

**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:

**Повышение эффективности коммерческой деятельности книжного  
интернет-магазина ООО «Благовест»**

Выполнила студентка  
3 курса группы ЭЗ-331  
заочной формы обучения  
Шарафудинова Вероника  
Александровна

---

*(подпись)*

Научный руководитель  
Торхова Анна Николаевна,  
кандидат экономических  
наук, доцент

---

*(подпись)*

**Допустить к защите:**  
Заведующий кафедрой  
экономики и бизнес-развития \_\_\_\_\_ А. Н. Торхова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.

Тольятти  
2018







## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
Глава 1. Теоретические аспекты эффективности коммерческой деятельности интернет магазина	
1.1 Понятие, сущность и показатели эффективности коммерческой деятельности.....	8
1.2 Методика оценки эффективности использования ресурсов.....	12
1.3 Сравнительный анализ традиционного и интернет-ритейла.....	17
1.4 Обзор книжных интернет-магазинов.....	19
Глава 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Благовест»	
2.1 Общая характеристика и анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	29
2.2 Анализ прибыли и рентабельности.....	37
2.3 Анализ финансовой устойчивости.....	41
2.4 ABC и XYZ анализ ассортимента продукции.....	47
2.5 Процесс оформления заказа.....	56
Глава 3. Разработка мероприятий, направленных на повышение эффективности коммерческой деятельности ООО «Благовест»	
3.1 Направления повышения эффективности коммерческой деятельности ООО «Благовест».....	68
3.2 Экономическая эффективность предложенных мероприятий.....	68
3.2.1 Управление ассортиментом на основе ABC-XYZ анализа.....	70
3.2.2 Оптимизация процесса оформления заказа.....	71
3.3.3 Участие в конкурсе малых грантов «ПРАВОСЛАВНАЯ ИНИЦИАТИВА - 2018».....	76
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	84
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	90
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	95

## ВВЕДЕНИЕ

Тема повышения эффективности коммерческой деятельности организаций была всегда актуальной. Очень актуальна она и сегодня. В сложившейся экономической ситуации эффективность характеризует выживаемость предприятия. Предприятию необходимо не только выжить, но и по возможности повысить свой конечный результат, а именно прибыль. Конечный результат характеризует степень достижения цели или целей, ради которых приводится в движение весь механизм хозяйственной деятельности. Экономические отношения лежат в основе различных отношений между людьми - политических, культурных и т.д. Поэтому, конечные финансовые результаты - это, по сути, то, ради чего мы живем и работаем.

Эффективность - сложная экономическая категория и для измерения ее уровня обычно используют обширный перечень разнообразных индикаторов. В зависимости от того, что принимают в качестве эффекта функционирования предприятия - объем производства (реализации) продукции или финансовый результат, - различают показатели производственной эффективности и показатели финансовой эффективности [7].

К показателям производственной эффективности относят показатели эффективности использования ресурсов: эффективности использования основных средств, оборотных фондов и трудовых ресурсов.

С переходом к рыночной экономике изменяется содержание и иерархия критериев эффективности, их трактовка. Поскольку главной целью предпринимательской деятельности в условиях рыночных отношений является прибыль, то в качестве критерия экономической эффективности выступает максимизация прибыли на единицу затрат капитала (ресурсов) при высоком уровне качества труда и обеспечении конкурентоспособности продукции. Поэтому, в качестве результата для оценки функционирования предприятия лучше всего подходит прибыль, получение которой является главной целью любого субъекта хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики.

Прибыль как результирующий показатель хозяйственной деятельности предприятия зависит от цены продукции и затрат на ее производство. Поэтому прибыль теснейшим образом связана с неопределенностью будущих экономических явлений, которые нельзя предсказать с достоверностью, а только с той или иной степенью вероятности. При этом следует иметь в виду, что прибыль- это абсолютный финансовый эффект и сам по себе он не может характеризовать уровень эффективности работы предприятия без соотнесения с авансированными и потребленными ресурсами.

Оценить эффективность предприятия можно только по относительным показателям доходности или по соотношению темпов роста основных показателей.

Эффективность деятельности предприятия находит конкретное количественное выражение во взаимосвязанной системе показателей, характеризующих эффективность использования основных элементов деятельности.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы являются показатели эффективности коммерческой деятельности.

Объектом исследования является православный книжный интернет-магазин ООО «Благовест».

Актуальность темы выпускной квалификационной работы для выбранного объекта исследования обусловлена тем, что от степени эффективности использования ресурсов зависит результат коммерческой деятельности интернет-магазина и его конкурентоспособность.

Цель бакалаврской работы – расчет показателей и разработка мероприятий, направленных на повышение эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Раскрыть теоретические аспекты эффективности коммерческой деятельности предприятия;

2. Провести анализ деятельности предприятия ООО «Благовест»;
3. Провести ABC и XYZ анализ ассортимента продукции;
4. Разработать мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности книжного интернет-магазина;
5. Провести расчет экономической эффективности предложенных мероприятий.

Информационной основой послужила бухгалтерская отчетность организации ООО «Благовест».

Методологической базой послужили труды отечественных авторов в области экономического анализа платежеспособности предприятия: Донцовой Лысенко Д.В., Савицкой Г.В. и других.

Работа состоит из введения, 3-х частей, заключения, списка использованных источников, приложений.

В первой части раскрыты теоретические основы анализа эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Во второй части произведены: анализ основных технико-экономических показателей деятельности предприятия, ABC и XYZ анализ ассортимента, рассмотрен процесс оформления заказа в магазине ООО «Благовест».

В третьей главе рассмотрены проблемы и пути повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «Благовест».



# **Глава 1. Теоретические аспекты эффективности коммерческой деятельности интернет магазина**

## **1.1 Понятие, сущность и показатели эффективности коммерческой деятельности**

Эффективность - экономическая категория, связанная с интенсивностью развития предприятия. Она показывает глубинные процессы совершенствования, происходящие во всех его элементах, и исключает механистические подходы.

Деятельность предприятия всегда направлена на достижение цели, хотя не всегда к ней приводит. Но обязательно заканчивается результатом, даже если он и не запланирован или не имеет положительного характера. Если конечный результат совпадает с целью, то деятельность может быть признана рациональной, если же такое совпадение отсутствует, деятельность является нерациональной.

Экономическая эффективность деятельности предприятия - это критерий его результативности за год. В нем находят отражение все положительные и отрицательные процессы, которые происходят в экономической, технической и социальной сферах деятельности, а также все частные и обобщающие показатели.

В зависимости от того, что принимают в качестве эффекта функционирования предприятия - объем производства (реализации) продукции или финансовый результат, - различают показатели производственной эффективности и показатели финансовой эффективности. В условиях плановой системы экономики приоритет отдавался показателям производственной эффективности (производительности труда, фондоотдаче основных средств, материалоотдаче и др.). Данные показатели характеризуют не эффективность, а интенсивность использования ресурсов. Если производится неконкурентоспособная, убыточная продукция и предприятие

"работает на склад", то повышение интенсивности использования основных средств, трудовых, материальных и финансовых ресурсов способствует быстрейшему разорению предприятия.

С переходом к рыночной экономике изменяется трактовка и иерархия критериев эффективности, их содержание. Поскольку основной целью предпринимательской деятельности в условиях рыночных отношений является прибыль, то в качестве критерия экономической эффективности выступает максимизация прибыли на единицу затрат капитала (ресурсов) при высоком уровне качества труда и обеспечении конкурентоспособности продукции.

Поэтому, в качестве результата для оценки функционирования предприятия лучше всего подходит прибыль, получение которой является главной целью любого субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики.

При этом следует иметь в виду, что прибыль - это абсолютный финансовый эффект и сам по себе он не может характеризовать уровень эффективности работы предприятия без соотнесения с авансированными и потребленными ресурсами.

Оценить эффективность предприятия можно только по относительным показателям доходности или по соотношению темпов роста основных показателей: совокупных активов ( $T_{\text{акт}}$ ), объема продаж ( $T_{\text{врп}}$ ) и прибыли ( $T_{\text{п}}$ ) [18]:

$$100\% < T_{\text{акт}} < T_{\text{врп}} < T_{\text{п}} \quad (1)$$

Первое неравенство ( $100 < T_{\text{акт}}$ ) показывает, что предприятие наращивает экономический потенциал и масштабы своей деятельности.

Второе неравенство ( $T_{\text{акт}} < T_{\text{врп}}$ ) свидетельствует о том, что объем продаж растет быстрее экономического потенциала. Из этого можно сделать вывод о повышении интенсивности использования ресурсов на предприятии.

Третье неравенство ( $T_{\text{ВРП}} < T_{\text{П}}$ ) означает, что прибыль предприятия растет быстрее объема реализации продукции и совокупного капитала, а это свидетельствует о повышении уровня рентабельности продаж.

Данные соотношения принято называть "золотым правилом экономики предприятия". Если данные пропорции соблюдаются, то это свидетельствует о динамичности развития предприятия и укреплении его финансового благополучия.

Для оценки уровня эффективности функционирования предприятия чаще всего используют относительные показатели - показатели рентабельности (доходности, прибыльности).

Рентабельность - это степень доходности, выгодности, прибыльности бизнеса. Она измеряется с помощью целой системы относительных показателей, характеризующих эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, коммерческой, инвестиционной и т.д.), выгодность производства отдельных видов продукции и услуг. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина отражает соотношение эффекта с вложенным капиталом или потребленными ресурсами. Их используют для оценки эффективности деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

Значение доходности настолько велико при определении эффективности функционирования предприятия, его способности давать прибыль, что определение ее величины является одной из ключевых концептуальных проблем финансового анализа. От того, насколько правильно исчислены показатели доходности, насколько реально они отражают ее существенные характеристики, зависят результаты ретроспективного и перспективного анализа.

На уровне предприятия формой единого критерия эффективности его деятельности может служить максимизация прибыли.

Эффективность коммерческого предприятия находит конкретное количественное выражение во взаимосвязанной системе показателей, характеризующих эффективность использования основных элементов деятельности. Система показателей экономической эффективности коммерческого предприятия должна соответствовать следующим принципам:

- обеспечивать взаимосвязь критерия и системы конкретных показателей эффективности коммерческого предприятия;
- определять уровень эффективности использования всех видов, применяемых ресурсов;
- обеспечивать измерение эффективности коммерческого предприятия на разных уровнях управления;
- стимулировать мобилизацию резервов повышения эффективности коммерческого предприятия.

С учетом указанных принципов определена следующая система показателей экономической эффективности коммерческого предприятия:

1) обобщающие показатели:

- производство чистой продукции на единицу затрат ресурсов;
- прибыль на единицу общих затрат;
- рентабельность производства.

2) показатели эффективности использования труда (персонала):

- темп роста производительности труда;
- доля прироста продукции за счет увеличения производительности труда;
- коэффициент использования полезного фонда рабочего времени;
- ФЗП.

3) показатели эффективности использования производственных фондов:

- общая фондоотдача;
- фондоотдача активной части основных фондов;
- рентабельность основных фондов;
- фондоемкость единицы продукции;

- материалоемкость единицы продукции;
  - коэффициент использования сырья и материалов.
- 4) показатели эффективности использования финансовых средств:
- оборачиваемость оборотных средств;
  - рентабельность оборотных средств;
  - относительное высвобождение оборотных средств;
  - удельные капитальные вложения (на единицу прироста мощности или продукции);
  - рентабельность капитальных вложений;
  - срок окупаемости капитальных вложений и др.

## 1.2. Методика оценки эффективности использования ресурсов

Показатель фондоотдачи характеризуется количеством выпускаемой продукции на единицу основных производственных фондов (основных средств) и рассчитывается по следующим формулам:

фондоотдача по товарной продукции:

$$\Phi_{от} = \text{ТП} / \Phi \quad (2)$$

где ТП - годовой выпуск товарной продукции в стоимостном выражении, руб.

Φ - стоимость основных средств, руб.

Величина, обратная фондоотдаче, называется фондоемкостью (Φ<sub>е</sub>), она показывает стоимостную величину основных средств, приходящуюся на 1 руб. выпускаемой продукции (товарной или реализованной):

$$\Phi_e = \Phi_0 / \text{ТП} \quad (3)$$

Фондовооруженность характеризует обеспеченность основными средствами в расчете на одного работающего в стоимостном выражении.

Показатель фондовооруженности рассчитывается по формуле:

$$\Phi_v = \Phi / Ч_{сп} \quad (4)$$

где  $Ч_{сп}$  - среднесписочная численность работающих, чел.

Степень использования материальных ресурсов характеризуется системой обобщающих (материалоемкость, материалотдача) и частных (удельная и относительная материалоемкость) показателей [14, с.120].

Материалоемкость продукции ( $М_e$ ) показывает величину материальных затрат, приходящуюся на рубль произведенной продукции. Представляет собой отношение суммарной величины затрат на материалы (основных и вспомогательных материалов, покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов, топлива и энергии) к годовому объему продукции в стоимостном выражении.

Определяется по формуле:

$$M_e = C_m / ТП \quad (5)$$

где  $C_m$  - затраты на материалы, необходимые для выпуска годового объема продукции, руб.

Материалотдача ( $М_o$ ) - обратный показатель материалоемкости продукции:

$$M_o = ТП / C_m \quad (6)$$

Для измерения производительности труда, эффективности использования трудовых ресурсов в промышленности используются два основных показателя: выработка и трудоемкость.

Выработка измеряется количеством продукции, приходящейся на одного работающего или рабочего в единицу рабочего времени. В зависимости от принятых единиц рабочего времени различают часовую, дневную, месячную, квартальную и годовую выработку - производительность труда. При изготовлении в организации разнородной продукции при расчете показателя выработки используют стоимостной способ измерения объема производства продукции, т.е. в денежном выражении. Выработку (В) можно рассчитывать по товарной, реализованной или валовой продукции по формуле:

$$B = TP / Ч_{\text{ср}} \quad (7)$$

где ТП - объем производства продукции в стоимостном выражении (товарная продукция), руб.

Ч<sub>ср</sub> - среднесписочная численность промышленно-производственного персонала, чел.

Трудоемкость - это затраты рабочего времени на производство единицы продукции. В зависимости от состава включаемых в нее трудовых затрат различают технологическую трудоемкость, трудоемкость обслуживания производства, трудоемкость управления производством, полную трудоемкость

Полная трудоемкость единицы продукции (Тп) измеряется в человеко-часах и определяется по формуле:

$$T_{\text{п}} = T / N_{\text{в}} \quad (8)$$

где Т - затраты труда промышленно-производственного персонала на изготовление продукции за период, чел. – час

N<sub>в</sub> - выпуск продукции за период в натуральном выражении, шт.

Абсолютная величина прибыли организации при всей важности этого показателя не дает полного и качественного представления об эффективной (производственной, экономической и финансовой) деятельности организации,

не может быть применена для сравнения производственной деятельности различных организаций. Равная прибыль еще не свидетельствует об одинаково успешной работе, поскольку для ее получения могут быть использованы различные количественные величины ресурсов. Сравнение эффективности хозяйственной деятельности организаций разных масштабов, производственного назначения и форм собственности производится обычно не в абсолютных, а в относительных показателях. Поэтому для оценки эффективности работы организации применяются относительные показатели, один из которых называется рентабельностью. Для оценки конечных результатов деятельности организаций широко используются различные показатели рентабельности.

Рентабельность - это показатель, который характеризует эффективность применения или потребления ресурсов; он показывает величину прибыли, полученной организацией в расчете на единицу примененных или потребленных ресурсов. Под примененными ресурсами подразумевают внеоборотные активы, а под потребленными - в первую очередь затраты материалов, энергоносителей, труда и т.п. Это показатель эффективности производственной деятельности организации за определенный период.

Рассмотрим наиболее распространенные в практике отечественных организаций показатели рентабельности.

Рентабельность производства ( $R_p$ ) - это отношение прибыли за отчетный период (за год) к среднегодовой стоимости основных средств и нормируемых оборотных средств. Определяется по формуле:

$$R_p = \Pi_p / (\Phi_{cp} + \Phi_{об}) \quad (9)$$

где  $\Pi_p$  - прибыль за период, руб.

$\Phi_{cp}$  - среднегодовая стоимость основных средств, руб.

$\Phi_{об}$  - норматив оборотных средств, руб.



Рентабельность продукции (реализованной) рассчитывается как отношение прибыли от реализации продукции к затратам на годовой объем производства продукции:

$$R_{\text{прод}} = \text{Пр} / \text{Сп} \quad (10)$$

где  $R_{\text{прод}}$  - рентабельность продукции

Пр - прибыль от реализации продукции

Сп - полная себестоимость реализованной продукции.

Уровень экономической эффективности в промышленности зависит от многообразия взаимосвязанных факторов. Для каждой отрасли промышленности вследствие ее технико-экономических особенностей характерны специфические факторы эффективности.

Все многообразие факторов роста эффективности можно классифицировать по трем признакам:

- источникам повышения эффективности, основными из которых является: снижение трудо-, материало-, фондо- и капиталоемкости производства продукции, рациональное использование природных ресурсов, экономия времени и повышение качества продукции;

- основным направлениям развития и совершенствования производства, к которым относятся: ускорение научно-технического прогресса, повышение технико-экономического уровня производства; совершенствование структуры производства, внедрение организационных систем управления; совершенствование форм и методов организации производства, планирования, мотивации, трудовой деятельности и др.;

- уровню реализации в системе управления производством, в зависимости от которого факторы подразделяются на:

- 1) внутренние (внутрипроизводственные), основными из которых являются: освоение новых видов продукции; механизация и автоматизация; внедрение прогрессивной технологии и новейшего оборудования; улучшение

использования сырья, материалов, топлива, энергии; совершенствование стиля управления и др.;

2) внешние - это совершенствование отраслевой структуры промышленности и производства, государственная экономическая и социальная политика, формирование рыночных отношений и рыночной инфраструктуры и другие факторы.

Если результаты превышают затраты, то можно утверждать, что имеет место экономическая эффективность. Повышение экономической эффективности заключается в увеличении полезных результатов на единицу затраченных ресурсов.

### **1.3 Сравнительный анализ традиционного и интернет-ритейла**

Глобализация экономики побуждает к поиску новых видов конкурентного преимущества, одним из инструментов которой является продвижения товара на рынок посредством Интернета. Интернет-магазин — это современный способ эффективного сообщения покупателю о произведенном продукте, улучшения существующего продаж и покорения новых рынков. Проведем в таблице 1.1 сравнительный анализ традиционного и интернет-ритейла [49].

Преимущество торговли через интернет-магазин для продавца заключается в первую очередь в снижении сбытовых расходов (и как следствие, в увеличении прибыли), которые посредством торговли интернетом уже не предусматривают столь большие расходы на заработную плату персонала магазина и связанные с ней расходы на уплату в социальные фонды, также полностью отсутствуют расходы на содержание помещения магазина (амортизация, аренда, ремонт и т.п.).

Таблица 1.1 – Сравнение традиционного и интернет-ритейла

Традиционная торговля		Интернет-ритейл	
+	-	+	-
Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей	Сложность и значительная стоимость распространения информации о товарах и услугах	Отсутствие значительных трудностей в распространении информации	Проблема обеспечения безопасности электронных платежных систем
Возможность «потрогать руками»	Временные и транспортные затраты на посещение интернет-магазина	Возможность оперативного посещения магазина	Отсутствие личного и физического контакта
Развитая законодательная база	Существенные транзакционные издержки на проведение и оформление сделки	Снижение транзакционных издержек благодаря электронному документообороту	Неразвитость законодательной базы
	Относительная сложность выхода на рынок	Относительная легкость выхода на рынок	
	Значительные издержки «меню»	Гибкая система цен	
	Сложность выхода на глобальный рынок	Возможность заниматься бизнесом в глобальном масштабе	
	Интенсивное использование человеческого ресурса	Уменьшение зависимости бизнеса от человеческого фактора	

Кроме выше указанного, безусловными преимуществами интернет-продажи является простота и низкая стоимость создания интернет-магазина по сравнению с традиционной торговлей, экономия на наружной рекламе и вывесках, обустройство офиса дома и установление удобного режима обслуживания клиентов, учитывая собственные потребности.

Для покупателей приобретения товара через Интернет также имеет ряд неоспоримых удобств, которые позволяют быть неограниченными в пространстве (возможность приобрести товары, не выходя из дома, что очень важно, учитывая ритм жизни современного общества), иметь отсутствие временных лимитов (покупатель сам выбирает удобный для него время, не зависит от режима работы традиционного магазина, покупатель имеет время на ознакомление с товаром, осуществление выбора, выбор без дискомфорта и психологического давления, которое возникает при трата времени продавца-консультанта обычного магазина), возможность выбора способа оплаты (банковская карта, банковский перевод, наличный, электронные деньги,

терминалы моментальной оплаты, sms-платежи, наложенный, электронные кассы) и средства доставки (самовывоз, почта, курьерская служба).

#### **1.4. Обзор книжных интернет-магазинов**

На сегодняшний момент существует достаточное количество интернет-магазинов, торгующих печатными изданиями. Приведем рейтинг самых востребованных и популярных книжных сайтов, имеющих множество положительных отзывов от покупателей. Также при оценивании учитывались такие факторы, как:

- ассортимент магазина – количество литературных жанров, предоставленных в продаже, тематические подборки, методические публикации и сопутствующие товары;
- доставка – сколько вариантов получения заказа предоставляется компанией;
- удобство навигации – анализировался дизайн и интерфейс сайта, в том числе наличие функции поиска и фильтрации;
- способ оплаты – может ли покупатель, сделавший заказ, выбрать оптимальный для себя вид платежа, насколько широк ассортимент платёжных систем, реализуемых на сайте;
- описание товара – как презентуются представленные в магазине книги, есть ли фото- и видео описание, аннотации, отзывы;
- специальные предложения и акции – наличие скидок, кэшбэка, подарков за первую покупку и прочих «завлекающих» приёмов.

На основании этой информации в таблице 1.2 дана общая оценка, которая и определила место каждого конкретного сайта в рейтинге лучших книжных интернет-магазинов [52].

Таблица 1.2 - Рейтинг лучших книжных интернет-магазинов

№	Название магазина	Цена	Ассортимент	Доставка	Удобство навигации сайта	Способ оплаты	Описание товара	Специальные предложения и акции	Общий балл
1	Лабиринт	5	5	5	5+	5	5+	5	5.0
2	Озон	5	5	5-	5-	5	5	5	5.0
3	Читай-город	5+	5	5	5	5	5	4	4.9
4	Буквоед	5-	5	4	5+	5	5	5	4.9
5	ЛитРес	5	5+	-	4-	5	5	5	4.8
6	Book24	5	4	4	5	5	5	5	4.7
7	Республика	4	5+	5	5	5	4	4	4.6
8	Благовест	5+	5-	4	4	4	5	5	4.5
9	Белый город	4	4	3	5	4	5	5	4.4
10	Библио-Глобус	5	5	4	5	4	4	3	4.2

Рассмотрим их более подробно.

