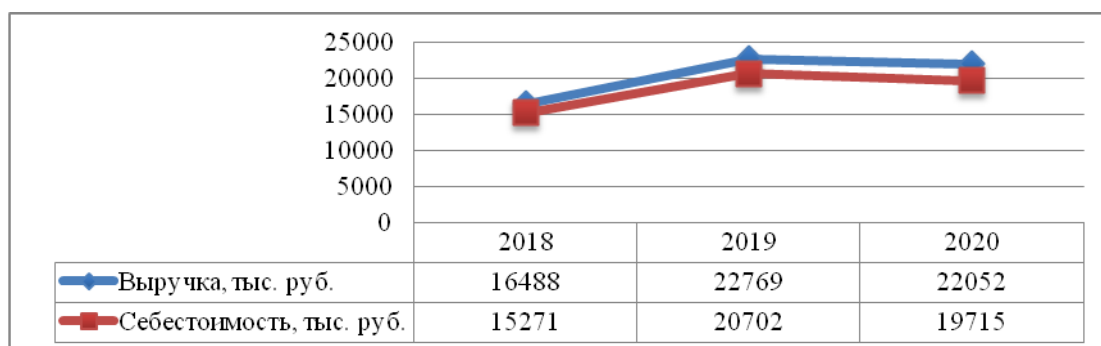


Рисунок 6 – Динамика объема продаж и себестоимости продукции ООО «Медиа Союз» в 2018-2020 гг.

Прибыль от реализации продукции в 2019 году возросла на 69,8% и составила 2067 тыс. рублей. В 2020 году также наблюдался рост прибыли на 13,1%, в абсолютном изменении – на 270 тыс. рублей. Прибыль до налогообложения также выросла: на 68,6% в 2019 году, на 20,2% в 2020 году.

В 2020 году снизился показатель прочих расходов на 40,1%, прочие доходы выросли несущественно – на 3,7%.

Темп прироста чистой прибыли в 2019 году составил 73,7% по сравнению с 2018 годом. В 2020 году прирост чистой прибыли составил 23,8%.

На рисунке 7 представлена динамика показателей прибыли ООО «Медиа Союз».

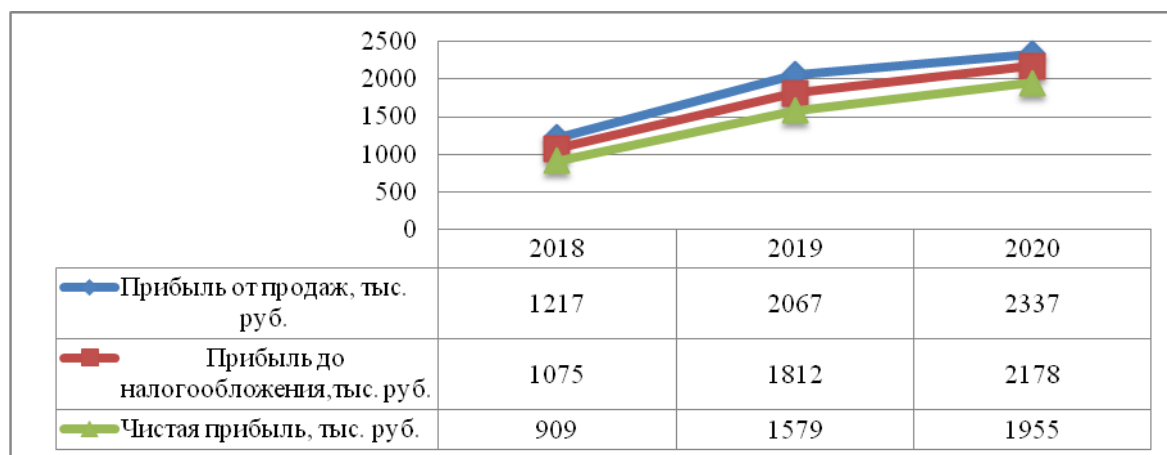


Рисунок 7 – Динамика прибыли ООО «Медиа Союз» в 2018-2020 гг.

Положительным фактором является рост рентабельности продаж. Так, в 2018 году этот показатель составлял 7,4%, а в 2020 году он составляет 10,6%. Общий прирост рентабельности продаж за 3 года составил 43,2%.

Кроме того, снизился показатель затратоемкости продукции ООО «Медиа Союз» на 3,5% за 3 исследуемых года. В 2020 году затратоемкость продукции составила 89,4%. Важно отметить, что низкий уровень затратоемкости позволяет предприятию получить конкурентные преимущества на потребительском рынке, свободнее осуществлять его ценовую политику.

Показатель фондоотдачи, напротив, снизился на 9,1% в 2020 году и на 15,4% в 2019. Снижение фондоотдачи говорит о том, что темпы роста стоимости основных средств увеличилась больше, чем темпы роста выпуска продукции. Показатель фондоемкости остается на одном уровне в течение трех исследуемых лет.

Кроме того, необходимо отметить рост выработки на одного работающего в 2019 году по сравнению с 2018 годом – он составил 20,1%. Но

в 2020 году показатель увеличился незначительно – всего на 1,3%.

В таблице 3 представлены основные компоненты себестоимости продуктов ООО «Медиа Союз». Анализ издержек и порядка расчета плановых затрат на производство и реализацию продукции является важным элементом контроля деятельности ООО «Медиа Союз», так как дает возможность получить полную информацию для управления затратами производства, создать необходимые условия для их последовательного снижения на всех участках организации.

Таблица 3 – Себестоимость продукции ООО «Медиа Союз»

№ п/п	Издержки	2018, тыс. руб.	2019, тыс. руб.	2020, тыс. руб.
1	2	3	4	5
1	Заработная плата	3189	3432	3960
2	Расходы на страховые отчисления	956,7	1029,6	1188
3	Амортизация ОС	2290	2484,2	2557,2
4	Накладные затраты	3054	3105,3	3078
5	Расходы по оплате услуг присоединения	2443,3	3024,1	3124,5
6	Расходы по оплате услуг по пропуску трафика	1336,5	2242,1	2265,8
7	Оплата за электроэнергию	1832,5	2978,6	3054,4
8	Расходы по оплате товаров, работ и услуг сторонних организаций	118,5	2055,6	271,5
9	Прочие расходы	50,5	350,5	215,3
10	Итого полная себестоимость	15271	20702	19715

Самые емкие расходы ООО «Медиа Союз» – это расходы на электроэнергию, обеспечение работы каналов связи, разработку программного обеспечения и расходы по его амортизации, на закупку основных средств в виде различного сетевого оборудования, а также его амортизацию, расходы на заработную плату сотрудников. Накладные расходы включают административные расходы.

Таким образом, отмечаем, что за три исследуемых года существенно выросло число расходов на заработную плату и страховые выплаты. Кроме

того, произошел рост расходов на амортизацию основных средств, на оплату услуг присоединения и оплату услуг по пропуску трафика. За счет роста тарифов выросла сумма оплаты за электроэнергию. Таким образом, эти статьи затрат являются основными при определении тарифов на интернет-услуги для клиентов ООО «Медиа Союз».

Подробнее рассмотрим показатели рентабельности предприятия. Результаты расчетов представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели рентабельности ООО «Медиа Союз» в 2018-2020 гг.

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя			
		2018 г.	2019 г.	2020 г.	2018-2019 гг.		2019-2020 гг.	
					Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Рентабельность продаж, %	7,4	9,1	10,6	1,7	22,9	1,5	16,5
2	Рентабельность собственного капитала, %	16,6	25,2	23,8	8,6	51,8	-1,4	-5,6
3	Рентабельность текущих активов, %	21,4	23,2	26,9	1,8	8,4	3,7	15,9
4	Рентабельность внеоборотных активов, %	17,4	32,9	25,4	15,5	89,1	-7,5	-22,8
5	Рентабельность активов, %	9,6	13,6	13,1	4,0	41,7	-0,5	-3,7

Таким образом, отмечаем, что в 2019 году произошел рост всех показателей рентабельности по сравнению с 2018 годом. В свою очередь, в 2020 году произошло снижение рентабельности собственного капитала на 5,6%, рентабельности внеоборотных активов на 22,8% и рентабельности активов на 3,7%. Рентабельность продаж и рентабельность активов по сравнению с 2019 годом, напротив, увеличилась.

В целом, показатели рентабельности ООО «Медиа Союз» являются довольно высокими, так как одновременно растет чистая прибыль

предприятия и ее активы.

На рисунке 8 представлена динамика основных показателей рентабельности ООО «Медиа Союз».

