

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономики и менеджмента организации
Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент
Направленность (профиль) образовательной программы Менеджмент органи-
зации

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
- А.В. Васильева А.В. Васильева
« 07 » 06 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Совершенствование деятельности ООО «Все для дома»

Исполнитель
студент группы 472 об-2

Мелешко 06.06.2018

А.М. Мелешко

Руководитель
доцент, канд. экон. наук

Заломская 06.06.2018

Г.А. Заломская

Консультант
по экономической части
доцент, канд. экон. наук

Заломская 06.06.2018

Г.А. Заломская

Нормоконтроль

Матеишена 06.06.2018

Е.О. Матеишена

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономики и менеджмента организации

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

А.В. Васильева А.В. Васильева
подпись И.О. Фамилия

« 15 » 01 2018 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента Мелешко Анастасии Михайловны

1. Тема бакалаврской работы (проекта) Совершенствование деятельности ООО «Все для дома»

(утверждено приказом от 29.12.2017 № 3300-Ук)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 06.06.2018

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту): научно-исследовательская литература, периодические издания, интернет источники, бухгалтерская отчетность предприятия

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащий проработке вопросов):

1 Теоретические основы анализа совершенствования деятельности организации

2 Анализ деятельности ООО «Все для дома»

3 Мероприятия по совершенствованию деятельности ООО «Все для дома»

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.)

Устав ООО «Все для дома».; Должностная инструкция бухгалтера; Договор поставки.; Бухгалтерская отчетность; Имитационное моделирование

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) по экономической части доцент, канд. экон. наук Г.А. Заломская

7. Дата выдачи задания 15.01.2018

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Галина Алексеевна Заломская, доцент, к.э.н.

Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата): 15.01.2018 А.М. Мелешко

(подпись студента)

Мелешко

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 73 с., 7 рисунков, 37 таблиц, 5 приложений, 57 источников.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, ВНЕШНЯЯ СРЕДА, ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА, ПРОФИЛЬ СРЕДЫ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, СЕТЕВОЙ ГРАФ, ГРАФИК РИСКОВ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РЫНОК СБЫТА, ПОСТАВЩИКИ

Цель бакалаврской работы заключается в выявлении направления для совершенствования деятельности организации и определении экономической эффективности данного мероприятий.

Объектом исследования бакалаврской работы служит ООО «Все для дома». Предметом исследования выступает финансово-хозяйственная деятельность организации.

Методологической и теоретической основой при написании работы послужили труды российских и зарубежных ученых, которые связаны списанием теории по данной проблеме.

Бухгалтерская и финансовая отчетность организации, нормативные документы, личные наблюдения и собственные исследования во время прохождения практики послужили информационной основой при написании бакалаврской работы.

Основные методы, которые были использованы при написании работы: анализ документов; анкетирование, проведение опросов, методика «4Р».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы анализа совершенствования деятельности организации	7
1.1 Процесс и подходы к совершенствованию деятельности организации	7
1.2 Основные направления совершенствования деятельности	12
1.3 Современные мероприятия совершенствования деятельности организации	17
2 Анализ деятельности ООО «Все для дома»	22
2.1 Краткая характеристика ООО «Все для дома»	22
2.2 Анализ внешней среды ООО «Все для дома»	25
2.3 Анализ внутренней среды ООО «Все для дома»	31
2.4 Анализ формирования и распределение прибыли ООО «Все для дома»	35
2.5 Анализ производственной деятельности ООО «Все для дома»	42
3 Мероприятия по совершенствованию деятельности ООО «Все для дома»	47
3.1 Разработка мероприятия по созданию интернет-магазина	47
3.2 Разработка мероприятия по совершенствованию управленческой деятельности с кадрами	56
3.3 Экономическая эффективность предложенных мероприятий	60
Заключение	66
Библиографический список	69
Приложение А Устав ООО «Все для дома»	74
Приложение Б Должностная инструкция бухгалтера	77
Приложение В Договор поставки	79
Приложение Г Бухгалтерская отчетность	83
Приложение Д Имитационное моделирование	94

ВВЕДЕНИЕ

Существование организации не может происходить без постоянного принятия решений, которые направлены на совершенствование деятельности организации: повышение конкурентоспособности, эффективности производства и управления. Это и обуславливает актуальность данной выпускной квалификационной работы. Уровень управления определяет эффективность деятельности любой организации. Система управления, не приносящая дохода, подлежит реформированию, т.к. перестает быть полезной.

В системе управления организацией происходят постоянные изменения, результатам таких изменений служат новые подходы к организации и качеству управления организацией.

Анализ деятельности организации один из главных инструментов обеспечения эффективного существования предприятия и совершенствования в будущем. Бизнес-планы, управленческие решения, оценка деятельности результатов, а также разработка стратегии развития изучаются на основе анализа. Решения, связанные с финансами должны приниматься на основе аналитических расчетов, а значит, любой сотрудник аппарата управления должен быть хорошим аналитиком, т. к. в ходе расчетов выявляются тенденции, цели и стратегии развития предприятия.

Выявление факторов, которые приводят к успехам или наоборот неудачам, планирование и прогнозирование деятельности организации в будущем также происходит с применением анализа.

В настоящее время руководитель не должен полагаться только на интуицию, решения необходимо основывать на расчетах и на глубоком экономическом анализе. Мероприятие организационное, технологическое или техническое не должно внедряться до обоснования его со стороны экономики, а иначе это может привести к финансовым потерям. Если предприятие часто анализирует хозяйственную деятельность, то оно имеет высокую результативность.

Организации желают достичь установленных целей. Для этого они посто-

янно пребывают в движении. Но этого мало, предприятиям необходимо правильное направление. В случае если организация движется в верной направленности, она улучшается. Совершенствовать, возможно, продукты или же предложения организации, доставку покупателям товаров или процесс их создания.

Цель бакалаврской работы заключается в выявлении направления для совершенствования деятельности организации и определении экономической эффективности данного мероприятия.

Были поставлены следующие задачи в соответствии с поставленной целью бакалаврской работой:

- изучить теоретические основы анализа совершенствования деятельности организации;
- рассмотреть современные мероприятия совершенствования деятельности организации;
- произвести анализ производственной деятельности ООО «Все для дома»;
- проанализировать внешнюю и внутреннюю среду ООО «Все для дома»;
- оценить возможности и риски, а также определить возможные пути совершенствования деятельности ООО «Все для дома»;
- провести оценку эффективности предлагаемых мероприятий.

Объектом исследования бакалаврской работы служит ООО «Все для дома». Предметом исследования выступает финансово-хозяйственная деятельность организации.

Методологической и теоретической основой при написании работы послужили труды российских и зарубежных ученых, которые связаны списанием теории по данной проблеме.

Бухгалтерская и финансовая отчетность организации, нормативные документы, личные наблюдения и собственные исследования во время прохождения практики послужили информационной основой при написании данной работы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Процесс и подходы к совершенствованию деятельности организации

В современном менеджменте существуют две модели управления предприятием, которые рассматривают организацию как систему. Организация как система представляет структуру, части которой имеют взаимосвязь друг с другом и с внешним окружением. Цели и ценность сотрудников, которые работают на предприятии гарантирующие непрерывные процессы, протекающие на предприятии отображаются во внутренней структуре. «Внешняя среда» организации не является сферой непосредственного влияния со стороны менеджмента, но своими действиями приводит к изменению в поведении организации.

Подход, существующий на данный момент к управлению деятельностью предприятия основывается на изучении как внутренних процессов, происходящих в организации, так и на рассмотрении и описании ее неразрывных взаимодействий с внешним миром. Все трудности управления организацией при данном подходе рассматриваются сквозь призму управленческих процессов, то есть сквозь взаимосвязанные между собой управленческие воздействия, нацеленные на принятие заключений для реализации целей организации ¹.

Организации желают достичь установленных целей. Для этого им каждый день нужно пребывать в движении. Но этого мало, нужно правильное направление. Когда организация движется в верном направлении, то она улучшается. Совершенствовать, можно продукты или же предложения организации, доставку покупателям товаров или процесс их создания.

Руководителям организации необходимо создавать культурную среду, которая содействует вовлечению сотрудников в активный поиск путей совершенствования процессов, а также видов работы и характеристик продукции это обеспечит развитие организации в будущем.

Для привлечения персонала в совершенствование работы организации,

¹ Сапожникова Н.Г. Экономика организации (предприятия) (СПО). М.: КноРус, 2013. С. 59.

менеджеру необходимо создать среду, в которой обязанности распределяются так, чтобы работники возложили на себя обязанность за определение тех областей, где организация имеет возможность усовершенствовать собственную деятельность.

Этого возможно достичь при помощи:

– постановки целей перед сотрудниками организации и разработки проектов. Требования к целям:

1) цель должна быть краткой, емкой, лаконичной – в ней не должно быть описания путей достижения цели;

2) чтобы цель была измеримой, должна указывать на конкретные цифры, даты, нормы;

3) чтобы цель имела тенденцию к сравнению показателей (прогнозируемое и то, что уже было);

4) цель должна быть реальной для данных условий, соответствовать ресурсам предприятия.

5) цели должны быть дифференцированы по конкретным группам персонала, учитывать профессиональный уровень, опыт, физиологические особенности и т.п.;

6) цель нуждается в гибкости, корректировке, изменении;

7) цель должна находиться под контролем;

8) цели должны быть совместимыми во времени и пространстве, должны обладать эффектом синергии;

– сравнения с достижениями конкурентов и лучшими практическими достижениями;

– признания и вознаграждения за достижение улучшений. В числе наиболее распространенных форм признания отдельной личности можно назвать следующие:

1) профессионально-квалификационное продвижение (продвижение по службе);

2) расположение, размеры и внутренняя планировка кабинета;

- 3) поездки на предприятия заказчика;
- 4) заседания, на которых отмечается деятельность работника;
- 5) награды, ценные подарки от организации;
- 6) ежегодные конференции, на которых отмечаются заслуги сотрудника;
- 7) специальные статьи, помещаемые в прессе;
- 8) заметки на доске объявлений;
- 9) фотографии сотрудника на плакатах, стендах;
- 10) почетные значки, вручаемые в присутствии коллег сотрудника;
- 11) объявление благодарности;
- 12) направление на конференции, стажировку и др.;

– обеспечения наглядности предложений, которое включает своевременную реакцию высшего руководства предприятия.

Для создания оптимальной структуры видов деятельности по улучшению, менеджерам предприятия нужно создать и ввести процесс постоянного совершенствования, который возможно использовать для процессов жизненного цикла продукции, дополнительным процессам и иным видам работы. С целью получения результативности и производительности процесса совершенствования следует уделять внимание процессам жизненного цикла товаров и дополнительным процессам с точки зрения:

- результативности (например, степени выполнения требований);
- эффективности (например, расхода ресурсов, выраженного в единицах времени и денежных единицах);
- внешних воздействий (например, изменения законодательных и регулирующих требований);
- потенциальных слабых мест (например, отсутствия возможностей и согласованности);
- возможности применения наилучших методов;
- управления запланированными и незапланированными изменениями;
- измерения запланированных выгод.

Подобный процесс постоянного совершенствования нужно применить как

средство совершенствования внутренней результативности и производительности предприятия, и увеличения удовлетворенности покупателей и иных заинтересованных лиц ².

Руководителю необходимо постоянно и нескончаемо поддерживать работу организации, также искать возможности «прорыва» чтобы получить наибольшую выгоду для предприятия, а также заинтересованных в этом лиц.

Информацию, для поддержания процесса совершенствования получают из:

- данных о предоставлении услуг;
- данных результатов процессов;
- опыта сотрудников организации;
- данных испытаний;
- данных самооценки;
- данных о характеристиках продукции;
- установленных требований и обратной связи с заинтересованными сторонами;
- опыта сотрудников организации;

Высшему руководству необходимо чтобы изменения, которые вносятся в продукцию или процессы были одобрены, спланированы, распределены в порядке приоритетов, получили материальную поддержку, а также были в пределах возможностей организации.

Существует два подхода к проведению постоянного совершенствования процессов:

а) проекты «прорыва», ведущие к пересмотру и совершенствования существующих процессов или внедрению новых процессов, как правило, их производят многопрофильные группы за рамками существующей деятельности;

б) деятельность по поэтапному постоянному совершенствованию, проводится работниками предприятия в рамках существующих процессов.

Проекты прорыва обычно подразумевают перепроектирование существующих

² Шаркова А.В. Экономика организации. М.: Дашков и К, 2016. С. 24.

ющих процессов и содержат:

- краткое описание проекта по улучшению и определению целей;
- анализ существующего процесса («такого, как есть» процесса) и возможностей реализации изменения;
- планирование и определение улучшения процесса;
- внедрение улучшения;
- оценивание достигнутого улучшения, включая извлеченные уроки.

Проекты прорыва управляются результативным и действенной методикой с внедрением методов менеджмента проекта. Впоследствии внесения изменений новый план проекта служит базой постоянного менеджмента процесса.

Работники предприятия считаются наилучшими поставщиками идей по поэтапному или же постоянному совершенствованию процессов и постоянно участвуют в работе трудящихся групп. Работой по поэтапному постоянному улучшению процессов необходимо управлять для того чтобы воспринимать ее результаты. Входящих в нее работников организации рекомендовано наделять возможностями, технической поддержкой и важными ресурсами для изменений, связанных с усовершенствованием³.

Постоянное совершенствование при помощи любого из двух существующих методов содержит:

- а) определение причины совершенствования – проблему процесса необходимо определить, а область для улучшения выбрать, определив причину работы над ней;
- б) оценивание фактической ситуации – необходимо оценить эффективность и результативность данного процесса. Нужно собрать и провести анализ данных для выявления типов наиболее часто возникающих проблем, указать конкретную проблему и выделить задачу по совершенствованию;
- в) проведение анализа – необходимо определить первопричины проблемы;
- г) идентификацию возможных решений – нужно исследовать альтерна-

³ Лукачева Л.И. Управление организацией. М.: Инфра-М, 2016. С. 92.

тивные решения. Необходимо выбрать и применить лучшее решение, то, которое поможет устранить первопричины проблемы и предотвратить ее повторное появление;

д) оценивание последствий – следует подтвердить, что проблема и ее первопричины устранены или их воздействия уменьшились, решение было правильным и задача по совершенствованию выполнена;

е) стандартизация и внедрение нового решения – нужно заменить старый процесс на улучшенный, тем самым, исключая повторное появление проблемы и ее первопричин;

ж) оценивание эффективности и результативность процесса после завершения действий по улучшению – результативность и эффективность проекта по улучшению необходимо оценить и выделить применение его решений еще где-нибудь в организации.

Процесс совершенствования рекомендовано повторять применительно к остающимся проблемам и к разработке целей и принятию решений по предстоящему улучшению процесса.

1.2 Основные направления совершенствования деятельности

Десять направлений совершенствования работы должны быть составной частью ведущей деятельности всех компаний и организаций. Их список считается результатом исследования многочисленных успешных процессов совершенствования деятельности на предприятиях в развитых государствах. Эти направления таковы:

- 1) заинтересованность высшего руководства;
- 2) создание коллегиального руководства улучшением деятельности;
- 3) вовлечение всего руководящего состава;
- 4) обеспечение коллективного участия;
- 5) обеспечение индивидуального участия;
- 6) создание групп по совершенствованию систем и процессов;
- 7) вовлечение поставщиков;
- 8) обеспечение качества функционирования систем управления;

- 9) формирование стратегии и тактики улучшения деятельности;
- 10) создание системы поощрения и признания заслуг.