#### 10. Библио-Глобус [41]

Сайт является площадкой для реализации книг в интернет-пространстве, привязанной к известной сети розничной торговли «Библио-Глобус». Одноименный торговый дом был образован в 1957 году, располагается в историческом центре Москвы и является одним из самых почитаемых объектов своей категории.

Интернет-магазин «Библио-Глобус» предоставляет своим посетителям услуги по приобретению книг, канцелярии, сувенирной продукции, антиквариата, бизнес-аксессуаров и товаров для творчества.

Отличительные особенности интернет-магазина:

- большой выбор учебной и методической литературы – здесь вы найдёте полный комплект школьных учебников от первого до последнего класса;
- возможность подобрать прекрасно оформленные книги по искусству;

- очень простой и понятный дизайн сайта;
- освещение наиболее интересных и значимых событий в области литературы.

Особых скидок «Библио-Глобус» не предоставляет, однако политика ценообразования и большой ассортимент позволяет без труда найти интересующее покупателя сочинение по вполне демократичной стоимости.

#### 9. Белый город [40]

Книжный интернет-магазин «Белый город» представляет к продаже продукцию одноимённого издательства, приоритетным направлением которого является выпуск литературы для духовного просвещения и культурного роста. Здесь вы не найдёте кровавых детективов или третьесортных «дамских» романчиков. Зато на сайте в изобилии присутствуют шикарно оформленные альманахи по искусству, познавательные иллюстрированные книги для детей и коллекционные подарочные издания.

Сайт «Белый город» стоит посетить, если вы:

- уважаете и цените культурные традиции в литературе;
- хотите приобрести самобытный и презентабельный подарок близкому человеку, коллеге или руководителю;
- желаете привить своему ребёнку эстетические ценности с самого малого возраста;
- ищите уникальные и редкие рукописи в отличном оформлении.

К недостаткам интернет-магазина можно отнести довольно скромные возможности по доставке (только Москва и область, другие регионы – по договорённости) и весьма скудный выбор способов оплаты товаров.

#### 8. Благовест [42]

Интернет-магазин предоставляет большой выбор духовной прозы и поэзии, календарей, церковной утвари и тематических подарков. ООО «Благовест» предоставляет своим подписчикам возможность покупать книги в розницу и оптом (от 5000 шт.), реализует картины, православные иконы и продукты для здоровья.

Интерфейс сайта издательства довольно прост и лаконичен, оформлен без излишней экспрессивности и не отвлекает внимание посетителей навязчивой рекламой. Кроме того, в магазине:

- действуют специальные предложения для монастырей, храмов, духовных семинарий, детских домов и интернатов;
- есть накопительная система, позволяющая сэкономить от 7 до 30 % от общей суммы покупки;
- можно приобрести уценённый товар с небольшими дефектами.

К сожалению, данный интернет-магазин не осуществляет бесплатную доставку в регионы РФ, независимо от количества приобретённых книг. Хотя в пределах Москвы и МО эта услуга предоставляется при покупке от 2500 рублей.

#### 7. Республика [47]

Сеть книжных магазинов «Республика» - принципиально новый подход к реализации полиграфической продукции, включающий в себя выверенный ассортимент, высокое качество обслуживания и внимание к каждому покупателю как при оффлайн, так и при онлайн обращении. На сайте данного интернет-магазина представлен:

- широкий выбор необычных изданий, которых не найти на других ресурсах (имеются в продаже даже бумажные журналы и газеты различной тематики);
- оригинальные сувениры и украшения;
- простой и удобный интерфейс, позволяющий в несколько кликов найти интересующее покупателя изделие;
- скидки на отдельные произведения и бесплатную доставку по РФ при сумме заказа от 3000 рублей.

Отзывы покупателей дают положительную оценку работе интернет-магазина «Республика», однако некоторые из них отмечают завышенные цены на ряд позиций, по сравнению с аналогичными товарами других книжных магазинов.

## 6. Book24 [39]

Книжный интернет-магазин Book24 ориентирован на любителей «ненапряжной» литературы. Здесь вы найдёте огромный выбор детективов, фантастики, любовных романов и ярких, живописных изданий для детей. Хотя есть и узко направленные публикации, например, по юриспруденции и праву. Оформление сайта не отличается особым дизайнерским подходом – на главной странице можно ознакомиться с обложками предлагаемых книг, навигация простая и понятная. Сразу при регистрации компания дарит 500 бонусов, которые потом можно будет использовать для получения скидки на товары.

Работники магазина обещают:

- быструю и недорогую доставку;
- качественную упаковку;
- оперативную помощь сотрудников, каждый из которых является экспертом в книжном деле.

Читатели, которые воспользовались услугами онлайн-сервиса Book24, отметили, что случаются задержки с поставкой товара, а также то, что ассортимент книг меняется не так часто, как хотелось бы. В остальном недостатков в работе интернет-магазина замечено не было.

## 5. ЛитРес [45]

Одним из флагманов книжной онлайн-торговли можно с уверенностью назвать основанную в 2006 году компанию «ЛитРес». Ассортимент продукции насчитывает более 750 000 книг на разных языках мира, а сам магазин является обладателем премии Рунета в области «Отдых и развлечения». Магазин занимается исключительно книготорговлей – на сайте представлены электронные книги в популярных форматах чтения и аудио издания от профессиональных студий звукозаписи.

Из плюсов книжного интернет-маркета «ЛитРес» можно упомянуть:

- отсутствие «подводных камней» – после регистрации вы сможете приобретать понравившиеся книги или читать их бесплатно в режиме онлайн;



- каждый пользователь получает 10 классических шедевров литературы в подарок;

- наличие мобильного приложения с большим каталогом лицензионных книг – более 100 000 электронных изданий на русском языке

Стоит отметить также удобную и понятную тематическую разбивку – разработчики не только разделили свои товары на художественную и публицистическую литературу, но и скомпоновали такие категории, как «Лёгкое чтение», «Серьёзное чтение» и прочие, помогающие пользователю быстрее найти произведение, соответствующее его сегодняшнему настроению.

#### 4. Буквоед [43]

Сайт «Буквоед» имеет яркий и понятный интерфейс, позволяющий быстро и без проблем найти интересующий товар. Для лучшей коммуникации на сайте представлен проект социально-развивающей сети, посредством которой читатели могут общаться между собой в реальном режиме. Тут же вам помогут сформировать свою библиотеку, посоветовав сочинения любимой тематики.

Ещё стоит отметить такие особенности интернет-магазина:

- развёрнутый фильтр по поиску нужной книги, включающий не только имя автора, но и такие нюансы, как тип переплёта или год издания;

- удобную доставку и оплату – посылку можно заказать адресно или получить самостоятельно в сети магазинов, сотрудничающих с «Буквоедом» (список с адресами размещён на сайте);

- выгодную бонусную программу – накопительная система скидок, плюс оплачиваемые баллами отзывы.

В каждой категории существует собственный ТОП авторов, обновляющийся по мере поступления новинок, и облегчающий поиск наиболее актуальной продукции. Из недостатков можно отметить разве что продлённое время доставки товаров «под заказ», что было отмечено некоторыми покупателями в разделе отзывов.

### 3. Читай-город [48]

Книжные магазины бренда «Читай-город» расположены и успешно работают почти во всех регионах России. Параллельно с розничной торговлей компания ведёт активную онлайн продажу на собственном сайте, который был запущен в 2012 году. За это время ассортимент маркета пополнился не только печатной продукцией на разных языках, но и сопутствующими предметами – канцелярией, галантереей, офисными мелочами, детскими развивающими играми, сувенирами для дома, товарами для детского и взрослого творчества.

Приоритеты покупок в интернет-магазине «Читай-город»:

- круглосуточная работа сайта;
- собственная курьерская служба;
- при сумме заказа более 2000 рублей – доставка бесплатно;
- анонс самых ожидаемых книжных новинок с возможностью предзаказа;
- постоянные скидки и акции, на которых можно сэкономить до 40% стоимости выбранного товара.

Консультативная поддержка на сайте компании «Читай-город» работает круглосуточно, в режиме 24/7. По отзывам покупателей, менеджеры интернет-магазина всегда доброжелательны и стараются максимально удовлетворить все запросы покупателей.

### 2. Озон [46]

На сегодняшний день на Озон.ру представлены более 500 000 единиц книг самой различной тематики. Это наиболее «старый» сайт (работает с 1998 г.), в котором, помимо полиграфии, можно найти массу других товаров. Книжный раздел радует своих посетителей продукцией разной направленности – от «горячих» бестселлеров до антиквариата. Особой гордостью магазина можно назвать большое количество постоянно обновляемой школьной и детской литературы – учебников, энциклопедий, классических произведений. Помимо собственных акций, которые предлагает компания «Озон», в магазине

представлены скидки от изданий, снижающих цены на свои книги, или преподносящих подарки за их приобретение.

Основные достоинства магазина:

- большой ассортимент, включающий литературу на иностранных языках, книги в аудио формате, букинистические фолианты;
- доставка не только по России, но и за рубеж;
- мобильное приложение, с помощью которого любой товар можно найти по штрихкоду;
- подарочные сертификаты – в виде пластиковых карт или электронных предложений.

К каждой книге, представленной на сайте магазина, написана подробная характеристика, включающая отзывы и оценки реальных читателей. Для удобства покупателей все издания снабжены чётким фото, однако видео описание продукции отсутствует.

#### 1. Лабиринт [44]

Интернет-магазин «Лабиринт» осуществляет свою деятельность с 2005 года и с тех пор уверенно занимает лидирующие позиции в рейтинге сайтов по продаже печатной продукции. Этому способствует несколько факторов – огромный ассортимент, включающий детскую и методическую литературу, гибкая система скидок (как постоянных, так и сезонных), большое количество способов оплаты и удобный, понятный интерфейс сайта, позволяющий быстро найти интересующий пользователя товар.

Что же конкретно предлагает «Лабиринт» своим читателям:

- в одном месте вы можете подобрать себе книги, канцелярские товары, фильмы, музыку, детские развивающие игры и игрушки;
- круглосуточную службу поддержки;
- выбор способов доставки, включая рассылку по регионам России, самовывоз, курьерскую службу до порога квартиры и прочее. При заказе свыше 1600 руб. оплата за его доставку не взимается;

– 7 вариантов платёжных систем – наличные деньги, наложенный платёж, подарочный сертификат, электронные деньги, оплата с мобильного телефона и т.д.;

– постоянные скидки, акции и участие в сервисе кэшбэк – например, за вторую покупку магазин снимает с цены заказа 5%, после чего действует накопительная система, есть дополнительная скидка на день рождения и тому подобное.

Проследить качество обслуживания в «Лабиринте» можно прямо на сайте – в магазине существует раздел отзывов, в котором покупатели могут выразить свои эмоции от сотрудничества с компанией, предложить идеи по улучшению или указать на недостатки работы. Анализируя рейтинг, можно сделать краткий вывод о преимуществах каждого представленного книжного интернет-магазина (таблица 1.3).

Таблица 1.3 - Конкурентные преимущества книжных интернет-магазинов

Место	Название магазина	Характеристика в рейтинге
1	Лабиринт	Максимальное количество положительных отзывов от покупателей. Удобство и надёжность
2	Озон	Самый большой ассортимент продукции. Постоянные скидки на детскую и обучающую литературу
3	Читай-город	Сеть книжных магазинов. Отличный сайт с товарами для книгоманов и не только
4	Буквоед	Лучший интерфейс. Активная обратная связь с читателями
5	ЛитРес	Крупнейший агрегатор и дистрибьютор электронных публикаций. Виртуальная библиотека с простой регистрацией
6	Book24	Официальный магазин издательства ЭКСМО. Круглосуточный сервис
7	Республика	Оригинальные и редкие издания. Удобное оформление заказа и быстрая доставка
8	Благовест	Православный интернет-магазин. Лучший выбор христианской литературы
9	Белый город	Книги собственного производства. Шедевры коллекционной литературы по искусству и истории
10	Библио-Глобус	Быстрая доставка по всему миру. Большое собрание учебной литературы

Таким образом, мы наблюдаем немалое количество книжных интернет-магазинов, которыми способны удовлетворить любой читательский интерес, а

значит существует большой спрос на печатные издания, реализуемые через интернет.

Таким образом, в рамках первой главы:

1. Рассмотрены показатели эффективности коммерческой деятельности.
2. Представлена методика оценки эффективности использования ресурсов.
3. Проведен сравнительный анализ традиционного и интернет-ритейла.
4. Дан рейтинг лучших книжных интернет-магазинов.

Далее, в бакалаврской работе основное внимание будет сосредоточено на православном книжном интернет-магазине ООО «Благовест».

## **Глава 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Благовест»**

### **2.1 Общая характеристика и анализ финансово-хозяйственной деятельности компании**

Интернет-магазин «Благовест» основан в 2008 г. на базе книжного издательства «Благовест», созданного в 1990 года в Москве группой православных издателей по благословению протоиерея Валентина Мордасова. и занимается оптовой и розничной торговлей книгами через интернет-ресурсы. Главный офис магазина расположен по адресу: г.Москва, ул.Авиационная, д.13А, эт.1, пом.23. Компания имеет свои представительства в 6 городах России (Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань, Челябинск) и в 2 странах Европы (Германия и Латвия). Компания сотрудничает со многими православными книжными издательствами, такими как Издательство Московской Патриархии, Белый город, Летопись, Воскресение, Эксмо Москва, Издательство ПСТГУ и многими другими.

Целью деятельности ООО «Благовест» является индивидуальный подход к каждому клиенту, распространение только душеполезных книг. Интернет-магазин проводит различные акции для привлечения клиентов, имеется личный кабинет с продуманной системой скидок. Такие категории покупателей, как

- Монастыри и храмы Русской Православной Церкви
- Духовные семинарии, училища и православные гимназии
- Детские дома, интернаты и приюты
- Многодетные семьи
- Благотворительные организации, распространяющие православную литературу в больницах, тюрьмах и т.п., имеют увеличенную начальную оптовую скидку.

Уставный капитал общества составляет 11 000 рублей. Вкладом Участника общества могут быть денежные средства, оборудование и другие материальные ценности.

Продукция интернет-магазина ООО «Благовест»:

- Иконы;
- Утварь;
- Православные книги различной тематики (Священное писание, Молитвословы, каноны и акафисты, Богослужбные книги, Основы веры, Духовная проза и поэзия, Жития святых, Толкования, Богословие, Дневники, письма, проповеди, История, Ноты, Календари и и другое);
- Классическая литература;
- Аудио, видео;
- Товары для здоровья.

На 2016 год численность ООО «Благовест» составляет 16 человек.  
(рисунок 1- Организационная структура ООО «Благовест»).

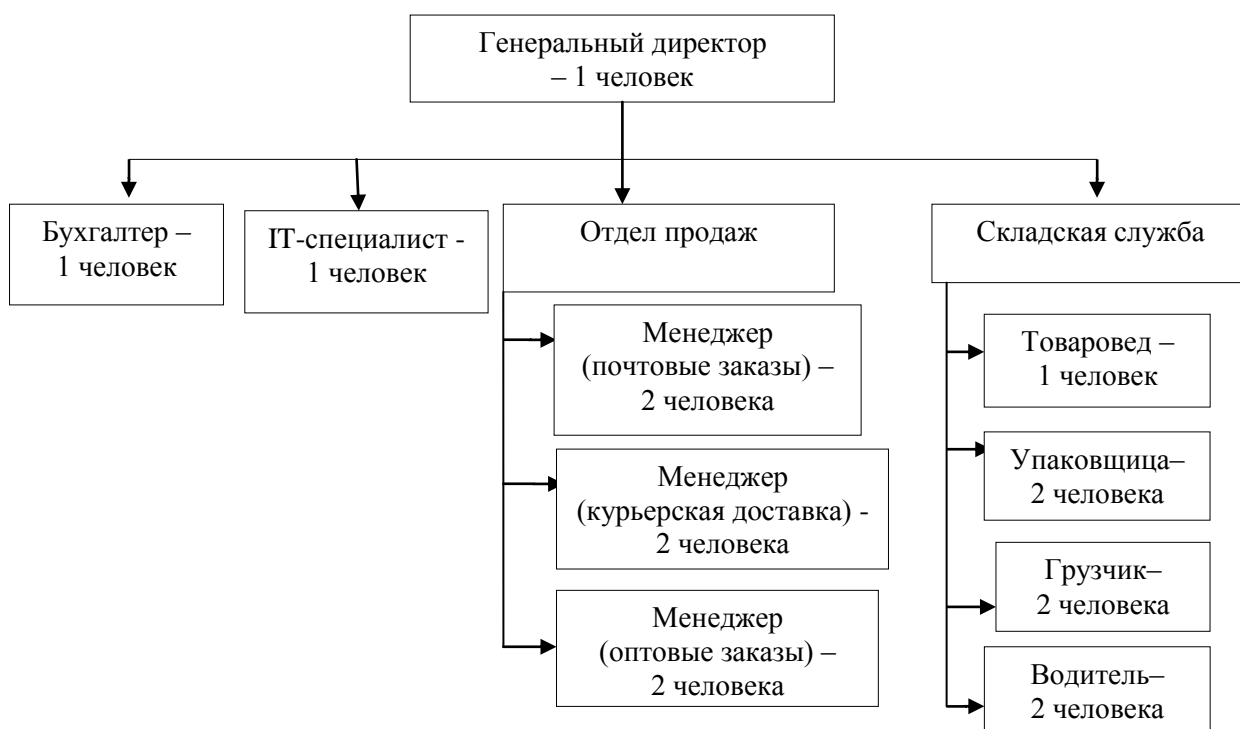


Рисунок 1- Организационная структура ООО «Благовест»

Высшим руководящим звеном компании является генеральный директор. Он решает вопросы определения главных направлений предпринимательской деятельности, рассматривает и утверждает сметы, отчеты и балансы, избирает и отзывает исполнительный орган. А также, такие вопросы как, разработки и реализации целей, политики и стратегии их достижения, распоряжение имуществом, наем и увольнение персонала и др.

Бухгалтер организует работу по постановке и ведению бухгалтерского учета компании в целях получения заинтересованными внутренними и внешними пользователями полной и достоверной информации об ее финансово-хозяйственной деятельности и финансовом положении. А так же обеспечивает своевременное перечисление налогов и сборов в федеральный, региональный и местный бюджеты, страховых взносов в государственные внебюджетные социальные фонды, платежей в кредитные организации и т.д.

В обязанности программиста входит развитие и поддержка существующих сервисов интернет-магазина, а также он занимается дизайном сайта.

Отдел продаж включает в себя несколько направлений деятельности по оптовым и розничным заказам: почтовые заказы с наложенным платежом и предоплатой; EMS; курьерская доставка по Москве и по России; самовывоз из офиса и пунктов выдачи в городах-представителях.

В обязанности менеджера интернет-магазина ООО «Благовест» входит:

- прием и обработка заказов, консультирование клиентов;
- общение с покупателями по телефону и email;
- переговоры с клиентами;
- ведение клиентской базы и работа с заказчиками;
- составление отчетов;
- подготовка сопроводительных документов к заказам;
- взаимодействие с курьерской и почтовой службами;
- внесение информации на сайт.



Товаровед занимается составлением плана закупок, переговорами с поставщиками, анализом конкурентоспособности цен и продаж, проверкой товарных остатков на складе (залежавшиеся позиции, брак), оформление накладных в 1С.

Главный офис работает с Пн-Чт: с 9:00 до 17:00 Пт: с 9:00 до 16:00 Сб-Вс: выходные дни. В дни государственных и двенадцатых праздников офис не работает. Накануне двенадцатых праздников работает до 16:00.

Рассмотрим динамику технико-экономических показателей деятельности предприятия за 2014-2016 гг. в таблице 2.1.

Анализ технико-экономических показателей позволяет оценить общее состояние дел на предприятии в производственно-технической, финансово-хозяйственной, инновационной, коммерческой и социальной сферах. Каждый анализируемый показатель дает характеристику одному из направлений внутренней или внешней деятельности организации.

Анализ технико-экономических показателей ООО «Благовест», представленный в таблице 2.1, свидетельствует о том, что выручка предприятия за исследуемый период уменьшалась в 2016 году по отношению к 2015 году на 1,12%, а в 2015 году по отношению к 2014 году увеличилась на 14,31%. Наблюдается уменьшение прибыли от продаж, если в 2014 году она составляла 9428 тыс. руб., в 2015 снизилась до 7719 тыс. руб., а в 2016 году до 5921 тыс. руб.

В связи с увеличением численности персонала производительность труда в 2015 году повысилась на 7,16 %, в 2016 году на 5,95%, в соотношении с 2014 годом соответственно.

Чистая прибыль предприятия значительно снизилась в 2015 году по отношению к 2014 году, а именно, если в 2014 году она составляла 9367 тыс. руб., то в 2015 году чистая прибыль снизилась до 7653 тыс. руб. или на 18,3%.

В 2016 году чистая прибыль по отношению к 2014 году снизилась на 37,4% и составила 5860 тыс. руб. Таким образом, снижение чистой прибыли

Таблица 2.1 - Динамика технико-экономических показателей деятельности предприятия за 2014-2016 гг.

№ п/п	Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	Абс откл 2015 к 2014	Абс откл 2016 к 2015	Абс откл 2016 к 2014	Отн откл 2015 к 2014	Отн откл 2016 к 2015	Отн откл 2016 к 2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Выручка, тыс. руб.	47740	54572	53952	6832	- 620	6212	114,31	98,88	113,01
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	38312	46853	48031	8541	1178	9719	122,29	102,51	125,37
3	Валовая прибыль, тыс. руб. (стр.1 – стр.2)	9428	7719	5921	-1709	-1798	-3507	81,87	76,7	62,8
4	Управленческие расходы, тыс. руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. (стр.3 – стр.4)	9428	7719	5921	-1709	-1798	-3507	81,87	76,7	62,8
6	Прочие расходы, тыс. руб.	61	66	61	5	-5	0	108,9	92,4	100
7	Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб. (стр.5– стр.6)	9367	7653	5860	-1714	-1793	-3507	81,7	76,6	62,6
8	Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Чистая прибыль (убыток), тыс. руб. (стр.7 –стр.8)	9367	7653	5860	-1714	-1793	-3507	81,7	76,6	62,6
10	Запасы	36822	39452	45560	2630	6108	8738	107,14	115,48	123,73
11	Уставной капитал	11	11	11	0	0	0	100	100	100
	Собственный капитал	44926	52579	58439	7653	5860	13513	117	111,14	130
10	Численность персонала, чел.	15	16	16	1	0	1	106,6	100	106,6
11	Производительность труда, тыс.руб.на 1чел.	3182,66	3410,75	3372	228,09	-38,75	189,34	107,16	89,86	105,95
12	Стоимость основных средств, тыс. руб.	1685	2401	1473	716	-928	-212	142,5	61,3	87,4
13	Фондоотдача (Фотд), тыс.руб.	28,33	22,7	36,62	-5,63	13,92	8,29	80,13	161,32	129,4
14	Рентабельность продаж, %(5/ 1)х100	19,7	14,1	10,9	-5,6	-3,2	-8,8	71,57	77,3	55,33
15	Рентабельность продукции, %(5/2)х100	24,6	16,47	12,3	-8,13	-4,17	-12,3	66,95	74,68	50
16	Рентабельность производства, %	25,4	19,4	12,9	-6	-6,5	-12,5	76,38	66,49	50,78
17	Затраты на 1 руб. продукции ((стр.2+стр.4) / стр.1)), руб.	0,8	0,85	0,89	0,05	0,04	0,09	106,25	104,7	111,25
18	Рентабельность уставного капитала, %	85154	69572	53272	-15582	-16300	-31882	81,7	76,57	62,56
19	Рентабельность собственного капитала (СК) по балансу, %	20,85	14,55	10	-6,3	-4,55	-10,85	69,78	68,79	47,96
20	Рентабельность активов предприятия, %	20,21	14,51	9,97	-5,7	-4,54	-10,24	71,79	68,71	49,33

произошло за счет роста себестоимости и изменения объема продаж

Из таблицы 2.1, можно увидеть, как изменялись показатели выручки, себестоимости и прибыли в период с 2014-2016 гг., представленные на рисунке 2.