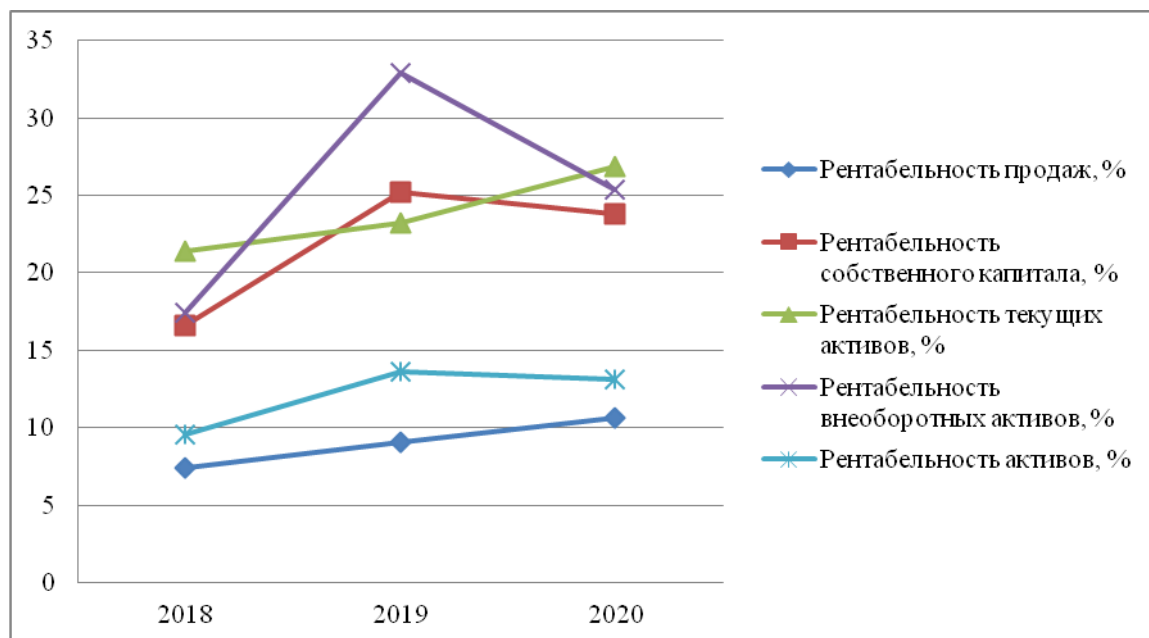


Рисунок 8 – Динамика показателей рентабельности ООО «Медиа Союз» в 2018-2020 гг.

Таким образом, были рассмотрены основные финансовые результаты деятельности ООО «Медиа Союз». Отмечаем, что за 3 исследуемых года финансовые показатели деятельности организации улучшились, о чем свидетельствует увеличение чистой прибыли, повышение рентабельности продаж, снижение затратноемкости продукции. Показатели рентабельности ООО «Медиа Союз» являются довольно высокими, так как одновременно растет чистая прибыль предприятия и ее активы. Несмотря на это, уменьшилась выручка предприятия, что говорит о необходимости подробного исследования эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Медиа Союз» и разработки мероприятий по ее повышению.

2.3 Анализ эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Медиа Союз»

Устойчивое финансовое состояние является необходимым условием эффективной деятельности фирмы. Финансовое состояние предприятий и его устойчивость во многом зависят от оптимальности структуры источников капитала (соотношения собственных и заемных средств) и от оптимальности структуры активов предприятия. В таблице 5 представлен общий анализ структуры баланса ООО «Медиа Союз».

Таблица 5 – Анализ структуры баланса ООО «Медиа Союз» в 2019-2020 гг.

Показатели	2019		2020		Отклонение	Темп прироста, %
	Сумма, тыс. руб.	уд.вес,%	Сумма, тыс. руб.	уд.вес,%		
АКТИВЫ	11597	100	14966	100	3369	29,1
Материальные внеоборотные активы	4791	41,3	7704	51,5	2913	60,8
Запасы	5766	49,7	5893	39,4	127	2,2
Денежные средства и денежные эквиваленты	68	0,6	223	7,7	155	227,9
Финансовые и другие оборотные активы	971	8,4	1146	1,4	175	18,0
ПАССИВЫ	11597	100	14966	100	3369	29,1
Капитал и резервы	6263	54,0	8218	54,9	1955	31,2
Долгосрочные заемные средства	327	2,8	682	4,6	355	108,6
Краткосрочные заемные средства	883	7,6	773	5,1	-110	-12,5
Кредиторская задолженность	4124	35,6	5294	35,4	1170	28,4

Темп прироста внеоборотных активов в 2020 году составил 60,8%. Также в структуре активов 39,4% занимают запасы предприятия. В 2020 году на 227,9% вырос показатель денежных средств и денежных эквивалентов, а доля финансовых и других оборотных активов, напротив, уменьшилась до 1,4 в структуре актива.

На рисунке 9 представлена структура имущества ООО «Медиа Союз» в 2020 году.

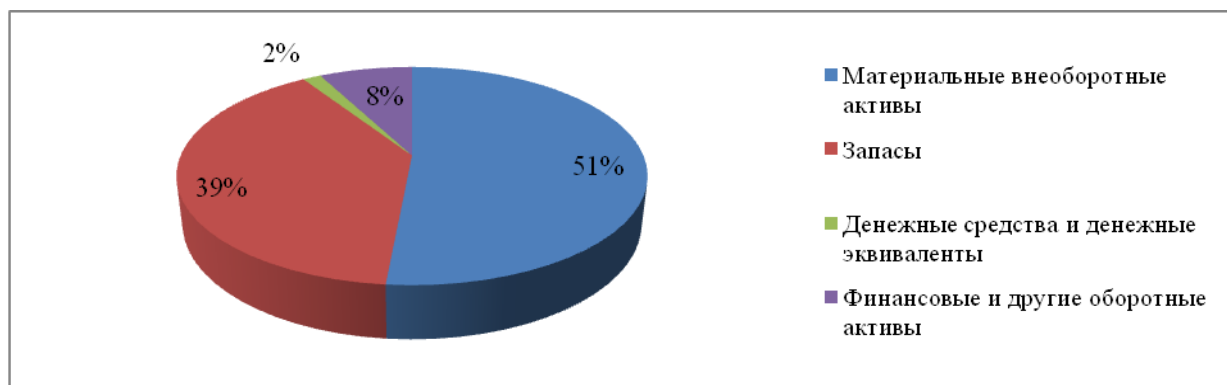


Рисунок 9 – Структура актива баланса ООО «Медиа Союз» за 2020 г.

Таким образом, в ООО «Медиа Союз» основным источником имущества являются материальные внеоборотные активы.

На рисунке 10 представлена структура пассива баланса ООО «Медиа Союз» в 2020 году.

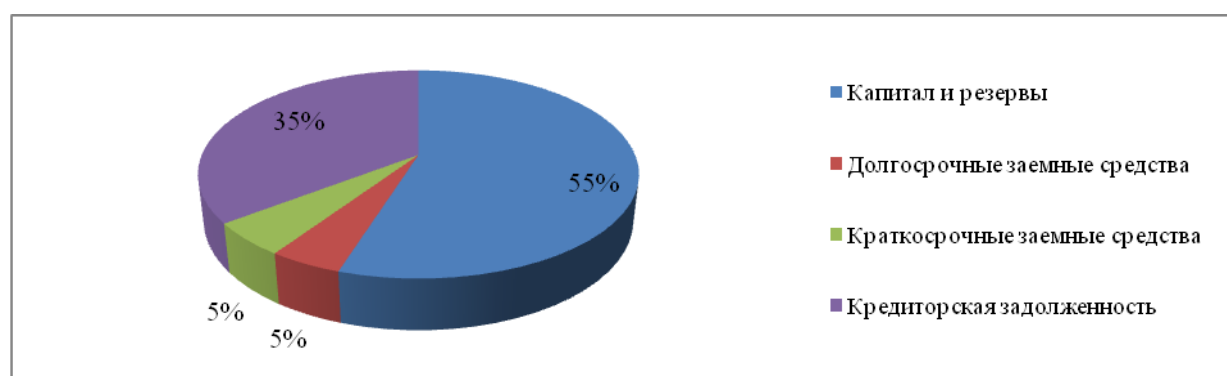


Рисунок 10 – Структура пассива баланса ООО «Медиа Союз» в 2020 г.

Основная доля в структуре пассивов приходится на капитал и резервы, что является положительным показателем. В 2020 году их число выросло на 31,2%. В 2020 году на долю кредиторской задолженности пришлось 35,4% от общей величины валюты баланса, на заемные средства долгосрочных обязательств – 4,6%. Рост долгосрочных заемных средств и кредиторской

задолженности сигнализирует о проблемах в организации связанных с управлением финансами.

Проанализируем ликвидность баланса ООО «Медиа Союз» за 2019-2020 гг. (таблица 6).

Таблица 6 - Ликвидность баланса ООО «Медиа Союз» в 2019-2020 гг.