Заинтересованность высшего руководства. Уверенность руководителя в том, что предприятие, организация готовы на большее по сравнению с предыдущим, важна для начала процесса совершенствования деятельности. Данный процесс начинается с руководителя, развивается по мере, проявляемой им заинтересованности и заканчивается при потере к нему внимания со стороны руководства.

Создание коллегиального руководства улучшением деятельности. Коллегиальное руководство необходимая часть и имеет возможность реализоваться советом или же комиссией по совершенствованию деятельностью. Руководствующий совет или же комиссия представляет собой группу из высших руководителей или их представителей, а еще служащих и работников. Совет исследует процесс улучшения работы, и адаптирует его к условиям организации. Опыт демонстрирует, что нет универсальных определенных назначений, которые соответствуют нуждам увеличения качества для всех компаний, организаций и в том числе и подразделений одной организации.

Руководящий совет по совершенствованию деятельности играет роль создателя процесса улучшения работы, подготавливает предприятие к его внедрению и ориентирует реализацию данного процесса.

Вовлечение всего руководящего состава. Руководящий состав несет ответственность за реализацию процесса совершенствования деятельности. Это требует интенсивного и практического участия каждого управляющего и руководства среднего звена в рамках организационной структуры – от генерального директора до главного бухгалтера. Любому руководителю необходима особенная подготовка для осознания новых требований к стандартам работы и связанных с ними способов совершенствования деятельности.

Участие служащих и рабочих. Впоследствии вовлечения в процесс совершенствования деятельности всего руководства начинается время привлечения служащих и рабочих. Задачи группы совершенствования работы – опреде-

ление итогов работы собственного подразделения и внедрение системы, непрерывно совершенствующей деятельность.

Индивидуальное участие. Как бы ни были важны корпоративные действия, не нужно забывать об отдельно взятом человеке. Нужно создать систему, содействующую собственному участию, оценке и признанию итогов такого участия и вклада, вносимого любым работником в увеличение производительности и качества.

Группы по совершенствованию систем и процессов. Нужно составить схему очередности операций, а потом осуществить измерения, испытания, гарантировать каналы обратной связи. При осуществлении любого процесса, хотя он имеет возможность охватывать почти все участки, и в том числе и всевозможные подразделения, должно быть одно лицо, ответственное за успешное функционирование предоставленного процесса.

Группа по совершенствованию систем состоит из отдельных представителей каждого участвующего в процессе подразделения. Эта группа гарантирует внедрение более действенной системы взаимодействия подразделений и такое улучшение части процесса, которое бы не оказывало неблагоприятного воздействия на данный процесс.

Вовлечение поставщиков. В настоящее время практически все фирмы и организации хотя бы отчасти находятся в зависимости от аутсайдеров, в том числе и от поставщиков. Ни какой удачный процесс совершенствования работы не имеет возможность реализоваться без содействия поставщиков.

Обеспечение качества функционирования систем управления. В течение множества лет на предприятиях, в организациях действовали подразделения, занимавшиеся в основном измерением характеристик качества и составлением докладов о состоянии обеспеченности качества в процессе изготовления.

Эти подразделения, как службы обеспечения качества и надежности, ориентировали собственные ресурсы на выявление задач и исправления ошибок; в итоге сложилась система управления «по отклонениям», которая реагировала на образовавшиеся ошибки и оставляла без внимания актуальные профилакти-

ческие события, недооценивала значимость итогов работы в подразделениях, не связанных с ходом изготовления.

Формирование стратегии и тактики улучшения деятельности. Нужно создать длительную стратегию повышения качества. Следует убедиться в том, что все руководители на различных уровнях понимают эту стратегию в той мере, которая необходима для разработки поэтапных краткосрочных планов, удовлетворяющих целям долгосрочной стратегии.

Кратковременные планы обязаны быть интегрированы в годичный план реализации общей стратегии. В срок одного года надлежит проверки выполнения требований данных планов каждой группой работников, буквально так же как проводят проверку сроков выполнения работы, потери производства и размеры реализации⁴.

Создание системы поощрения и признания заслуг. Процесс совершенствования деятельности – это изменение общепризнанного подхода к ошибкам. Есть несколько путей проведения требуемых изменений. Допустим, наказать каждого, кто допускает промахи при выполнении собственных обязательств, или же воздавать отдельным сотрудникам и коллективам, которые выполняют поставленную задачу или же вносят важный вклад в процесс совершенствования работы.

Наилучший путь – признание заслуг работников, в том числе и руководителей, их стимулирование к достижению еще более высоких результатов.

Основные причины неудач связаны с такими ошибками руководства как:

- 1) руководство не придерживается общепринятых основных направлений и подходов к организации процесса улучшения деятельности;
- 2) руководство не принимает в нем участия;
- 3) руководство не рассматривает этот процесс как составную часть всей деятельности;
- 4) руководство не хочет принимать долгосрочные обязательства;

⁴ Гончаров В.В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала. М.: Экономика, 2015. С. 64.

5) руководство считает, что проблема заключается в служащих и рабочих, а не в руководстве.

Главные обстоятельства результативности процесса совершенствования деятельности. Джон Харрингтон больше десяти лет назад обобщил навык реализации процессов совершенствования деятельности в виде десяти основных критерий содействующих удаче. На сегодняшний день их возможно сконструировать так:

- отношение к потребителю как важнейшему фактору процесса;
- принятие руководством долгосрочных обязательств по внедрению процесса улучшения деятельности как составной части системы управления;
- уверенность в том, что нет предела совершенствованию;
- уверенность в том, что предотвращение проблем лучше, чем реагирование на них после возникновения;
- заинтересованность, ведущая роль и непосредственное участие руководителей;
- стандарт работы в виде формулы «ноль ошибок»;
- участие всех работников, как коллективное, так и индивидуальное;
- основное внимание совершенствованию процессов, а не людей;
- вера, что внешние участники процесса, например, поставщики станут партнерами, если поймут задачи организации;
- признание заслуг.

Процесс улучшения деятельности – путь к исправлению ошибок в среде руководителей, специалистов, персонала.

Результативность процесса улучшения деятельности. Как правило, процессы совершенствования деятельности имеют результат. Условием эффективности процессов служит комплексный подход к их организации.

1.3 Современные мероприятия совершенствования деятельности организации

Существует десять основных мероприятий для успешного проведения и выполнения инициатив по улучшению деятельности организации.

1) Выбор правильного направления деятельности для улучшения.

Организации без сомнения выигрывают от действий по совершенствованию, но некоторые процессы имеют больше выгоды, чем другие. Необходимо чтобы область, которую выбрали, служила потенциалом для получения выгод. Если отдача от инвестиций будет меньше, чем первоначально тогда проект потерпит неудачу. Первый проект, который произошел с тщательным выбором, позволит реализовывать преимущества без замедления. Этот результат создаст импульс для осуществления проектов по совершенствованию деятельности.

2) Начать проект с постановки задач, определения видения, целей и сферы действия. Процесс улучшения это проект, а не повседневная деятельность, так необходимо рассматривать данный процесс. Никогда организации не увидят достойных результатов, если рассматривают процесс как что-то обременяющее работников в их повседневной деятельности.

Атрибуты процесса совершенствования деятельности:

- постановка задачи;
- четко определённая сфера действия;
- четкий план того, кто, за что отвечает и в какие сроки;
- правильно выделенные ресурсы (люди и деньги).

3) Использование каркасов (фреймворков) процесса.

В данный момент существует множество изменений, с которыми сталкиваются компании. Между бизнес-сегментами не существует границ, что позволяет компаниям выйти на новые отрасли с предложениями, которые меняют правила игры. В мире финансовой нестабильности, транснациональные корпорации развивающихся рынков имеют достаточно сил, опыта и охват доли рынка, представляя большую угрозу для существующих игроков. Инструменты, программное обеспечение, подходы и модели выполнения процессов, обеспечивает бизнесу большую гибкость, чтобы быть конкурентоспособными в условиях, которые постоянно изменяются. Эти изменения позволили организациям стать более гибкими и улучшить ключевые бизнес-процессы в соответствии с изменяющимися условиями, используя стандартные отраслевые и функцио-

нальные практики. Ценность каркаса заключается в том, что он помогает сэкономить время, которая потратит команда на разработку собственной модели, а так же их согласовании со всеми заинтересованными лицами. Так же каркас снижает усилия, которые нужны для проведения сравнительного анализа. Внутренне, организациям нужен единый способ, для описания работы таким образом, чтобы ее можно было измерить и не один раз. Внешне, организации нормализуют внутренние процессы в соответствии с каркасом или эталонной моделью, и, в зависимости от целей, стандартизируют определения в каркасе для обеспечения возможности сравнения процессов в рамках организации. Каркас используется в качестве основы для систематики управления контентом и помогает достичь консенсуса между различными взглядами менеджеров. Так же выступает интерфейсом между способом организации контента и способом выполнения работ.

4) Использование гибких методов. Применение гибких методов развития это самый лучший способ для управления проектом по совершенствованию процессов. Проект делится на мелкие части фиксированной длительности. В каждой части получаются материальные результаты. Работы должны быть расставлены по приоритетам, команда должна сосредоточиться на важных задачах. В конце каждой части производится анализ, для улучшения результативности следующей ⁵.

5) Сбор идей и предложений от сотрудников и менеджеров. Большую часть времени менеджеры тратят на решение проблем и решение критических ситуаций. Это управление называется кризисным. Проекты по улучшению процессов должны тратить значительные усилия, работая с менеджерами, чтобы определить, какая информация требуется менеджерам для управления процессом. Команда должна помогать руководителям выходить из кризисного положения, чтобы они могли производить эффективное управление ⁶.

6) Создание карт процесса «как есть» и «как должно быть». Создание карт

⁵ Мокий М.С. Экономика организации. Люберцы : Юрайт, 2016. С. 96.

⁶ Репина Е.А. Основы менеджмента. М. : Академцентр, 2013. С. 68.

процессов-метод, который позволяет изучить и понять бизнес-процесс. Эти карты нужны для получения представления о существующей ситуации («как есть»), а также для документирования идеального состояния («как должно быть»). Карта процесса обеспечивает детальную картину бизнес-процесса, способствующая улучшению.

7) Бенчмаркин процесс «как есть». Для того чтобы оценить деятельность по сравнению с другими организациями, используется бенчмаркинг. Сравнение происходит с организациями в подобных отраслях так и в аналогичных. Применение сравнительных данных к своим процессам, позволяет сократить расходы и увеличить доходы, а также увеличить степень удовлетворенности клиентов. Сравнение должно быть взаимосвязано с ценовым предложением предприятия, стратегией, основными ценностями, целями, задачами. Бенчмаркинг помогает организации достигать совершенства операционной деятельности.

8) Построение управления знаниями внутри процесса. Управление знаниями обеспечивает более эффективный процесс улучшения. Персонал должен рассматривать поиск и обмен знаниями как часть своего рабочего процесса, а не как отдельную дополнительную деятельность. То есть, чтобы управления знаниями были эффективными, они должны быть интегрированы в бизнес-процессы. Фокус на управлении знаниями является следующим логическим шагом организации, и позволяет собрать весь интеллектуальный капитал и основную память организации. Предприятия конкурируют на основе капитала знаний. Знания в области бизнес-стратегии, операций и процессов в сочетании с навыками и опытом, основанном на знаниях сотрудников, позволяют организациям более эффективно обслуживать клиентов и быть конкурентоспособными. Все проекты по улучшению процессов должны включать в себя развитие возможностей управления знаниями ⁷.

9) Понимание, когда возможно решить проблему без ИТ-поддержки. Следует отметить, что отлично продуманные бизнес-процессы, которые поддерживаются простой и недорогой автоматизацией, обычно, более эффективны, чем

⁷ Пошерстник Н.В. Экономика организации. М. КноРус, 2013 С.75.

неэффективные бизнес-процессы, которые поддерживаются дорогостоящими корпоративными системами⁸.

Конечно, ИТ-инструменты помогают с любыми видами деятельности, но они не дадут никакого итога, пока предприятие не разрешит основные проблемы. ИТ-инструменты могут дополнять и поддерживать деятельность по совершенствованию предприятия, но они не могут быть в центре улучшения.

10) Получение поддержки организации. Проекты обречены на провал если нет поддержки внутри всей организации. Однако, назначенный новый способ работы срывает редко и часто приводит к сопротивлению сотрудников. Это сопротивление делает сложной работу команды проекта по внедрению существующего процесса, и они делают вид, что произошли изменения, но на самом деле все осталось как раньше. Правильное организационное участие является одним из самых важных ключей к успешному улучшению процесса⁹.

Можно сделать вывод, что в современном менеджменте сформировались новые модели управления деятельностью организаций, которые базируются на представлении организации как системы. Организация как система представляет собой структуру, элементы которой (подсистемы) взаимосвязаны и взаимодействуют как между собой, так и с внешним окружением организации.

Добиться совершенствование деятельности возможно посредством: постановки целей перед сотрудниками организации и разработки проектов; сравнения с достижениями конкурентов и лучшими практическими достижениями; признания и вознаграждения за достижение улучшений.

Имеются два основных подхода к проведению постоянного улучшения процессов: проекты «прорыва», ведущие к пересмотру и улучшению существующих процессов либо внедрению новых процессов, как правило, их осуществляют многопрофильные группы за рамками обычной деятельности; деятельность по поэтапному постоянному улучшению, проводимая сотрудниками организации в рамках существующих процессов.

⁸ Чалдаева Л.А. Экономика организации. Люберцы: Юрайт, 2016. С. 164.

⁹ Лахметкина Н.И. Управление персоналом. М.: КноРус, 2013. С. 92.

Процесс совершенствования деятельности – путь к искоренению ошибок в среде руководителей, специалистов, служащих и рабочих.

2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ВСЕ ДЛЯ ДОМА»

2.1 Краткая характеристика ООО «Все для дома»

Полное фирменное наименование организации – Общество с ограниченной ответственностью «Все для дома», сокращенное фирменное наименование – ООО «Все для дома». Юридический адрес 675000, Амурская область, город Благовещенск, Амурская улица, 199; ИНН 2801082785, КПП 280101001.

31.12.2002 г. Межрайонная инспекция ФНС России № 1 по Амурской области осуществила постановку на учет организацию ООО «Все для дома». 26.08.2015 г. была инициирована процедура постановки на учет в Государственное учреждение – Управление Пенсионного фонда Российской Федерации в г Благовещенске Амурской области. Общество создается в целях развития рыночных отношений, создания дополнительных рабочих мест и максимального получения прибыли в интересах общества, его участников, за счет эффективного осуществления всех видов предпринимательской деятельности, предусмотренных настоящим Уставом (приложение А).