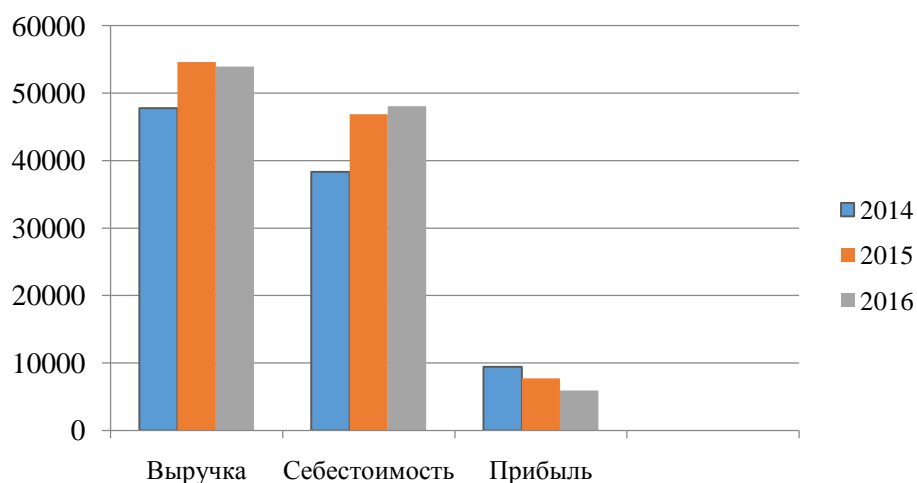


Рисунок 2 - Изменение показателей выручки, себестоимости и прибыли в период с 2014-2016 гг.

В 2015 и в 2016 году произошло увеличение показателей выручки и себестоимости по отношению к 2014 году. Показатели же прибыли и 2015 и в 2016 году снизились по отношению к 2014 году. Подробнее рассмотрим каждый показатель: в 2015 году по отношению к 2014 году объем выручки увеличился на 6832 тыс. руб. или на 14,31%, в 2016 году по отношению к 2014 году объем выручки также увеличился на 6212 тыс. руб. или на 13,01% соответственно. Показатели себестоимости в 2014 году составили 38312 тыс.и руб. В 2015 году себестоимость увеличилась на 8541 тыс. руб. или на 22,29 %, а в 2016 году увеличилась на 9719 тыс. руб. или на 25,37 % по отношению к 2014 году соответственно. Обратная ситуация происходит с прибылью организации: в 2015 году по отношению к 2014 году произошло уменьшение прибыли на 1709 тыс. руб. или на 18,13 %, в 2016 году по отношению к 2014 году прибыль уменьшилась на 3507 тыс. руб. или на 37,2 %. Рассмотрим динамику структуры прибыли за 2014-2016 гг., в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Динамика структуры прибыли предприятия за 2014-2016 гг.

№ п/п	Показатели	2014 год	Удельный вес, %	2015 год	Удельный вес, %	2016 год	Удельный вес, %	Средний показатель за 3 года	Удельный вес, %
1	Выручка, тыс. руб.	47740	100	54572	100	53952	100	52088	100
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	38312	80,25	46853	85,86	48031	89	44399	85,3
3	Валовая прибыль, тыс. руб. (стр.1 – стр.2)	9428	19,75	7719	14,14	5921	10,97	7689	14,76
4	Прочие расходы, тыс.руб.	61	0,13	66	0,12	61	0,11	62,6	0,12
5	Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	9367	19,62	7653	14,02	5860	10,86	7626,6	14,64

Проводя анализ данных таблицы 2.2., можно сказать, что удельная доля себестоимости в выручке предприятия неуклонно возрастала, а точнее в 2014 году равняется 38312 тыс.руб., что составило 80,25% удельного веса от выручки, в 2015 себестоимость уже 46853 тыс.руб. или 85,85% удельного веса, в 2016 году тенденция сохранилась: себестоимость уже 48031 тыс.руб. или 89% удельного веса. Обратная ситуация произошла с валовой прибылью. Удельная доля валовой прибыли в выручке предприятия равномерно снижалась, а точнее в 2014 году она равняется 9428 тыс.руб., что составило 19,75% удельного веса от выручки, в 2015 валовая прибыль уже 7719 тыс.руб. или 14,14% удельного веса, в 2016 году валовая прибыль уже 5921 тыс.руб. или 10,86% удельного веса. Изобразим наглядно данную ситуацию на рисунке 3.

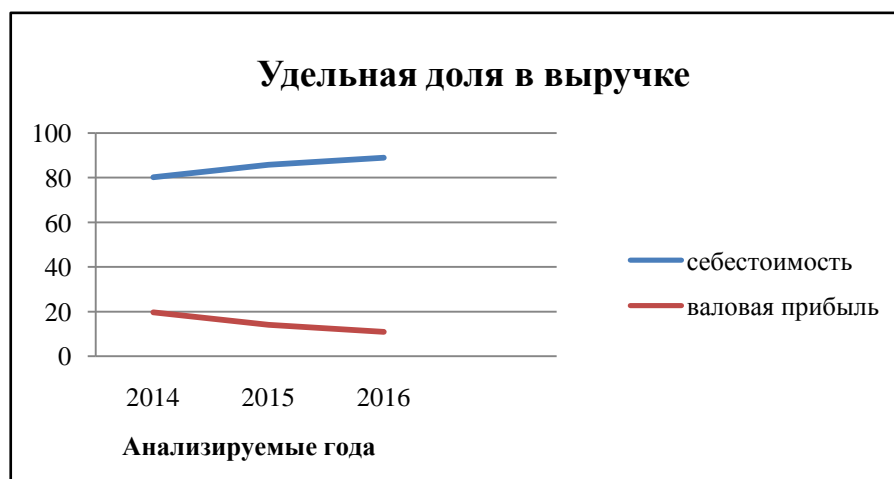


Рисунок 3 - Изменение удельного веса показателей себестоимости и валовой прибыли в период 2014-2016 гг.

Рассмотрим таблицу 2.3, в которой отражены основные виды книжной продукции, выручка за 2014-2016 годы.

Таблица 2.3 - Анализ выручки от реализации основных видов книжной продукции за 2014-2016 гг.

Наименование вида продукции	2014 г, тыс руб.	2015 г, тыс руб.	2016 г, тыс руб.	Всего за 3 года, тыс.руб.	Доля в общей выручке, %
Священное Писание	3460	4890	5260	13610	13,54%
Молитвословы, каноны и акафисты	3320	3400	3600	10320	10,27%
Жития святых	3000	3370	3710	10080	10,03%
Основы вероучения	2815	3380	3340	9535	9,49%
Толкования	2800	3345	3240	9385	9,34%
Святые отцы	2495	2690	2810	7995	7,95%
Семейная жизнь и воспитание детей	2440	2700	2790	7930	7,89%
Жизнеописания подвижников	2300	2790	2660	7750	7,71%
История	2235	2492	2570	7297	7,26%
Литература для детей	2050	1800	1940	5790	5,76%
История Церкви	1710	1900	1800	5410	5,38%
Духовная проза и поэзия	1700	1850	1875	5425	5,40%
<b>Итого</b>	<b>30325</b>	<b>34607</b>	<b>35595</b>	<b>100 527</b>	<b>100</b>

Проанализировав таблицу, заметим, что объем заказов на книги увеличился в 2015 году по отношению к 2014 году, такая же тенденция прослеживается в 2016 году по отношению к 2014 году. Наибольшую выручку от продаж составляют следующие виды продукции:

- Священное Писание (13,54 от общего объема выручки);
- Молитвословы, каноны и акафисты (10,27 от общего объема выручки);
- Жития святых (10,03 от общего объема выручки);
- Основы вероучения (9,49 от общего объема выручки);
- Толкования (9,34 от общего объема выручки).

## **2.2. Анализ прибыли и рентабельности предприятия**

Оценка хозяйственной деятельности предприятия производится на основе определения и изучения его финансовых результатов. Они складываются под общим влиянием различных условий функционирования предприятия.

Основные показатели, формирующие финансовые результаты деятельности исследуемого предприятия: выручка от реализации продукции и товаров; себестоимость проданных товаров; доходы от реализации товаров и других операций; расходы на осуществление основной и других видов деятельности [23].

Показатели рентабельности анализируют насколько предприятие доходно с различных позиций. Они являются наиболее важной составляющей факторной среды формирования прибыли и дохода предприятия. Показатели рентабельности относятся к обязательным элементам сравнительного анализа, а также оценивают финансовое состояние предприятия.

Далее рассмотрим, как изменялась рентабельность, используя графики.

Рентабельность продаж - коэффициент рентабельности, который показывает долю прибыли в каждом заработанном рубле. Обычно рассчитывается как отношение:

$$ROS = \left(\frac{\text{ЧП}}{\text{В}}\right) \times 100\% \quad (11)$$

где ЧП - чистая прибыль предприятия

В – выручка

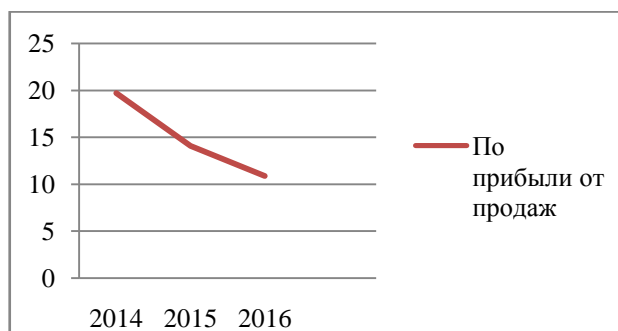


Рисунок 4 - Рентабельность продаж предприятия за 2014-2016 гг., %

Делая выводы, по рисунку 4, можно сказать, что рентабельность продаж упала за отчетный период, а именно: в 2016 году по отношению к 2014 году рентабельность продаж снизилась на 44,67%.

Рентабельность продукции - это соотношение между прибылью от продажи продукции и её себестоимостью (полным издержкам) ее обращения и производства.

$$ROM = \left(\frac{\text{ЧП}}{\text{С}}\right) \times 100\% \quad (12)$$

На рисунке 5 наблюдаем, что рентабельность продукции снизилась в 2016 году по отношению к 2014 году на 12,3%

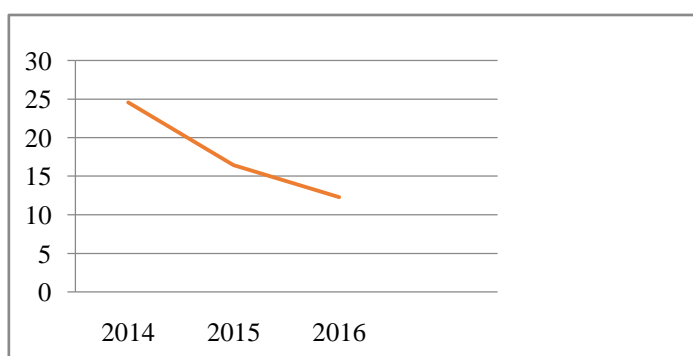


Рисунок 5 - Рентабельность продукции предприятия за 2014-2016 гг., %

Рентабельность продукции падает, что говорит о неэффективности реализации продукции. Для повышения рентабельности реализуемой продукции, требуется снижать себестоимость продукции и повышать объемы продаж. Оба пути связаны с появлением дополнительных затрат, которые впоследствии повлияют на величину рентабельности.

Рентабельность производства - важнейший показатель, определяющий и показывающий эффективность деятельности предприятия.

$$R_{пр} = (Чп/З) \times 100\% \quad (13)$$

где З – запасы предприятия

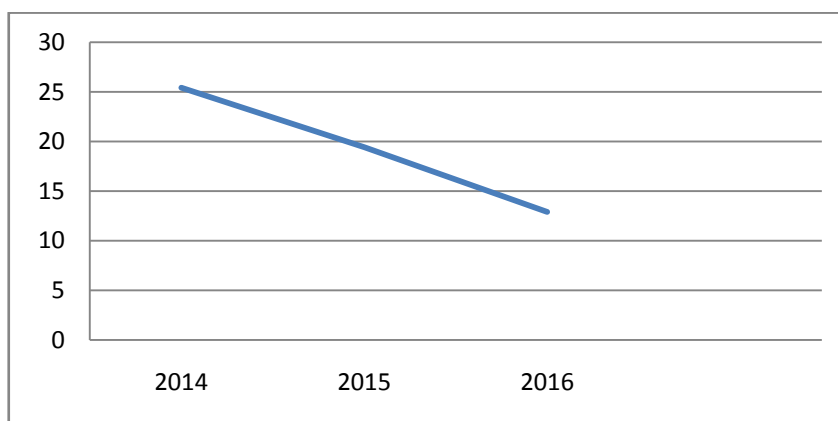


Рисунок 6 - Рентабельность производства за 2014-2016 гг.

Рентабельность производства в 2015 году снизилась на 21,1% по отношению к 2014 году (рисунок 6), в 2016 году на 6,2% ниже показателей 2014 года. Такие данные показывают, что деятельность предприятия в 2016 году неэффективна.

Рентабельность активов (рисунок 7) информирует об активах, которые удалось привлечь фирме для получения выручки в один рубль.

$$R_{св} = \left( \frac{ЧП}{ВБ} \right) \times 100\% \quad (14)$$

где ВБ - Валюта баланса.



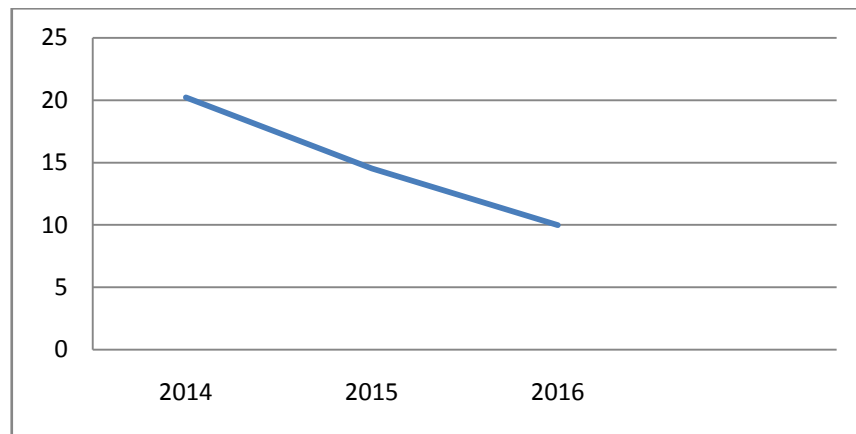


Рисунок 7 - Рентабельность активов предприятия за 2014-2016 гг.

Делая вывод по рисунку 7, можно сказать, что в 2016 году, по сравнению с 2015 годом, рентабельность активов уменьшилась на 31,29%. По отношению к 2014 году, показатель уменьшился на 50,67%. Одной из причин падения рентабельности активов может являться падение объема продаж. Улучшить этот показатель можно увеличением ассортимента продаваемой продукции и привлечением покупательского интереса к интернет-магазину ООО «Благовест».

Схожую тенденцию обнаруживают коэффициенты рентабельности уставного и собственного капитала, что говорит о неэффективном использовании вложенного в дело капитала и собственных средств предприятия в анализируемом периоде времени.

Данные показатели – это промежуточный результат, они образуются в процессе хозяйственной деятельности и не отражают итоги.

Организации, которые обеспечили получение прибыли от хозяйственной деятельности за отчетный период, анализируя, выявляют, была ли возможность обеспечить увеличение прибыли и повышение рентабельности. А также определяют, что нужно сделать, чтобы добиться использования этих возможностей в перспективе. Если работа предприятия за отчетный период была убыточной, то ставится задача определить, как можно достичь безубыточной хозяйственной деятельности.

Итак, основная цель анализа прибыли и рентабельности – это выявить резервы роста прибыли, повысить рентабельность и разработать конкретные меры по их использованию в текущей деятельности и перспективе.

Информационной составляющей анализа являются материалы, которые используются при изучении доходов и расходов - они являются основными факторами, влияющими на прибыль; бухгалтерский баланс; данные статистического наблюдения - обороты предприятий по производству окон ПВХ, товарные запасы, численность и заработная плата работников; нормативные и плановые показатели финансовых результатов.

### 2.3. Анализ финансовой устойчивости

Анализ структуры активов и пассивов бухгалтерского баланса является частью анализа имущественного положения организации при анализе финансового состояния предприятия. Анализ активов и пассивов баланса позволяет проследить динамику их состояния в анализируемом периоде.

Чтобы выявить абсолютные и относительные изменения величин различных статей баланса за определенный период, проведем горизонтальный анализ баланса (таблице 2.4). Горизонтальный анализ баланса — это сравнение данных на определённый период с данными предыдущих периодов.

Таблица 2.4 - Горизонтальный анализ баланса

1	На 31.12.2015		На 31.12.2016		Абс. измен. 4	Отн. измен. 5
	2	3	4	5		
АКТИВ	Абс. вел	%	Абс. вел	% 5=4x3/2	6=4-2	7=5-3
<b>I. Внеоборотные активы</b>						
Нематериальные активы	372	100	694	186	+322	+86
Основные средства	2401	100	1473	61	-928	-39
Итого по разделу I:	2773	100	2167	78	-606	-22
<b>II. Оборотные активы</b>						
2.1. Запасы	39452	100	45560	115	+6108	+15

## Окончание таблицы 2.4

1	2	3	4	5		
2.2 НДС по приобретенным ценностям	0	0	0	0	0	0
2.3. Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 мес.)	7942	100	10316	130	+2374	+30
2.5. Краткосрочные финансовые вложения	0	0	0	0	0	0
2.6. Денежные средства	2569	100	693	27	-1876	-73
Итого по разделу II:	49963	100	56569	113	+6606	+13
БАЛАНС	52736	100	58736	111	+6000	+11
ПАССИВ						
III. Капитал и резервы						
3.1. Уставный капитал	11	100	11	100	0	0
3.4 Нераспределенная прибыль	52568	100	58428	111	+5860	+11
Итого по разделу III:	52578	100	58439	111	+5860	+11
IV. Долгосрочные пассивы						
4.1. кредиты банков, подлежащие погашению более чем через 12 мес.	0	0	0	0	0	0
Итого по разделу IV:	0	0	0	0	0	0
V. Краткосрочные пассивы						
5.1. Заемные средства	0	0	0	0	0	0
5.2. Кредиторская задолженность	157	100	297	189	+140	+89
Итого по разделу V:	157	100	297	189	+140	+89
БАЛАНС	52736	100	58736	111	+6000	+11

Анализируя таблицу 2.4, видим, что на рассматриваемом предприятии валюта баланса увеличилась за год на 11% и составила на конец отчетного периода 58736 тыс. руб., оборотные активы – на 13%, или на 6606 тыс. руб.

Произошло уменьшения стоимости внеоборотных активов на 22% за счет уменьшения стоимости основных средств на 39% - с 2401 тыс. руб. до 1473 тыс. руб. Можно предположить, что за данный период состоялась продажа основных средств, что привело к росту нематериальных активов на 86% с 372 тыс. руб. до 694 тыс. руб.

Отрицательным моментом служит уменьшение денежных средств на 1876 тыс. руб., если в 2015 году 2569 тыс.руб., то в 2016 году 693, что на 73% ниже.

Произошло увеличение дебиторской задолженности на 2374 тыс. руб., или на 30%. Чтобы определить структуры итоговых финансовых показателей и выявить влияние каждой позиции отчетности на результат в целом, проведем вертикальный анализ (таблица 2.5), который показывает структуру средств организации и их источников.

Таблица 2.5- Вертикальный анализ баланса

АКТИВ	31.12.2015, %	31.12.2016, %	Уд.вес
I. Внеоборотные активы			
1.1. Нематериальные активы	0,7	1,2	+0,5
1.2. Основные средства	4,5	2,5	-2
Итого по разделу I:	5,2	3,7	-1,5
II. Оборотные активы			
2.1. Запасы	74,8	77,6	+2,8
2.2 НДС по приобретенным ценностям	0	0	0
2.3. Дебиторская задолженность (платежи, предполагаемые ожидание в течение 12 месяцев)	15	17	+2
2.5. Краткосрочные финансовые вложения	0	0	0
2.6. Денежные средства	5	1,7	-3,3
Итого по разделу II:	94,8	96,3	+1,5
Баланс	100	100	0
ПАССИВ			
III. Капитал и резервы			
4.1. Уставной капитал	0,02	0,02	0
4.4 Нераспределенная прибыль	99,7	99,47	-0,23
Итого по разделу III:	99,72	99,49	-0,23
IV. Долгосрочные пассивы			
4.1. кредиты банков, подлежащие погашению более чем через 12 месяцев	0	0	0
Итого по разделу IV:	0	0	0
V. Краткосрочные пассивы			
5.1. Заемные средства	0	0	0
5.2. Кредиторская задолженность	0,28	0,51	+0,23
Итого по разделу V:	0,28	0,51	+0,23
БАЛАНС	100	100	0

Анализируя структуру актива баланса, следует отметить, что доля оборотных средств увеличилась на 1,5%, на что повлияло уменьшение стоимости основных средств во внеоборотных активах с 4,5% до 2,5%. Доля дебиторской задолженности увеличилась с 15 % до 17 %. Доля денежных

средств в анализируемом периоде снизилась с 5 % до 1,7%. Все это говорит о росте неоплаченных счетов со стороны покупателей книжной продукции.

Проанализировав структуру пассива баланса, заметим, что положительным моментом финансовой устойчивости предприятия является очень высокая доля собственных источников предприятия. Эта доля в источниках средств незначительно снизилась с 99,72% до 99,49%. Отрицательным моментом является увеличение доли кредиторской задолженности с 0,28% до 0,51%, что говорит об увеличении задолженности перед поставщиками. Возможно, это связано с увеличением дебиторской задолженности анализируемого периода.