Актив		Условие	Пассив		Излишек (недостаток) платежных средств, тыс. руб.
2019 год					
1. Абсолютные и наиболее ликвидные активы	1039	\leq	1. Наиболее срочные обязательства	4124	-3085
2. Быстро реализуемые активы	971	\geq	2. Краткосрочные пассивы	883	88
3. Медленно реализуемые активы	5766	\geq	3. Долгосрочные пассивы	327	5439
4. Трудно реализуемые активы	4791	\leq	4. Постоянные пассивы	6263	-1472
2020 год					
1. Абсолютные и наиболее ликвидные активы	1369	\leq	1. Наиболее срочные обязательства	5294	-3925
2. Быстро реализуемые активы	1146	\geq	2. Краткосрочные пассивы	773	373
3. Медленно реализуемые активы	5893	\geq	3. Долгосрочные пассивы	682	5211
4. Трудно реализуемые активы	7704	\leq	4. Постоянные пассивы	8218	-514

Анализируя показатели ликвидности ООО «Медиа Союз» за 2019-2020 гг., видим, что у предприятия в 2019-2020 гг. было недостаточно денежных средств для погашения наиболее срочных обязательств. В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств. В данном случае это соотношение выполняется – у предприятия достаточно краткосрочной дебиторской задолженности для погашения среднесрочных обязательств на протяжении 2019-2020 гг.

Медленно реализуемые активы на протяжении анализируемого периода покрывают долгосрочные пассивы. Труднореализуемые активы в 2019-2020 гг. меньше постоянных пассивов, т.е. минимальное условие финансовой устойчивости соблюдается. Из четырех соотношений, характеризующих наличие ликвидных активов, у ООО «Медиа Союз» в 2020 году не выполняется только одно. Таким образом, баланс организации в анализируемом периоде является ликвидным.

Показатели платежеспособности ООО «Медиа Союз» за 2019-2020 гг. представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Анализ платежеспособности и кредитоспособности ООО «Медиа Союз» в 2019-2020 гг.

№ п/п	Показатели	Нормативное значение	2019	2020	Отклонение	Темп прироста, %
1	Коэффициент текущей ликвидности (К1)	$K1 > 1$	1,2	1	-0,2	-16,7
2	Коэффициент критической ликвидности (К2)	$K2 > 0,7-0,8$	0,08	0,29	0,21	262,5
3	Коэффициент абсолютной ликвидности (К3)	$K3 > 0,2$	0,08	0,29	0,21	262,5

В 2019-2020 гг. нормативному значению не соответствовал коэффициент критической ликвидности. Это значит, что предприятие не сможет погасить текущие обязательства, если ситуация станет критической.

Коэффициент абсолютной ликвидности в 2020 году соответствует нормативному значению. Это означает, что ООО «Медиа Союз» сможет погашать текущие (краткосрочные) обязательства с помощью денежных средств, средств на расчетный счетах и краткосрочных финансовых вложений. Коэффициент текущей ликвидности в 2019-2020 гг. находится в норме, что говорит о возможности покрывать текущие (краткосрочные) обязательства только за счёт оборотных активов, но нужно отметить, что показатель в 2020 году снизился на 16,7%.

В таблице 8 представлен анализ финансовой устойчивости ООО «Медиа Союз».

Таблица 8 – Анализ финансовой устойчивости ООО «Медиа Союз» в 2019-2020 гг.

№ п/п	Показатели	2019	2020	Отклонение	Темп прироста, %
1	Коэффициент автономии	0,54	0,55	0,01	1,6
2	Коэффициент соотношения собственных и заемных средств	0,85	0,82	-0,03	-3,5
3	Коэффициент маневренности	0,29	0,15	-0,14	-48,3
4	Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами	0,31	0,20	-0,11	-35,5
5	Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	1,42	0,94	-0,48	-33,8

Значение коэффициента автономии (при норме 0,5) показывает, что компания способна рассчитываться по всем имеющимся обязательствам, используя собственные резервы. Значение коэффициента соотношения собственных и заемных средств показывает, что организация находится в неустойчивом состоянии, присутствует риск банкротства из-за преобладания заемного капитала над собственным.

Коэффициент маневренности показывает способность компании поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства из собственных источников. Значение коэффициента маневренности в 2020 году (при норме 0,2-0,5) показывает, что ООО «Медиа Союз» находится в неустойчивом финансовом положении.

Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами показывает степень покрытия запасов собственными средствами, а также потребность в привлечении заемных средств. При норме 0,6-0,8 и выше, данный показатель в ООО «Медиа Союз» является крайне низким.

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств в 2019 году соответствовал норме, но в 2020 году показатель снизился на 33,8%, что говорит о преобладании «тяжелой» структуры имущества. В

исследуемом периоде практически все показатели финансовой устойчивости ООО «Медиа Союз» не соответствуют нормативным.

По результатам анализа эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Медиа Союз» можно сделать вывод о том, что предприятие находится в неустойчивом финансовом положении. К негативным тенденциям также можно отнести рост дебиторской задолженности и кредиторской задолженности.

В результате проведенного исследования нами были выявлены следующие проблемы в организации:

- снижение выручки в 2020 году на 3,1%;
- снижение рентабельности собственного капитала на 5,6%, рентабельности внеоборотных активов на 22,8% и рентабельности активов на 3,7% в 2020 году.
- рост долгосрочных заемных средств и кредиторской задолженности в общей структуре баланса;
- у предприятия недостаточно денежных средств для погашения наиболее срочных обязательств.

Таким образом, необходимо разработать мероприятия по повышению эффективности деятельности ООО «Медиа Союз».

2.4 Анализ внешней и внутренней среды ООО «Медиа Союз»

Одной из важнейших характеристик отрасли провайдерских услуг можно назвать высокую степень зависимости от развития информационно-коммуникационных технологий. Отрасль характеризуется преобладанием на рынке предоставления услуг интернета крупных провайдеров, которые охватывают более 70% всех абонентов России. Так, по данным информационно-аналитического агентства TelecomDaily, основными провайдерами широкополосного доступа сегодня являются следующие компании: «Ростелеком», «ЭР-Телеком», МТС, «Вымпелком» и ТТК.

В свою очередь, «число абонентов фиксированного интернет-доступа (ШПД) в России по итогам 2020 года достигло отметки в 34,3 млн абонентов, прирост по итогам четвертого квартала составил 250 тыс. домохозяйств» [52]. Темпы роста отрасли по сравнению с 2019 годом снижаются, что связано с большим количеством акций и специальных предложений, которые предлагали операторы связи в период самоизоляции. Но, так как многие абоненты перешли к удаленной учебе и работе, спрос на наличие фиксированного интернет-доступа является высоким. Степень проникновения широкополосного доступа в интернет в сегменте частных лиц в России по итогам 2020 года оценивается в 61%.

На сегодняшний момент в России действуют 15–16 крупных операторов, абонентская база которых насчитывает десятки тысяч пользователей. Остальные компании, в основном, являются локальными, охватывая один или несколько регионов. Специалисты отмечают, что в 2021 году наметилась тенденция монополизации рынка провайдерских услуг, что связано с ростом требований клиентов к качеству и стабильности доступа в интернет, а также со снижением покупательской способности граждан в условиях пандемии [20].

Во внешней среде отрасли предоставления услуг интернета и телевидения существенное влияние оказывают следующие факторы:

1. Политические (государство и законодательные акты).
2. Экономические (общая экономическая ситуация в стране и в мире, деятельность конкурентов, поставщиков, партнеров).
3. Технологические (развитие информационно-коммуникационных технологий).
4. Социально-культурные (потребительские предпочтения).

В таблице 9 приведены основные угрозы и возможности внешней среды ООО «Медиа Союз», исходя из указанных критериев.

Таблица 9 – Основные угрозы и возможности внешней среды ООО «Медиа Союз»

Факторы влияния	Угрозы	Возможности
Политические	Повышение налоговых тарифов Принятие НПА, требующих специализированного и дорогостоящего оборудования	Снижение налоговых тарифов для интернет-провайдеров Государственная поддержка деятельности малого бизнеса
Экономические	Снижение темпов роста экономики Повышение стоимости оборудования Рост темпов инфляции Увеличение числа конкурентов на региональном рынке	Улучшение экономической ситуации в стране, повышение покупательской способности Увеличение числа новостроек в регионе, рост частного сектора
Технологические	Развитие мобильной телефонии	Повсеместный переход на удаленную работу, дистанционные формы обучения
Социально-культурные	Рост требований к качеству и стабильности выхода в интернет Рост требований к сервисному обслуживанию Отказ от подключения дополнительных сервисов Изменение потребительских предпочтений в угоду мобильному интернету и крупным интернет-провайдерам	Увеличение числа абонентов домашнего интернета и телевидения

В телекоммуникационной индустрии, как и в любой отрасли экономики, конкуренция выражается пятью силами Портера: угрозой появления новых интернет-провайдеров; способностью поставщиков и покупателей торговаться; угрозой появления аналогичных услуг; соперничеством между собой уже имеющихся провайдеров. Рассмотрим влияние пяти сил на отрасль.