ООО «Все для дома» является юридическим лицом, руководствуется в своей деятельности законодательством РФ. Предприятие имеет самостоятельный баланс, свой фирменный бланк, печать с полным наименованием на русском языке, необходимые штампы, действует на принципах хозяйственного расчета. Она вправе от своего имени заключать договоры, приобретать имущественные и неимущественные права и исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в судах. Организация имеет текущий расчетный счет, а так же право открывать валютные счета в учреждениях банка. На сегодняшний день ООО «Все для дома» обособленных подразделений (филиалов, представительств) не имеет, однако вправе открывать филиалы и представительства.

Текущей деятельностью Общества руководит директор, Кубракова Татьяна Юрьевна.

Директор принимает решения по всем вопросам деятельности Общества, кроме отнесенных к исключительной компетенции Общего собрания.

Основными видами деятельности, осуществляемыми ООО «Все для дома» является:

- 1) розничная торговля;
- 2) транспортные услуги;
- 3) погрузо-разгрузочные работы;
- 4) посредническая деятельность;
- 5) внешнеэкономическая деятельность.

В настоящее время основным направлением деятельности Общества является торговля мебелью, посудой, предметами освещения, текстилем, инструментами, хозяйственными товарами и дополнительными аксессуарами.

По типу специализации магазин является специализированным. В продаже имеется продукция зарубежных, а так же отечественных производителей, которая подбирается с учетом высоких требований к качеству. Весь ассортимент товаров сертифицирован и соответствует требованиям нормативных документов. Часть товаров хранится в складских и подсобных помещениях магазинов.

Структура аппарата управления предприятия ООО «Все для дома» представлена на рисунке 1.

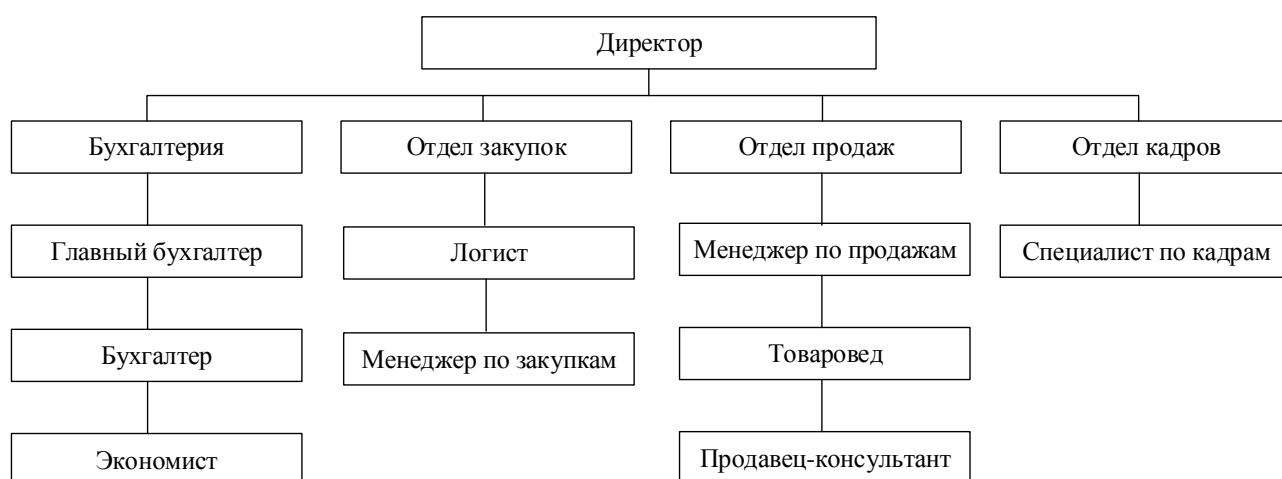


Рисунок 1 – Организационная структура ООО «Все для дома»

Директор действует от имени предприятия, представляет его во всех хозяйственных и государственных учреждениях. В соответствии с законодательством и уставом предприятия издает приказы, осуществляет наем и увольнение

работников. Директор распоряжается имуществом предприятия, заключает договоры со сторонними организациями, выдает от своего имени доверенности другим лицам, открывает в банках расчетный счет и распоряжается денежными средствами на счетах.

Бухгалтерия осуществляет учет поступления и расходования материальных и финансовых ресурсов на предприятии, учет рабочей силы. Она ведет отчетность, проводит финансовый анализ деятельности предприятия и представляет финансовые отчеты руководителям предприятия, а также государственным и местным хозяйственным органам.

Отдел закупок является подразделением, где принимаются решения о приобретении товаров, заключаются контракты на поставку продукции, решаются вопросы выбора поставщиков, устанавливаются требования к качеству товаров и т.д.

Отдел продаж здесь осуществляется поиск выгодных партнеров по поставке товаров для магазина. Менеджеры по продажам готовят мероприятия по увеличению объема товарооборота магазина.

На отдел кадров возлагаются осуществление найма и увольнения работников, регистрация, явки персонала на работу, контроль за соблюдением должностной инструкции (приложение Б), режима рабочего дня, трудовой дисциплины, обучение кадров и регулирование их профессионального роста, инструктаж по профилю работы и технике безопасности сотрудников.

Таким образом, в ООО «Все для дома» организационная структура является линейно-функциональной.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки структуры управления в ООО «Все для дома»

Тип структуры	Преимущества	Недостатки	Особенности
Линейно-функциональная	1 Более глубокая подготовка решений и планов связанных со специализацией работников 2 Некоторая разгрузка высших руководителей 3)Возможность привлечения консультантов и экспертов	1 Снижается степень взаимодействия между различными подразделениями организации на горизонтальных уровнях 2 Снижение ответственности отдельных руководителей.	Это наиболее распространенная структура управления. Используется на крупных и средних предприятиях любой отрасли и сферы деятельности.

В таблице ниже представлен основной перечень ассортиментных групп товаров ООО «Все для дома».

Таблица 2 – Ассортиментные группы товаров

Наименование ассортиментных групп	Количество позиций, ед.
Декор для дома	970
Зеркала	355
Инструменты и крепежные элементы	879
Кровати и матрасы	211
Кухонные шкафы и бытовая техника	376
Мебель для хранения	325
Мебель для сада и огорода	117
Мягкая мебель	97
Напольные покрытия	175
Освещение	395
Письменные столы	92
Приготовление пищи	480
Садовая мебель	450
Сервировка	390
Стол	60
Стулья	360
Текстиль и ковры	586
Товары для детей	341
Товары для досуга	200
Хранение и порядок	310
Хранение одежды	231
Хозяйственные товары	155
Прочее	387

Ассортимент реализуемых товаров насчитывает более 10000 ассортиментных позиций. Для того чтобы покупателям было легче ориентироваться в торговом зале, товары в супермаркете распределены по группам.

2.2 Анализ внешней среды ООО «Все для дома»

Внешняя среда рассматривается как совокупность двух относительно самостоятельных подсистем: макроокружения и непосредственного окружения. Макроокружение создает общие условия среды нахождения организации, в большинстве случаев макроокружение не носит специфического характера по отношению отдельно взятой организации.

Таблица 3 – Анализ отрасли

Показатели	Характеристики отрасли
1	2
Размер рынка	Число хозяйствующих субъектов занимающихся розничной торговлей возрастает, в 2015 г. - 325, в 2016 г. - 340, в 2017 г. - 350

Продолжение таблицы 3

1	2
Темп роста рынка (стадия жизненного цикла)	Стадия –интенсивный рост. Основная задача – укрепление и захват части рынка;
Число конкурентов	Высокая конкуренция, за последний год произошло увеличение на 10 конкурентов
Темпы и характер обновления ассортимента и улучшение качества	Высокий, с каждым годом наблюдается увеличение
Потребители продукции	Потребителями является население, вне зависимости от пола со средним и высоким уровнем дохода в возрасте от 16 лет
Каналы распространения продукции	Компании используют собственные каналы сбыта
Экономия на масштабе	Возможна в производстве и закупках товаров.
Уровень спроса и предложения	Высокий спрос и уровень предложения
Прибыльность	Высокий спрос обеспечивает прибыльность данной отрасли
Экспорт	Имеются поставки товаров в Китай, Казахстан
Импорт	Ввоз товаров в Казахстане, Украине, Польше, Китае,

Необходимо произвести PEST-анализ для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые могут повлиять на развитие организации.

Таблица 4 – Четырехпольная матрица PEST-анализ

<p>Политика</p> <p>1 Государственное регулирование конкуренции</p> <p>2 Налоговая политика</p> <p>3 Законодательство по защите прав потребителей</p> <p>4 Увеличение числа проверок</p> <p>5 Изменение законодательства</p>	<p>Экономика</p> <p>1 Изменение уровня инфляции.</p> <p>2 Нестабильная экономическая ситуация в стране</p> <p>3 Рост курса иностранной валюты</p> <p>4 Изменение уровня безработицы</p>
<p>Социум</p> <p>1 Средний уровень заработной платы</p> <p>2 Отношение к информации.</p> <p>3 Изменение структуры доходов и расходов.</p> <p>4 Демографическая ситуация</p>	<p>Технологии</p> <p>1 Новые информационные технологии</p> <p>2 Использование Интернет</p> <p>3 Увеличение состава предлагаемых услуг</p>

Таблица 5 – PEST-анализ деятельности ООО «Все для дома»

Группы факторов	События/ Факторы	Угроза (-) / Возможность (+)	Вероятность события или проявления фактора	Воздействие на компанию
1	2	3	4	5
Политические	Изменение законодательства	–	Низкая	Изменение законодательства в отрасли может привести к увеличению издержек

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5
Экономические	Уровень безработицы	+	Высокая	На 01.01.2018 уровень безработицы в г. Благовещенске составил 1,2 от числа трудоспособного населения в других городах области данный показатель выше, что говорит о том, что покупательская способность в г. Благовещенске достаточно высокая.
Социальные	Демографическая ситуация	+	Высокая	Происходит рост численности населения города Благовещенска, на данный момент численность составляет 225091 чел.(данные Росстата) Следовательно, это приведет к росту числа потенциальных покупателей.
Технологические	Новые информационные технологии	+	Высокая	Новые информационные технологии позволят сократить издержки

Наибольшую угрозу представляет политический фактор-изменение законодательства т.к. может привести к увеличению издержек. Экономические, социальные, технологические факторы дают организации возможности, которые она в силах реализовать, если правильно направит на это свои сильные стороны, а также, если сумеет использовать эти возможности для усиления своих слабых сторон.

Необходимо построить матрицу возможностей и матрицу угроз для оценки степени опасности угроз организации (таблицы 6 и 7).

Таблица 6 – Матрица возможностей

Вероятность использования / Влияние	Сильное	Умеренное	Слабое
Высокая	Расширение канала сбыта	Появление новых поставщиков	Расширение потребностей клиентов
Средняя	Снижение цен на товары	Уход фирм конкурентов	Совершенствование отдела продаж
Низкая	-		-

Таким образом, при оценке возможностей внешней среды выяснилось, что наиболее существенное влияние на организацию окажет – расширение канала сбыта товаров.

Таблица 7 - Матрица угроз

Вероятность реализации/Влияние	Разрушительное	Критическое	Тяжелое	Легкий ушиб
Высокая	Изменение покупательских предпочтений	Сбои в поставках товаров	Изменение уровня цен	–
Средняя	–	Появление новых конкурентов	Появление новых фирм на рынке	–
Низкая	–	–	–	–

Наибольшую угрозу для организации представляют– изменившиеся предпочтения покупателей. Эта угроза является наиболее вероятной и может нанести большой урон организации в виде снижения прибыли.

Наряду с методами изучения угроз, возможностей, силы и слабости организации для анализа среды может быть применен метод составления ее профиля.

В таблице 8 приведен профиль среды ООО «Все для дома».

Таблица 8 – Профиль среды

Факторы среды	Важность для отрасли (А)	Влияние на организацию (В)	Направленность влияния (С)	Степень важности D = А×В×С
Появление новых поставщиков	3	2	+	+6
Снижение цен на товары	2	3	+	+6
Уход фирм-конкурентов	2	2	+	+4
Совершенствование отдела продаж	2	1	+	+2
Расширение потребностей клиентов	3	1	+	+3
Расширение канала сбыта	3	3	+	+9
Изменение покупательских предпочтений	3	4	-	-12
Сбои в поставках товаров	3	3	-	-9
Изменение уровня цен	3	2	-	-6
Появление новых конкурентов	2	3	-	-6
Появление новых фирм на рынке	2	2	-	-4

Таким образом, наиболее важное положительное воздействие на организацию окажет фактор «расширение канала сбыта», а важное отрицательное – «изменение покупательских предпочтений».

Факторы прямого воздействия (ближайшее окружение) – оказывают

непосредственное влияние на деятельность предприятия: конкуренты, поставщики ресурсов, потребители.

Конкуренты: У ООО «Все для дома» три главных конкурента: «Дачница», «Уютный дом», «Посуда центр» По методике «4Р» можно выявить конкурентоспособность предприятия. Всем факторам присваивается количественная оценка по шкале, в которой граничные условия задаются наилучшим и наихудшим положением по критериям ¹⁰.

Таблица 9 – Лист оценки конкурентоспособности по методике «4Р»

Факторы конкурентоспособности	Все для дома	Дачница	Уютный дом	Посуда центр
Продукт				
Надежность	3	2	3	2
Срок службы	2	2	2	2
Ремонтопригодность	3	2	2	2
Технический уровень	4	3	4	2
Престиж торговой марки	3	2	4	3
Стиль	4	2	4	2
Уровень ремонтного обслуживания	3	2	2	2
Гарантийное обслуживание	3	2	2	2
Уникальность доп. услуг	4	3	4	3
Многовариантность набора изделий и услуг	3	3	4	2
Широта ассортимента	4	2	3	2
Цена				
Отпускная	3	2	3	3
Розничная	3	2	3	3
Скидки с цены	4	2	2	4
Условия и порядок расчетов	3	2	4	3
Регион и каналы сбыта				
Стратегии сбыта	3	2	3	2
Вид распределения продукта	3	2	3	3
Число дилеров	3	2	3	2
Число дистрибьюторов	2	2	3	2
Степень охвата рынка	3	2	4	2
Регион сбыта	4	3	3	2
Продвижение на рынке				
Формы рекламы	4	2	3	4
Где размещается реклама	4	2	3	4
Бюджет рекламы	3	2	3	3
Частота появления рекламы	3	2	3	3
Участие в выставках	4	2	2	3
Упоминание в СМИ	3	2	2	3
Нормативный индекс рейтинга	88 %	58 %	79 %	70 %

¹⁰ Конкурентоспособность предприятия : практикум / сост. А. В. Васильева. Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2003. С. 15.

По данным таблицы можно сделать вывод что ООО «Уютный дом» представляет наибольшую конкуренцию для ООО «Все для дома». Превосходит по таким факторам как: уровень ремонтного обслуживания, гарантийное обслуживание, широта ассортимента, предоставляемые скидки, широте сбыта, форма и размещение рекламы и участие в выставках.

При анализе деятельности конкурентов необходимо учесть все факторы, влияющие на спрос населения, а не только цена и качественные характеристики. Была присвоена следующая количественная оценка каждому фактору конкурентоспособности для всех конкурентов:

- хорошая характеристика – 1 балл;
- удовлетворительная характеристика – 0,5 балла;
- неудовлетворительная характеристика – 0 баллов.