Далее (таблица 2.6), составим сравнительный аналитический баланс, характеризующий структуру отчетной бухгалтерской формы и динамику отдельных ее показателей, а также систематизируем ее предыдущие расчеты.

Таблица 2.6 - Сравнительный аналитический баланс

Показатели	Абсолютные величины (тыс. руб.) На 31.12.2015	Абсолютные (тыс. руб.) На 31.12.2016	Удельный вес, % На 31.12.2015	Уд. вес, % На 31.12.2016	Изменения абс. величин	Изменение уд.веса	Темп прироста ПОСЛЕД. ГОРИЗ	% к изменению итога баланса 6х100/6 БАЛ
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Актив								
I. Внеоборотные активы								
Нематериальные активы	372	694	0,7	1,2	+322	+0,5	+86	5,4
Основные средства	2401	1473	4,5	2,5	-928	-2	-39	-15,5
2. Оборотные активы								
В т.ч. Запасы	39452	45560	74,8	77,6	+6108	+2,8	+15	101,8
дебиторская задолженность	7942	10316	15	17	+2374	+2	+30	39,6
денежные средства	2569	693	5	1,7	-1876	-3,3	-73	-31,3
Баланс	52736	58736	100	100	+6000	0	+11	100
Пассив								
Собственный капитал ИТОГ 3 РАЗДЕЛА	52578	58439	99,72	99,49	+5860	-0,23	+11	+97,6

## Окончание таблицы 2.6

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Заемный капитал.								
В т.ч.: Кредиты и займы	0	0	0	0	0	0	0	0
Кредиторская задолженность	157	297	0,28	0,51	+140	+0,23	+89	+2,4
Баланс	52736	58736	100	100	+6000	0	+11	100

Данные таблицы 2.6 говорят о том, что имущество предприятия увеличилось на 5860 тыс. руб. При этом структура стоимости имущества изменилась в сторону увеличения удельного веса в нем оборотных средств за счет увеличения запасов (74,8% удельный вес), дебиторская задолженность возросла на 15% , денежные средства уменьшились на 5%.

Сопоставляя структуры изменений в активе и пассиве, можно сделать выводы о том, через какие источники в основном был приток новых средств и в какие активы эти новые средства в основном вложены.

Прирост произошел преимущественно за счет собственного капитала: доля собственных средств составила 99,72% , и вложены эти источники в основном в оборотные активы - 100%, в том числе в запасы – 74,8%.

В таблице 2.7 рассмотрим анализ финансовой устойчивости, смысл которого состоит в оценке и прогнозировании финансового состояния предприятия по данным бухгалтерского учета и отчетности.

Таблица 2.7 - Анализ финансовой устойчивости

Показатели	Условные обозначения	На 31.12.2015	На 31.12.2016	Изменения за период
1	2	3	4	5= 4-3
1.Источники формирования собственных средств (III раздел пассива баланса)	СИ	52579	58439	5860
2.Внеоборотные активы (I раздел актива баланса)	ВА	2773	2167	-606
3.Наличие собственных оборотных средств (стр.1-стр.2)	СОС	49806	56272	-6466
4.Долгосрочные пассивы (IV раздел пассива баланса)	ДП	0	0	0

## Окончание таблицы 2.7

1	2	3	4	5
5.Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования средств (СД=СОС + ДП)	СД	49806	56272	-6466
6.Краткосрочные заемные средства (строка займы и кредиты V раздел пассива баланса)	КЗС	0	0	0
7.Общая величина основных источников формирования запасов и затрат (стр.5 +стр.6)	ОИ	49806	56272	-6466
8.Общая величина запасов ( строка Запасы II раздел актива баланса)	З	39452	45560	6108
9.Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств $\Delta\text{СОС} = \text{СОС} - \text{З}$ , (стр.3 – стр.8)	$\Delta\text{СОС}$	10354	10712	358
10.Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов $\Delta\text{СД} = \text{СД} - \text{З}$ . (стр.5 – стр.8)	$\Delta\text{СД}$	10354	10712	358
11.Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов $\Delta\text{ОИ} = \text{ОИ} - \text{З}$ .	$\Delta\text{ОИ}$	10354	10712	358
12.Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости	$S = \{\Delta\text{СОС}$ $\Delta\text{СД}$ $\Delta\text{ОИ}\}$	{1;1;1}	{1;1;1;}	-

На основе таблицы 2.7 можно сделать вывод о том, что предприятие находится в устойчивом финансовом состоянии, при котором предприятие является платежеспособным. Проведем оценку относительных показателей финансовой устойчивости, представленных в таблице 2.8.

Анализируя данные таблицы 2.8, можно отметить, что коэффициент обеспеченности собственными средствами выше нормы и составил 0,99% в 2015 и в 2016. Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами также превысил норму и составил 1,26% в 2015 году и 1,21 в 2016 году, что говорит нам о финансовой стабильности предприятия.

Таблица 2.8- Оценка относительных показателей финансовой устойчивости

Показатели	Усл.Об озн.	31.12.2015	31.12.2016	Изменен ия за период	Нормы
1. Коэффициент обеспеченности собственными средствами $K_{осс} = (СИ - ВА) : ОА$	Косс	0,99	0,99	0	> 0,1
2. Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами $K_{омз} = (СИ - ВА) : З$	Комз	1,26	1,21	-0,05	0,6 - 0,8
3. Коэффициент маневренности собственного капитала $K_{м} = (СИ - ВА) : ВА$	Км	17,96	25,96	+8	= 0,5
4. Индекс постоянного актива $K_{п} = ВА : СИ$	Кп	0,05	0,04	-0,01	$K_{м} + K_{п} = 1$
5. Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств $K_{дпа} = ДП : (СИ + ДП)$	Кдпа	0	0	0	
6. Коэффициент автономии $K_{а} = СИ : ВБ$	Ка	0,99	0,99	0	> 0,5
7. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств $K_{сзс} = (ДП + СИ) : СИ$	Ксзс	-	-	-	<1

Коэффициента маневренности собственного капитала выше нормы, в 2015 году составил 17,96%, в 2016 году - 25,96, что указывает на возможность компании свободно маневрировать своими финансовыми ресурсами. На данном предприятии отсутствуют долгосрочные обязательства, об этом же говорит высокий коэффициент степени финансовой независимости от кредиторов. Таким образом, анализ относительных показателей финансовой устойчивости дает понять о стабильности предприятия и финансовой независимости.

## 2.4 ABC и XYZ анализ ассортимента

Главная задача любого предприятия — увеличение прибыли. Для этого можно вложить дополнительные средства и увеличить объемы работ, можно закупить новое оборудование или программное обеспечение и



усовершенствовать производственный процесс, а можно пойти наиболее простым путем и извлечь максимум из того, что уже имеется. ABC-анализ поможет рационализировать ресурсы, а соответственно и оптимизировать работу компании. Анализ ассортимента ABC и XYZ - экономически обоснованный метод ранжирования сырья, запасов и прочих важных для предприятия «объектов». Применение результатов ABC-анализа позволяет повысить уровень логистики предприятия и, тем самым, минимизировать риски, сократить расходы и увеличить прибыль. В основе ABC-анализа лежит закон Парето или, как его еще называют, правило 20/80. [21] Согласно данному закону 20% продаваемых товаров приносят 80% дохода, а 20% ресурсов предприятия дают 80% всего оборота. Благодаря ABC-анализу можно понять, какими ресурсами лучше запастись впрок, а какие стоит приобретать непосредственно в момент необходимости, количество каких товаров следует увеличить, а количество каких — уменьшить, на каких поставщиков стоит полагаться, а на каких лучше не надеяться. Иными словами, с его помощью можно вычислить наиболее/наименее прибыльные товары, наиболее/наименее перспективных поставщиков, наиболее/наименее выгодные запасы и т. д. [14]

Анализ ассортимента ООО «Благовест», представленный в таблице 2.9, свидетельствует о том, что в ассортименте интернет-магазина присутствуют 3 группы товаров: очень важные товары, которые всегда должны присутствовать в ассортименте (группа А), товары средней степени важности (группа В) и наименее важные товары, приносящие небольшой доход (группа С).

Товары групп А и В обеспечивают основной товароборот компании, поэтому необходимо обеспечивать постоянное их наличие. Как правило, по товарам группы А создается избыточный страховой запас. Сюда входит:

- Священное Писание;
- молитвословы, каноны и акафисты;
- жития святых;
- основы вероучения.

Таблица 2.9 - ABC-анализ продаж за 2014-2016 гг.

Наименование	Оборот, 2014 (руб.)	Оборот, 2015 (руб.)	Оборот, 2016 (руб.)	Общий товарооборот за 3 года, руб.	Доля в обороте	Доля в обороте с накопительным итогом	Группа
Священное Писание	3460	4890	5260	13 610	8,71%	8,71%	A
Молитвословы, каноны и акафисты	3320	3400	3600	10 320	6,60%	15,31%	A
Жития святых	3000	3370	3710	10 080	6,45%	21,76%	A
Основы вероучения	2815	3380	3340	9 535	6,10%	27,87%	A
Толкования	2800	3345	3240	9 385	6,01%	33,87%	B
Святые отцы	2495	2690	2810	7 995	5,12%	38,99%	B
Семейная жизнь и воспитание детей	2440	2700	2790	7 930	5,07%	44,06%	B
Жизнеописания подвижников	2300	2790	2660	7 750	4,96%	49,02%	B
История	2235	2492	2570	7 297	4,67%	53,69%	B
Детская литература	2050	1800	1940	5 790	3,71%	57,40%	B
История Церкви	1710	1900	1800	5 410	3,46%	60,86%	B
Духовная проза и поэзия	1700	1850	1875	5 425	3,47%	64,33%	B
Дневники, письма, проповеди	1670	2185	2217	6 072	3,89%	68,22%	C
Праздники	1350	1500	1530	4 380	2,80%	71,02%	C
Утварь	1350	1480	1260	4 090	2,62%	73,64%	C
Богословие	1300	1415	1480	4 195	2,68%	76,32%	C
Православные журналы	1300	1390	1500	4 190	2,68%	79,00%	C
Психология, медицина	1275	1610	1580	4 465	2,86%	81,86%	C
Богослужебные книги	1210	1830	1600	4 640	2,97%	84,83%	C
Иконы	1200	1450	1140	3 790	2,43%	87,26%	C
Классическая литература	1200	1450	1100	3 750	2,40%	89,66%	C
Товары для здоровья	1150	1170	1050	3 370	2,16%	91,81%	C
Искусство (картины и репродукции)	1140	1210	960	3 310	2,12%	93,93%	C
Философия	950	910	890	2 750	1,76%	95,69%	C
Путеводители	930	935	850	2 715	1,74%	97,43%	C
Аудио, видео	750	680	590	2 020	1,29%	98,72%	C
Ноты и пение	640	750	610	2 000	1,28%	100,00%	C
<b>ИТОГО</b>	<b>47740</b>	<b>54572</b>	<b>53952</b>	<b>156 264</b>	<b>100%</b>		

По товарам группы В, как правило, страховой запас достаточный:

- толкования;
- святые отцы;
- семейная жизнь и воспитание детей;
- жизнеописания подвижников;
- история;
- литература для детей;
- история Церкви.

Далее проведем XYZ-анализ, являющимся математически-статистическим методом, который позволяет проанализировать и спрогнозировать стабильность продаж отдельных видов товаров и колебания уровня потребления тех или иных товаров. Цель XYZ-анализа — разделение товаров по группам в зависимости от равномерности спроса и точности прогнозирования. Метод XYZ-анализа сходен с ABC-анализом и основывается на том же принципе — товары подразделяются на три группы X, Y и Z, исходя из значения коэффициента вариации за определенный промежуток времени. Этот анализ делит объекты по степени отклонения от среднего показателя, вычисляемого за несколько периодов.

Рассмотрим таблицу 2.10 «XYZ-анализ продаж за 2014-2016 гг». Категория X, в которую попадают товары с колебанием продаж от 5% до 15%. Сюда попали такие товары, как Священное Писание, молитвословы, каноны и акафисты, жития святых, детская литература, толкования, книги по истории и др. Это товары, характеризующиеся стабильной величиной потребления и высокой степенью прогнозирования.

Категория Y, в которую попадают товары с колебанием продаж от 15% до 50%. Это товары, характеризующиеся сезонными колебаниями и средними возможностями их прогнозирования: духовная проза и поэзия, книги по философии, православные журналы, путеводители, ноты и др.

Категория Z, в которую попадают товары с колебанием продаж от 50% и выше: Это товары с нерегулярным потреблением и непредсказуемыми

колебаниями, поэтому спрогнозировать их спрос невозможно. Товары для здоровья, искусство (картины и репродукции) – самые неудачные в плане продаж виды товара.

Проведем с помощью таблиц 2.9 и 2.10 совмещенный ABC-XYZ анализ. Сочетание ABC и XYZ анализов выявляет безусловных лидеров (группа AX) и аутсайдеров (CZ). Оба метода хорошо дополняют друг друга. Если ABC-анализ позволяет оценить вклад каждого продукта в структуру сбыта, то XYZ-анализ позволяет оценить скачки сбыта и его нестабильность.

Проанализируем таблицу 2.12, в которой представлен итоговый совмещенный ABC-XYZ продаж за 2014-2016 годы. Использование ABC-XYZ анализа позволяет точнее настроить систему управления товарными ресурсами и за счет этого снизить суммарный товарный запас.

1. Товары группы AX и BX отличают высокий товарооборот и стабильность. Необходимо обеспечить постоянное наличие товара, но для этого не нужно создавать избыточный страховой запас. Расход товаров этой группы стабилен и хорошо прогнозируется. Это такие книги как:

- Священное Писание;
- молитвословы, каноны и акафисты;
- жития святых;
- основы вероучения;
- толкования;
- святые отцы;
- семейная жизнь и воспитание детей;
- жизнеописания подвижников;
- история;
- литература для детей;
- история Церкви.

Таблица 2.10 - XYZ-анализ продаж за 2014-2016 гг.

Наименование	Оборот, 2014 (руб.)	Оборот, 2015 (руб.)	Оборот, 2016 (руб.)	Общий товарооборот за 3 года, руб.	Среднее значение	Промежуточное значение	Коэффициент вариации	Группа
Священное Писание	3460	4890	5260	13 610	4 537	602 422	17,11%	X
Молитвословы, каноны и акафисты	3320	3400	3600	10 320	3 440	13 867	3,42%	X
Жития святых	3000	3370	3710	10 080	3 360	84 067	8,63%	X
Основы вероучения	2815	3380	3340	9 535	3 178	66 272	8,10%	X
Толкования	2800	3345	3240	9 385	3 128	55 739	7,55%	X
Святые отцы	2495	2690	2810	7 995	2 665	16 850	4,87%	X
Семейная жизнь и воспитание детей	2440	2700	2790	7 930	2 643	22 022	5,61%	X
Жизнеописания подвижников	2300	2790	2660	7 750	2 583	42 956	8,02%	X
История	2235	2492	2570	7 297	2 432	20 484	5,88%	X
Детская литература	2050	1800	1940	5 790	1 930	10 467	5,30%	X
История Церкви	1710	1900	1800	5 410	1 803	6 022	4,30%	X
Духовная проза и поэзия	1700	1850	1875	5 425	1 808	5 972	4,27%	Y
Дневники, письма, проповеди	1670	2185	2217	6 072	2 024	62 829	12,38%	X
Праздники	1350	1500	1530	4 380	1 460	6 200	5,39%	X
Философия	1350	1480	1260	4 090	1 363	8 156	6,62%	Y
Утварь	1300	1415	1480	4 195	1 398	5 539	5,32%	Y
Православные журналы	1300	1390	1500	4 190	1 397	6 689	5,86%	Y
Психология, медицина	1275	1610	1580	4 465	1 488	22 906	10,17%	X
Богослужебные книги	1210	1830	1600	4 640	1 547	65 489	16,55%	X
Иконы	1200	1450	1140	3 790	1 263	18 022	10,63%	X
Классическая литература	1200	1450	1100	3 750	1 250	21 667	11,78%	X
Товары для здоровья	1150	1170	1050	3 370	1 123	2 756	4,67%	Z
Искусство (картины и репродукции)	1140	1210	960	3 310	1 103	11 089	9,54%	Z
Философия	950	910	890	2 750	917	622	2,72%	X
Путеводители	930	935	850	2 715	905	1 517	4,30%	Y
Аудио, видео	750	680	590	2 020	673	4 289	9,73%	Y
Ноты и пение	640	750	610	2 000	667	3 622	9,03%	Y
<b>ИТОГО</b>	<b>47740</b>	<b>54572</b>	<b>53952</b>	<b>156 264</b>	<b>52 088</b>			

Таблица 2.11 - ABC-XYZ-анализ продаж за 2014-2016 гг.

Наименование	Оборот, 2014 (руб.)	Оборот, 2015 (руб.)	Оборот, 2016 (руб.)	Общий товарооборот за 3 года, руб.	доля в обороте	Доля в обороте с накопительным итогом	Группа	Коэффициент вариации	Группа	Совмещение
Священное Писание	3460	4890	5260	13 610	8,71%	8,71%	A	1,79%	X	AX
Молитвословы, каноны и акафисты	3320	3400	3600	10 320	6,60%	15,31%	A	1,66%	X	AX
Жития святых	3000	3370	3710	10 080	6,45%	21,76%	A	1,19%	X	AX
Основы вероучения	2815	3380	3340	9 535	6,10%	27,87%	A	2,54%	X	AX
Толкования	2800	3345	3240	9 385	6,01%	33,87%	B	2,30%	X	BX
Святые отцы	2495	2690	2810	7 995	5,12%	38,99%	B	2,74%	X	BX
Семейная жизнь и воспитание детей	2440	2700	2790	7 930	5,07%	44,06%	B	1,94%	X	BX
Жизнеописания подвижников	2300	2790	2660	7 750	4,96%	49,02%	B	1,56%	X	BX
История	2235	2492	2570	7 297	4,67%	53,69%	B	5,31%	X	BX
Детская литература	2050	1800	1940	5 790	3,71%	57,40%	B	0,46%	X	BX
История Церкви	1710	1900	1800	5 410	3,46%	60,86%	B	7,08%	X	BX
Духовная проза и поэзия	1700	1850	1875	5 425	3,47%	64,33%	B	23,54%	Y	BY
Дневники, письма, проповеди	1670	2185	2217	6 072	3,89%	68,22%	C	6,01%	X	CX
Праздники	1350	1500	1530	4 380	2,80%	71,02%	C	6,01%	X	CX
Философия	1350	1480	1260	4 090	2,62%	70,83%	C	1,80%	X	CX
Богословие	1300	1415	1480	4 195	2,68%	73,52%	C	15,55%	Y	CY
Православные журналы	1300	1390	1500	4 190	2,68%	76,20%	C	14,22%	Y	CY
Психология, медицина	1275	1610	1580	4 465	2,86%	79,06%	C	21,66%	Y	CY
Богослужебные книги	1210	1830	1600	4 640	2,97%	82,03%	C	0,16%	X	CX
Иконы	1200	1450	1140	3 790	2,43%	84,45%	C	8,93%	X	CX
Классическая литература	1200	1450	1100	3 750	2,40%	86,85%	C	9,93%	X	CX
Товары для здоровья	1150	1170	1050	3 370	2,16%	89,01%	C	38,36%	Z	CZ
Искусство (картины и репродукции)	1140	1210	960	3 310	2,12%	91,13%	C	28,66%	Z	CZ
Философия	950	910	890	2 750	1,76%	92,89%	C	16,61%	Y	CY
Путеводители	930	935	850	2 715	1,74%	94,62%	C	6,50%	X	CX
Аудио, видео	750	680	590	2 020	1,29%	95,92%	C	17,10%	Y	CY
Ноты и пение	640	750	610	2 000	1,28%	97,20%	C	17,10%	Y	CY
<b>ИТОГО</b>	<b>47740</b>	<b>54 572</b>	<b>53952</b>	<b>156 264</b>	<b>100%</b>					

Таблица 2.12 - Итоговый совмещенный ABC-XYZ продаж за 2014-2016 гг.

Наименование	Оборот, 2014 (руб.)	Оборот,2015 (руб.)	Оборот, 2016 (руб.)	Общий товарооборот за 3 года, руб.	Совмещение
Священное Писание	3460	4890	5260	13 610	AX
Молитвословы, каноны и акафисты	3320	3400	3600	10 320	AX
Жития святых	3000	3370	3710	10 080	AX
Основы вероучения	2815	3380	3340	9 535	AX
Толкования	2800	3345	3240	9 385	BX
Святые отцы	2495	2690	2810	7 995	BX
Семейная жизнь и воспитание детей	2440	2700	2790	7 930	BX
Жизнеописания подвижников	2300	2790	2660	7 750	BX
История	2235	2492	2570	7 297	BX
Литература для детей	2050	1800	1940	5 790	BX
История Церкви	1710	1900	1800	5 410	BX
Духовная проза и поэзия	1700	1850	1875	5 425	BY
Дневники, письма, проповеди	1670	2185	2217	6 072	CX
Праздники	1350	1500	1530	4 380	CX
Философия	1350	1480	1260	4 090	CX
Богослужебные книги	1210	1830	1600	4 640	CX
Иконы	1200	1450	1140	3 790	CX
Классическая литература	1200	1450	1100	3 750	CX
Путеводители	930	935	850	2 715	CX
Богословие	1300	1415	1480	4 195	CY
Православные журналы	1300	1390	1500	4 190	CY
Психология, медицина	1275	1610	1580	4 465	CY
Философия	950	910	890	2 750	CY
Аудио, видео	750	680	590	2 020	CY
Ноты и пение	640	750	610	2 000	CY
Товары для здоровья	1150	1170	1050	3 370	CZ
Искусство (картины и репродукции)	1140	1210	960	3 310	CZ
<b>ИТОГО</b>	<b>47740</b>	<b>54572</b>	<b>53952</b>	<b>156 264</b>	

2. Товары группы АУ и ВУ при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, для того чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас. Ассортимент духовной прозы и поэзии (группа ВУ) на предприятии ООО «Благовест» должен грамотно регулироваться. Попытка обеспечить гарантированное наличие по всем товарам данной группы только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к тому, что средний товарный запас компании значительно увеличится. Поэтому по товарам данной группы следует пересмотреть систему заказов:

- перевести часть товаров на систему заказов с постоянной суммой (объемом) заказа;
- обеспечить по части товаров более частые поставки;
- выбрать поставщиков, расположенных близко к складу, тем самым снизив сумму страхового товарного запаса;
- повысить периодичность контроля;
- поручить работу с данной группой товаров самому опытному менеджеру компании и т. п.

3. Товары группы AZ и BZ важны для оборота, но плохо прогнозируемы. ООО «Благовест» в анализируемый период такой группы товара не имеет.