Угроза появления новых интернет-провайдеров.

В условиях пандемии коронавируса вырос потребительский спрос на качественные интернет-услуги. Доходы отрасли, в свою очередь, снизились, несмотря на то, что число абонентов домашнего интернета в России в 2020 год увеличилось и достигло 33,9 млн пользователей. Кроме того, рынок

провайдерских услуг в настоящий момент стремится к монополизации, когда небольшие компании не могут соперничать с крупными провайдерами, которые охватывают более 70% рынка. Важным барьером при входе в отрасль является потребность в капитале. Легче войти на рынок интернет-услуг будет российским или международным компаниям, имеющим определенный сформировавшийся бренд и капитал, которые могут позволить проводить гибкую ценовую политику при высоких стандартах обслуживания.

Угроза появления аналогичных услуг.

Для сегмента фиксированного доступа в интернет заменителем является мобильный интернет, который распространяется стремительными темпами. Кроме того, растут его технологические возможности – скорость мобильного интернета позволяет смотреть видео, скачивать файлы и так далее. Поэтому данный сегмент может представлять реальную угрозу для компаний, предоставляющих только услуги фиксированного доступа в интернет.

Соперничество между собой уже имеющихся интернет-провайдеров.

Рассматриваемая нами компания «Медиа Союз» ориентируется на рынок провайдерских услуг города Тольятти и Сызрани. Рассмотрим основных конкурентов ООО «Медиа Союз» в городе Тольятти: Ростелеком, Билайн, ИнфоЛада, Другой Телеком, Metromax, Айдо Телеком, Utel Network.

Наглядно рассмотрим информацию о конкурентах и их услугах по следующим критериям: стоимость подключения; максимальная скорость интернета; ассортимент тарифных планов; наличие рекламного сопровождения; программы лояльности; наличие эксклюзивных технологий подключения (таблица 10).

Таблица 10 – Конкурентный анализ среды ООО «Медиа Союз»

Критерий	Название провайдера							
	Ростелеком	Билайн	ИнфоЛада	Другой Телеком	Metromax	Айдо Телеком	Utel Network	Медиа Союз
Стоимость подключения услуги «Интернет»	От 499 до 890 рублей	От 300 до 400 рублей	От 450 до 570 рублей	490 рублей	500 рублей	От 349 до 499 рублей	От 350 до 650 рублей	От 500 до 1000 рублей
Максимальная скорость интернета	200 Мбит/с	100 Мбит/с	100 Мбит/с	150 Мбит/с	100 Мбит/с	200 Мбит/с	200 Мбит/с	30 Мбит/с
Ассортимент тарифных планов	6 тарифов	2 тарифа	3 тарифа	1 тариф	1 тариф	2 тарифа	3 тарифа	3 тарифа
Реклама	Традиционные и нетрадиционные виды рекламы (ТВ, радио, печать, интернет, социальные сети и др.)	Традиционные и нетрадиционные виды рекламы (ТВ, радио, печать, интернет, социальные сети и др.)	Социальные сети, сайт, контекстная реклама	Социальные сети, сайт, контекстная реклама, реклама в СМИ	Социальные сети, сайт, контекстная реклама, реклама в СМИ	Социальные сети, сайт, контекстная реклама	Социальные сети, сайт	Нет
Программы лояльности	Бонусная программа	Домашний интернет и ТВ бесплатно навсегда для абонентов в мобильной связи Билайн	Акция «Приведи друга»	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет
Наличие эксклюзивных предложений	Увеличение скорости доступа в сеть Интернет до максимальной возможной на 3 часа, 12 часов или 24 часа и др.	Услуги управления счетом, антивирусы, предложения для абонентов в Билайн	Выгодные тарифы на использование телефонии	Кабельный интернет по технологии GPON в частном секторе	Антивирус для бизнеса	Нет	Нет	Нет

В свою очередь, стоимость подключения услуги «Интернет» в ООО «Медиа Союз» составляет от 500 до 1000 рублей в месяц. Максимальная

скорость интернета составляет 30 Мбит/с. Количество тарифных планов по услуге «Интернет» - 3 штуки. Программ лояльности в компании нет, социальные сети активно не ведутся, реклама не используется. Таким образом, рассматриваемая нами компания значительно отстает от большинства представленных конкурентов по различным критериям.

Сильными сторонами ООО «Медиа Союз» являются следующие: использование современных технологий, удовлетворенность сотрудников политикой компании, разумная ценовая политика, наличие различных тарифов, высокое качество предоставляемых услуг.

Способность поставщиков торговаться.

Интернет-провайдер является оператором связи, поэтому ему необходимы специальные лицензии, выдающиеся государственными органами. Также провайдер обязан сдать узел связи в Роскомнадзор и получить официальную регистрацию в реестре операторов связи и разрешение на эксплуатацию. Таким образом, основные проблемы могут быть связаны с ограничением деятельности провайдеров непосредственно государством. Кроме того, давление на провайдеров в рамках ценовой политики могут оказывать компании-производители оборудования, необходимого для осуществления деятельности.

Способность покупателей торговаться.

Как уже было ранее сказано, в настоящее время покупателем важно качество, скорость предоставляемых интернет-услуг. Важную роль играет также сервисное обслуживание. Покупатели могут отказываться от дополнительных сервисов провайдера в связи со снижением покупательской способности. Небольшой провайдер может противостоять давлению крупных провайдеров, если будет иметь конкурентоспособный сайт, активно использовать инструменты онлайн-маркетинга, контекстную рекламу, а также предлагать конкурентоспособную ценовую политику, оказывать качественные услуги, иметь высокий уровень сервиса.

Таким образом, на рынке провайдерских услуг действуют пять сил, действие которых следует учитывать при разработке конкурентных стратегий и формирования ассортимента. Процесс формирования конкурентных преимуществ включает в себя определение основных характеристик целевых сегментов рынка и разработку соответствующих конкурентных стратегий. Рынок интернет-услуг в России является растущим, что говорит о позитивных перспективах ООО «Медиа Союз» при наличии конкурентоспособной стратегии.

Для определения целевого сегмента ООО «Медиа Союз» в первую очередь необходимо отобрать критерии сегментации. Для сегментации потребителей услуг интернета предлагается использовать ряд критериев: цели пользования интернетом, требования к тарифному плану, требования к ценовой политике провайдера, половой признак, возрастной признак, место проживания.

Наиболее предпочтительным вариантом конкурентной стратегии небольшого регионального провайдера является стратегия фокусирования, основанная на дифференциации по одному-двум сегментам.

Для ООО «Медиа Союз» определены следующие предпочтительные сегменты аудитории:

1. Мужчины и женщины 25-60 лет, которые выбирают «честный» интернет, опираясь на реальную указываемую скорость.
2. Жители частного сектора города Тольятти, которые хотят получить качественный и быстрый интернет по средней ценовой категории.

Таким образом, были рассмотрены факторы внутренней и внешней среды ООО «Медиа Союз», определены предпочтительные сегменты аудитории. Были определены перспективы развития ООО «Медиа Союз» с учетом возможностей рынка. На данный момент ООО «Медиа Союз» значительно отстает от большинства представленных конкурентов по различным критериям.

Глава 3 Совершенствование деятельности по повышению эффективности ООО «Медиа Союз»

3.1 Предложения по повышению эффективности ООО «Медиа Союз»

Основная деятельность ООО «Медиа Союз» заключается в предоставлении кабельного телевидения и интернета. Решение хозяйственных задач подразумевает наличие большого количества процессов.

Бизнес-процессы, учитывающие доходы и расходы на предприятии, называют вспомогательными или обслуживающими. Для достижения стратегических целей, оценки влияния на выручку предприятия тех или иных управленческих решений, мониторинга важнейших показателей деятельности предприятия, а также для обеспечения оптимального финансирования хозяйственной деятельности необходимо оценивать финансовые бизнес-процессы. Кроме того, исследование финансовых бизнес-процессов позволяет рационально использовать средства предприятия и облегчать процесс зарабатывания денег другими структурами – отделом продаж, маркетинга, логистики и других.

Решение этих задач определено следующими процессами:

- планирование и анализ хозяйственной деятельности предприятия;
- управление финансовыми средствами предприятия и их потоками;
- краткосрочное и долгосрочное планирование доходов и расходов компании;
- управление оборотными средствами;
- ведение бухгалтерского и налогового учета;
- взаимодействие с инвесторами, кредиторами, клиентами и партнерами по финансированию деятельности организации и ее проектов;
- контроль и управление затратами;

- вычисление себестоимости проектов.