Таблица 10 – Оценка конкурентов по факторам

в баллах

Фактор	Объект оценки			
	«Все для дома»	«Уютный дом»	«Дачница»	«Посуда центр»
Качество	1	1	0,5	1
Уровень посещения	0,5	1	0,5	1
Уровень цены	0,5	0,5	0,5	0,5
Ассортимент	1	1	0,5	1
Режим работы	0,5	1	0,5	1
Репутация фирмы	1	1	0,5	0,5
Итого	4,5	5,5	3	5

Из таблицы 10 видно, что среди перечисленных конкурентов наименьшая сумма баллов, равная 3 соответствует ООО «Дачница», ООО «Уютный дом» опережает все другие предприятия по общей сумме баллов и становится лидером по отношению к другим организациям. Судя по полученным данным, в настоящее время фирма ООО «Уютный дом» имеет надёжную репутацию, наибольшую конкурентоспособность, стабильное положение на рынке. Для того, чтобы занять лидирующее положение на рынке ООО «Все для дома» следует разработать мероприятие по совершенствованию деятельности.

Поставщики: Основными поставщиками товаров являются ООО «Сектор», ООО «БизнесМаркет», ООО «Крепеж центр», ООО «Анкер» ООО «Па-

русТрейд» ООО «Мир РМ», ООО «АльмаДом».

Таблица 11 – Количество поступивших и выполненных заказов поставщиками предприятия ООО «Все для дома» за 2017 г.

в штуках

Поставщик	Поступившие заказы	Выполненные заказы
ООО «Астра-Текстиль»	437	437
ООО «БизнесМаркет»	325	308
ООО «Керама»	287	287
ООО «Крепеж центр»	280	271
ООО «Анкер»	154	109
ООО «ПарусТрейд»	148	148
ООО «Мир РМ»	275	259
ООО «АльмаДом»	235	235
ООО «Семейные ценности»	159	155
ООО «Ававест»	245	212
ООО «Тамерлан»	163	158
ООО «Токката»	118	126
ООО «Торнадо»	213	187
ООО «Роспарфюм»	362	348

Из этого можно сделать вывод, что наиболее надежными поставщиками являются ООО «Астра-Текстиль» (приложение В – Договор поставки) лидер оптовых поставщиков продукции для сада, дома и отдыха, ООО «Керама»-поставщик высокотемпературного фарфора.

Потребителями товаров ООО «Все для дома» являются жители города Благовещенска в основном в возрасте от 20 лет вне зависимости от пола со средним и высоким достатком, а также организации находящиеся на территории Амурской области.

2.3 Анализ внутренней среды ООО «Все для дома»

Внутренняя среда организации – это та часть общей среды, которая находится в пределах организации. Она оказывает постоянное и самое непосредственное воздействие на функционирование организации.

Анализ внутренней среды проведем исходя из кадрового, производственного, финансового среза, а также среза маркетинга.

Цель предприятия – главная цель предприятия, по мнению директора, занять лидирующего положения среди магазинов, занимающихся продажей товаров для дома, а также получение максимальной прибыли.

Необходимо произвести анализ состава работников ООО «Все для дома»

Таблица 12 – Структура состава работников ООО «Все для дома»

Пол	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Темп при-роста	Темп роста, в процентах
Женский	20	22	19	-3	86,4
Мужской	11	11	7	-4	63,6
Всего	31	33	26	-7	78,8

По данным таблицы можно сделать вывод, что ООО «Все для дома» преобладают работники женского пола. В 2017 году количество работников сократилось на 21,2 % по сравнению с 2016 годом.

Таблица 13 – Показатели движения персонала ООО «Все для дома»

Показатели	Единицы измерения	Год			Изменение показателей		
		2015	2016	2017	2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.	2017 г. к 2015 г.
Численность принятых	Чел.	8	9	11	+1	+2	+3
Численность уволенных	Чел.	6	8	10	+2	+2	+4

Из таблицы видно, что в организации кол-во принятого и кол-во увольняющегося персонала возрастает, что свидетельствует о сохраняющейся высокой текучести кадров.

Рассчитаем коэффициенты оценки эффективности использования трудовых ресурсов.

Таблица 14 – Показатели текучести кадров в ООО «Все для дома»

Показатели	Год			Отклонение, в процентах		
	2015	2016	2017	2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.	2017 г. к 2015 г.
Коэффициент оборота по приему	0,26	0,27	0,42	103,8	155,5	161,5
Коэффициент оборота по увольнению	0,20	0,24	0,38	120,0	158,3	190,0
Коэффициент текучести рабочей силы	0,20	0,24	0,38	120,0	158,3	190,0
Коэффициент общего оборота	0,45	0,51	0,81	113,3	158,8	180,0

По таблице можно сделать вывод, что в организации увеличивается текучесть кадров, т. к. коэффициенты с каждым годом становятся больше.

На предприятии были выявлены причины текучести кадров с помощью опроса. Работникам было предложено ответить на следующие вопросы:

- Удовлетворены ли Вы заработной платой?
- Устаивают ли Вас условия труда?
- Психологическая обстановка предрасполагает к трудовой деятельности?
- Устраивает ли Вас руководитель организации?
- Удовлетворены ли Вы рабочим графиком?

Опрос показал, что большинство работников не удовлетворены заработной платой, что и является причиной высокой текучести кадров, о чем свидетельствует таблица фонда оплаты труда.

Таблица 15 – Фонд оплаты труда

Показатели	Единицы измерения	Год			Отклонение, в процентах		
		2015	2016	2017	2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.	2017 г. к 2015 г.
Фонд оплаты труда	тыс. руб.	7440	8712	8500	117,1	97,5	114,3

Фонд оплаты труда в ООО «Все для дома» возрос на 17,1 % в 2016 году по сравнению с 2015, но снизился в 2017 по сравнению с 2016 годом на 2,5 %.

Маркетинг – ООО «Все для дома» проводит умеренную рекламную компанию, а именно: размещает рекламные объявления в газетах, в журналах, производит рассылку рекламных буклетов потенциальным и постоянным клиентам, но это не совсем достаточно для эффективной деятельности предприятия.

Стратегический анализ внутренней среды ООО «Все для дома» проведен с помощью SWOT-анализа, матрица которого представлена в таблице 16.

Применяя метод SWOT удастся установить линии связи между силой и слабостью, которые присущи организации и внешними угрозами и возможностями.

Таблица 16 – Матрица SWOT-анализа

	Возможности	Угрозы
1	2	3
	1 Появление новых поставщиков 2 Снижение цен на товары 3 Уход фирм-конкурентов 4 Совершенствование отдела продаж 5 Расширение потребностей	1 Изменение покупательских предпочтений 2 Сбои в поставках товаров 3 Изменение уровня цен 4 Появление новых конкурентов 5 Появление новых фирм на

1	2	3
<p>Сильные стороны:</p> <p>1 Широкий ассортимент</p> <p>2 Высокая квалификация персонала</p> <p>3 Известность организации на рынке</p> <p>4 Доступные цены</p> <p>5 Высокая рентабельность</p>	<p>клиентов</p> <p>6 Расширение канала сбыта</p> <p>Известность организации будет способствовать расширению канала сбыта</p> <p>Широкий ассортимент и высокая квалификация персонала позволят сократить число фирм-конкурентов</p> <p>Приемлемые цены способствуют привлечению большего количества потребителей</p>	<p>рынке</p> <p>Появление конкурентов вызовет дополнительные расходы финансовых ресурсов</p> <p>Известность организации добавит преимуществ в конкурентной борьбе</p> <p>Широкий ассортимент и доступные цены предотвратят появлению новых конкурентов</p>
<p>Слабые стороны:</p> <p>1 Сбои в снабжении</p> <p>2 Недостаточный контроль исполнения приказов и распоряжений</p> <p>3 Высокая конкуренция</p> <p>4 Недостатки в рекламной политике</p> <p>5 Недостаточный канал сбыта</p>	<p>Недостаток рекламной политики создаст затруднение при расширении канала сбыта</p> <p>Сбои в снабжении можно ликвидировать с помощью появления новых поставщиков</p> <p>Высокую конкуренцию можно ликвидировать с помощью снижения цен на товары</p>	<p>Появление новых конкурентов ухудшит конкурентную позицию</p> <p>Недостатки в рекламной политике не удержит покупателей при изменении их требований</p> <p>Недостаточный канал сбыта при появлении новых фирм на рынке может привести к банкротству организации</p>

Опираясь на сильные стороны ООО «Все для дома» можно снизить угрозы, расширяя ассортимент товаров и поддерживать доступность цен, что предотвратит появлению новых конкурентов.

Слабой стороной для реализации возможностей служит недостаток рекламной политики, необходимой для расширения канала сбыта. Так же сбои в снабжении можно ликвидировать с помощью привлечения новых поставщиков, а высокую конкуренцию с помощью снижения цен на товары.

С помощью таблицы 13 можно сделать вывод, что в организации увеличивается текучесть кадров, т.к. коэффициенты с каждым годом становятся больше.

Большинство работников не удовлетворены заработной платой, что и является причиной высокой текучести кадров, о чем свидетельствует уменьшение фонда оплаты труда.

Анализ производственной деятельности с выявлением проблем проведем в пункте 2.5.

2.4 Анализ формирования и распределение прибыли ООО «Все для дома»

Анализ формирования прибыли характеризует эффективность механизма хозяйствования на предприятии. Анализ представляет собой особый инструмент управления прибылью по принципу: расходы-производство-прибыль. Эта формула предполагает наличие информации о расходах, нормативах, учет реализации товаров.

Для выявления резервов роста прибыли проведем факторный анализ. Факторный анализ – методика системного измерения воздействия факторов на величину результативных показателей. Важным приемом факторного анализа являются приемы элиминирования, т. е. исключение воздействия факторов на величину результативного показателя. Используя данный прием, определим величину влияния отдельного фактора на прибыль предприятия.

Размер влияния факторных показателей на чистую прибыль представим в виде аддитивной модели (1):

$$\text{ЧП} = \text{В} + \text{ПОД} + \text{ОНП} - \text{С} - \text{МР} - \text{ОТ} - \text{ОСМ} - \text{А} - \text{ПОР} - \text{ННП}, \quad (1)$$

Размер выручки от реализации зависим от ряда факторов: цена и количество товара, удельный вес каждого вида товара в общем объеме реализации:

$$\text{В} = \text{ОР} \times \text{УД} \times \text{Ц}, \quad (2)$$

где ОР - объем реализации товара;

УД - показатель структуры реализованного товара;

Ц - цена товара.

Определив средний индекс цен, можно узнать влияние изменения объема реализованного товара на размер чистой прибыли.

Цены на товар ООО «Все для дома» в 2017 году возросли на 10 %, то есть индекс цен составил 1,1.

Таблица 17 – Факторный анализ прибыли ООО «Все для дома» за 2015 - 2017 гг.

в тысячах рублей

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение
Выручка	50752	56821	71273	14452
Прочие доходы	1245,6	2168,9	2498,2	329,3
Себестоимость продаж	45553	50701	61447	10746
Увеличение (уменьшение) остатков товаров	1896,3	2075,5	-	-2075,5
Материальные расходы	758,2	864,8	3125,1	2260,3
Расходы на оплату труда	945	958	973	15
Прочие операционные расходы	9584,3	9723,8	10617,9	894,1
Прочие обычные расходы	1012,2	1142,5	1086,2	-56,3
Чистая прибыль	5199	6120	9826	3706

Используя данные таблицы 17, определим величину влияния факторов на изменение выручки от реализации товаров. Общее изменение выручки от реализации товаров найдем по формуле (3):

$$\Delta B = B_2 - B_1, \quad (3)$$

$$\Delta B = 71273 - 56821 = 14452.$$

Таким образом, выручка от реализации товаров возросла за отчетный период на 14452 тыс. руб., на что оказало влияние изменение цены реализации и объема реализованного товара. Расчет влияния этих факторов можно определить следующим образом, формулы (4) и (5):

$$\Delta B_{\text{ц}} = B_2 - B_1 : I_{\text{ц}}, \quad (4)$$

$$\Delta B_{\text{ОРУД}} = B_2 : I_{\text{ц}} - B_1, \quad (5)$$

$$\Delta B_{\text{ц}} = 71273 - 56821 : 1,1 = 14452 - 52000,9 = 6479,3 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta B_{\text{ОРУД}} = 71273 : 1,1 - 56821 = 64793,7 - 56821 = 7972,7 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, рост цен стимулировал увеличение выручки от реализации на 6479,3 тыс. руб., а также увеличение объема реализации на 7972,7 тыс. руб.

Аналогично рассчитаем влияние факторов на изменение себестоимости товара. формула (6):

$$\Delta C_{\text{общ}} = C_2 - C_1, \quad (6)$$

$$\Delta C_{\text{общ}} = 61447 - 50701 = 10746 \text{ тыс. руб.}$$

Себестоимость единицы товара изменилась лишь за счет повышения цены, формула (7):

$$\Delta C_{\text{ц}} = C_2 - C_2 : I_{\text{ц}}, \quad (7)$$

$$\Delta C_{\text{ц}} = 61447 - 61447 : 1,1 = 61447 - 55860,1 = 5586,9 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, за счет изменения цены себестоимость товаров увеличилась на 5586,9 тыс. руб.

На основе проведенных расчетов можно сделать следующий вывод, что изменение цены привело к изменению чистой прибыли за счет себестоимости и выручки от реализации товаров.

Основными источниками информации для анализа финансового состояния предприятия служит отчетный бухгалтерский баланс (приложение Г). В таблице 18 представлена динамика и структура бухгалтерского баланса.

Таблица 18 – Динамика и структура бухгалтерского баланса

Статьи баланса	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение Абсолютное, тыс. руб.	Темп при- роста, в процентах
1	2	3	4	5	6
АКТИВ					
1 Внеоборотные активы:	799	815	846	31	103,8
Основные средства	799	815	846	31	103,8
2 Оборотные активы:	33823	56632	70683	14051	124,8
Запасы	21406	43157	61983	18826	143,6
Дебиторская задолженность	6929	7752	4137	-3615	53,4

Продолжение таблицы 18

1	2	3	4	5	6
Денежные средства и денежные эквиваленты	4344	5378	4218	-1160	78,4
Прочие оборотные активы	345	345	345	0	100,0
БАЛЛАНС	33823	57447	71529	14082	124,5
ПАССИВ					
3 Капитал и резервы:	32637	56261	70343	14082	125,0
Уставный капитал	483	483	483	0	100,0
Нераспределенная прибыль	32154	55778	69860	14082	125,2
4 Долгосрочные обязательства					
5 Краткосрочные обязательства:	1186	1186	1186	0	100,0
Кредиторская задолженность	1186	1186	1186	0	100,0
БАЛЛАНС	33823	57447	71529	14082	124,5

Как видно из данных таблицы 18, за анализируемый период произошло увеличение баланса, за 2017 год активы организации увеличились на 14082 тыс. руб., или на 24,5 %.

За анализируемый период оборотные активы увеличились на 14051 тыс. руб., или на 24,8 %. Такое увеличение произошло в результате увеличения запасов на 18826 тыс. руб., или на 43,6 %, сокращения дебиторской задолженности на 3615 тыс. руб., или на 46,6 % и сокращения денежных средств на 1160 тыс. руб., или на 21,6 %.

Сокращение дебиторской задолженности свидетельствует о сокращении отгрузки товара без предоплаты и является положительным моментом.