4. Товары группы С составляют до 80% ассортимента компании. Применение XYZ-анализа позволяет сильно сократить время, которое менеджер тратит на управление и контроль над товарами данной группы:

- По товарам группы СХ можно использовать систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой товарный запас. К данным товарам относятся дневники, письма, проповеди, книги по философии, Богослужбные книги, классическая литература, путеводители и др.
- По товарам группы СУ можно перейти на систему с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом формировать страховой запас, исходя



из имеющихся у компании финансовых возможностей: Богословие, философия, психология, медицина, Православные журналы, ноты и пение.

- В группу товаров CZ попадают все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать, так как именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые товарные запасы, от которых компания несет потери. Выводить из ассортимента необходимо остатки товаров, взятых под заказ или уже не выпускающихся, то есть товаров, обычно относящихся к категории стоков. В эту группу товаров входят нехарактерные для книжного интернет-магазина товары: товары для здоровья (чай, спирулина, мумие, продукты для оздоровления), картины и репродукции.

Таким образом, ABC-XYZ-анализ является достаточно эффективным, позволяет оптимизировать как управление запасами, так и процесс управления финансовыми результатами деятельности предприятия.

## **2.5. Процесс оформления заказа**

Для того, чтобы понять, что можно улучшить в процессе создания заказа, рассмотрим процесс покупки в интернет магазине ООО «Благовест». Для этого зайдём на сайт магазина интернет-магазина [42] ( Рисунок 8).

В левой части покупатель видит меню, если он пришел на сайт за конкретным товаром, например, книгой, тогда стоит воспользоваться поиском. Для того, чтобы найти нужную книгу, вверху надо нажать на поле поиск и ввести название книги, автора или артикул.



Рисунок 8 - Главная страница сайта ООО «Благовест»

Обратим внимание, что искать можно, указав лишь часть названия или даже часть слова (рисунок 9):

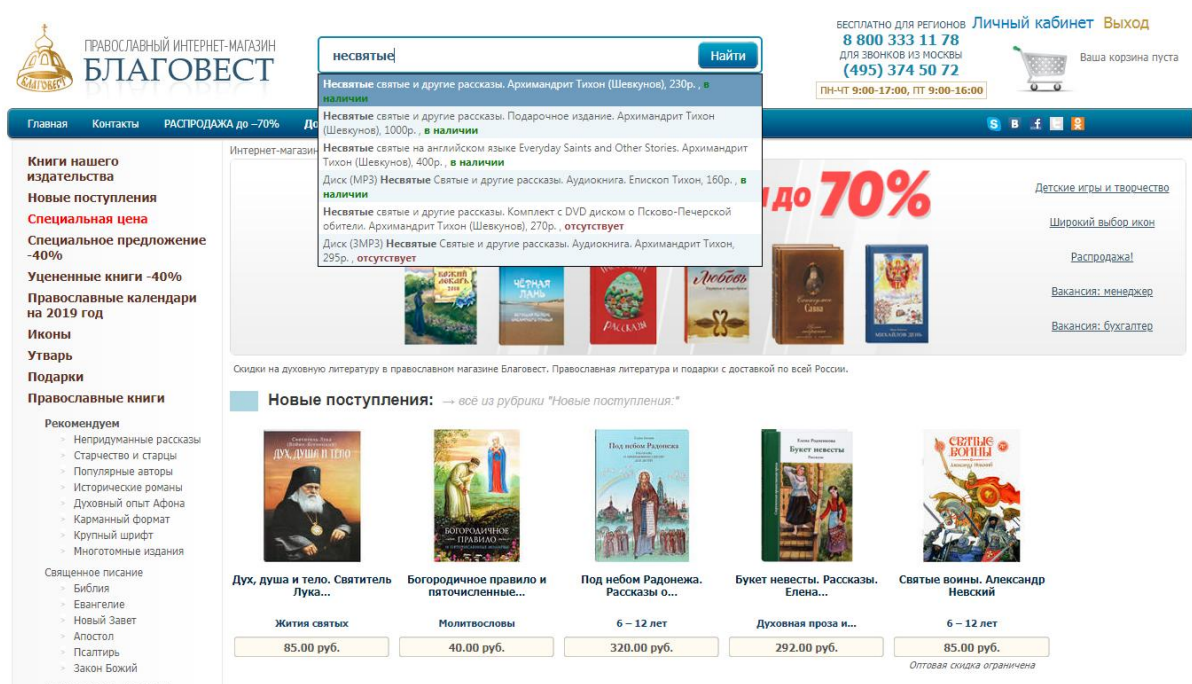


Рисунок 9 - Поиск товара (ввод наименования)

Далее мы нажимаем кнопку «Поиск» (рисунок 10):

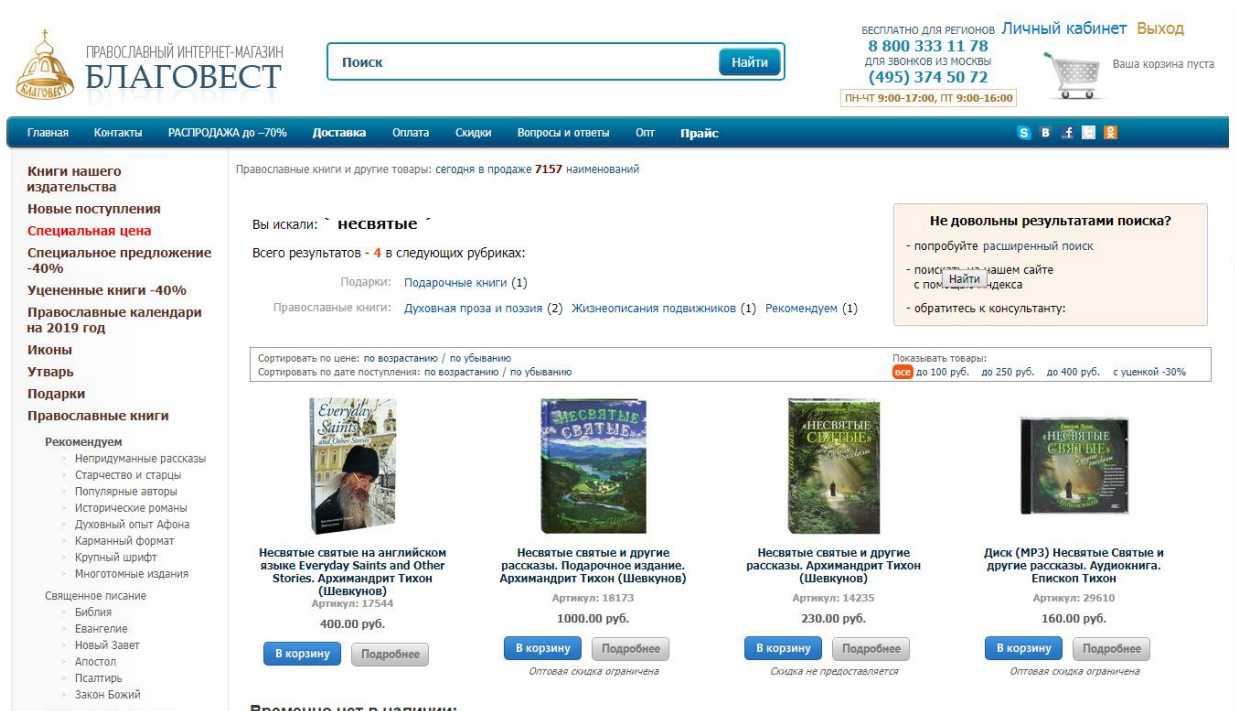


Рисунок 10 - Поиск товара (продолжение)

Для того, чтобы подробнее ознакомиться с книгой, мы можем открыть ее описание, а также увидеть изображение страниц (рисунок 11):

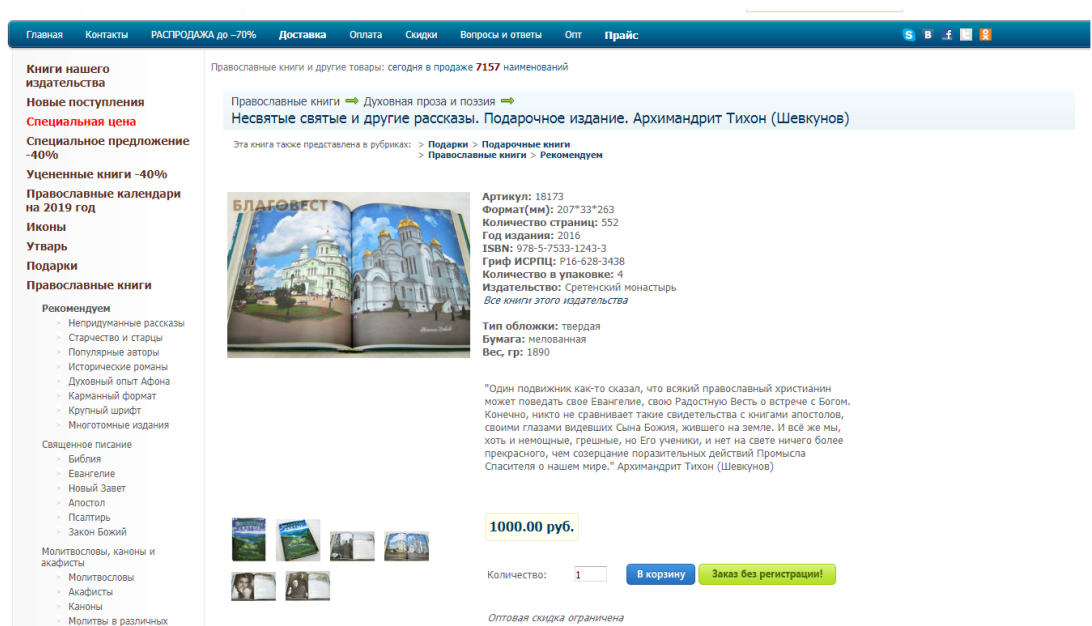


Рисунок 11 - Описание книги.

После выбора товара, покупатель может совершить покупку, как зарегистрировавшись на сайте, так и без регистрации. Рассмотрим каждый вариант по отдельности:

### 1. Заказ без регистрации:

Если покупается товар без регистрации, то необходимо нажать на соответствующую кнопку (рисунок 12):



Рисунок 12 - Страница заказа товара без регистрации

Покупателю необходимо будет ввести только имя и телефон (рисунок 13), далее менеджер свяжется с покупателем для уточнения необходимых деталей. Заказ без регистрации оформлен (рисунок 14).

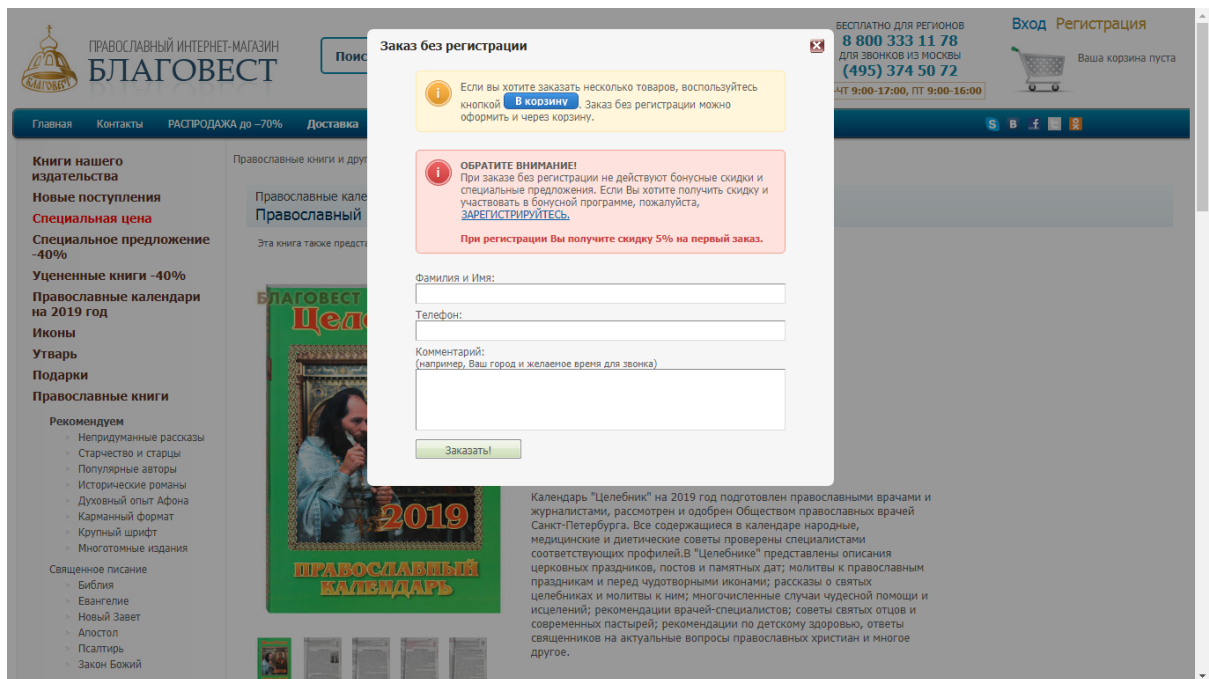


Рисунок 13- Страница заказа товара без регистрации

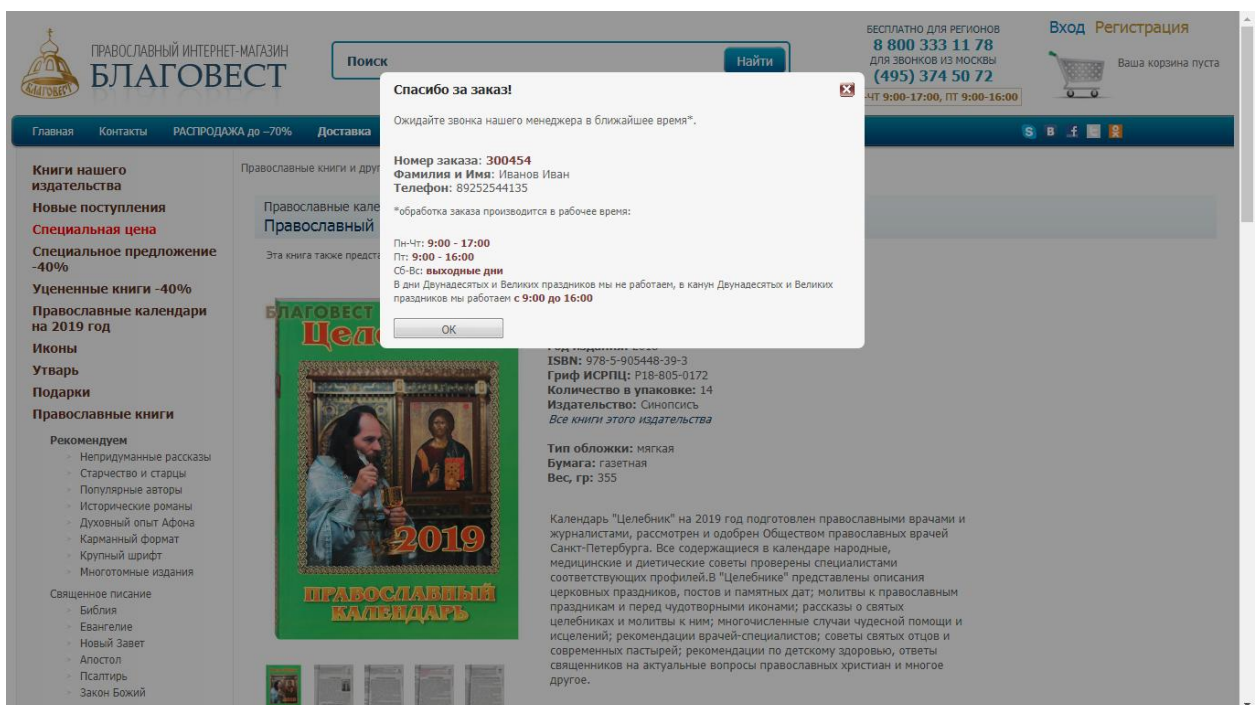


Рисунок 14 - Заказ без регистрации оформлен

## 2. Заказ с регистрацией.

Для того, чтобы зарегистрироваться, покупателю нужно нажать на кнопку «Регистрация» в правом верхнем углу и заполнить ФИО, E-mail,

телефон, дату рождения и дня ангела (для получения дополнительных скидок к Вашим праздникам), пароль и число с картинки (рисунок 15):

Рисунок 15 - Регистрация на сайте

Поле этого необходимо нажать на кнопку «Зарегистрировать» и регистрация окончена. Далее покупатель выбирает нужный товар, его количество и отправляет его в корзину покупок (рисунок 16):

Рисунок 16 - Страница заказа товара после регистрации

После перехода в корзину для оформления заказа, можно увидеть, что становится доступна бонусная скидка в 10% по данному товару (рисунок 17)

- Книги нашего издательства**  
**Новые поступления**  
**Специальная цена**  
**Специальное предложение -40%**  
**Уцененные книги -40%**  
**Православные календари на 2019 год**  
**Иконы**  
**Утварь**  
**Подарки**  
**Православные книги**
- Рекомендуем**
- Непридуманные рассказы
  - Старчество и старцы
  - Популярные авторы
  - Исторические романы
  - Духовный опыт Афона
  - Карманный формат
  - Крупный шрифт
  - Многотомные издания
- Священное писание**
- Библия
  - Евангелие
  - Новый Завет
  - Апостол
  - Псалтирь
  - Закон Божий
- Молитвословы, каноны и акафисты**
- Молитвословы
  - Акафисты

Православные книги и другие товары: сегодня в продаже **7157** наименований

Корзина покупателя - Оформление заказа - Подтверждение заказа

Личный кабинет

№	Название	Артикул	Цена, руб.	Скидка, руб.	Кол-во	Сумма, руб.	Удалить
1	*Несвятые святые и другие рассказы. Подарочное издание. Архимандрит Тихон (Шевкунов), изд-во Сретенской монастыря. <b>Максимальная Бонусная скидка - 10%</b>	18173	1000.00	0	8	<b>8000.00</b>	X

Вы можете добавить сразу несколько книг в корзину, введя их артикулы через запятую:  
\_\_\_\_\_

Укажите необходимое количество товаров для данной позиции  
Для сохранения результата воспользуйтесь кнопкой [пересчитать]

Распечатать изображения заказанных книг

Сумма без скидки: 8000 р.  
Бонусная скидка: 800.00 р.  
**ИТОГО: 7200 руб.**  
Общий вес: 15120 г.  
Кол-во пакетов: 8

При следующем заказе Ваш бонус будет: 326029.8.

jvosite

Рисунок 17- Корзина покупателя

Покупатель нажимает кнопку «Оформить заказ» и заполняет данные получателя, способ доставки и способ оплаты (рисунки 18- 19):

Корзина покупателя - Оформление заказа - Подтверждение заказа

Личный кабинет

**1. Личные данные**

Фамилия\*: Шарифидинова  
Имя\*: Вероника  
Отчество: \_\_\_\_\_

Контактный телефон\*: (+7)91797743-19  
для номеров на РФ введите 8 в начале и в конце укажите +7 (международный формат)  
nikayeva@yandex.ru

E-mail: \_\_\_\_\_

Получить информационные письма (События, новости и православные издания)  
 Получить информацию о новостях и специальных бонусах

**2. Выберите способ доставки**

Способ доставки	Ориентировочная стоимость доставки*	Ориентировочная дата доставки*
<input type="radio"/> Почтой	уточняется у менеджера	28.06.2018
<input type="radio"/> Курьером по Москве внутри МКАД	0 руб.	дата уточняется
<input type="radio"/> Курьером за МКАД, в городе России и Московской области	уточняется у менеджера	дата уточняется
<input type="radio"/> Транспортная компания	уточняется у менеджера	дата уточняется

**ПРИ ЗАКАZE ОТ 18000 РУБ. БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА В БОЛЕЕ ЧЕМ 350 ГОРОДОВ РОССИИ**

Город, насел. пункт\*: Тольятти

Дополнительная информация: Укажите флажком, специально через наземный транспорт и пр.

<input type="radio"/> Экспресс-доставка через EMS почту	уточняется у менеджера	20.06.2018
<input type="radio"/> АКЦИЯ! Бесплатный самовозов на пункт выдачи заказов (ПВЗ) в Москве, Санкт-Петербурге, М., Новгороде, Самаре и Ростове-на-Дону от 2000р с учетом всех скидок	0 руб.	дата уточняется
<input type="radio"/> Самовозов на пункт выдачи заказов (ПВЗ) в 78 регионах России	0 руб.	дата уточняется
<input type="radio"/> Самовозов из офиса	0 руб.	дата уточняется
<input type="radio"/> Самовозов на троллей (ул. Лавочкина, вл.30)	50 руб.	дата уточняется
<input type="radio"/> Самовозов на троллей (Строгинский бульвар, вл.54)	50 руб.	дата уточняется

Вес заказа: 15120 г.

Рисунок 18 - Заполнение личных данных и способа доставки

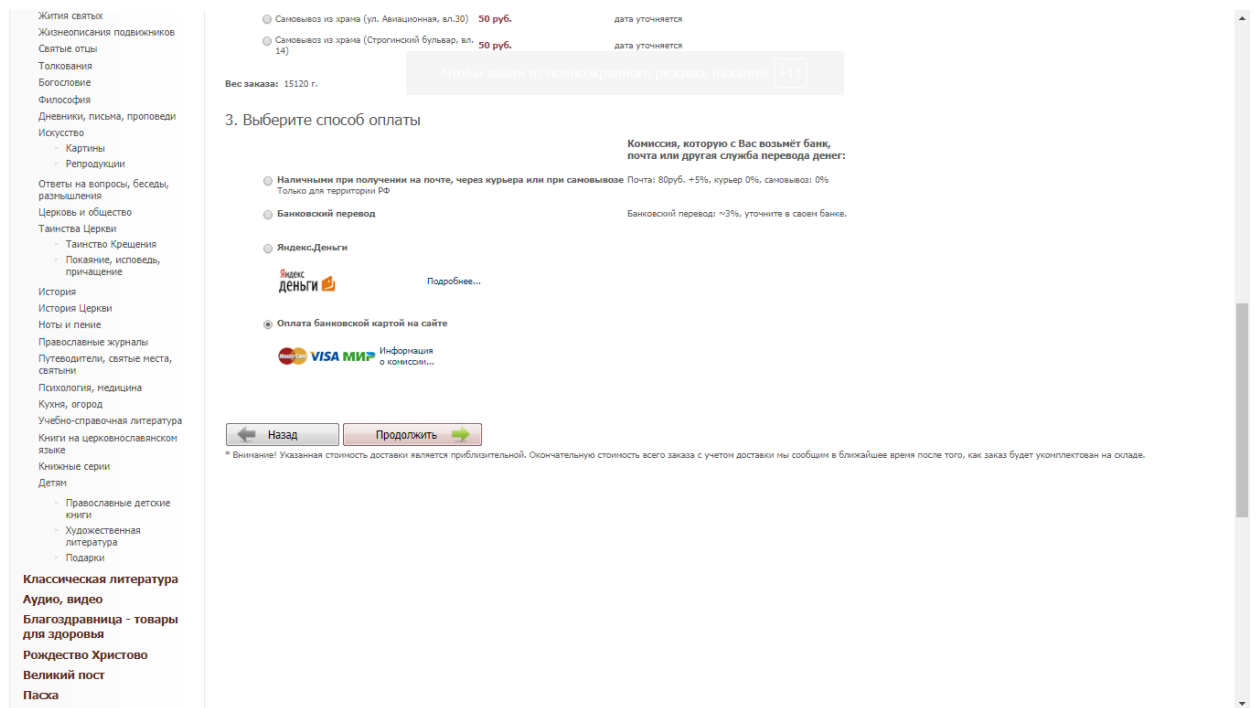


Рисунок 19 - Выбор способа оплаты

После проделанных действий нужно проверить и подтвердить совершение заказа (рисунок 20).