Важное направление изыскания резервов увеличения прибыли – сокращение затрат на проведение работ. К примеру, снижение затрат с введением электронного документооборота.

В настоящий момент для учета доходов и расходов, а также автоматизации других бизнес-процессов в компании ООО «Медиа Союз» используется информационная система «1С:Комплексная автоматизация 8».

На наш взгляд, в настоящее время в ООО «Медиа Союз» действующая информационная система не способна решать необходимые для данного бизнеса задачи.

Основные причины перехода на другое программное обеспечение:

- необходимость централизации производственного, управленческого, финансового учета, устранение дублирования функций персонала;
- недостаточная реалистичность общего бюджета доходов и расходов предприятия;
- отсутствие единого информационного пространства для работы сотрудников в части планирования календарных планов, доходов и сроков выполнения задач вызывает сложности и снижает оперативность формирования необходимых отчетов;
- необходимость повышения эффективности работы в связи с новыми и сложными проектами. Для этого необходимо освободить основных исполнителей от ручной, медленной, рутинной работы, для ведения более важных рабочих процессов.

В качестве автоматизации в ООО «Медиа Союз» рекомендуется установить ERP–систему, которая будет способствовать повышению эффективности работы экономиста в организации, ускорению расчетов, повышению эффективности управления финансовыми результатами. Действующая в ООО «Медиа Союз» информационная система не способна решать необходимые задачи по учету доходов и расходов на предприятии.

Цель внедрения: полная автоматизация бизнес-процессов. Необходимо устранить дублирование функциональных обязанностей персонала, создать единый рабочий комплекс, позволяющий получать информацию централизованно. Основные критерии выбора ИС: полнота функционала и приемлемая стоимость внедрения, а также доступность и надежность дальнейшей поддержки системы в актуальном состоянии при изменении законодательства и бизнес-процессов предприятия.

Кроме того, пользователи программного продукта должны работать с одной базой данных; должна быть обеспечена гибкость программы для оперативного внесения изменений. Важно, чтобы информационный продукт обладал простым интерфейсом, понятным для большинства пользователей, любой профессиональной квалификации.

Также необходимо, чтобы программа была подстроена под бизнес-процессы, а не бизнес-процессы изменялись вследствие внедрения автоматизированной информационной системы. Последним критерием является возможность ограничения прав доступа для различных категорий пользователей, что обеспечит безопасность хранения данных.

Внедрение информационной системы в ООО «Медиа Союз» позволит увеличить выручку, снизить себестоимость продаж, а также увеличить чистую прибыль организации.

Кроме того, нами было выявлено, что в ООО «Медиа Союз» нет программы лояльности, социальные сети активно не ведутся, реклама не используется. Исходя из этого, рассматриваемая компания значительно отстает от большинства конкурентов.

В целях повышения объема продаж в ООО «Медиа Союз» предлагается разработать рекламную акцию, направленную на увеличение узнаваемости компании, повышении объема продаж. Для этого предлагаем компании разместить рекламу провайдерских услуг в электронном СМИ о Тольятти «TLT.ru». Так, согласно информации, размещенной на сайте TLT.ru,

баннерная реклама обеспечит максимальный охват, привлечет внимание и даст быстрый результат.

Таким образом, нами был предложен ряд мероприятий для ООО «Медиа Союз», которые позволят повысить эффективность компании:

- внедрение автоматизированной ERP-системы;
- размещение рекламы в электронном СМИ о Тольятти «TLT.ru».

В следующем разделе проведем расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий.

3.2 Расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий

Первым мероприятием, предлагаемым в рамках повышения эффективности ООО «Медиа Союз» является внедрение автоматизированной ERP-системы.

Стоимость лицензии на 20 рабочих мест составляет 240 000 рублей. В стоимость ПО не входят услуги по инсталляции, обучению, информационно-технологической поддержке пользователей, а также модернизации ПО, консультации. Для получения технической поддержки нужна подписка ИТС + Отраслевой ИТС 3 категории для «1С:ERP+PM 2.0». Стоимость лицензии на 12 месяцев составляет 54 800 рублей. В состав 1С:ИТС Отраслевой входит линия консультаций разработчика отраслевых решений, на которой оперативно решаются проблемы профильного характера (в порядке очереди), а также лицензионные обновления с ресурса (сервера) 1С.

Кроме того, для внедрения программного продукта «1С:ERP+PM» организации потребуются консультации специалистов технической поддержки. Так, консультации на период самостоятельного внедрения будут включать:

- консультации по функционалу программы «1С:ERP+PM»;
- консультации по настройке и администрированию ПО;
- консультации по работе пользователей в ПО;

- консультации и доработка функционала системы по требованиям заказчика;
- консультации и запуск пилотной эксплуатации ПО;
- консультации и запуск промышленной эксплуатации ПО.

Стоимость консультаций по внедрению программного обеспечения в течение 120 дней составит 210 000 рублей.

Важно отметить, что приведенные выше расходы – это не полная часть финансовых средств, которые будут необходимы для внедрения системы. Кроме очевидных затрат (стоимость лицензии, оплата специалистов), нужно учитывать стоимость обслуживания и модернизации программного продукта в дальнейшем. Так, совокупные затраты разделяют на видимые и невидимые. Затраты, имеющие фиксированную стоимость, и которые были обозначены на момент заключения договора внедрения ИС, являются видимыми. К невидимым относятся дополнительные затраты, которые не были внесены в прайс-лист, но подразумеваются для дальнейшего эффективного использования.

В таблице 11 представлены необходимые затраты на внедрение программного обеспечения «1С:ERP+PM» в организации ООО «Медиа Союз».

Таблица 11 – Расходы на внедрение и пользование «1С:ERP+PM»

№ п/п	Статья расходов	Стоимость (рублей)
1	2	3
1	Стоимость лицензии на 20 р.м.	240 000
2	Подписка ИТС + Отраслевой ИТС 3 категории	54 800
3	Консультации по внедрению ПО (настройка и запуск)	410 000
4	Аутсорсинг (вызов специалиста 6 раз в год)	48 000
5	Содержание сервера (оплата интернета и электроэнергии, оплата хостинга)	120 000
6	Развитие информационной системы	75 000
7	Итого стоимость видимых и невидимых затрат	747 800

Таким образом, стоимость внедрения и владения информационной системой составит 747 800 рублей, без учета инфляции и форс-мажоров. По

данным компании «1С», внедрение ERP-системы на предприятии может помочь достичь следующих показателей (рисунок 11):

Индикатор	Показатель эффективности	Среднее значение, %
1	2	3
Запасы и производство	Снижение объемов материальных запасов	24
	Сокращение расходов на материальные ресурсы	17
	Снижение производственных издержек	16
	Снижение себестоимости выпускаемой продукции	9
	Увеличение объема выпускаемой продукции	36
Оборотные средства	Рост оборачиваемости складских запасов	28
	Сокращение дебиторской задолженности	22
Эффективность и оперативность	Ускорение обработки заказов	75
	Сокращение сроков исполнения заказов	26
	Сокращение операционных и административных расходов	17
	Рост прибыльности	14
Трудозатраты и отчетность	Сокращение трудозатрат в различных подразделениях	29
	Ускорение получения управленческой отчетности	в 2,9 раз
	Ускорение подготовки регламентированной отчетности	в 2,8 раза

Рисунок 11 – Экономический эффект от внедрения ERP-решений на платформе «1С:Предприятие 8» (по данным 1С)

По данным других экспертов, успешное внедрение и использование информационной системы обеспечит не такой высокий рост прибыльности. Так, в ходе исследования более двухсот предприятий, завершивших внедрения ERP-систем, группой консалтинговых компаний был получен результат увеличения объёма продаж в среднем на 5 % [51].

Предполагаемая величина объема продаж по экспертным оценкам составляет 5%. Она определена с помощью экспертной группы (10 консалтинговых компаний). Экспертам предлагалось оценить, на сколько увеличится объем реализации продукции за год в результате внедрения ERP-системы в ООО «Медиа Союз». Результаты оценки консалтинговых компаний представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Прогноз консалтинговых компаний (экспертов)

Наименование эксперта	Профи-Консалт	Бизнес Эксперт	Vendete	Логика финансов	БКН	Деломаг	AGM	Бизнес Бюро	КИТ	ЮРС	Среднее значение
Прогнозное увеличение выручки	7%	6%	3%	4%	3%	5%	5%	6%	7%	4%	5%

Таким образом, для расчета эффективности от мероприятия используем средние результаты, а именно: рост объема продаж на 5%. Определим изменения основных организационно-экономических показателей ООО «Медиа Союз» в результате внедрения предложенных мероприятий (Таблица 13).