В структуре пассива наибольшую долю составляет собственный капитал, причем, его доля увеличилась. Увеличение собственного капитала связано с ростом нераспределенной прибыли организации. Такое увеличение является положительным моментом и свидетельствует о повышении независимости организации от внешних источников.

Кредиторская задолженность за анализируемый период не изменилась. Анализируя структуру бухгалтерского баланса, следует отметить превышение дебиторской задолженности над кредиторской.

Для поддержания финансовой устойчивости организации необходим чистый оборотный капитал, поскольку превышение оборотных средств над краткосрочными обязательствами означает, что организация не только может погасить свои обязательства, но и имеет финансовые ресурсы для расширения своей деятельности в будущем.

Таблица 19 – Анализ чистого оборотного капитала

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонения	
				абсолютное, тыс. руб.	темп прироста, в процентах
Запасы, всего	21406	43157	61983	18826	143,6
Дебиторская задолженность	6929	7752	4137	-3615	53,4
Оборотные активы, всего	33823	56632	70683	14051	124,8
Краткосрочные пассивы, всего	1186	1186	1186	0	100,0
Всего обязательств	1186	1186	1186	0	100,0
Чистый оборотный капитал	32637	55446	69497	14051	125,4

Чистый оборотный капитал – это работающий капитал, который необходим для поддержания финансовой устойчивости организации, поскольку превышение оборотных средств над краткосрочными обязательствами означает, что организация не только может погасить свои обязательства, но и имеет финансовые ресурсы для расширяющейся деятельности в будущем.

$$\text{ЧОК} = \text{Оборотные активы} - \text{Краткосрочные обязательства}, \quad (8)$$

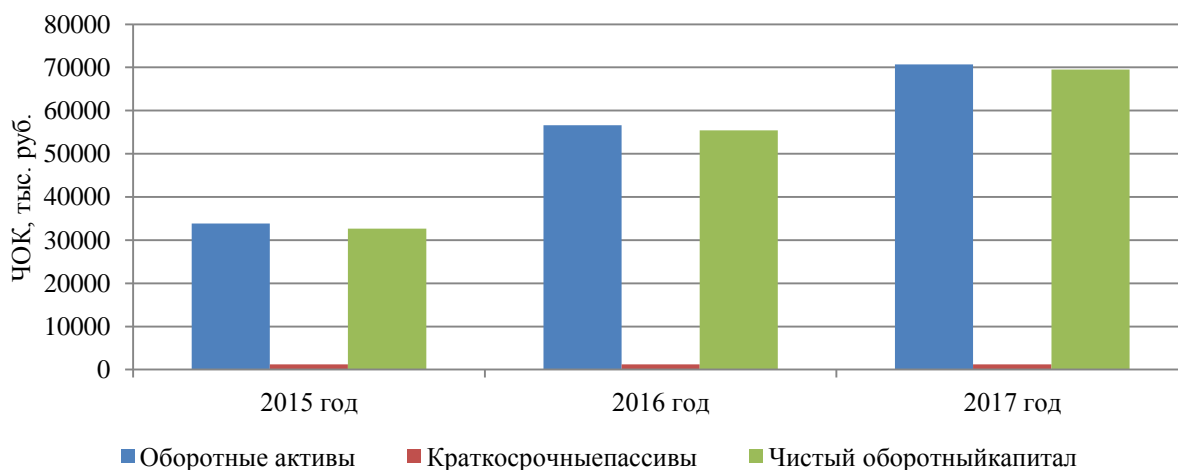


Рисунок 2 – Динамика чистого оборотного капитала

Оборотные активы превышают краткосрочные пассивы, в результате чего у организации имеется чистый оборотный капитал. Это означает, что организация может погасить свои обязательства. Такая динамика расценивается как положительная, общество может расплатиться в любой момент по своим краткосрочным долгам. Платежеспособность организации увеличивается.

Финансовые результаты деятельности организации характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Прибыль организация получает главным образом от реализации продукции.

Объем реализации и величина прибыли, уровень рентабельности зависят от производственной, снабженческой, маркетинговой и финансовой деятельности организации, иначе говоря, эти показатели характеризуют все стороны хозяйствования.

Таблица 20 – Динамика финансовых результатов деятельности организации

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Темп роста, в процентах
Выручка	50752	56821	71273	14452	125,4
Себестоимость продаж	45553	50701	61447	10746	121,2
Валовая прибыль (убыток)	5199	6120	9826	3706	160,6
Коммерческие расходы	-	-	-	-	-
Управленческие расходы	-	-	-	-	-
Прибыль (убыток) от продаж	5199	6120	9826	3706	160,6
Чистая прибыль (убыток)	5199	6120	9826	3706	160,6

Результаты расчетов представлены на рисунке 3.

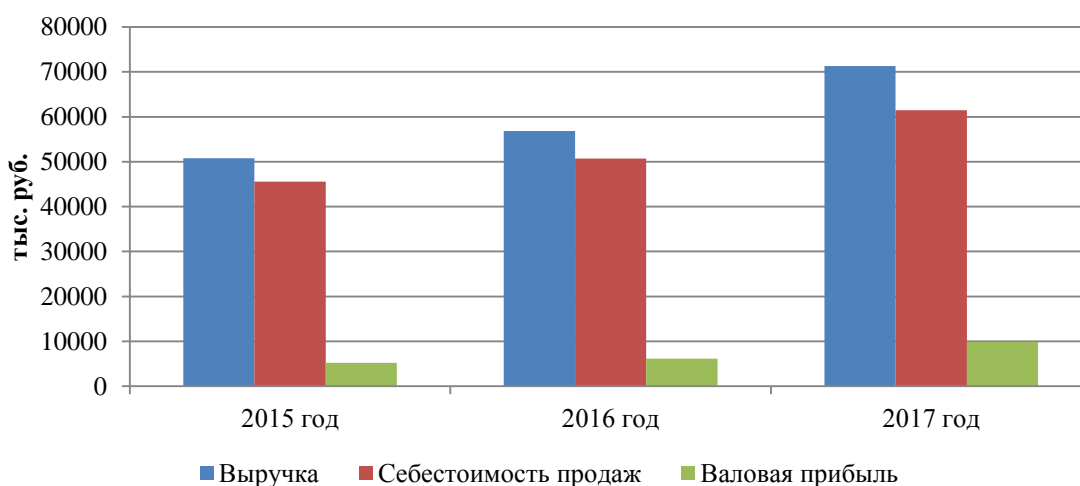


Рисунок 3 - Динамика финансовых результатов деятельности организации

Выручка от реализации продукции увеличилась на 14452 тыс. руб., или на 25,4 %. Себестоимость реализованной продукции увеличилась на 10746, или на 21,2 %. Темп роста выручки от реализации продукции выше темпа роста себестоимости продукции, в результате чего прибыль от реализации продукции за анализируемый период увеличилась на 3706 тыс. руб., или на 60,6 %.

Экономическую эффективность деятельности организации позволяют оценить показатели рентабельности: Коэффициент рентабельности всего капитала-говорит о способности организации зарабатывать дополнительные деньги, наращивать свой капитал.

Таблица 21 – Коэффициенты рентабельности

Экономические показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Темп роста, в процентах
Выручка	50752	56821	71273	14452	125,4
Себестоимость продаж	45553	50701	61447	10746	121,2
Прибыль(убыток)от продаж	5199	6120	9826	3706	160,6
Чистая прибыль (убыток)	5199	6120	9826	3706	160,6
Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	33823	56632	70683	14051	124,8
Среднегодовая стоимость текущих активов, тыс. руб.	33823	56632	70683	14051	124,8
Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.	32637	56261	70343	14082	125,0
Рентабельность активов, в процентах	15,4	10,8	13,9	3,1	128,7
Рентабельность текущих активов, в процентах	15,4	10,8	13,9	3,1	128,7
Рентабельность продаж, в процентах	10,2	10,8	13,7	2,9	126,9
Рентабельность собственного капитала, в процентах	15,9	10,9	13,9	3,0	127,5

Рентабельность активов организации показывает, сколько чистой прибыли приходится на 1 рубль всех активов. В отчетном периоде рентабельность активов составила 13,9 %. Данное значение очень мало и свидетельствует о высокой прибыльности организации. С рентабельностью текущих активов произошли аналогичные изменения. Рентабельность собственных средств показывает, сколько чистой прибыли приходится на 1 рубль источников собственных средств, у нас это – 13,9 %. Использование собственных средств также приносит прибыль.

Что касается рентабельности продаж, в 2017 году на каждый рубль реализованной продукции организация получило на 2,9 руб. больше прибыли, чем в 2016 году. Рентабельность собственного капитала имеет также высокое значение. Можно сделать вывод об эффективной деятельности организации.

Как показал анализ, спрос потребителей ООО «Все для дома» увеличивается, прибыль устойчива и повышается. Проблема деятельности ООО «Все для дома» заключается в том, что предприятие не полностью использует возможности формирования прибыли.

2.5 Анализ производственной деятельности ООО «Все для дома»

Производственная деятельность ООО «Все для дома» заключается в реализации товаров. Проводя анализ, следует учесть такой показатель как объем продаж, который необходим для определения эффективности работы данной организации.

В таблице отражены данные по объему продаж ООО «Все для дома» за 2015 - 2017 гг.

Таблица 22 – Объем продаж ООО «Все для дома» за 2015 - 2017 гг.

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.		Абсолютное отклонение	Темп роста, в процентах	Уровень выполнения плана отчетного года	
			план	факт			плюс/минус	процент
Товарооборот, тыс. руб.	50752	56821	70000	71273	14452	125,4	1273	101,9
Торговая площадь, м ²	390	390	390	390	-	-	-	-
Товарооборот в расчете на один метр торговой площади, тыс. руб.	130,1	145,7	179,5	182,8	37,1	125,4	3,3	101,9
Среднесписочная численность работников-чел.	31	33	28	28	-5	84,8	-	-
Товарооборот в расчете на одного среднесписочного работника	1637,2	1721,8	2500	2545,5	823,7	147,8	45,5	101,9

Индекс динамики объема продаж равен:

$$И = 71273 : 56821 = 1,25$$

Из таблицы можно сделать вывод, что в 2017 году произошел рост объема продаж на 14452 тыс. руб. или на 25,4 %, чему способствовало расширение дея-

тельности организации. Также можно наблюдать рост объема продаж на 1 м² на 25,4 % и рост объема продаж на одного работника на 47,8 %.

Структура объема продаж по товарным группам представлена в таблице 23.

Таблица 23 – Структура объема продаж по товарным группам ООО «Все для дома»

Товарные группы	2015 г., тыс. руб.	2016 г., тыс. руб.	2017 г., тыс. руб.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Темп роста, в процентах	Рост удельного веса
Декор для дома	12875	13785	15275	1490	110,8	10,8
Зеркала	873	916	987	71	107,7	7,7
Инструменты и крепежные элементы	572	632	1016	384	160,7	60,7
Кровати и матрасы	278	371	452	81	121,8	21,8
Бытовая техника	1364	1520	1870	350	123,0	23,0
Мебель для хранения	968	1087	1200	113	110,3	10,3
Мебель для сада и огорода	1079	1356	1577	221	116,2	16,2
Мягкая мебель	915	1005	1249	244	124,2	24,2
Напольные покрытия	502	532	689	157	129,5	29,5
Освещение	2715	3265	5668	2403	173,5	73,5
Письменные столы	245	278	317	39	114,0	14,0
Предметы для приготовления пищи	1125	1465	2576	1111	175,8	75,8
Садовая мебель	430	637	813	176	127,6	27,6
Сервировка	10812	11520	15013	3493	130,3	30,3
Стол	200	280	345	65	123,2	23,2
Стулья	250	260	264	4	101,5	1,5
Текстиль и ковры	6785	8782	10128	1346	115,3	15,3
Товары для детей	153	180	215	35	119,4	19,4
Товары для досуга	247	250	279	29	111,6	11,6
Хранение и порядок	150	268	285	17	106,3	6,3
Хранение одежды	102	146	198	52	135,6	35,6
Хозяйственные товары	8014	8100	10561	2461	130,3	30,3
Прочее	98	186	296	110	159,1	59,1
Итого	50752	56821	71273	14452	125,4	25,4

Как видно из таблицы 23, в 2017 году наблюдается рост объема продаж по всем товарным группам. Значительный рост объема продаж произошел по таким товарам как инструменты и крепежные элементы на 60,7 %, освещение 73,5 %, предметы для приготовления пищи-75,8 %.

В таблице 24 отображена структурная доля объема продаж по товарным группам организации.

Таблица 24 – Структурная доля объема продаж ООО «Все для дома»

Товарные группы	2015 год	2016 год	2017 год	Отклонение, в процентах
Декор для дома	25,36	24,26	21,43	-2,83
Зеркала	1,72	1,61	1,38	-0,23
Инструменты и крепежные элементы	1,12	1,11	1,42	0,31
Кровати и матрасы	0,54	0,65	0,63	-0,02
Бытовая техника	2,68	2,67	2,62	-0,05
Мебель для хранения	1,90	1,91	1,68	-0,23
Мебель для сада и огорода	2,12	2,38	2,21	-0,17
Мягкая мебель	1,80	1,76	1,75	-0,01
Напольные покрытия	0,98	0,93	0,96	0,03
Освещение	5,34	5,74	7,95	2,21
Письменные столы	0,48	0,48	0,44	-0,04
Предметы для приготовления пищи	2,21	2,57	3,61	1,04
Садовая мебель	0,84	1,12	1,14	0,02
Сервировка	21,30	20,27	21,06	0,79
Стол	0,39	0,49	0,48	-0,01
Стулья	0,49	0,45	0,37	-0,08
Текстиль и ковры	13,36	15,45	14,21	-1,24
Товары для детей	0,30	0,31	0,30	-0,01
Товары для досуга	0,48	0,43	0,39	-0,04
Хранение и порядок	0,29	0,47	0,39	-0,08
Хранение одежды	0,20	0,25	0,27	0,02
Хозяйственные товары	15,79	14,25	14,81	0,56
Прочее	0,19	0,32	0,41	0,09
Итого	100,00	100,00	100	0,00

Данные таблицы свидетельствуют о том, что в 2017 году в структуре объема продаж произошли следующие изменения: рост доли объема продаж по таким товарным группам как: инструмент и крепежные элементы, напольные покрытия, освещение, предметы для приготовления пищи, садовая мебель, сервировка, хранение одежды, хозяйственные товары.

Анализ выполнения плана объема продаж выполняется по кварталам, что помогает установить, насколько ритмично работает торговое предприятие.

Таблица 25 – Анализ ритмичности работы ООО «Все для дома» за 2017 год

Квартал	Объем продаж, тыс. руб.		Удельный вес, в процентах		Изменение, в процентах
	план	факт	план	факт	
1	15800	15842	22,6	22,2	-0,4
2	18700	18750	26,7	26,3	-0,4
3	18500	18645	26,4	26,2	-0,2
4	17000	18036	24,3	25,3	1,0
Итого	70000	71273	100,0	100,0	0

В выполнение плана по ритмичности записывается фактическая доля объема продаж за *i*-й период, но не больше плановой.