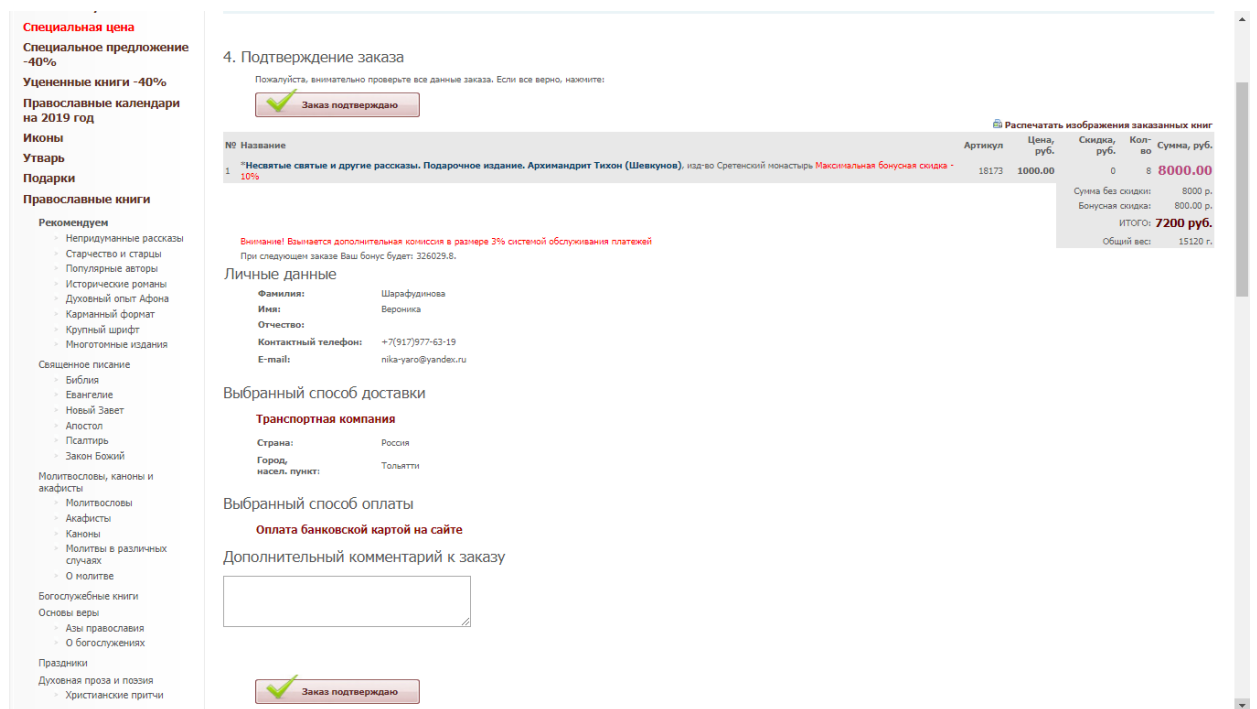


Рисунок 20 - Подтверждение заказа



Таким образом, в 5 разделе 2 главы нашей работы мы рассмотрели все этапы оформления заказа на сайте. Возможности улучшения процедуры оформления заказа представим в 3 главе бакалаврской работы.

Проведенные исследования по второй главе позволяют сделать ряд выводов о финансово-хозяйственной деятельности предприятия и его финансовой устойчивости.

В ходе проведения анализа технико-экономических показателей за 2014-2016 годы, выяснилось, что выручка предприятия за исследуемый период уменьшалась в 2016 году по отношению к 2015 году на 1,12%, а в 2015 году по отношению к 2014 году увеличилась на 14,31%. Наблюдается уменьшение прибыли от продаж, если в 2014 году она составляла 9428 тыс. руб., в 2015 снизилась до 7719 тыс. руб., а в 2016 году до 5921 тыс. руб.

В связи с увеличением численности персонала производительность труда в 2015 году повысилась на 7,16 %, в 2016 году на 5,95%, в соотношении с 2014 годом соответственно.

Чистая прибыль предприятия значительно снизилась в 2015 году по отношению к 2014 году, а именно, если в 2014 году она составляла 9367 тыс. руб., то в 2015 году чистая прибыль снизилась до 7653 тыс. руб. или на 18,3%. В 2016 году по отношению к 2014 году, снизилась на 37,4% и составила 5860 тыс. руб. Таким образом, снижение чистой прибыли произошло за счет роста себестоимости и изменения объема продаж.

Рентабельность продаж упала за отчетный период, а именно: в 2016 году по отношению к 2014 году рентабельность продаж снизилась на 44,67%. Рентабельность продукции снизилась в 2016 году по отношению к 2014 году на 12,3%. Рентабельность продукции падает, что говорит об неэффективности реализации продукции. Рентабельность производства в 2015 году снизилась на 21,1% по отношению к 2014 году, в 2016 году на 6,2% ниже 2014 года. Такие данные показывают, что деятельность предприятия в 2016 году неэффективна. Рентабельность активов в 2016 году

уменьшилась на 31,29% по сравнению с 2015 годом и на 50,67% по отношению к 2014 году.

Одной из причин падения рентабельности активов может являться падение объема продаж. Схожую тенденцию обнаруживают коэффициенты рентабельности уставного и собственного капитала, что говорит о неэффективном использовании вложенного в дело капитала и собственных средств предприятия в анализируемом периоде времени. Улучшить показатели можно увеличением объема продаж в результате более удачного управления ассортиментом продаваемой продукции и привлечения покупательского интереса к интернет-магазину ООО «Благовест».

По итогам анализа финансового состояния предприятия можно сказать, что валюта баланса увеличилась за год на 11% и составила на конец отчетного периода 56569 тыс. руб., оборотные активы – на 13%, или на 6606 тыс. руб. Денежные средства снизилась на 1876 тыс. руб., а дебиторская задолженность увеличилась на 2374 тыс. руб., или на 30%, что является отрицательными моментами.

Краткосрочная кредиторская задолженность увеличилась на 89%: с 157 тыс. руб. до 297 тыс. руб.

А также была проанализирована структура актива баланса, из которой можно отметить, что доля оборотных средств увеличилась на 1,5%, на что повлияло уменьшение стоимости основных средств во внеоборотных активах с 4,5% до 2,5%. Доля дебиторской задолженности увеличилась с 15 % до 17 %. Доля денежных средств в анализируемом периоде снизилась с 5 % до 1,7%. Все это говорит о росте неоплаченных счетов со стороны покупателей книжной продукции.

Проанализировав структуру пассива баланса, заметим, что положительным моментом финансовой устойчивости предприятия является очень высокая доля собственных источников предприятия. Эта доля в источниках средств незначительно снизилась с 99,72% до 99,49%. Отрицательным моментом является увеличение доли кредиторской

задолженности с 0,28% до 0,51%, что говорит об увеличении задолженности перед поставщиками. Возможно, это связано с увеличением дебиторской задолженности анализируемого периода.

Также мы провели ABC-XYZ-анализ, который является достаточно эффективным, позволяет оптимизировать как управление запасами, так и процесс управления финансовыми результатами деятельности предприятия. Товары группы AX и VX отличают высокий товарооборот и стабильность. Необходимо обеспечить постоянное наличие товара, но для этого не нужно создавать избыточный страховой запас. Расход товаров этой группы стабилен и хорошо прогнозируется. Это такие книги как Священное Писание, молитвословы, каноны и акафисты, жития святых, основы вероучения, толкования, святые отцы; семейная жизнь и воспитание детей, жизнеописания подвижников, история; литература для детей, история Церкви.

Товары группы AY и VY при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, для того чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас. Ассортимент духовной прозы и поэзии (группа VY) на предприятии ООО «Благовест» должен грамотно регулироваться. Попытка обеспечить гарантированное наличие по всем товарам данной группы только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к тому, что средний товарный запас компании значительно увеличится. Поэтому по товарам данной группы следует пересмотреть систему заказов:

- перевести часть товаров на систему заказов с постоянной суммой (объемом) заказа;
- обеспечить по части товаров более частые поставки;
- выбрать поставщиков, расположенных близко к складу, тем самым снизив сумму страхового товарного запаса;
- повысить периодичность контроля;

- поручить работу с данной группой товаров самому опытному менеджеру компании и т. п.

Товары группы AZ и BZ важны для оборота, но плохо прогнозируемы. За анализируемый период запасов данной группы товара ООО «Благовест» не имеет.

Товары группы С составляют до 80% ассортимента компании. Применение XYZ-анализа позволяет сильно сократить время, которое менеджер тратит на управление и контроль над товарами данной группы:

- По товарам группы СХ можно использовать систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой товарный запас. К данным товарам относятся дневники, письма, проповеди, книги по философии, Богослужбные книги, классическая литература, путеводители и др.

- По товарам группы СУ можно перейти на систему с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом формировать страховой запас, исходя из имеющихся у компании финансовых возможностей: Богословие, философия, психология, медицина, Православные журналы, ноты и пение.

- В группу товаров CZ попадают все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать, так как именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые товарные запасы, от которых компания несет потери. Выводить из ассортимента необходимо остатки товаров, взятых под заказ или уже не выпускающихся, то есть товаров, обычно относящихся к категории стоков. В эту группу товаров входят нехарактерные для книжного интернет-магазина товары: товары для здоровья (чай, спирулина, мумие, продукты для оздоровления), картины и репродукции.

В заключении 2 главы мы рассмотрели процесс оформления заказа на сайте. Возможности улучшения процедуры оформления заказа представлены в 3 главе.

## **Глава 3 Разработка мероприятий, направленных на укрепление финансовой устойчивости ООО «Благовест»**

### **3.1 Направления повышения эффективности коммерческой деятельности ООО «Благовест»**

В качестве рекомендаций по повышению эффективности коммерческой деятельности ООО «Благовест» можно предложить следующие мероприятия:

- 1) увеличить ассортимент более продаваемой продукции за счет ликвидации CZ товаров: товары для здоровья, искусство (картины и репродукции);
- 2) улучшить навигацию по сайту и ввести эквайринг Сбербанка на сайте для удобства покупателей;
- 3) принять участие в конкурсе малых грантов «ПРАВОСЛАВНАЯ ИНИЦИАТИВА - 2018».

Расчет экономической эффективности мероприятий представим в параграфе 3.2.

### **3.2 Экономическая эффективность предложенных мероприятий**

Экономическая эффективность мероприятий, предложенных в Главе 3, рассчитывается без учета фактора времени по следующим общим экономическим показателям:

- экономический эффект от реализации мероприятия;
- срок окупаемости затрат на мероприятия.

Экономический эффект от реализации мероприятия рассчитывается как разница между приростом выручки за счет реализации мероприятия ( $\Delta B$ ) и затратами на мероприятие (З) по формуле:

$$\text{Эф} = \Delta B - Z \quad (15)$$

где Эф – годовой экономический эффект, руб.

$\Delta B$  – прирост выручки за счет реализации мероприятия, руб.

Z – затраты на мероприятие, руб.

Срок окупаемости может быть рассчитан по формуле:

$$\text{Ток} = Z / \Delta B \quad (16)$$

где Ток – срок окупаемости, год.

Z – затраты на мероприятие, руб.

$\Delta B$  – прирост выручки за счет реализации мероприятия, руб.

Основные финансово-экономические показатели деятельности представлены в таблице 2.1. Согласно учетной политике ООО «Благовест» управленческие и коммерческие расходы полностью включаются в себестоимость продукции. Однако основной задачей, стоящей перед организацией, является снижение издержек, поэтому примем к расчету отношение управленческих и коммерческих расходов аналогичных предприятий (приняли за основу среднеарифметический показатель, согласно финансовой отчетности интернет-магазинов «Читай город», Лабиринт, Озон, Буквояд и Библио-глобус) [38] к общей себестоимости предприятия. За 2016 год доля управленческих и коммерческих расходов среди перечисленных предприятий равнялась 33%. Соответственно, доля в себестоимости коммерческих и управленческих расходов ООО «Благовест» за 2016 год составила (48031 тыс.руб. x 33%) 15850 тыс.руб. Отсюда следует, что себестоимость без учета управленческих расходов составляет 32181 тыс.руб. (48031 тыс.руб.- 15850 тыс.руб.) Затраты на 1 рубль реализации без учета управленческих и коммерческих расходов составили в 2016 году 0,6 руб. ( $31p = 32181/53952 = 0,6$ ).

### 3.2.1 Управление ассортиментом на основе ABC - XYZ анализа

Одним из мероприятий, ведущим к увеличению прибыли, является увеличение ассортимента более продаваемой продукции за счет ликвидации CZ товаров: товары для здоровья, искусство (картины и репродукции).

Выручка от реализации CZ товаров в 2016 году составила 2010 тыс. руб. (см. табл. 2.10.), это сумма выручки за 2016 год товаров для здоровья (1050 тыс. руб.) и товаров категории искусство (картины и репродукции) (960 тыс.руб.). Себестоимость данной группы товара без учета управленческих и коммерческих расходов составляет 1789,41 тыс.руб. Она рассчитана исходя из затрат на 1 рубль реализации в размере 60 коп.:  $2010 \times 0,6 = 1206$  тыс. руб.

Предлагается произвести закупку новых авторских книг современной духовной прозы на сумму себестоимости CZ товаров, отсюда получим увеличение себестоимости товаров ВУ  $= 1118,38 (32181 \times 1875 / 53952) + 1206 = 2324,38$ . Прогнозируемая выручка от продажи группы ВУ товаров составит 3874 тыс. руб. Она также рассчитана исходя из затрат на 1 рубль реализации в размере 60 коп.:  $2324,38 / 0,60 = 3874$  тыс. руб.

Выручка от успешной реализации товаров ВУ после обогащения ассортимента увеличилась на  $3874 - 1206 = 2668$  тыс.руб.

Общая выручка в результате мероприятия увеличилась  $(53952 - 2010 + 2668 = 54610)$  и составила 101,2% от предыдущего показателя. Таким образом, произошло увеличение выручки в результате изменения ассортимента, пользующегося спросом и ликвидации убыточного товарного запаса.

Произведем расчет экономической эффективности по предложенному мероприятию. Результаты расчета показателей экономической эффективности мероприятия сведем в таблицу 3.1.

Рассчитаем годовой экономический эффект от реализации мероприятия (15):

$$\text{Эф} = \Delta B - Z = 658 - 395 = 263 \text{ тыс. руб.}$$

Таблица 3.1- Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №1

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение, тыс. руб.
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	$O_{p1}$	53952
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия №1	тыс. руб.	$O_{p2} = O_{p1} + \Delta B$	54610
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия №1	тыс. руб.	$\Delta B = O_{p2} - O_{p1}$	658
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	Z	395

Далее произведем расчет срока окупаемости мероприятия, по формуле (16):

$\text{Ток} = Z/\Delta B = 395 / 658 = 0,6$  года или 7,2 месяцев. Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия менее 8 месяцев от начала его реализации.

### 3.2.2 Оптимизация процесса оформления заказа

В процедуре оформления заказа мы отметили следующие недостатки и предлагаем способы их улучшения:

1. Удобство навигации сайта можно повысить, упростив процедуру оформления на сайте. Для удобства покупателя заказ может быть оформлен и подтвержден в одном диалоговом окне с корзиной. Пример интернет-магазина «Озон» [46] представлен на рисунке 21.



Такой вариант предполагает, что клиенты завершат процесс покупки на одной странице. Все больше сайтов используют эту стратегию, поскольку покупатели стремятся к простоте.

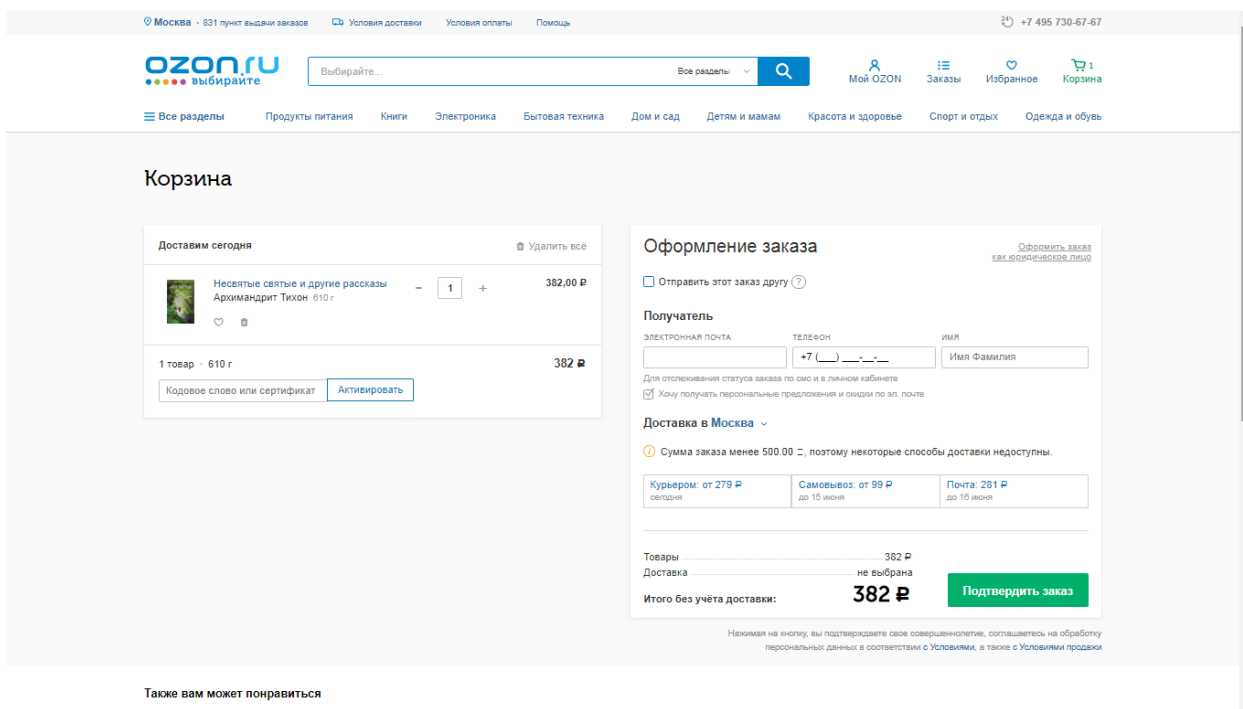


Рисунок 21- Оформление заказа в интернет-магазине «Озон»

Процесс оформления покупки на одной странице обеспечивает следующие преимущества:

- выглядит компактно, чем поощряет покупателей, у которых мало времени для завершения покупки;
- покупатели не уходят из-за того, что переход с одной страницы на следующую может занимать слишком много времени.
- требует меньшего количества кликов – исследование показывает, что в идеале для завершения покупки должно потребоваться не более семи кликов.

## 2. Использование эквайринга от Сбербанка.

Эквайринг – услуга, предоставляемая Сбербанком, которая дает организациям возможность осуществлять расчеты с клиентами посредством пластиковых карт. Сбербанк является самым крупным банком-эквайером на территории России. Он обслуживает более 40% всех клиентов эквайринговых услуг [55]. Данным способом оплаты можно воспользоваться в интернет-магазинах Лабиринт и Озон. Интернет-эквайринг упрощает для клиента процедуру оплаты сделанной покупки в онлайн-режиме. Число импульсивных покупок при этом возрастает, увеличивая доход компании. Для подключения к данной услуге необходимо:

- 1) заполнить заявку в онлайн-режиме на официальном сайте или посетить отделение Сбербанка;
- 2) подписать договор, в котором указываются тарифы и размеры комиссионных выплат, а также иные условия.

Стоимость услуг эквайринга Сбербанка, если выручка организации превышает 1 млн. руб., составляет 1,95% от чека [53].

Для расчета прибыли от интернет-магазина используем формулу[49]:

$$\text{Прибыль} = M \times \text{объем продаж} = M \times \text{traffic} \times \% \times \$ \times \# \quad (17)$$

где M – процент прибыли от себестоимости продукции

объем продаж: traffic – поток посетителей сайта

% - коэффициент конверсии, показывающий, сколько клиентов из всех посетителей сайта купили продукцию

\$ - средняя сумма заказа клиента

# - количество заказов (за определенный период)

Из формулы 17 видно, что увеличение продаж и, соответственно, прибыли в интернет-магазине сводится к работе над каждым компонентом.

Рассчитаем процент прибыли от себестоимости продукции, используя данные «Отчета о финансовых результатах» (Приложение А), вычитая управленческие и коммерческие расходы:

$M = \text{Прибыль} / \text{Себестоимость продаж за минусом управленческих и коммерческих расходов} \times 100 = 5921 / (48031 - 15850) \times 100 = 18,4\%$

По формуле, учитывающей все выше перечисленные мероприятия, найдем объем продаж за месяц до введения мероприятий:

Traffic = 26721 (количество посещений сайта в месяц),

% = 0,1 (посетители, совершающие покупку),

\$ = 1500 (средний чек),

# = 1 (количество заказов за месяц одним клиентом), тогда:

Прибыль = 18,4% x (17862 x 0,1 x 1500 x 1) = 493 тыс.руб.

Сложим прибыль с ежемесячными издержками за минусом управленческих и коммерческих расходов (Себестоимость продаж за минусом управленческих и коммерческих расходов / 12):

$493 + 2682 = 3175$  тыс. руб. – выручка за месяц

В результате внедрения мероприятий по удобству навигации сайта и введения способа оплаты с использованием эквайринга от Сбербанка, мы планируем увеличить количество людей, посетивших сайт и совершивших покупку с 0,1% до 0,2%, а также увеличить средний чек на счет импульсивных покупок, связанных с удобством оплаты. Произведем расчет выручки за месяц:

Traffic = 17862 (количество посещений сайта в месяц),

% = 0,2 (посетители, совершающие покупку),

\$ = 1650 (средний чек),

# = 1 (количество заказов за месяц одним клиентом), тогда:

Прибыль = 18,4% x (17862 x 0,2 x 1650 x 1) = 1085 тыс.руб.