Таблица 13 – Динамика основных организационно-экономических показателей ООО «Медиа Союз»

№ п/п	Показатели	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Абсолютное изменение, (+/-)	Темп прироста, %
1	2	3	4	5	6
1	Выручка, тыс.руб.	22052,0	23154,6	1102,6	5,0
2	Издержки обращения, тыс.руб.	19715,0	20462,8	747,8	3,8
3	Переменные издержки обращения, тыс.руб.	5914,5	5914,5	0,0	100,0
4	Постоянные издержки обращения, тыс.руб.	13800,5	13800,5	0,0	100,0
5	Издержки на реализацию мероприятия по внедрению ИС	0,0	747,8	747,8	100,0
6	Прибыль от реализации товаров (стр. 1 – стр.2), тыс.руб.	2 337,0	2691,8	354,8	15,2

Таким образом, предложенное мероприятие может увеличить выручку ООО «Медиа Союз» на 5%, а также увеличить чистую прибыль организации в первый год использования информационной системы на 354,8 тыс. рублей.

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия, который представляет собой период, необходимый для возврата затрат, связанных с проведением мероприятия за счет притока денежных средств от его осуществления. В таблице 14 приведем показатели экономической эффективности мероприятия по внедрению ERP-системы.

Таблица 14 – Показатели экономической эффективности мероприятия по внедрению ERP-системы

№ п/п	Мероприятия	Затраты, тыс. руб.	Дополнительная выручка, тыс. руб.	Годовой эффект, тыс. руб.	Срок окупаемости мероприятия, год / мес. / дни
1	Внедрение ERP-системы	747,8	1102,6	354,8	$747,8/1102,6 = 0,67$ лет = $0,67 \times 365$ дней = 245 дней

Окупаемость рекомендуемого мероприятия составляет менее одного года, это меньше чем нормативный срок окупаемости – 3 года.

Расчеты ожидаемой экономической эффективности разработанного мероприятия обосновывают его целесообразность.

В целях повышения объема продаж в ООО «Медиа Союз» предложено разместить рекламу о компании в популярном электронном СМИ о Тольятти «TLT.ru». Будет использоваться размещение на рекламном баннере в «шапке» сайта, баннер размером 1280 x 100.

В таблице 15 представлены необходимые затраты на размещение рекламы на сайте TLT.ru.

Таблица 15 – Расходы на размещение рекламы на сайте TLT.ru.

№ п/п	Статья расходов	Стоимость (рублей)
1	Размещение рекламы на сайте TLT.ru на 1 месяц	48 000
2	Разработка дизайн-макета рекламы	12 000
3	Итого затрат на мероприятие	60 000

На основании данных Яндекс.Метрика выяснено, что количество просмотров сайта TLT.ru составляет 190 335 просмотров в неделю. Таким

образом, за месяц рекламный баннер ООО «Медиа Союз» будет просмотрен, как минимум, 761 340 раз. Эффективность мероприятия можно будет оценить по конверсии просмотров рекламного объявления в лидов, то есть, по количеству подключений новых клиентов, которые появились благодаря рекламе.

Для оценки предполагаемой конверсии рекламного объявления необходимо снова обратиться к мнению экспертов консалтинговых компаний. Экспертам предлагалось оценить, какое количество новых клиентов возможно привлечь средствами размещения рекламного баннера. Результаты оценки консалтинговых компаний представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Прогноз консалтинговых компаний (экспертов) по конверсии рекламного объявления

Наименование эксперта	Профи-Консалт	Бизнес Эксперт	Vendete	Логика финансов	БКН	Деломаг	AGM	Бизнес Бюро	КИТ	ЮРС	Среднее значение
Прогнозное число конверсии в лидов, %	0,01	0,03	0,04	0,01	0,02	0,05	0,02	0,01	0,02	0,01	0,02%

Таким образом, для расчета эффективности мероприятия используем средние результаты, а именно: конверсия просмотров объявления в лидов на 0,02%. Тогда число новых подключившихся клиентов составит $761\,340 * 0,02\% = 152$ человека. Средний чек в ООО «Медиа Союз» по оценке директора составляет 750 рублей. Тем самым, предполагаемый прирост объема выручки от внедрения мероприятия составит 114 тыс. рублей.

Определим изменения основных организационно-экономических показателей ООО «Медиа Союз» в результате внедрения мероприятий (Таблица 17).

Таблица 17 – Расчет эффективности реализации мероприятий по размещению рекламного объявления в ООО «Медиа Союз» по сравнению с показателями 2020 года

№ п/п	Наименование показателя	До внедрения мероприятия	После внедрения мероприятия	Откл. (+;-)	Темп прироста, %
1	2	3	4	5	6
1	Товарооборот, тыс.руб.	22052,0	22166,0	114,0	0,5
2	Издержки обращения, тыс.руб.	19715,0	19775,0	60,0	0,3
3	Переменные издержки обращения, тыс.руб.	5914,5	5914,5	0,0	0,0
4	Постоянные издержки обращения, тыс.руб.	13800,5	13800,5	0,0	100,0
5	Издержки на реализацию мероприятия	0,0	60,0	60,0	100,0
6	Прибыль от реализации товаров (стр. 1 – стр.2), тыс.руб.	2 337,0	2391,0	54,0	2,3

Таким образом, прибыль от реализации услуг при использовании предложенного мероприятия увеличится на 2,3% или на 54 тыс. руб.

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия. В таблице 18 приведем показатели экономической эффективности мероприятия по размещению рекламы в электронном СМИ о Тольятти «TLT.ru».

Таблица 18 – Показатели экономической эффективности мероприятия по размещению рекламы в электронном СМИ о Тольятти «TLT.ru»

№ п/п	Мероприятия	Затраты, тыс. руб.	Дополнительная выручка, тыс. руб.	Годовой эффект, тыс. руб.	Срок окупаемости мероприятия, год / мес. / дни
1	2	3	4	5	6
1	Размещение рекламы в электронном СМИ о Тольятти «TLT.ru»	60,0	114,0	54,0	$60/114 = 0,53$ года = $0,53 \times 365$ дней = 194 дня

Окупаемость рекомендуемого мероприятия составляет 194 дня, то есть, мероприятие окупится уже через полгода после его проведения. Таким образом, расчеты ожидаемой экономической эффективности разработанного мероприятия обосновывают его целесообразность.

В Таблице 19 представлены сводные данные по предложенным мероприятиям.

Таблица 19 – Сводная таблица обоснования предлагаемых мероприятий

№ п/п	Выявленные проблемы	Причины	Мероприятия	Предполагаемый результат
1	Ухудшение финансовых результатов ООО «Медиа Союз» в 2020 году	Действующая информационная система не способна решать задачи ООО «Медиа Союз» по улучшению финансовых результатов	Внедрение автоматизированной системы управления предприятием «1С:Предприятие.8. ERP+PM».	Увеличение выручки на 5%, повышение чистой прибыли на 354,8 тыс. рублей
2	Отставание от конкурентов в продвижении услуг	В ООО «Медиа Союз» не используется реклама для продвижения услуг	Размещение рекламы в электронном СМИ о Тольятти «TLT.ru»	Увеличение прибыли от реализации услуг на 54 тыс. рублей

Определим изменения основных организационно-экономических показателей ООО «Медиа Союз» в результате внедрения обоих мероприятий (Таблица 20).

Таблица 20 — Сводный расчёт эффективности реализации мероприятий в ООО «Медиа Союз» по сравнению с показателями 2020 года

№ п/п	Показатели	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Абсолютное изменение, (+/-)	Темп прироста, %
1	2	3	4	5	6
1	Выручка, тыс.руб.	22052,0	23268,6	1216,6	5,5
2	Издержки обращения, тыс.руб.	19715,0	20402,8	687,8	3,4
3	Переменные издержки обращения, тыс.руб.	5914,5	5914,5	0,0	0,0

Окончание таблицы 20

1	2	3	4	5	6
4	Постоянные издержки обращения, тыс.руб.	13800,5	13800,5	0,0	0,0
5	Издержки на реализацию мероприятий	0,0	807,8	807,8	100,0

Таким образом, прибыль от реализации услуг при использовании предложенных мероприятий увеличится на 22,6% или на 528,8 тыс. руб.

На наш взгляд, внедрение информационной системы «1С:ERP+PM 2.0» в организации ООО «Медиа Союз» позволит достичь следующих результатов:

1. Повышение эффективности работы. Это сокращение траты рабочего времени, т.е. освобождение от ручной, медленной, рутинной работы, для ведения более важных рабочих процессов, достижения положительного результата и принятия управленческих решений, в первую очередь.

2. Ведение управленческого учета в единой информационной системе в разрезе проектов по различным направлениям деятельности организации.

3. Повышение прозрачности и достоверности информации. Снижение погрешностей в учете за счет возможностей программного обеспечения.

4. Безопасное хранение данных, что особенно актуально для любого вида бизнеса, в том числе, и связанного с предоставлением интернет-услуг.