В данном случае:

- 1 квартал 2017 г. – 22,2 %;
- 2 квартал 2017 г. – 26,3 %;
- 3 квартал 2017 г. – 26,2 %;
- 4 квартал 2017 г. – 24,3 %.

Тогда, коэффициент ритмичности объема продаж составит: $0,222 + 0,263 + 0,262 + 0,243 = 0,99$ или 99 %. Результат свидетельствует о бесперебойности работы ООО «Все для дома» и эффективной производственной деятельности, т.к. в 2017 году наблюдается рост объема продаж. Значительный рост объема продаж произошел по таким товарам как инструменты и крепежные элементы, освещение, предметы для приготовления пищи.

Таким образом, деятельность организации – эффективная, т. к. выручка от реализации продукции увеличилась на 14452 тыс. руб., или на 25,4 %. Себестоимость реализованной продукции увеличилась на 10746, или на 21,2 %. Темп роста выручки от реализации продукции выше темпа роста себестоимости продукции, в результате чего прибыль от реализации продукции за анализируемый период увеличилась на 3706 тыс. руб., или на 60,6 %, положительные и результаты по рентабельности продаж: в 2017 году на каждый рубль реализованной продукции организация получила на 2,9 руб. больше прибыли, чем в 2016 году. Рентабельность собственного капитала имеет также высокое значение. Факторный анализ прибыли позволил выявить что рост цен стимулировал увеличение выручки от реализации на 6479,3 тыс. руб., а также увеличение объема реализации на 7972,7 тыс. руб.

С помощью анализа внешней и внутренней среды можно сделать вывод, что потребителями товаров ООО «Все для дома» являются жители города Благовещенска, в основном, в возрасте от 20 лет вне зависимости от пола со средним и высоким достатком, а также организации находящиеся на территории Амурской области. Наиболее надежными поставщиками являются ООО «Аст-

ра-Текстиль» лидер оптовых поставщиков продукции для сада, дома и отдыха, ООО «Керама» – поставщик высокотемпературного фарфора. По методике «4Р» было выявлено, что ООО «Уютный дом» представляет наибольшую конкуренцию для ООО «Все для дома», и превосходит по таким факторам как: уровень ремонтного обслуживания, гарантийное обслуживание, широта ассортимента, предоставляемые скидки, широте сбыта, форма и размещение рекламы, и участие в выставках. Так же анализ профиля среды показал, что наиболее важное положительное воздействие на организацию и на отрасль окажут факторы «расширение канала сбыта», а важное отрицательное – «изменение покупательских предпочтений».

По результатам анализа производственной деятельности был сделан вывод, о бесперебойности работы ООО «Все для дома» результат получен с помощью коэффициента ритмичности продаж, а также об эффективной производственной деятельности, т.к. в 2017 году наблюдается рост объема продаж. Значительный рост объема продаж произошел по таким товарам как инструменты и крепежные элементы, освещение, предметы для приготовления пищи.

Можно сделать вывод по таблице 13, что в организации имеется проблема-увеличение текучести кадров, т.к. коэффициенты текучести персонала с каждым годом становятся больше. Большинство работников не удовлетворены заработной платой, что и является причиной высокой текучести, о чем свидетельствует уменьшение фонда оплаты труда.

Также анализ производственной деятельности позволил выявить проблему, которая заключается в необходимости расширения торговых площадей для удовлетворения спроса покупателей.

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ВСЕ ДЛЯ ДОМА»

3.1 Разработка мероприятия по созданию интернет-магазина

В качестве одного из наиболее конструктивных предложений совершенствования деятельности является расширение канала сбыта с помощью создания интернет-магазина.

На сайте будет размещена общая информация о компании, список предлагаемого ассортимента, с указанием характеристик, наличием описаний, а также стоимость товаров. Информацию регулярно целесообразно пополнять и обновлять.

Что касается самого сайта, то представляется необходимым увеличение его объема за счет подробной информации о наличии товаров, их визуализации, детального описания других продуктов и услуг, предоставляемых компанией.

Чтобы клиент мог легко найти интересующую его продукцию и информацию, целесообразно создать внутри сайта собственную поисковую систему. Необходимо поместить рекламу на большей части наиболее посещаемых «проводниковых» Интернет-ресурсах. Это необходимо для повышения популярности самого сайта, чтобы потенциальные клиенты могли легко обнаружить сайт компании.

Рекомендуем создать собственный список рассылки по электронной почте. Это не потребует значительных усилий и капиталовложений, а эффективность данного шага будет весьма высокой, т.к. данная рассылка будет распространяться по целевой аудитории, а не случайным образом.

Целесообразно организовать рассылку по электронной почте по спискам существующих рассылок, например, прайс-листов, автоматически всем подписавшимся пользователям.

Обоснованность всего вышперечисленного основывается на большом охвате аудитории, относительно высокой потенциальной платежеспособности, неограниченности территориально (не только в пределах города Благовещенска

и Амурской области), низкой стоимости Интернет-рекламы по сравнению с другими видами рекламы, высоком потенциале развития Интернета и компьютерных технологий.

Кроме того, целесообразно учитывать, что такая реклама может быть ориентирована не только на местный рынок, но и на зарубежных покупателей. Но для этого они должны иметь возможность легко найти сайт компании и уж тем более, обнаружить на нем всю интересующую его информацию на нужном языке.

Одним из методов оценки эффективности рекламы в Интернете ООО «Все для дома» с точки зрения популярности сайта и получения на сайт целевой аудитории является учет количества посетителей сайта, возможно с помощью программ – Liveinternet, Яндекс. Метрика, Google.Analytics и другие.

ООО «Все для дома» рекомендуется внедрить в рекламную деятельность элементы электронной рекламы:

При этом планируется использовать:

– рассылки электронной почты (E-mail рассылки) как средство массовой коммуникации, группового общения и рекламы, в т.ч автоматизированные рассылки сообщений электронной почты группе адресатов по заранее составленному списку;

– баннерную рекламу – баннеры в интернете, один из преобладающих форматов интернет-рекламы – графическое изображение, аналогичное рекламному модулю в прессе, но содержащее анимированные элементы, а также являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя или страницу с дополнительной информацией.

Рекомендуем разработать и использовать рекламные стандарты (например, фирменные цвета) ООО «Все для дома».

Координация работы по рекламе ООО «Все для дома» важна еще и потому, что очень часто именно через рекламу в сознании потребителя формируется представление о качестве товара.

Распространять рекламу можно через такие потоки, как:

– потоки людей (прохожие на улице, на проходной завода, посетители выставки);

– потоки информации (газеты, радио, телевидение, электронные сети);

Для совершенствования деятельности данной организации представлен ряд мероприятий:

- А – определение ответственных лиц;
- В – поиск офиса и его оборудование;
- С – разработка интернет-магазина;
- D – организация дополнительной рекламы;
- E – поиск сотрудников;
- F – определение товаров необходимых к продвижению;
- G – внедрение интернет-магазина;
- H – анализ эффективности.

Далее задаем сроки выполнения и потребность в персонале. Представим порядок выполнения процесса внедрения нового мероприятия в таблице 26.

Таблица 26 – Порядок и сроки выполнения процесса внедрения

Операция	Содержание	Предшествующая операция	Продолжительность операции, дней
A	Определение ответственных лиц	–	4
B	Поиск офиса и его оборудование	A	7
C	Разработка интернет-магазина	B	14
D	Организация дополнительной рекламы	C	3
E	Поиск сотрудников	D	4
F	Определение товаров необходимых к продвижению	D	7
G	Внедрение интернет-магазина	E, F	2
H	Анализ эффективности	G	35

Далее по данным таблицы 26 построим сетевой граф реализации управленческого решения.

Исходя из данного рисунка видно, что критический путь проходит через А, В, С, D, E, G, H. Данные операции не имеют резерва времени и должны выполняться в первую очередь. Таким образом, длительность процесса составит 69 дней.

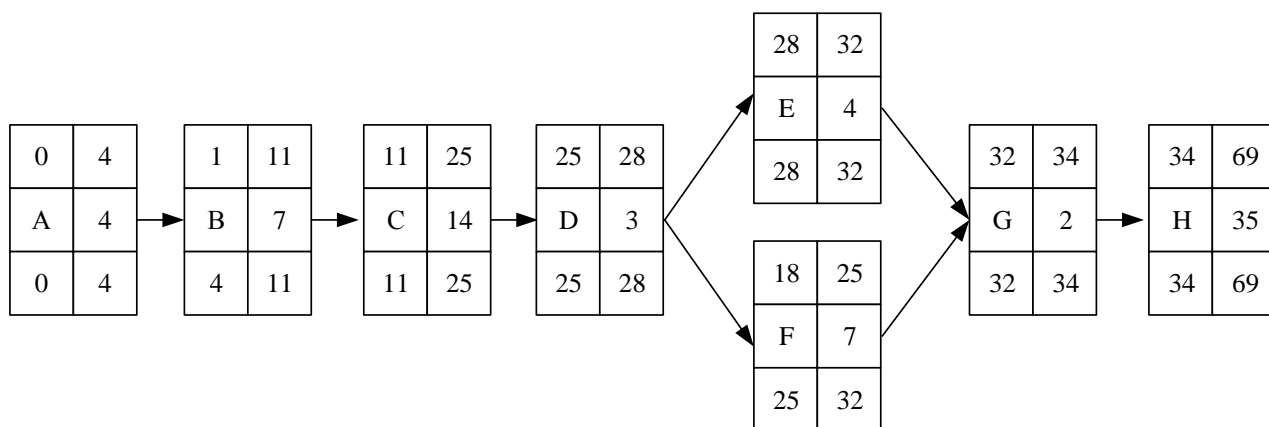


Рисунок 4 – Сетевой граф

При планировании механизма реализации следует применить условия неопределенности. Для оценки риска как невыполнение работ в срок и определение оптимального времени на выполнение данных операций, которые могут быть подвержены неопределенности, заданы оптимистическое (а) и пессимистическое (b) время их выполнения. Для критических операций была рассчитана дисперсия. Такие операции и их характеристики представлены в таблице 27.

Таблица 27 – Операции, подверженные неопределённости и их характеристики

Операция	Продолжительность операций по графику(m), дней	Оптимистическое время операции(a), дней	Пессимистическое время операции (b), дней	Ожидаемое время операции(t), дней $t = (a+4m+b) : 6$	Дисперсия $\sigma^2 = (\frac{b-a}{6})^2$
A	4	3	7	4,33	0,44
B	7	5	10	7,17	0,69
C	14	12	17	14,17	0,69
D	3	2	5	3,17	0,25
E	4	3	8	4,5	0,69
G	2	1	5	2,33	0,44
H	35	30	40	35	2,76
$\sigma_{\text{общ}}^2 = 5,96 \quad \sigma = \sqrt{\sigma^2} = 2,4$					

Показатель дисперсии характеризует степень разброса возможных значений продолжительности выполнения операций. Так при неблагоприятных обстоятельствах продолжительность реализации мероприятия может увеличиться на 2 дня и составит 71 день, а при благоприятных условиях продолжительность может снизиться на 2 дня и составит 67 дней.

В последующем рассчитаем вероятность отклонения по таблице нормаль-

ного распределения и определим величину риска. Расчеты представлены в таблице 28.

Таблица 28 – Расчет величины риска

Кол-во дней, t_i	Отклонение, $Z = \frac{t_i - t_{cp}}{\sigma}$	Вероятность, $P(Z)$	Риски, в процентах
69	0	0,5	50
70	0,42	0,337	33,7
71	0,83	0,193	19,3
72	1,25	0,096	9,6
73	1,67	0,048	4,8
74	2,08	0,019	1,9

Построим график рисков, который представлен на рисунке 5, где срок реализации соответствующий величине риска 19,3 %, в норме величина может достигать от 10 % до 20 %.

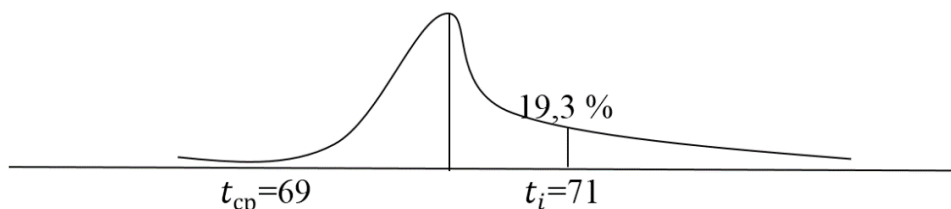


Рисунок 5 – График рисков

На рисунке 5 видно, что оптимальный срок внедрения интернет-магазина составляет 71 дня с риском 19,3 %.

Риск – это возможная опасность потерь, вытекающая из специфики тех или иных явлений и видов деятельности человеческого общества. Присутствует риск: временной, торговый, финансовый, конкурентный, которые были оценены по пятибалльной шкале с помощью метода экспертных оценок. Шкала от 1 до 5 баллов предусматривает, 1 балл менее вероятное проявление риска, 5 – наибольшая вероятность наступления риска. Результаты представлены в таблице 29.

Таблица 29 – Оценка рисков экспертным методом

Эксперт	Риск				Сумма рангов
	временной	торговый	финансовый	конкурентный	
1	2	3	4	5	6
Генеральный директор	2	4	5	3	14

1	2	3	4	5	6
Менеджер	2	3	4	5	14
Бухгалтер	4	2	5	3	14
Товаровед	5	2	3	4	14
Сумма баллов	13	11	17	15	–

Эксперты выявили, что риск финансовых потерь является наибольшей вероятной помехой для создания интернет-магазина. На основе результатов оценивания рисков изобразим «спираль рисков» на рисунке 6.

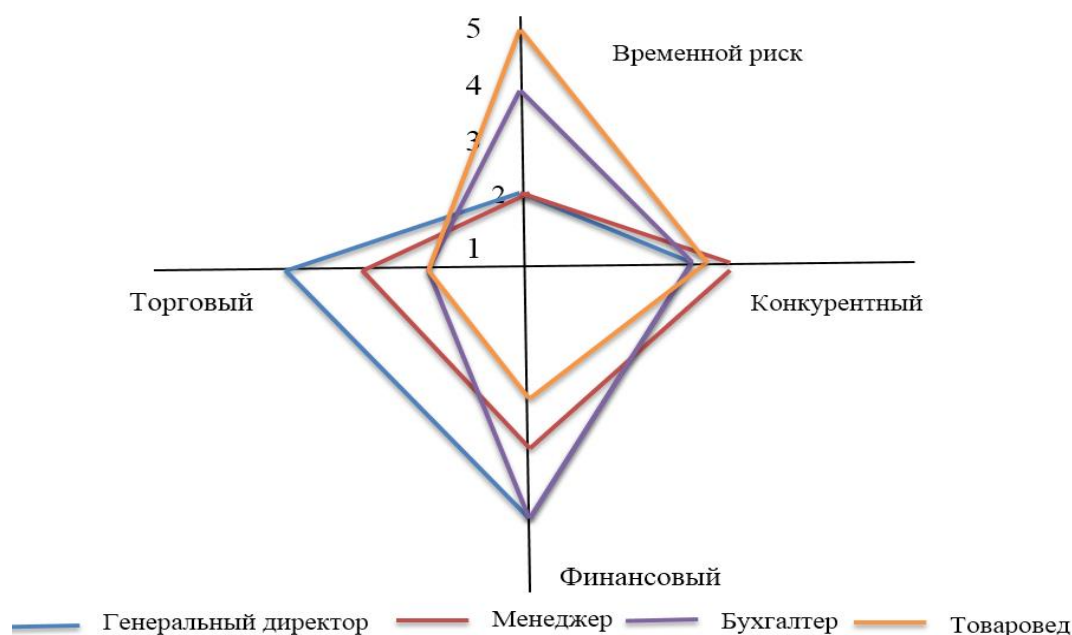


Рисунок 6 – «Роза рисков»

Полученные результаты говорят, что наибольшую угрозу несет финансовый риск.