Ежемесячные затраты за эквайринга Сбербанка составят 1,95% с каждого чека (1085 тыс.руб. x 1,95% = 21 тыс.руб.)

Найдем выручку, путем сложения прибыли, ежемесячных издержек продаж за минусом управленческих и коммерческих расходов и затрат за обслуживание эквайринга:

$$1085+21+2682 = 3788 \text{ тыс. руб. – выручка за месяц}$$

Таким образом, в результате внедрения мероприятия по оптимизации процесса оформления заказа в интернет-магазине предприятие может дополнительно получить 613 (3788 - 3175) тыс. руб. выручки в месяц или 7356 (613 x 12) тыс. руб. в год.

Результаты расчета показателей экономической эффективности мероприятия № 2 сведем в таблицу 3.2.

Таблица 3.2 - Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №2

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение, тыс. руб.
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	$O_{p1}$	53952
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия №2	тыс. руб.	$O_{p2} = O_{p1} + \Delta B$	61308
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия №2	тыс. руб.	$\Delta B = O_{p2} - O_{p1}$	7356
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	З	4414

Рассчитаем годовой экономический эффект от реализации мероприятия (15):

$$\text{Эф} = \Delta B - З = 7356 - 4414 = 2942 \text{ тыс. руб.}$$

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия, по формуле (16)::

$\text{Ток} = З/\Delta B = 4414 / 7356 = 0,6$  года или 7,2 месяцев. Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия менее чем за 8 месяцев от начала его реализации.

### **3.2.3 Участие в конкурсе малых грантов «ПРАВОСЛАВНАЯ ИНИЦИАТИВА - 2018».**

В качестве заключительного мероприятия, способствующего повышению эффективности коммерческой деятельности ООО «Благовест» предложим участие в конкурсе малых грантов «ПРАВОСЛАВНАЯ ИНИЦИАТИВА - 2018» [37].

Конкурс проходит по благословению Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла. Объявляет конкурс координационный комитет по поощрению социальных, образовательных, информационных, культурных и иных инициатив под эгидой Русской Православной Церкви. Целью конкурса является поддержка гражданских инициатив на основе масштабного и разностороннего сотрудничества между Церковью, общественностью, предпринимателями и государственными структурами. Одной из приоритетных задач является поддержка гражданской активности, способствующей утверждению в современном обществе традиционных ценностей, патриотического воспитания детей и молодежи, социально ответственного предпринимательства.

В Конкурсе могут принимать участие следующие организации:

- канонические подразделения Русской Православной Церкви;
- некоммерческие организации, зарегистрированные в качестве юридических лиц;
- государственные и муниципальные учреждения;
- негосударственные организации сферы образования, культуры, здравоохранения, социальной защиты и другие, в том числе организации, созданные Русской Православной Церковью или с ее участием;
- средства массовой информации;
- коммерческие организации и индивидуальные предприниматели.

В Конкурсе участвуют проекты, которые реализуются одной организацией в одном регионе, территории. Размер запрашиваемого гранта не может превышать 120 000 рублей.

Организация-заявитель обеспечивает собственный вклад в проект, который должен составлять не менее 25% от запрашиваемой суммы. Собственный вклад может включать денежные средства и целевые поступления из других источников, а также материальные, трудовые и иные ресурсы, оцененные заявителем в стоимостном выражении.

В рамках Конкурса рассматриваются заявки по следующим проектным направлениям: образование и воспитание; социальное служение; культура; информационная деятельность.

Одной из областей предоставления грантов в направлении социального служения является учебно-методическое обеспечение православного образования (в т.ч. создание Единого учебно-методического комплекта для православных школ и гимназий для обеспечения модуля «Основы православной культуры» в рамках курса ОРКСЭ).

Появление в школе предмета духовно-нравственной направленности безусловно необходимо в связи со следующими объективными причинами:

- снижение авторитета истинных духовных и общекультурных ценностей;
- искажение представлений о доброте, милосердии, великодушии, справедливости, гражданственности и патриотизме;
- эмоциональная, волевая и духовная незрелость подрастающего поколения;
- постоянный рост агрессивности и жестокости;
- разрушение института семьи (антиродительские и антисемейные установки).

Актуальность данного направления воспитательной работы связана с тем, что в современном мире ребенок развивается под воздействием

большого количества источников сильного негативного воздействия на его неокрепшие ум и чувства, формирующуюся сферу нравственности.

В настоящее время существуют только 5 изданий по курсу «Основы православной культуры», имеющих действующий гриф Синодального отдела религиозного образования и катехизации РПЦ (Приложение В). Анализируя данные издания, можно отметить, что авторы Метлик И. В., Потаповская О. М. дают учащимся общие представления об исторических и культурных традициях православного христианства, делая акцент на календарном цикле православных праздников, протоиерей Виктор Дорофеев, Янушкявичене О. Л., Васечко Ю. С. останавливают внимание учащихся на основах православного вероисповедания, нравственных ценностях, обрядах, издание Гусаковой В. О. для кадетских корпусов под названием «Земное и небесное воинство» содержит историю становления и развития христианства в Древнем Риме, Византии и России, подвиги святых воинов и прославленных военачальников и т.д.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод об отсутствии на сегодняшний день единого методического комплекта для преподавания курса «Основы православной культуры», адаптированного для восприятия любой категории учащихся. Данные учебно-методический комплекты имеют различный характер отбора материала, позволяющий рассматривать православную культуру в различных контекстах, однако это не решает проблему единого учебного комплекта по «Основам православной культуры».

Православному книжному интернет - магазину предлагается привлечь православных авторов, педагогов православных школ, священников, директоров православных классических гимназий к совместному написанию учебных пособий, а также рабочих тетрадей для учащихся общеобразовательных школ для проведения занятий по предмету «Основы православной культуры». Рекомендуются оригинальный подход изучения ОПК и истории нашей страны через приобщение к судьбам и поступкам

реальных людей, через значимые события, в которых участвовали наши предшественники. Также предполагается представить интересных современников, чей вклад в науку, культуру и благотворительность, добрые дела уже получил высокие оценки. В рамках проекта планируется обобщить богатый опыт преподавания и методической работы в этом направлении, издать и распространить учебные материалы.

Авторские работы издательство «Благовест» сформирует в единый учебный комплект по предмету «Основы православной культуры» и представит издание на экспертизу с целью решения вопроса о присвоении (подтверждении) им грифа Отдела религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви.

На основании экспертной оценки и в соответствии с решением Совета Отдел присваивает (или подтверждает) изданиям гриф [51]:

– «Допущено Отделом религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви». Гриф присваивается всем видам изданий, имеющим некоторые недостатки в содержании и изложении, но способным принести пользу в практике катехизации, просвещения, обучения и воспитания;

– «Одобрено Отделом религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви». Гриф присваивается всем видам изданий, удовлетворяющим по своему содержанию и изложению потребностям катехизации, просвещения, обучения и воспитания;

– «Рекомендовано Отделом религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви». Гриф присваивается всем изданиям, которые отличаются высоким богословским, духовно-нравственным, научным, культурно-образовательным и методическим уровнем, прошли апробацию в предназначенных для их использования религиозных и образовательных учреждениях и имеют высокую оценку священнослужителей, богословов, ученых, педагогов и родителей.



Текст грифа (его редакция) варьируется с учетом специфики конкретного учебного издания. В тексте указываются:

- вид издания в соответствии с издательским ГОСТом 7.60-2003;
- читательский адрес (назначение) в зависимости от вида образовательного учреждения, уровня подготовки, ступени обучения и категории читателя;
- предметное содержание в соответствии с учебной программой по дисциплине (предмету);
- регистрационный номер решения Совета.

Оплату авторских работ и стоимость экспертной оценки предполагается погасить за счет средств гранта.

После присвоения грифа ООО «Благовест» издает первый пробный тираж за счет средств гранта для безвозмездного распространения в школах-интернатах России. Выбор благополучателей обусловлен тем, что дети в школах-интернатах часто испытывают трудности в отношениях с ровесниками и взрослыми, у них проявляются переживание своей ненужности, утрата своей ценности и ценности другого человека. Данные дети требуют более внимательного и чуткого отношения педагогов. Оригинальный подход изучения ОПК через приобщение к реальным судьбам и поступкам людей, поможет социально-неблагополучным детям вырасти добрыми, честными, любящими свою Родину, стремящимся помогать тем, кто нуждается в помощи, и благожелательно относящимся к людям других национальностей, верований и убеждений [50].

Вызванный интерес к первому тиражу повысит спрос на выпускаемое издание, что будет благоприятствовать изданию второго тиража за счет собственных средств организации и его коммерческому распространению среди более широкого круга учебных заведений.

Для участия в конкурсе малых грантов ООО «Благовест» была заполнена заявка на участие (Приложение С).

В результате успешного участия в гранте ООО «Благовест» и распространения книг с собственным логотипом будет привлечен читательский интерес ко всему ассортименту книжной продукции интернет-магазина, что неизменно положительно отразится на прибыли организации.

Рассчитаем экономическую эффективность предложенного мероприятия. Результаты расчета показателей экономической эффективности мероприятия сведем в таблицу 3.3.

Таблица 3.3 - Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №3

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение, тыс. руб.
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	$O_{p1}$	53952
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия №3	тыс. руб.	$O_{p2} = O_{p1} + \Delta B$	54072
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия №3	тыс. руб.	$\Delta B = O_{p2} - O_{p1}$	120
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	З	120

Рассчитаем годовой экономический эффект от реализации мероприятия (15):

$$\text{Эф} = \Delta B - З = 120 - 120 = 0 \text{ руб.}$$

Нулевой показатель экономического эффекта можно объяснить социальной направленностью мероприятия. Срок реализации мероприятия – 2 месяца.

Сведем рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемых мероприятий в таблицу 3.4.

Таблица 3.4 - Сводные показатели экономической эффективности предложенных мероприятий

Мероприятия	Затраты, тысяч рублей	Дополнительная выручка, тысяч рублей	Годовой эффект, тысяч рублей	Срок окупаемости мероприятия, год
1. Управление ассортиментом на основе ABC и XYZ анализа	395	658	263	0,6
2. Оптимизация процесса оформления заказа	4414	7356	2942	0,6
3. Участие в конкурсе малых грантов «ПРАВОСЛАВНАЯ ИНИЦИАТИВА - 2018».	120	120	0	0
Итого	4929	8134	3205	

Таким образом, расчет экономической эффективности предложенных мероприятий показал, что затраты на их реализацию окупаются в течение первого года реализации. В дополнение к этому реализация данных мероприятий позволит интернету-магазину ООО «Благовест» увеличить объемы продаж в условиях нестабильной экономической ситуации.

Для сравнения технико-экономических показателей необходимо обобщить данные из утвержденных форм отчетности предприятий и организаций в таблице 3.5 «Основные технико-экономические показатели предприятия до и после внедрения мероприятия».

Таблица 3.5 - Основные технико-экономические показатели предприятия до и после внедрения мероприятий

Показатель	До внедрения мероприятий, тыс. руб.	После внедрения мероприятий, тыс. руб.	Изменения абсолютные	Изменения относительные
1	2	3	4 = 3-2	5=4:2x100
1. Выручка от реализации, тыс. руб.	53952	62086	8134	15
2. Себестоимость продаж, тыс. руб.	48031	52960	4929	10,3

### Окончание таблицы 3.5

1	2	3	4 = 3-2	5=4:2x100
3. Валовая прибыль (убыток). (с.1-с.2)	5921	9126	3205	54
4. Управленческие и коммерческие расходы, тыс. руб.	0	0	0	0
5. Полная себестоимость продукции, тыс. руб. (с.2+с.4)	48031	52960	4929	10,3
6. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. (с.3-с.4)	5921	9126	3205	54
7. Прочие доходы, тыс.руб.	0	0	0	0
8. Прочие расходы, тыс.руб.	61	61	0	0
9. Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	5860	9065	3205	55
10. Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	5860	9065	3205	55
11. Численность ППП, чел.	16	16	0	0
12.Выручка на одного работника (производительность труда), тыс. руб./чел. (с.1/с.10)	3372	3880	508	15
13. Рентабельность продаж, %.(с.6/с.1)x100	10,9	14,7	3,8	35
14. Уровень затрат на 1 рубль товарной продукции, руб. (с.5/с.1)	0,89	0,85	0,04	4,5

Таким образом, при реализации предложенных мероприятий экономическая эффективность коммерческого предприятия возрастет: выручка после внедрения предложенных мероприятий увеличится на 8134 тыс. руб. Прибыль от продаж возрастет на 3205 тыс.руб., что приведет к повышению рентабельности на 35%. Затраты на 1 рубль реализации достигнут значения 85 копеек, что на 4 коп. ниже предыдущего показателя.

Из вышесказанного следует, что мероприятия достаточно эффективны, так как после их внедрения эффективность коммерческой деятельности ООО «Благовест» возрастет. Вследствие этого, ООО «Благовест», сможет повышать свою платежеспособность, снижать себестоимость продукции и успешно конкурировать на рынке. Таким образом, основная цель выпускной квалификационной работы достигнута и поставленные задачи решены.

Работа имеет практическую значимость, а разработанные мероприятия могут быть предложены для реализации в книжных интернет-магазинах.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предприятия, его проблемы и пути их разрешения, тактика и стратегия ежедневного выживания, эффективность хозяйственной деятельности - вот что сегодня стоит в центре внимания и требует самого тщательного изучения.

В бакалаврской работе проведено исследование эффективности коммерческой деятельности книжного интернет-магазина ООО «Благовест».

В процессе написания работы были выполнены все поставленные задачи.

В первой главе были рассмотрены теоретические аспекты анализа показателей, характеризующих эффективность коммерческой деятельности предприятий, представлена методика оценки эффективности использования ресурсов, проведен сравнительный анализ традиционного и интернет-ритейла, а также дан обзор книжных интернет-магазинов.

Проведенные исследования финансово-хозяйственной деятельности интернет-магазина ООО «Благовест» по второй главе позволили сделать ряд выводов о его финансовой устойчивости и рентабельности.

В ходе проведения анализа технико-экономических показателей за 2014-2016 годы, выяснилось, что выручка предприятия за исследуемый период уменьшалась в 2016 году по отношению к 2015 году на 1,12%, а в 2015 году по отношению к 2014 году увеличилась на 14,31%. Наблюдается уменьшение прибыли от продаж, если в 2014 году она составляла 9428 тыс. руб., в 2015 снизилась до 7719 тыс. руб., а в 2016 году до 5921 тыс. руб.

В связи с увеличением численности персонала производительность труда в 2015 году повысилась на 7,16 %, в 2016 году на 5,95%, в соотношении с 2014 годом соответственно.

Чистая прибыль предприятия значительно снизилась в 2015 году по отношению к 2014 году, а именно, если в 2014 году она составляла 9367 тыс. руб., то в 2015 году чистая прибыль снизилась до 7653 тыс. руб. или на 18,3%. В 2016 году по отношению к 2014 году, снизилась на 37,4% и составила 5860

тыс. руб. Таким образом, снижение чистой прибыли произошло за счет роста себестоимости и изменения объема продаж.

Рентабельность продаж упала за отчетный период, а именно: в 2016 году по отношению к 2014 году рентабельность продаж снизилась на 44,67%. Рентабельность продукции снизилась в 2016 году по отношению к 2014 году на 12,3%. Рентабельность продукции падает, что говорит об неэффективности реализации продукции. Рентабельность производства в 2015 году снизилась на 21,1% по отношению к 2014 году, в 2016 году на 6,2% ниже 2014 года. Такие данные показывают, что деятельность предприятия в 2016 году неэффективна. Рентабельность активов в 2016 году уменьшилась на 31,29% по сравнению с 2015 годом и на 50,67% по отношению к 2014 году. Одной из причин падения рентабельности активов может являться падение объема продаж. Схожую тенденцию обнаруживают коэффициенты рентабельности уставного и собственного капитала, что говорит о неэффективном использовании вложенного в дело капитала и собственных средств предприятия в анализируемом периоде времени.

По итогам анализа финансового состояния предприятия можно сказать, что валюта баланса увеличилась за год на 11% и составила на конец отчетного периода 56569 тыс. руб., оборотные активы – на 13%, или на 6606 тыс. руб. Денежные средства снизилась на 1876 тыс. руб., а дебиторская задолженность увеличились на 2374 тыс. руб., или на 30%, что является отрицательными моментами.

Краткосрочная кредиторская задолженность увеличилась на 89%: с 157 тыс. руб. до 297 тыс. руб., также была проанализирована структура актива баланса, из которой можно отметить, что доля оборотных средств увеличилась на 1,5%, на что повлияло уменьшение стоимости основных средств во внеоборотных активах с 4,5% до 2,5%. Доля дебиторской задолженности увеличилась с 15 % до 17 %. Доля денежных средств в анализируемом периоде снизилась с 5 % до 1,7%. Все это говорит о росте неоплаченных счетов со стороны покупателей книжной продукции.

Проанализировав структуру пассива баланса, мы заметили, что положительным моментом финансовой устойчивости предприятия является очень высокая доля собственных источников предприятия. Эта доля в источниках средств незначительно снизилась с 99,72% до 99,49%. Отрицательным моментом является увеличение доли кредиторской задолженности с 0,28% до 0,51%, что говорит об увеличении задолженности перед поставщиками. Возможно, это связано с увеличением дебиторской задолженности анализируемого периода.

Краткосрочная кредиторская задолженность увеличилась на 89%: с 157 тыс. руб. до 297 тыс. руб.

В параграфе 2.2. мы провели ABC-XYZ-анализ, который является достаточно эффективным для оптимизации как управления запасами, так и процесса управления финансовыми результатами деятельности предприятия. Товары группы AX и VX отличают высокий товарооборот и стабильность. Необходимо обеспечить постоянное наличие товара, но для этого не нужно создавать избыточный страховой запас. Расход товаров этой группы стабилен и хорошо прогнозируется. Это такие книги как Священное Писание, молитвословы, каноны и акафисты, жития святых, основы вероучения, толкования, святые отцы; семейная жизнь и воспитание детей, жизнеописания подвижников, история; литература для детей, история Церкви.

Товары группы AY и VY при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, для того чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас. Ассортимент духовной прозы и поэзии (группа VY) на предприятии ООО «Благовест» должен грамотно регулироваться. Попытка обеспечить гарантированное наличие по всем товарам данной группы только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к тому, что средний товарный запас компании значительно увеличится. Поэтому по товарам данной группы следует пересмотреть систему заказов:

- перевести часть товаров на систему заказов с постоянной суммой (объемом) заказа;
- обеспечить по части товаров более частые поставки;
- выбрать поставщиков, расположенных близко к складу, тем самым снизив сумму страхового товарного запаса;
- повысить периодичность контроля;
- поручить работу с данной группой товаров самому опытному менеджеру компании и т. п.

Товары группы AZ и BZ важны для оборота, но плохо прогнозируемы. За анализируемый период запасов данной группы товара ООО «Благовест» не имеет.

Товары группы С составляют до 80% ассортимента компании. Применение XYZ-анализа позволяет сильно сократить время, которое менеджер тратит на управление и контроль над товарами данной группы:

- По товарам группы CX можно использовать систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой товарный запас. К данным товарам относятся дневники, письма, проповеди, книги по философии, Богослужбные книги, классическая литература, путеводители и др.

- По товарам группы CY можно перейти на систему с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом формировать страховой запас, исходя из имеющихся у компании финансовых возможностей: Богословие, философия, психология, медицина, Православные журналы, ноты и пение.

- В группу товаров CZ попадают все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать, так как именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые товарные запасы, от которых компания несет потери. Выводить из ассортимента необходимо остатки товаров, взятых под заказ или уже не выпускающихся, то есть товаров, обычно относящихся к категории стоков. В эту группу товаров входят нехарактерные



для книжного интернет-магазина товары: товары для здоровья (чай, спирулина, мумие, продукты для оздоровления), картины и репродукции.

В заключение 2 главы мы рассмотрели процесс оформления заказа на сайте. Возможности улучшения процедуры оформления заказа представлены в параграфе 3.2.2.

В третьей главе бакалаврской работы были разработаны мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности ООО «Благовест». В результате проведенного ABC-XYZ анализа мы составили прогноз увеличения ассортимента более продаваемой продукции за счет ликвидации CZ товаров (товары для здоровья, картины и репродукции), результатом которого произойдет увеличение прибыли на 263 тысяч рублей. Следующим мероприятием стало оптимизация процесса оформления заказа. В результате повышения удобства навигации по сайту и использования эквайринга от Сбербанка прибыль увеличилась на 2942 тыс.руб. Завершающим мероприятием стало мероприятие социальной направленности – участие в конкурсе малых грантов «ПРАВОСЛАВНАЯ ИНИЦИАТИВА - 2018», не ведущее к увеличению прибыли в текущем периоде. В результате успешного участия в гранте ООО «Благовест» и распространения книг с собственным логотипом будет привлечен читательский интерес ко всему ассортименту книжной продукции интернет-магазина, что неизменно положительно отразится на прибыли организации.

При реализации предложенных мероприятий экономическая эффективность коммерческого предприятия возрастет: выручка после внедрения предложенных мероприятий увеличится на 8134 тыс. руб. Прибыль от продаж возрастет на 3205 тыс. руб., что приведет к повышению рентабельности на 35%. Затраты на 1 рубль реализации достигнут значения 85 копеек, что на 4 коп. ниже предыдущего показателя.

Предполагаемая экономическая эффективность предложений доказана, разработанные мероприятия рекомендуется применить в практической деятельности, поскольку их реализация приведет к повышению эффективности

коммерческой деятельности ООО «Благовест». Вследствие этого, ООО «Благовест» сможет повышать свою платежеспособность, снижать себестоимость продукции и успешно конкурировать на рынке.

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

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г., с изменениями от 30 декабря 2012 г.] // Российская газета. 2013. 21 января.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994, ред. от 01.09.2014) // «Собрание законодательства РФ», 01.09.2014
3. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. №402-ФЗ, вступает в силу с 01.01.2013 г.
4. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 г. №14-ФЗ (в ред. от 06.12.2011 г. №405-ФЗ)
5. Приказ Министерства Финансов РФ «О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории РФ» от 25.11.2011 г. № 160н 6. Приказ Министерства Финансов РФ «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011)» от 02.02.2011 г. № 11н
6. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В.Беспалов – М.: Инфра-М, 2013. – 320 с.
7. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: издательство «Дело и сервис», 2013. – 272с.
8. Амосова В.В., Гукасян Г.М. Экономическая теория / В.В. Амосова, Г.М. Гукасян. – М.: Эксмо, 2014. – 736 с. 2.
9. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Химиздат, 2013. - 288 с.

10. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятий: учебник / [В. И. Видяпин и др.]. – М.: Инфра-М, 2014. – 615
11. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятий: учебник / Н. Е. Зимин, В. Н. Солопова. – М.: КолосС, 2013. – 382 с
12. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: Велби, 2015. – 420 с. 11.
13. Анисимов А.А., Артемьев Н.В. Макроэкономика / А. А. Анисимов, Н. В. Артемьев. – М.: Юнити, 2013. - 600 с. 3.
14. Бузукова Е.А. Анализ ассортимента и стабильности продаж с использованием ABC-анализа и XYZ-анализа // Управление продажами. 2006. №3. - 166-185 с.
15. Васильева Н.П. Теоретические основы анализа финансового состояния организации / Н.П. Васильева // Проблемы и перспективы развития экон. контроля и аудита в России : сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, (Краснодар, 25 дек. 2014). – Краснодар, 2015. – 174 с.
16. Гогина, Г.Н. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: конспект лекций /Г.Н. Гогина; Филиал негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Самарская гуманитарная академия» в г. Тольятти, Кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита. - Самара : Самарская гуманитарная академия, 2013. - 266 с. : ил., схем., табл.
17. Гродских В.С. Экономическая теория / В.С. Гродских. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с. 4.
18. Грязнова А.Г., Соколинский В.М. Экономическая теория: учебное пособие / А.Г. Грязнова, В.М.Соколинский. – М.: Кнорус, 2014. – 464 с.
19. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2013. – 336 с.

20. Иванов, И.Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / И.Н. Иванов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 348 с.
21. Конилов А.И., Конилов Г.А. Расширение функциональных возможностей анализа ABC- XYZ // Логистика и управление цепями поставок. 2014. №3(62). - 54-57с.
22. Ковалев, В. В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью : учебно-практическое пособие / В. В. Ковалев. – М. : Проспект, 2014. – 336 с.
23. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / [В.И.Бариленко]; под общ. ред. В.И.Бариленко. - М.: ФОРУМ, 2016. - 463 с.
24. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие/ Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 364
25. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник [Электронный ресурс] / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М. : Дашков и Ко, 2017. - 247 с.
26. Максимова В.Ф. Экономическая теория / В.Ф. Максимова. – М.: Юрайт, 2014. – 580 с. 6.
27. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Э.А. Маркарьян. - М.: КноРус, 2014. - 550 с.
28. Николаева И.П. Экономическая теория / И.П. Николаева. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 328 с. 9.
29. Панков, В.В. Экономический анализ: Учебное пособие / В.В. Панков, Н.А. Казакова. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2013. - 624 с.
30. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: Учебник для бакалавров / Л.В. Прыкина. - М.: Дашков и К, 2016. - 256 с.
31. Рабинович А.М. Полная себестоимость и управленческие расходы // Бух. учет. – 2015. – № 9. – С. 106.

32. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учеб. / Г. В. Савицкая. — 2-изд., испр. и доп. — Минск: РИГТО, 2014. — 367с.
33. Торхова А.Н., Золотарева Е.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2015. – 32 с.
34. Шеремет, А. Д. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А. Д. Шеремет. – М.: Инфра-М, 2013. – 365 с.
35. Экономическая теория. Учебник. /Под ред. М.А. Сажина, Г.Г. Чибрикова. — М.: Форум: ИНФРА-М. – 2015. – 450 с.
36. Экономический анализ хозяйственной деятельности / В. И. Герасимова, Г. Л. Харевич. – Минск: Право и экономика, 2013. – 513 с.
37. Грантовый конкурс "Православная инициатива" [Электронный ресурс]: сайт. - URL:[https:// http://www.pravkonkurs.ru/](https://http://www.pravkonkurs.ru/)
38. За честный бизнес [Электронный ресурс]: сайт. - URL:<https://zachestnyibiznes.ru/>
39. Интернет-магазин «Book24» [Электронный ресурс]: сайт. - URL:[http:// book24.ru/](http://book24.ru/)
40. Интернет-магазин «Белый город» [Электронный ресурс]: сайт. - URL:[http:// belygorod.ru/](http://belygorod.ru/)
41. Интернет-магазин «Библио-Глобус» [Электронный ресурс]: сайт. - URL:[http:// www.bgshop.ru/](http://www.bgshop.ru/)
42. Интернет-магазин «Благовест» [Электронный ресурс]: сайт. - URL:[http:// www.blagovest-moskva.ru](http://www.blagovest-moskva.ru)
43. Интернет-магазин «Буквоед» [Электронный ресурс]: сайт. - URL:<http://www.bookvoed.ru>
44. Интернет-магазин «Лабиринт» [Электронный ресурс]: сайт. - URL:[http:// www.labyrinth.ru](http://www.labyrinth.ru)
45. Интернет-магазин «ЛитРес» [Электронный ресурс]: сайт. - URL:[http:// www.litres.ru](http://www.litres.ru)

46. Интернет-магазин «Озон» [Электронный ресурс]: сайт. -  
URL:[http:// www.ozon.ru](http://www.ozon.ru)
47. Интернет-магазин «Республика» [Электронный ресурс]: сайт. -  
URL:[http:// www.respublica.ru](http://www.respublica.ru)
48. Интернет-магазин «Читай-город» [Электронный ресурс]: сайт. -  
URL:<http://www.chitai-gorod.ru>
49. Интернет портал для управленцев [Электронный ресурс]: сайт. -  
URL:<http://www.management.ru>
50. Инфоурок [Электронный ресурс]: сайт. - URL:<https://infourok.ru/>
51. Православное образование [Электронный ресурс]: сайт. -  
URL:<https://pravobraz.ru/>
52. Проблемы современной экономики [Электронный ресурс]: сайт. -  
URL:<http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3465>
53. Сбербанк - [Электронный ресурс]: сайт. -  
URL:[http://www.sberbank.ru/ru/s\\_m\\_business/help/aquiring](http://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/help/aquiring)
54. Справочная система «Консультант-Плюс» - [Электронный  
ресурс]: сайт. - URL:[http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
55. Электронные платежные системы [Электронный ресурс]: сайт. –  
URL:<http://webplatezhi.ru/sberbank/ekvajring-sberbanka.html>

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

(в ред. Приказа Минфина России  
от 06.04.2015 № 57н)Отчет о финансовых результатах  
на 31 декабря 20 16 г.

Организация Общество с ограниченной ответственностью «Благовест» по ОКПО  
 Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН \_\_\_\_\_  
 Вид экономической деятельности \_\_\_\_\_ по ОКВЭД \_\_\_\_\_  
 Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_  
Общество с ограниченной ответственностью по ОКОПФ/ОКФС \_\_\_\_\_  
 Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) тыс. руб. по ОКЕИ \_\_\_\_\_

Коды	
0710001	
86403612	
7701782609	
86403612	
384 (385)	

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За <u>31 декабря</u>	За <u>31 декабря</u>
		<u>20 16</u> г. <sup>3</sup>	<u>20 15</u> г. <sup>4</sup>
	Выручка <sup>5</sup>	53952	54572
	Себестоимость продаж	( 48031 )	( 46853 )
	Валовая прибыль (убыток)	5921	7719
	Коммерческие расходы	( 0 )	( 0 )
	Управленческие расходы	( 0 )	( 0 )
	Прибыль (убыток) от продаж	5921	7719
	Доходы от участия в других организациях	0	0
	Проценты к получению	0	0
	Проценты к уплате	( 0 )	( 0 )
	Прочие доходы	0	0
	Прочие расходы	( 61 )	( 66 )
	Прибыль (убыток) до налогообложения	5860	7653
	Текущий налог на прибыль	( 0 )	( 0 )
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	0	0
	Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0
	Изменение отложенных налоговых активов	0	0
	Прочее	0	0
	Чистая прибыль (убыток)	5860	7653



Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За <u>31 декабря</u> 20 <u>16</u> г. <sup>3</sup>	За <u>31 декабря</u> 20 <u>15</u> г. <sup>4</sup>
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	0	0
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	0	0
	Совокупный финансовый результат периода <sup>6</sup>	5860	7653
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	0	0
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	0	0

Руководитель \_\_\_\_\_ Атрохова Я.В.  
(подпись) (расшифровка подписи)

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанный Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных доходах и расходах могут приводиться в отчете о финансовых результатах общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о финансовых результатах, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

**Бухгалтерский баланс**  
на 31 декабря 2016 г.

Организация Общество с ограниченной ответственностью «Благовест» по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН \_\_\_\_\_  
Вид экономической деятельности \_\_\_\_\_ по ОКВЭД \_\_\_\_\_  
Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_  
Общество с ограниченной ответственностью по ОКОПФ/ОКФС \_\_\_\_\_  
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) тыс. руб. по ОКЕИ \_\_\_\_\_  
Местонахождение (адрес) г Москва, улица Авиационная, дом 13 ЛИТЕРА А, ЭТ. 1

Коды	
0710001	
86403612	
7701782609	
86403612	
384 (385)	

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	31	На 31 декабря	На 31 декабря
		На <u>декабря</u> 20 <u>16</u> г. <sup>3</sup>	20 <u>15</u> г. <sup>4</sup>	20 <u>14</u> г. <sup>5</sup>
	<b>АКТИВ</b>			
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
	Нематериальные активы	694	372	0
	Результаты исследований и разработок	0	0	0
	Нематериальные поисковые активы	0	0	0
	Материальные поисковые активы	0	0	0
	Основные средства	1473	2401	1685
	Доходные вложения в материальные ценности	0	0	0
	Финансовые вложения	0	0	0
	Отложенные налоговые активы	0	0	0
	Прочие внеоборотные активы	0	0	0
	<b>Итого по разделу I</b>	<b>2167</b>	<b>2773</b>	<b>1685</b>
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
	Запасы	45560	39452	36822
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	0	0
	Дебиторская задолженность	10316	7942	6901
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	0	0
	Денежные средства и денежные эквиваленты	693	2569	923
	Прочие оборотные активы	0	0	0
	<b>Итого по разделу II</b>	<b>56569</b>	<b>49963</b>	<b>44646</b>
	<b>БАЛАНС</b>	<b>58736</b>	<b>52736</b>	<b>46331</b>

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	31	На 31 декабря	На 31 декабря
		На <u>декабря</u> 20 <u>16</u> г. <sup>3</sup>	20 <u>15</u> г. <sup>4</sup>	20 <u>14</u> г. <sup>5</sup>
	<b>ПАССИВ</b>			
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ <sup>6</sup></b>			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	11	11	11
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	( 0 ) <sup>7</sup>	( 0 )	( 0 )
	Переоценка внеоборотных активов	0	0	0
	Добавочный капитал (без переоценки)	0	0	0
	Резервный капитал	0	0	0
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	58428	52568	44915
	<b>Итого по разделу III</b>	<b>58439</b>	<b>52579</b>	<b>44926</b>
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
	Заемные средства	0	0	0
	Отложенные налоговые обязательства	0	0	0
	Оценочные обязательства	0	0	0
	Прочие обязательства	0	0	0
	<b>Итого по разделу IV</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
	Заемные средства	0	0	0
	Кредиторская задолженность	297	157	1405
	Доходы будущих периодов	0	0	0
	Оценочные обязательства	0	0	0
	Прочие обязательства	0	0	0
	<b>Итого по разделу V</b>	<b>297</b>	<b>157</b>	<b>1405</b>
	<b>БАЛАНС</b>	<b>58736</b>	<b>52736</b>	<b>46331</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ Атрохова Я.В.  
(подпись) (расшифровка подписи)

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

**Примечания**

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.

3. Указывается отчетная дата отчетного периода.

4. Указывается предыдущий год.

5. Указывается год, предшествующий предыдущему.

6. Некоммерческая организация именуется указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Паевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).

7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### ИЗДАНИЯ ПО ОСНОВАМ ПРАВОСЛАВНОЙ КУЛЬТУРЫ С ДЕЙСТВУЮЩИМ ГРИФОМ СИНОДАЛЬНОГО ОТДЕЛА РЕЛИГИОЗНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И КАТЕХИЗАЦИИ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ

*Актуальность – 12.01.2018*

№ п/ п	Автор/Авторский коллектив	Наименование издания	Издатель	Читательское предназначение	Краткая аннотация издания	Наименование грифа и дата его присвоения
1.	Метлик И. В., Потаповская О. М.	«Основы духовно- нравственной культуры народов России. Православная культура»: учебник для 5 класса общеобразовательных организаций»	ООО «Русское слово - учебник»	Учащиеся 5-х классов общеобразовательны х организаций	Учебник даёт учащимся общие представления об исторических и культурных традициях православного христианства, Русской Православной Церкви в связи с календарным циклом православных праздников. Учебник соответствует ФГОС основного общего образования, относится к обязательной предметной области «Основы духовно-нравственной культуры народов России» на уровне основного общего	«Допущено Отделом религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви»  29.12.2016

					образования, являющейся логическим продолжением предметной области «Основы религиозных культур и светской этики» в начальной школе	
2.	Протоиерей Виктор Дорофеев, Янушкявичене О. Л.	<b>Основы духовно-нравственной культуры народов России. Основы православной культуры»: учебник для 5 класса общеобразовательных организаций»</b>	ООО «Русское слово - учебник»	Учащиеся 5-х классов общеобразовательных организаций	Учебник даёт общие представления об исторических и культурных традициях Русской Православной Церкви: основах православного христианского вероисповедания, нравственных ценностях, обрядах. Учебник соответствует ФГОС основного общего образования	<b>«Допущено Отделом религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви»</b>  29.12.2016
3.	Протоиерей Виктор Дорофеев, диакон Илья Кокин, Янушкявичене О. Л., Васечко Ю. С.	<b>Основы духовно-нравственной культуры народов России. Основы православной культуры»: учебник для 6 класса общеобразовательных организаций»</b>	ООО «Русское слово - учебник»	Учащиеся 6-х классов общеобразовательных организаций	Учебник даёт общие представления об исторических и культурных традициях Русской Православной Церкви: основах православного христианского вероисповедания, нравственных ценностях, обрядах. Учебник соответствует	<b>«Допущено Отделом религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви»</b>  29.12.2016

					ФГОС основного общего образования	
4.	Протоиерей Борис Пивоваров	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Концепция преподавания учебного предмета «Основы православной культуры».</li> <li>• Книга для учителя, 5–9 классы.</li> <li>• УМК для учащихся 5-го класса «Родное слово»: учебное пособие, хрестоматия, рабочая тетрадь, рабочая программа.</li> <li>• УМК для учащихся 6-го класса «Родная история: учебное пособие, хрестоматия, рабочая тетрадь, рабочая программа.</li> <li>• УМК для учащихся 7-го класса «Православное искусство России»: учебное пособие, рабочая тетрадь, рабочая программа.</li> <li>• УМК для учащихся 8-го класса «Духовные основы милосердия: учебное</li> </ul>	Издательство НОУ «Православная Гимназия во имя Преподобного Сергия Радонежского»	Учащиеся 5-9 классов общеобразовательных организаций	Учебно-методический комплекс к модулю «Основы православной культуры» курса «ОРКСЭ» ( <a href="http://oopnm.ru/umk-po-opk-all/">http://oopnm.ru/umk-po-opk-all/</a> )	<p>«Допущено Отделом религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви»</p> <p>07.07.2015</p>

		пособие, рабочая программа. УМК для учащихся 9-го класса «Основы православной культуры семьи: учебное пособие, рабочая программа				
5.	Гусакова В. О.	Учебное пособие по предмету «Основы православной культуры» для кадетских корпусов «Земное и небесное воинство»	Храм Воскресения Христова в Кадашах	Учащиеся кадетских корпусов, суворовских и нахимовских училищ, средних общеобразовательных и воскресных школ, лицеев и гимназий	Издание содержит историю становления и развития христианства в Древнем Риме, Византии и России, подвиги святых воинов и прославленных военачальников, жития подвижников, оказавших непосредственное влияние на отечественную историю и культуру, государственную символику, памятники военной славы, карты военных событий, иконографию святых римских воинов, русских князей, царственных страстотерпцев, новомучеников и исповедников, устное народное творчество	«Допущено Отделом религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви»  25.03.2015

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Заявка на конкурс малых грантов «ПРАВОСЛАВНАЯ ИНИЦИАТИВА – 2018»

## Проект

**1. Название проекта:**

«Авторы ОПК - школе»

**2. Проектное направление:**

Социальное служение

**3. География проекта:**

город Москва

**4. Дата начала реализации проекта:**

10 сентября 2018 г

**5. Дата завершения проекта:**

10 ноября 2018 г

**6. Полная стоимость проекта(руб):**

150 000

**7. Имеющаяся сумма(руб):**

30 000

**8. Запрашиваемая сумма (руб):**

120 000

**9. Цели проекта:**

Способствовать разработке единого учебного комплекта по «ОПК»

**10. Партнеры, при участии которых будет реализовываться проект, и формы партнерства:**

- протоиерей Алексей Уминский, духовник Свято-Владимирской православной школы,
- протоиерей Димитрий Смирнов, духовник Гимназия «СВЕТ»,
- иерей Андрей Постернак, директор православной Свято-Петровской школы
- Тишков Михаил Борисович, директор православной классической гимназии «Радонеж»
- иерей Артемий Сахаров, духовник православной классической гимназии «Радонеж»



- протоиерей Андрей Ткачев, клирик храма святителя Василия Великого, Патриаршего подворья в селе Зайцево Одинцовского района Московской области, проповедник и миссионер
- протоиерей Артемий Владимиров, протоиерей Русской православной церкви, писатель и проповедник, педагог. Член Союза писателей России.
- протоиерей Николай Агафонов клирик Петро-Павловского храма города Самара. Известный православный писатель. Член Союза писателей России.

#### **11. Письма (сопроводительное письмо, договоры, соглашения о партнерстве):**

Письма благословения и поддержки

#### **12. Задачи проекта:**

1. Обобщить богатый опыт преподавания и методической работы в изучении ОПК.
2. Создать оригинальный подход изучения ОПК и истории нашей страны через приобщение к судьбам и поступкам реальных людей, через значимые события, в которых участвовали наши предшественники. Также предполагается представить интересных современников, чей вклад в науку, культуру и благотворительность, добрые дела уже получил высокие оценки;
3. Издать и распространить учебные материалы.

#### **13. Благополучатели проекта:**

Школы-интернаты России.

#### **14. Как будет реализован проект:**

Православный книжный интернет - магазин привлечет православных авторов к написанию учебных пособий, а также рабочих тетрадей для учащихся общеобразовательных школ для проведения занятий по предмету «Основы православной культуры». Авторские работы издательство «Благовест» сформирует в единый учебный комплект по предмету «Основы православной культуры» и представит издание на экспертизу с целью решения вопроса о присвоении (подтверждении) им грифа Отдела религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви. После присвоения грифа ООО «Благовест» издает первый пробный тираж за счет средств гранта для безвозмездного распространения в православных гимназиях и школах Российской Федерации.

#### **15. Результаты, которые планируется достигнуть в рамках проекта:**

Первый тираж учебного комплекта в количестве 50 штук будет распространен по 50 школам-интернатам России. К тому же вызванный среди педагогов ОПК интерес повысит спрос не только на выпускаемое издание, что будет благоприятствовать изданию второго тиража за счет собственных средств организации и его коммерческому

распространению среди более широкого круга учебных заведений, но и повысится спрос на другую продукцию интернет-магазина ООО «Благовест».

#### **16. Краткая аннотация проекта:**

В настоящее время в общеобразовательных школах ведется преподавание курса «Основы православной культуры» по 5 следующим учебным пособиям, имеющим действующий гриф Синодального отдела религиозного образования и катехизации РПЦ (Приложение 3). Данные учебно-методические комплекты имеют различный характер отбора материала, позволяющий рассматривать православную культуру в различных контекстах, однако это не решает проблему единого учебного комплекта по «Основам православной культуры». Православному книжному интернет - магазину предлагается привлечь православных авторов к написанию учебных пособий, а также рабочих тетрадей для учащихся общеобразовательных школ для проведения занятий по предмету «Основы православной культуры».

#### **17. Мероприятия проекта:**

Мероприятие №1 С 11.09.2018 по 30.09.2018 гг. Анонсирование проекта и прием авторских работ

Мероприятие №2 С 01.10.2018 по 07.10.2018 гг. Создание методического комплекта

Мероприятие №3 С 08.10.2018 по 08.11.2018 гг Экспертная проверка и издание учебного комплекта

Мероприятие №4 – распространение учебного комплекта

## **Организация**

### **1. Полное наименование организации:**

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «БЛАГОВЕСТ»

### **2. Сокращенное наименование организации:**

ООО «БЛАГОВЕСТ»

### **3. Являетесь ли Вы сотрудником организации:**

нет

### **4. География организации:**

г.Москва

### **5. ИНН:**

7701782609

### **6. КПП:**

773401001

### **7. ОГРН:**

1087746546690

**8. Юридический адрес организации:**

123182, Российская Федерация, г.Москва, ул.Авиационная, д.13А, эт.1, пом.23

**9. Фактический адрес организации:**

123182, Российская Федерация, г.Москва, ул.Авиационная, д.13А, эт.1, пом.23

**10. Адрес для почтовых отправлений:**

123182, Российская Федерация, г.Москва, ул.Авиационная, д.13А, эт.1, пом.23

**11. ФИО руководителя организации:**

Атрохова Яна Валерьевна

**13. Должность руководителя организации:**

генеральный директор

**14. Сайт организации:**

<http://www.blagovest-moskva.ru/>

**15. Электронная почта организации:**

[atrokhova@blagovest-moskva.ru](mailto:atrokhova@blagovest-moskva.ru)

## **Бюджет**

**1. Фонд оплаты труда (включая начисления на ФОТ):**

36456 рублей

**Комментарий:**

Оплата труда привлеченных авторов по проекту – 51 000 руб. Начисления на ФОТ по ставке 27,1% = 51 000 x 27,1% = 13 821 руб. Итого затраты на фонд оплаты труда (включая начисления на ФОТ) = 64 821 руб.

**2. Оборудование:**

15 000 рублей

**Комментарий:**

Типографское оборудование ООО «Благовест» предоставляется на условиях софинансирования.

**3. Аренда помещения:**

15 000 рублей

**Комментарий:**

Помещение ООО «Благовест» предоставляется на условиях софинансирования.

**4. Расходные материалы, канцелярские принадлежности:**

0 рублей

**Комментарий:**

Не заполнено

**5. Типографские расходы:**

40 179 рублей

**Комментарий:**

На типографические расходы, связанные с издательством 50 экземпляров учебных комплектов ООО «Благовест» планирует истратить 40 179 руб.

**6. Расходы на проезд, транспортные услуги:**

0 рублей

**Комментарий:**

Не заполнено

**7. Иные расходы:**

15 000 рублей

**Комментарий:**

Расходы на проведение экспертизы с целью решения вопроса о присвоении им грифа Отдела религиозного образования и катехизации Русской Православной Церкви составят, по предварительным прогнозам, 15 000 рублей.