5. Оперативность взаимодействия отделов. Информация, требующая незамедлительной обработки, станет доступной сразу всей организации, что увеличит скорость ее мониторинга, анализа и исправления.

6. У руководства появится возможность видеть комплексную картину работы компании.

7. Обеспечение оперативного получения актуальной финансовой информации.

Таким образом, внедрение информационной системы поможет достичь главной цели любой коммерческой организации – увеличить совокупные доходы. Появится единое информационное пространство для работы сотрудников в части планирования календарных планов, доходов и сроков выполнения задач, будет обеспечено оперативное получение актуальной финансовой информации стейкхолдерами.

Размещение рекламы в электронном СМИ о Тольятти «TLT.ru» позволит увеличить выручку предприятия, а также прибыль от реализации услуг. Кроме того, ожидается положительный имиджевый эффект, благодаря увеличению узнаваемости ООО «Медиа Союз».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью выпускной квалификационной работы являлось изучение и систематизация теоретических и практических вопросов эффективности организации в условиях рынка, а также поиск путей повышения эффективности.

Для достижения поставленной цели был решен ряд задач, в том числе были изучены теоретические основы эффективности предприятия в условиях рынка, проведен комплексный анализ эффективности деятельности ООО «Медиа Союз», определены проблемы, препятствующие повышению эффективности ООО «Медиа Союз», предложены рекомендации по повышению эффективности ООО «Медиа Союз», рассчитана их эффективность.

По результатам первой главы было выяснено, что эффективность предприятия является комплексным понятием, которое включает различные характеристики эффективности деятельности организации. Эффективность в настоящий момент определяется как соотношение между достигнутым результатом и использованными ресурсами.

Внутренние и внешние факторы эффективности предприятия тесно взаимосвязаны и оказывают различное влияние на предприятие. Также на эффективность влияют финансовые, производственные и коммерческие факторы. Анализ эффективности необходим для своевременного обнаружения отрицательных тенденций, происходящих в организации. Это позволяет разработать соответствующие мероприятия по совершенствованию деятельности организации. Кроме того, анализ позволяет выявить перспективные возможности предприятия нормально и эффективно функционировать в условиях конкуренции и одновременно успешно решать задачи социального развития.

Во второй главе была дана оценка эффективности ООО «Медиа Союз». Рассматриваемая компания является провайдером кабельного телевидения и

интернета в Тольятти и Сызрани. Целью ООО «Медиа Союз» является максимизация прибыли, повышение эффективности деятельности, распространение услуг компании в другие регионы страны, предоставление качественного интернета и цифрового телевидения по честным тарифам. На предприятии действует линейно-функциональная организационная структура управления.

Во время анализа внешней и внутренней среды ООО «Медиа Союз» было выявлено, что компания значительно отстает от большинства представленных конкурентов по таким критериям, как: максимальная скорость интернета, наличие или отсутствие бонусных программ, количество тарифных планов, использование инструментов продвижения.

В результате проведенного исследования нами были выявлены следующие проблемы в организации, снижающие эффективность ее деятельности:

- снижение выручки в 2020 году на 3,1%;
- рост долгосрочных заемных средств и кредиторской задолженности в общей структуре баланса;
- несоответствие показателя коэффициента критической ликвидности нормативному значению;
- у предприятия недостаточно денежных средств для погашения наиболее срочных обязательств;
- снижение рентабельности собственного капитала на 5,6%, рентабельности внеоборотных активов на 22,8% и рентабельности активов на 3,7% в 2020 году.
- показатели финансовой устойчивости ООО «Медиа Союз» не соответствуют нормативным.

В качестве направлений повышения финансовой устойчивости организации было предложено следующее: внедрить в ООО «Медиа Союз» наиболее подходящую информационную систему, учитывающую все требования организации, а именно «1С:Предприятие.8. ERP+PM».

Анализ эффективности предложенного мероприятия показал, что внедрение «1С:ERP+PM» в ООО «Медиа Союз» позволит увеличить выручку ООО «Медиа Союз» на 5%, а также увеличить чистую прибыль организации в первый год использования информационной системы на 354,8 тыс. рублей.

Расчеты ожидаемой экономической эффективности разработанных мероприятий обосновывают их целесообразность.

Кроме того, было предложено использовать новые методы продвижения компании, а именно разместить рекламу об ООО «Медиа Союз» в виде баннера в электронном СМИ о Тольятти. Расчеты показали, что прибыль от реализации услуг при проведении бонусной программы увеличится на 2,3% или на 54 тыс. рублей по сравнению с 2020 годом. Также, ожидается положительный имиджевый эффект, благодаря увеличению узнаваемости ООО «Медиа Союз».

Таким образом, основная цель выпускной квалификационной работы достигнута и поставленные задачи решены.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ Р ИСО 9000:2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь : утвержден Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 сентября 2015 г. N 1390-ст [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200124393> (дата обращения: 13.05.2021).
2. Абдукаримов, И.Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): учеб. пособие [Текст] / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 320 с.
3. Абрютина, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [Текст] / М.С. Абрютина, А.В. Грачев. - М.: Дело и сервис; Издание 3-е, перераб. и доп., 2017. - 272 с.
4. Адамова, В.В. Принципы формирования отчета о финансовых результатах в отечественной и зарубежной практике [Текст] / В.В. Адамова // Развитие методологии и организации бухгалтерского учета, экономического анализа и аудита в соответствии с МСФО и МСА. – 2018. – С. 5-10.
5. Амирова, С.А. Прибыль как обобщающий показатель эффективности деятельности предприятия [Текст] / С.А. Амирова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. - №3. – С. 314-318.
6. Бабаев, Ю. А. Бухгалтерский финансовый учет : учебник [Текст] / Ю. А. Бабаев, Л. Г. Макарова, А. М. Петров ; ред. Ю. А. Бабаев. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – Москва : Вузовский учебник ; ИНФРА-М, 2015. – 462 с.
7. Бендерская, О.Б. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник [Текст] / О.Б. Бендерская. - Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова. ЭБСАСВ. 2013. С. 2227-8397 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57272.html> (дата обращения: 20.04.2021).

8. Блажевич, О.Г. Управление прибылью предприятия [Текст] / О.Г. Блажевич, Н.С. Сафонова // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2017. – №4. – С. 14-22.
9. Бланк, И. А. Словарь-справочник финансового менеджера [Текст] / И. А. Бланк. — Киев : Ника-Центр, 1998. — 480 с.
10. Водопьянов, И.В. Управленческий и производственный учет на промышленных предприятиях: учебное пособие [Текст] / И.В. Водопьянов. – М.: Проспект, 2015. – 177 с.
11. Воробьев, И.П. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс] : курс лекций / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова ; под ред. Н.Т. Гавриленко. - Минск : Белорусская наука, 2012. - 408 с.
12. Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учебное пособие [Текст] / Л.Т. Гиляровская, А.В. Ендовицкая. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2016. – 159 с.
13. Гиляровская, Л.Т. Анализ финансовой устойчивости коммерческого предприятия [Текст] / Л.Т. Гиляровская, А.А. Вехорева. - СПб.: Питер, 2015. – 290 с.
14. Данилова, Н.Л. Методика анализа финансовых результатов производственного предприятия по данным бухгалтерской отчетности [Текст] / Н.Л. Данилова // Концепт. - 2015. - № 12 (декабрь). - ART 15414. - 0,7 п. л. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/15414.htm> (дата обращения: 23.04.2021).
15. Дубаневич, Л.Э. Высокие технологии как основа промышленного производства [Текст] / Л.Э. Дубаневич, Н.П. Шамаева // Тенденции и перспективы развития социотехнической среды. Материалы IV международной научно-практической конференции. Сборник статей Отв. ред. И.Л. Сурат. – М., 2018. – С. 219-226.
16. Дыбаль, С.В. Финансовый анализ: Теория и практика: учебное пособие [Текст] / С.В. Дыбаль. – СПб.: Изд. Дом «Бизнес-премия», 2016 – 304 с.

17. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений : учебник [Текст] / О. В. Ефимова. – Москва : Омега-Л, 2015. – 316 с.
18. Жемчугов, А.М. Эффективность деятельности предприятия [Текст] / А.М. Жемчугов, М.К. Жемчугов // Российское предпринимательство. – 2010. - №7. – С. 39-42.
19. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег [Текст] / Дж. М. Кейнс. — М., 1978. — 352 с.
20. Келлер, С. Больше, чем эффективность: Как самые успешные компании сохраняют лидерство на рынке : пер. с англ. [Текст] / С. Келлер, К. Прайс. — М. : Альпина Паблишер, 2014. — 409 с.
21. Ковалев, В.В. Прибыль: трактовка и виды [Текст] / В.В. Ковалев // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2003. – Выпуск 4, № 32. – С. 86-105.
22. Крылов, Э.И. Управление финансовым состоянием организации (предприятия) [Текст] / Э.И. Крылов. - М.: Эксмо, 2015. - 416 с.
23. Ленин, В. И. О научной организации труда [Текст] / В. И. Ленин. — 2-е изд., доп. — М. : Политиздат, 1986. — 352 с.
24. Лопатников, Л.И. Экономико-математический словарь [Текст] / Л.И. Лопатников. – 5-е изд., перераб. И доп. – Москва: Дело, 2003. — 520 с.
25. Лысов, И.А. Понятие, сущность и значение финансовых результатов предприятия [Текст] / И.А. Лысов // Вестник НГИЭИ. – 2015. - №3. – С. 29-35.
26. Матяш, И.В. Проблемы анализа рыночной системной эффективности предприятий [Текст] / И.В. Матяш // Изв. АГУ. — 2010. — № 2–1(66). — С. 253–262.
27. Мельник, М. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. Пособие [Текст] / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. - 208 с.

28. Наминова, К.А. Современное состояние страхования рисков сельскохозяйственных организаций с государственной поддержкой в России [Текст] / К. А. Наминова // Апробация. — 2016. — № 7 (46). — С. 100—105.
29. Нечеухина, Н.С. Теоретические подходы к формированию и измерению дохода [Текст] / Н.С. Нечеухина, О.В. Мустафина // Международный бухгалтерский учет. — 2015. — 2-11. — С. 7-15.
30. Осмонова, А.А. Финансовый анализ: учебное пособие [Текст] / А.А. Осмонова. - Бишкек: Изд-во КРСУ, 2015. – 26 с.
31. Продиус, Ю.И. Экономика предприятия: учеб. пособие [Текст] / Ю.И. Продиус. – Харьков: Одиссей, 2008. – 192 с.
32. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия : учебник [Текст] / Л.В. Прыкина. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 253 с.
33. Рикардо, Д. Начало политической экономии и налогового обложения [Текст] / Д. Рикардо. — М. : Полит. лит., 1995. — 360 с.
34. Румянцева, Е.Е. Финансовые технологии управления предприятием : учебное пособие [Текст] / Е.Е. Румянцева. - 2-е изд., стер. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 460 с.
35. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение [Текст] / Д.С.Синк. — М.: Прогресс, 1989. — 528 с.
36. Слободняк, И.А. К вопросу о сущности категории «Эффективность» [Текст] / И.А. Слободняк, А.О. Таровых // Международный бухгалтерский учет. — 2014. - № 18. — С. 59-68.
37. Соколова, Е.С. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебник [Текст] / Е.С. Соколова. - М.: Изд. центр ЕАОИ, 2015. - 100 с.
38. Староверова, К.О. Менеджмент. Эффективность управления : учеб. пособие для академического бакалавриата [Текст] / К. О. Староверова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 269 с.

39. Толкачева, Н.А. Финансовый менеджмент: курс лекций [Текст] / Н.А. Толкачева. — М.: Директ-Медиа, 2014. — 144 с.
40. Фролова, Т.А. Экономика предприятия: конспект лекций [Текст] / Т.А. Фролова. - М.: Инфра-М, 2015. - 412 с.
41. Харченко, А.Ю. Автоматизированная ERP-система [Текст] /А.Ю. Харченко // Вопросы науки и образования. – 2017. – №2. – 4 с.
42. Хейне, П. Экономический образ мышления : пер. с англ. [Текст] / П. Хейне. — Изд. 2-е, стер. — М. : Дело : Catallaxy, 1993. — 704 с.
43. Хижа, О.Н. Эволюция подходов к трактовке понятия «Эффективность» в экономической науке [Текст] / О.Н. Хижа // Вестник Челябинского государственного университета. – 2018. - №7.- С. 21-27.
44. Цацулин, А.М. Экономический анализ: Учебник для вузов [Текст] / А.М. Цацулин. - СПб.: Питер, 2014. - 704 с.
45. Шатохина, Ю. И. Организационная модель анализа эффективности финансовых результатов предприятий газовой отрасли [Текст] / Ю.И. Шатохина, М.А. Зинько // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». - 2016. - Том 8. - № 6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://naukovedeme.ru/PDF/43E VN616.pdf> (дата обращения: 20.04.2021).
46. Шахмарданова, В.И. Отчет о финансовых результатах [Текст] / В.И. Шахмарданова // Форум молодых ученых. – 2020. - № 12. – С. 545-547.
47. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник [Текст] / А.Д. Шеремет. - 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. - 374 с.
48. Эмерсон, Г. Двенадцать принципов производительности / Г. Эмерсон. — М. : Экономика, 1992. — 224 с.
49. Источники прибыли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<https://center-yf.ru/data/economy/istochniki-pribyli.php>> (дата обращения: 20.04.2021).

50. О компании «Медиа Союз» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediasouz.tv/company/index.php> (дата обращения: 20.04.2021).

51. Пример оценки экономического эффекта от проекта внедрения ERP-системы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://itrp.ru/questions/primer-otsenki-ekonomicheskogo-effekta-ot-proekta-avtomatizatsii/> (дата обращения: 20.04.2021).

52. Финансы.Ру. Универсальный портал для экономистов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.finansy.ru/> (дата обращения: 20.04.2021).

53. ШПД 2021: что ждет рынок интернет-услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tdaily.ru/news/2020/12/31/shpd-2021-chto-zhdet-rynok-internet-uslug> (дата обращения: 20.04.2021).

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

1. Сайт «Национальной электронной библиотеки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nns.ru/analytdoc/anal2.html>.

2. Консорциум экономических исследований и образования. Полнотекстовые базы данных по экономике [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://eercnetwork.com/>.

3. Экономический портал: новости, книги, учебники, статьи из журналов и др. публикации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://institutiones.com/>.

4. Электронная библиотека Гумер - гуманитарные науки. Содержит книги по экономике и менеджменту, праву и юриспруденции [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gumer.info/>.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Бухгалтерский баланс ООО «Медиа Союз»

ИНН 6321366671

КПП 632101001

Форма по КНД 0710096

Форма по ОКУД 0710001

Бухгалтерский баланс

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2020 года	На 31 декабря 2019 год	На 31 декабря 2018 года
1	2	3	4	5	6
АКТИВ					
	Материальные внеоборотные активы ²	1150	7 704	4 791	5 232
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы ³	1170	-	-	-
	Запасы	1210	5 893	5 766	3 124
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	223	68	113
	Финансовые и другие оборотные активы ⁴	1230	1 146	971	1 019
	БАЛАНС	1600	14 966	11 597	9 487
ПАССИВ					
	Капитал и резервы ⁵	1300	8 218	6 263	5 491
	Целевые средства	1350	-	-	-
	Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды	1360	-	-	-
	Долгосрочные заемные средства	1410	682	327	344
	Другие долгосрочные обязательства	1450	-	-	-
	Краткосрочные заемные средства	1510	773	883	883
	Кредиторская задолженность	1520	5 294	4 124	2 769
	Другие краткосрочные обязательства	1550	-	-	-
	БАЛАНС	1700	14 966	11 597	9 487

¹ Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу.

² Включая основные средства, незавершенные капитальные вложения в основные средства.

³ Включая результаты исследований и разработок, незавершенные капитальные вложения в нематериальные.

⁴ Включая дебиторскую задолженность.

⁵ Некоммерческая организация вместо показателей "Капиталы и резервы" включает "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды".

Отчет о финансовых результатах ООО «Медиа Союз»

ИНН 6321366671
КПП 632101001Форма по КНД 0710096
Форма по ОКУД 0710002

Отчет о финансовых результатах

Пояснения ⁶	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2020 года	На 31 декабря 2019 года
1	2	3	4	5
	Выручка ⁷	2110	22 052	22 769
	Расходы по обычной деятельности ⁸	2120	(19 715)	(20 702)
	Проценты по уплате	2330	(48)	(50)
	Прочие доходы	2340	28	27
	Прочие расходы	2350	(139)	(232)
	Налоги и прибыль (доходы) ⁹	2410	(223)	(233)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	1 955	1 579

⁶ Указывается номер соответствующего пояснения к отчету о финансовых результатах.⁷ За минусом налога на прибыль.⁸ Включая себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы.⁹ Включая текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов.

Информация сформирована с использованием сервиса «Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности», размещенного на официальном сайте ФНС России в сети Интернет по адресу: <https://bo.nalog.ru>



Информация о годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности из Государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности, подписанная усиленной квалифицированной электронной подписью, равнозначна информации о годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности на бумажном носителе, подписанной собственноручной подписью должностного лица налогового органа и заверенной печатью налогового органа (пункты 1 и 3 статьи 6 Федерального закона от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи»).