Для полного механизма реализации мероприятия необходима матрица распределения ответственности, которая представлена в таблице 30.

Обозначение: Р – руководство, О – организация, И – исполнение.

Таблица 30 – Матрица распределения ответственности

Мероприятие	Генеральный директор	Товаровед	Менеджер	Специалист по кадрам
1	2	3	4	5
Определение ответственных лиц	Р	–	О	И
Поиск офиса и его обустройство	Р	–	И	–
Разработка интернет-сайта	-	-	О	–

1	2	3	4	5
Организация дополнительной рекламы	Р	–	О	-
Поиск новых сотрудников	Р	О	О	И
Внедрение интернет-магазина	Р	-	О	-
Анализ эффективности	Р	О	И	-

Матрица распределения ответственности показывает, что ответственность распределяется неравномерно, большая часть ее приходится на генерального директора и менеджера.

Таким образом, на основе полученных данных путем применения сетевого планирования, было выявлено, что оптимальный срок реализации интернет-магазина составит 71 день с риском 19,3 %.

Рекламный бюджет ООО «Все для дома» весьма ограничен, ежемесячные расходы на маркетинг будут не более 10000 руб.

В эту сумму будут включены расходы на рекламу на сайте АМУР.НЕТ на сумму 1800 руб.

Необходимо разместить рекламу ООО «Все для дома» в справочнике 2ГИСе, т.к. она предназначена для потребителей, которые уже готовы к покупке и ищут, где лучше ее сделать, а соответственно, заинтересованы в дополнительной информации. Стоимость услуги составляет около 1000 рублей.

Один из наиболее эффективных способов рекламы – это раздача листовок с рекламой компании, Затраты на данные мероприятия будут составлять 3000 руб. в месяц на 1000 листовок.

Также возможный вариант проведения рекламы – это бегущая строка на телевидении. Рекламно-информационное агентство «Видео Интернешнл'с» имеет возможность поместить информацию на бегущей строке канала (СТС), затраты составят 1680 руб.

Цена. Минимальная цена товара, на которую будет действовать доставка на дом, будет составлять 500 руб.

Принимать и обрабатывать заказы, поступившие в интернет-магазин будет два оператора находящиеся в отдельном офисе, которые будут сменять друг

друга. График работы каждого оператора – с 9 часов утра до момента закрытия магазина (около 18 часов), «день через день», т.е. один день работает оператор, потом день отдыха (в это время работает второй), а потом опять день работает и т.д. Каждый работник при выполнении плана в месяц будет получать дополнительные премии, рост заработной платы, изменение режима работы.

Первоначальный размер гарантированной заработной платы 15000 руб. в месяц, а за работу двух операторов 30000 руб. В дальнейшем планируется рост зарплаты, в зависимости от успешности проекта.

Необходимо арендовать площадь под офис размером около 20 м². Никаких специальных требований к офису нет, желательно, чтобы там был телефон, что позволит сократить затраты на установку нового телефона, а также у офиса должна быть свободная площадку. В офисе будут стоять столы, стулья, на столах – компьютеры, и принтеры. Компьютеры будут подключены к Интернету, также на столах будут установлены телефоны.

На аренду офиса затрачиваться будет около 15000 руб. в месяц. Поставщиком компьютера может выступать гипермаркет цифровой и бытовой техники «DNS» (50 лет Октября, 28 т. 8-800-770-79-99), там достаточно низкие цены на товар, но принципиальных различий между продавцами компьютерной техники в Благовещенске нет.

Новый компьютер: ЖК монитор 17 дюймов, процессор со скоростью около 2 ГГц, маленькие колонки, мышь, клавиатура – в этом магазине стоит 18 тыс. руб.

Черно-белый принтер со встроенным сканером стоит 3500 руб. Есть другие варианты покупки, можно приобрести подержанный компьютер, по гораздо более низкой цене.

Модем для подключения к Интернету стоит 1890 руб.

Стол и стул можно сделать на заказ на торговой базе «Мебельный ряд» (Текстильная, 49а/1) или купить готовый с различными расцветками, параметрами. Расходы составят не больше 4000 руб. за комплект.

Телефонный аппарат стоит около 1000 руб., мобильный можно приобре-

сти за 1500 руб.

Заказать сайт Интернет-магазина в «ВебСайт Мастер» (www.megagroup.ru) будет стоить 6800 руб., интегрировать его стоит 2800 руб., необходимы затраты на дизайн, общая стоимость Интернет-сайта составит от 9600 до 20000 руб.

В таблице 31 отражены постоянные затраты организации за месяц работы. Таблица 31 – Постоянные затраты ООО «Все для дома» по реализации мероприятия создания Интернет – магазина

в рублях

Наименование	Сумма
Заработная плата	$30000 + 99000 = 129000$
– оператор – 2 чел.	$15000 \times 2 = 30000$
– водитель с личным авто – 3 чел.	$38590 \times 3 = 115770$
Затраты на офис:	19500
– аренда офиса	15000
– абонентная плата за телефон	500
– плата за пользование Интернетом	1800
– обслуживание веб-сайта	2200
Реклама:	7800
– реклама в Amur.net	1800
– реклама в 2ГИСе	1000
– листовки	3000
– бегущая строка на СТС	+2000
Итого	173070

По таблице можно сделать вывод, что постоянные затраты равны 173070 рублей в месяц.

Необходимый объём первоначальных затрат отражён в таблице 32.

Таблица 32 – Необходимые первоначальные затраты

в рублях

Наименование затрат	Сумма
Стол, стул	4000
Стационарный телефон	1000
Сотовый телефон	1500
Компьютер	18000
Принтер	3500
Интернет (модем и установка wi-fi)	1500
Веб-сайт	9600
Итого	39100

Необходимые первоначальные затраты составят 39100 руб.

Ответственность за несостоятельность проекта лежит на директоре ООО «Все для дома».

Расчёт планируемой прибыли производится исходя из того, что каждый заказ будет приносить компании в среднем 500 руб. прибыли.

Динамика прогнозируемого количества заказов приведена в таблице 33.

Таблица 33 – Прогнозируемое количество заказов за год (январь-декабрь 2018 г.)

Показатель	Первый год по месяцам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Количество заказов	350	400	450	500	550	600	650	700	750	800	850	900

С каждым месяцем кол-во заказов будет увеличиваться минимум на 50 заказов.

3.2 Разработка мероприятия по совершенствованию управленческой деятельности с кадрами

ООО «Все для дома» является динамичным объектом, то все процессы характерные для него, требуют незамедлительного воздействия– текучесть кадров не является исключением. В целях облегчения понимания множество определений «текучести кадров» можно сгруппировать по их определенным признакам, что значительно облегчит понимание ее сути, а также, что особенно важно позволит рассмотреть текучесть кадров с разных сторон, следовательно, не упустить ничего важного, способного принести для предприятия негативные последствия.

Текучесть кадров – это явление, которое оказывает на ООО «Все для дома», как положительный эффект, так и приносит отрицательные последствия. По оценке директора, исследуемое явление несет в себе больше негативных моментов, так основными являются:

– во-первых, как отмечалось ранее, влияет на кадровый состав предприятия, что приводит к снижению производственной деятельности организации. Это объясняется большими временными затратами на поиск новых сотрудни-

ков, а затем их обучению специфики предприятия. Так, например, для того чтобы «ввести» сотрудника в ООО «Все для дома», его необходимо ознакомить со структурой подразделения, его рабочим местом, должностными обязанностями, тонкостями работы и прочему – для этого необходим наставник-специалист, который обучая нового сотрудника, не сможет выполнять свой объем работы полностью, в свою очередь, отрицательно скажется на деятельности ООО «Все для дома»;

– во вторых, текучесть кадров ухудшает моральный климат на предприятии. Это объясняется наличием «привязанности» сотрудников друг к другу. Так например для слаженной работы отдела продаж ООО «Все для дома», необходимо наличие сплочённой команды, в которой менеджер товаровед и продавцы-консультанты доверяют друг другу и знают характер каждого. Если коллектив подвергается постоянным изменениям, то формирование сплоченной команды невозможно;

– в-третьих, текучесть кадров приводит к затратам на подбор и адаптацию работников;

– в-четвертых, вновь принятому сотруднику требуется время на адаптацию, а значит, первое время он не сможет выполнять план в полном объеме, что приведет к потере части прибыли, которая является главным показателем деятельности ООО «Все для дома».

Однако текучесть кадров нельзя рассматривать лишь как отрицательное явление, практика показывает, что для нее характерны и положительные последствия:

– во-первых, текучесть кадров приводит к межотраслевому и территориальному перераспределению трудовых ресурсов;

– во-вторых, благодаря наличию текучести, возможно профессиональное передвижение трудовых ресурсов, как внутри ООО «Все для дома»; так и вне пределов;

– в-третьих, если для предприятия характерен высокий уровень текучести кадров, то оно стремится снизить его, а значит удержать работников матери-

альными стимулами, что приводит к повышению, благосостояния населения города Благовещенска;

– в-четвертых, текучесть кадров приводит к тому что люди работают на разных предприятиях и должностях, а значит развиваются в нескольких направлениях.

Таким образом, можно отметить, что наиболее весомым отрицательным последствием высокой текучести кадров является снижение производительности труда в ООО «Все для дома», которое влечет за собой снижение эффективности ее деятельности, а значит снижение конкурентоспособности на рынке; а положительным – перераспределение рабочей силы и профессиональное продвижение кадров.

Причина высокой текучести кадров в ООО «Все для дома» является неудовлетворенность заработной платой, но эту неудовлетворенность можно компенсировать премиями (20 % в год от ФОТ), которые будут получать сотрудники за повышение уровня выручки на 20 % также важно нематериальное стимулирование, для повышения лояльности персонала.

Рекомендуем следующие мероприятия направить на совершенствование деятельности организации:

– ввести систему премий для всего персонала;

– ввести такие виды нематериального стимулирования, как награждение почетной грамотой, объявление благодарности.

Основные принципы премирования в ООО «Все для дома» предусматривают:

– премирование работников производится по заранее определенным показателям;

– размер премии должен быть связан с теми экономическими выгодами, которые принес работник организации;

– премирование может производиться как за месяц, квартал, год, так и по факту достижения определенных результатов труда;

– начисление и выплата премий производится на основании приказа

главного руководящего лица организации;

- показатели, условия и размер премирования устанавливаются главным руководящим лицом организации (в противном случае показатели премирования могут быть деформированы и не соответствовать реальным целям компании);

- премия начисляется за выполнение каждого показателя в отдельности;

- при невыполнении основного условия премирования премия не выплачивается полностью;

- основанием для начисления премии являются данные бухгалтерской и статистической отчетности, а по показателям, по которым такая отчетность не предусмотрена, по данным оперативного учета, утверждаемым соответствующим должностным лицом;

- показатели и условия премирования и размер расходов на оплату труда коллективам могут устанавливаться с учетом распределения премий по коэффициенту трудового участия;

- главное руководящее лицо организации имеет право в индивидуальных случаях увеличивать размер начисленной премии за особые результаты по установленным показателям, но не более чем на определенную фиксированную величину (в процентах от начисленной премии);

- главное руководящее лицо организации имеет право полностью или частично лишить отдельных работников премии за производственные упущения. Перечень производственных упущений, за которые работники могут лишаться премии полностью или частично, должен быть заранее установлен и быть общедоступным. Пример таких упущений – прогулы, появление на работе в состоянии алкогольного или наркотического опьянения, нарушения правил техники безопасности, пожарной безопасности, правил внутреннего трудового распорядка. Лишение или снижение размера премии производится за тот расчетный период, в котором упущение было совершено или обнаружено, и оформляется приказом;

- по каждому виду премирования должны быть разработаны и утвержде-

ны локальные положения о начислении премий за производственные результаты;

– в положении по каждому виду премирования должны быть учтены особенности показателей и условий производственной деятельности, определен конкретный круг премируемых по каждому из видов премирования, конкретизированы показатели и условия премирования работников с учетом их участия в деятельности;

– порядок формирования и расчета размера средств на премирование определяется согласно приказу главного руководящего лица организации.

Усовершенствовать деятельность с кадрами возможно с помощью применения системы премирования и нематериального стимулирования, которая сократит текучесть кадров.

3.3 Экономическая эффективность предложенных мероприятий

Рассчитаем эффективность создание интернет-магазина для продажи товаров (полученная минимальная прибыль по месяцам январь-декабрь 2018 год):

$$П_1 = 350 \times 500 = 175000.$$

$$П_2 = 400 \times 500 = 200000.$$

$$П_3 = 450 \times 500 = 225000.$$

$$П_4 = 500 \times 500 = 250000.$$

$$П_5 = 550 \times 500 = 275000.$$

$$П_6 = 600 \times 500 = 300000.$$

$$П_7 = 650 \times 500 = 325000.$$

$$П_8 = 700 \times 500 = 350000.$$

$$П_9 = 750 \times 500 = 375000.$$

$$П_{10} = 800 \times 500 = 400000.$$

$$П_{11} = 850 \times 500 = 425000.$$

$$П_{12} = 900 \times 500 = 450000.$$

На рисунке 7 приведена планируемая прибыль и затраты предлагаемого мероприятия.

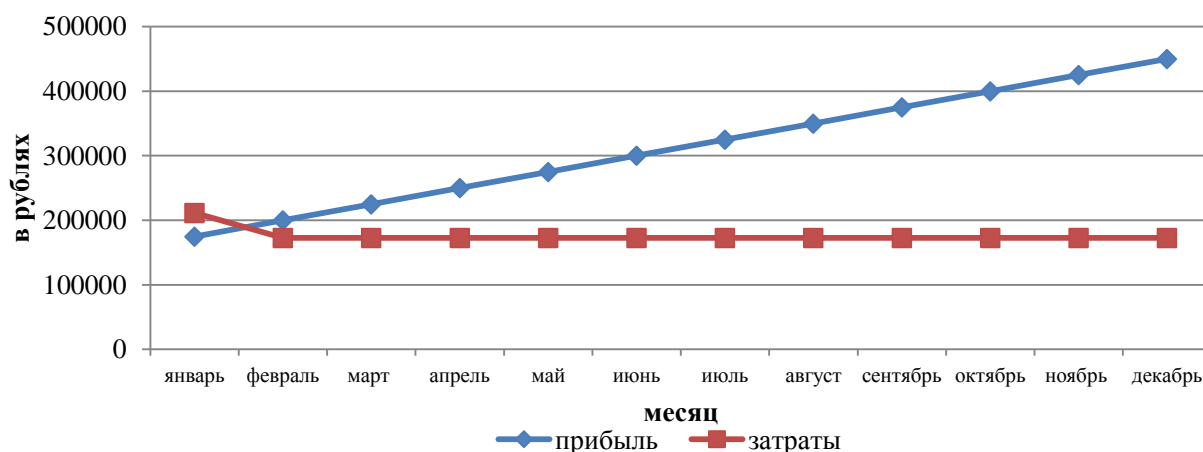


Рисунок 7 – Планируемая прибыль и затраты предлагаемого мероприятия

По графику видно, что в первом месяце введенный сайт в действие не будет приносить дохода, т.к. затраты больше прибыли, это связано с приобретением оборудования в офис.

Рассчитаем эффективность предложенного мероприятия по формуле операционной прибыли (ЕВИТ) (9):

$$\text{ОП} = \text{Валовая прибыль} - \text{Операционные затраты}, \quad (9)$$

$$\text{ОП}_1 = 175000 - 212170 = -37170 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_2 = 200000 - 173070 = 26930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_3 = 225000 - 173070 = 51930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_4 = 250000 - 173070 = 76930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_5 = 275000 - 173070 = 101930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_6 = 300000 - 173070 = 126930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_7 = 325000 - 173070 = 151930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_8 = 350000 - 173070 = 176930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_9 = 375000 - 173070 = 201930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_{10} = 400000 - 173070 = 226930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_{11} = 425000 - 173070 = 251930 \text{ руб.}$$

$$\text{ОП}_{12} = 450000 - 173070 = 276930 \text{ руб.}$$

Значение операционной прибыли в первом месяце имеет отрицательное

значение (- 37170), но во втором начинает существенно и расти и дальше происходит тенденция к росту.

Так же для оценки эффективности принятого мероприятия проведем имитационное моделирование поведения покупателей товаров для дома, до и после введение в работу интернет-магазина.

Для моделирования введем переменные и дискретные значения следующих переменных:

- x_1 – удовлетворенность ценой;
- x_2 – желание совершать покупки в ООО «Все для дома»;
- x_3 – удобство посещения ООО «Все для дома»;

Для каждого дискретного значения были заданы соответствующие случайные величины, представленные в таблице 34.

Таблица 34 – Данные для проведения имитационного моделирования

Дискретное значение	Вероятность	Кумулятивная вероятность	Случайные числа
x_1 – удовлетворенность ценой			
Удовлетворен (да)	0,4	0,4	0-39
Не удовлетворен (нет)	0,6	1	40-99
x_2 – желание совершать покупки в ООО «Все для дома»			
Удовлетворен(да)	0,3	0,3	0-29
Не удовлетворен(нет)	0,7	1	30-99
x_3 – удобство посещения ООО «Все для дома»;			
Удовлетворен(да)	0,4	0,4	0-39
Не удовлетворен (нет)	0,6	1	40-99

Результаты имитационного моделирования поведения покупателей до введения в работу интернет-магазина представлены в таблице Д.1 приложения Д.

Сделав вывод из имитационного моделирования можно сказать, что 62 % не удовлетворены ценой, которая представлена на прилавках в ООО «Все для дома»; 58 % не желают совершать покупки из-за неудобства посещения магазина.

Далее было проведено имитационное моделирование ожидаемого поведения покупателей после реализации мероприятия по совершенствованию деятельности, при этом были использованы ранее применённые переменные, в со-

ответствии с изменением системы, так же были заданы соответствующие вероятности, приведенные в таблице 35.

Таблица 35 – Данные для проведения имитационного моделирования

Дискретное значение	Вероятность	Кумулятивная вероятность	Случайные числа
x_1 – удовлетворенность ценой			
Удовлетворен (да)	0,6	0,6	0 - 59
Не удовлетворен (нет)	0,4	1	60 - 99
x_2 – желание совершать покупки в ООО «Все для дома»			
Желаю (да)	0,7	0,7	0- 6 9
Не удовлетворен (нет)	0,3	1	70 - 99
x_3 – удобство посещения ООО «Все для дома»;			
Удовлетворен (да)	0,6	0,6	0 - 59
Не удовлетворен (нет)	0,4	1	59 - 99

Результаты моделирования представлены в приложении Д, в таблице Д.2.

Анализ изменений, повлеченных принятым мероприятием приведен в таблице 36.

Таблица 36 – Изменение показателей имитационного моделирования

Наименование показателя	Значение	Показатели до реализации, процентов	Показатели после реализации, процентов	Прирост, процентов
Удовлетворенность ценой	Да	38	60	22
	Нет	62	40	-22
Желание совершать покупки в ООО «Все для дома»	Да	42	72	30
	Нет	58	28	-30
Удобство посещения ООО «Все для дома»;	Да	40	66	20
	Нет	60	34	-26

Таким образом, анализ результатов имитационного моделирования поведения покупателей свидетельствует о том, что внедрение интернет-магазина является оптимальным мероприятием по совершенствованию деятельности ООО «Все для дома». В результате реализации удовлетворенность ценой увеличивается на 22 %, т.к. товары в интернет магазине стоят дешевле, это повлечет за собой появление желания совершать покупки именно в ООО «Все для дома» на 30 %, так же возрастёт удовлетворенность посещения на 20 %, т.к. интернет-магазин работает ежедневно, что ценится людьми с высоким уровнем занятости.

Расчеты свидетельствуют об эффективности работы интернет-магазина, который не требует значительных затрат и имеет высокую прибыльность.

Рассчитаем эффективность мероприятия по уменьшению текучести персонала.

Таблица 37 – Затраты на мероприятие по уменьшению текучести персонала ООО «Все для дома»

Мероприятия	Затраты, руб.
Ввести систему премий для всего персонала (за высокие достижения по итогам года)	Премии – 20 % в год от ФОТ. ФОТ = 10200 тыс. руб. (1700 тыс. руб. приходится на премии)
Ввести такие виды нематериального стимулирования, как награждение почетной грамотой, объявления благодарности	100 шт. × 30 руб. = 3 тыс. руб. / год (затраты на покупку бланков, грамот и благодарностей)
Итого	1700 + 3 = 1703 тыс. руб.

При реализации данных мероприятий, произойдет рост выручки на 20 % и составит 14254,6 тыс. руб.

$$71273 \times 0,2 = 14254,6 \text{ тыс. руб.}$$

Экономическая эффективность определяется по формуле (10):

$$\text{Э} = \text{Р} : \text{З}, \tag{10}$$

где Э – экономическая эффективность;

Р – результат предложенных мероприятий;

З – затраты на осуществление предложенных мероприятий

$$\text{Э} = 14254,6 : 1703 = 8,4.$$

Выявлено, что среди продавцов-консультантов наибольшая текучесть, в результате данного мероприятия их заработная плата повысится на 20 % и составит:

$$20000 \times 1,2 = 24000 \text{ руб.}$$

Коэффициент оборота по приему составит:

$$16 : 32 = 0,5$$

Произойдет увеличение с 0,42 до 0,5 коэффициента оборота по приему, в

результате произойдет снижение текучести кадров.

Данное мероприятие будет эффективным, т.к. принесет организации дополнительные финансовые средства в размере 14254,6 тыс. руб., а экономическая эффективность составит 8,4

В данной главе было рекомендовано ООО «Все для дома» разработать и поместить собственный сайт в Интернет. Это, будет положительно характеризовать данную организацию. Исходя из сетевого графа видно, что длительность процесса внедрения сайта составит 69 дней. Но с учетом всех рисков видно, что оптимальный срок реализации интернет-магазина составляет 71 дня с риском 19,3 %. «Роза рисков» показала, что наибольшую угрозу несет финансовый риск. Матрица распределения ответственности показывает, что ответственность распределяется неравномерно, большая часть ее приходится на генерального директора и менеджера. Был сделан вывод, что постоянные издержки равны 173070 руб. в месяц, а необходимые переменные издержки составили 39100 руб. Далее был произведен анализ эффективности данного мероприятия, из расчетов видно, что в первом месяце введенный в действие интернет-магазин не будет приносить дохода, т.к. затраты больше прибыли, это связано с приобретением оборудования в офис. Но во втором месяце затраты снижаются и становятся постоянными. Значение операционной прибыли в первом месяце имеет отрицательное значение (-37170), но во втором начинает существенно и расти и дальше наблюдается тенденция к росту.

Также было предложена система премирования и нематериального стимулирования, которая будет эффективна, т.к. принесет организации дополнительные финансовые средства в размере 14254,6 тыс. руб., а также снизит текучесть кадров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном обществе организации постоянно пребывают в движении, но этого мало, им необходимо правильное направление. В случае если организация движется в верной направленности, она улучшается, совершенствуется.

Добиться совершенствование деятельности возможно посредством: постановки целей перед сотрудниками организации и разработки проектов; сравнения с достижениями конкурентов и лучшими практическими достижениями; признания и вознаграждения за достижение улучшений.

Процесс совершенствования деятельности – путь к искоренению ошибок в среде руководителей, специалистов, служащих и рабочих.

Во второй главе работы проведен анализ деятельности ООО «Все для дома». В настоящее время основным направлением деятельности организации является торговля мебелью, посудой, предметами освещения, текстилем, инструментами, хозяйственными товарами и дополнительными аксессуарами. ООО «Все для дома» организационная структура является линейно-функциональной.

Можно сделать вывод, об эффективной деятельности организации, т. к. выручка от реализации продукции увеличилась на 14452 тыс. руб., или на 25,4 %. Себестоимость реализованной продукции увеличилась на 10746, или на 21,2 %. Темп роста выручки от реализации продукции превосходит над темпами себестоимости продукции, это привело к тому что прибыль от реализации продукции за анализируемый период увеличилась на 3706 тыс. руб., или на 60,6 %. Что касается рентабельности продаж, в 2017 году на каждый рубль реализованной продукции организация получила на 2,9 руб. больше прибыли, чем в 2016 году. Рентабельность собственного капитала имеет также высокое значение. Проведя анализ внешней и внутренней среды можно сделать вывод, что потребителями товаров ООО «Все для дома» являются жители города Благовещенска в основном в возрасте от 20 лет вне зависимости от пола со средним и высоким достатком, а также организации находящиеся на территории Амурской области. Наиболее надежными поставщиками являются ООО «Астра-

Текстиль» лидер оптовых поставщиков продукции для сада, дома и отдыха, ООО «Керама» – поставщик высокотемпературного фарфора. По методике «4Р» было выявлено, что ООО «Уютный дом» представляет наибольшую конкуренцию для ООО «Все для дома». Превосходит по таким факторам как: уровень ремонтного обслуживания, гарантийное обслуживание, широта ассортимента, предоставляемые скидки, широте сбыта, форма и размещение рекламы, и участие в выставках. Так же анализ профиля среды показал, что наиболее важное положительное воздействие на организацию и на отрасль окажут факторы «расширение канала сбыта, а важное отрицательное – «изменение покупательских предпочтений».

По результатам анализа производственной деятельности был сделан вывод, о бесперебойности работы ООО «Все для дома» результат получен с помощью коэффициента ритмичности продаж а также об эффективной производственной деятельности, т.к. в 2017 году наблюдается рост объема продаж. Можно сделать вывод, что в организации имеется проблема-увеличение текучести кадров, т.к. коэффициенты текучести персонала с каждым годом становятся выше. Большинство работников не удовлетворены заработной платой, что и является причиной высокой текучести, о чем свидетельствует уменьшение фонда оплаты труда. Анализ производственной деятельности позволил выявить проблему, которая заключается в необходимости расширения торговых площадей для удовлетворения спроса покупателей.

В третьей главе были предложены мероприятия по совершенствованию деятельности ООО «Все для дома». Было рекомендовано ООО «Все для дома» разработать собственный интернет-магазин. Это, будет положительно характеризовать данную организацию. Исходя из сетевого графа видно, что длительность процесса внедрения сайта составит 69 дней. Но с учетом всех рисков видно, что оптимальный срок реализации управленческого решения по внедрению мероприятия составляет 71 дня с риском 19,3 %. «Роза рисков» показала, что наибольшую угрозу несет финансовый риск. Матрица распределения ответственности показывает, что ответственность распределяется неравномерно,

большая часть ее приходится на генерального директора и менеджера. Можно сделать вывод, что постоянные затраты равны 173070 руб. в месяц, а необходимые переменные затраты составят 39100 руб. Далее был произведен анализ эффективности данного мероприятия, из расчетов видно, что в первом месяце введенный сайт в действие не будет приносить дохода, т.к. затраты больше прибыли, это связано с приобретением оборудования в офис. Но во втором месяце затраты снижаются и становятся постоянными. Значение операционной прибыли в первом месяце имеет отрицательное значение (-37170), но во втором начинает существенно и расти и дальше наблюдается тенденция к росту.

Так же для оценки эффективности принятого мероприятия проведено имитационное моделирование поведения покупателей товаров для дома, до и после введение в работу интернет-магазина. Таким образом, анализ результатов имитационного моделирования поведения покупателей свидетельствует о том, что внедрение интернет-магазина является оптимальным мероприятием по совершенствованию деятельности ООО «Все для дома»; В результате реализации мероприятия удовлетворенность ценой увеличивается на 22 %, т.к. товары в интернет магазине стоят дешевле, это повлечет за собой появление желания совершать покупки именно в ООО «Все для дома» на 30 %, так же возрастет удовлетворенность посещения на 20 %, т.к. интернет-магазин работает ежедневно ,что ценится людьми с высоким уровнем занятости.

Также было предложена система премирования и нематериального стимулирования, которая будет эффективна, т.к. принесет организации дополнительные финансовые средства в размере 14254,6 тыс. руб., а также снизит текучесть кадров.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Амурский статистический ежегодник 2017: Статистический сборник/Амурстат. - Благовещенск, 2017. – 472 с.
- 2 Арутюнов, В.В. Управление персоналом / В.В. Арутюнов, И.В. Волынский. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 448 с.
- 3 Архипов, В.Е. Принципы эффективного менеджмента и маркетинга / В.Е. Архипов. – М. : Инфра-М, 2014. – 378 с.
- 4 AUP.Ru : Административно-Управленческий Портал [Электронный ресурс]. – М., 2018. – Режим доступа :<http://www.aup.ru/articles/marketing>. – 29.04.2018.
- 5 Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) : учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М. : Дашков и К, 2013. – 372 с.
- 6 Бердникова Л.Ф. Информационное обеспечение финансового анализа // Молодой ученый. — 2014. — №14. — С. 131-136. — URL <https://moluch.ru/archive/73/12476/> (дата обращения: 28.05.2018).
- 7 Бланк, И.А. Управление торговым предприятием / И.А. Бланк. – М. : Тандем, 2017. – 374 с.
- 8 Веснин, В.Р. Основы менеджмента : учебник / В.Р. Веснин. – М. : Проспект, 2016. – 320 с.
- 9 Виссема, Х. Менеджмент в подразделениях фирмы / Х. Виссема. – М. : БИНОМ, 2016. – 625 с.
- 10 Виханский, О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И, Наумов. – М. : Норма, 2015. – 365 с.
- 11 Герасименко О. А., Тыщенко И. В. Оценка финансового состояния организации и практические аспекты его стабилизации // Молодой ученый. — 2017. — №14. — С. 345-347. — URL <https://moluch.ru/archive/148/41500/> (дата обращения: 02.06.2018).
- 12 Герчикова, И.Н. Менеджмент / И.Н. Герчикова. – М. : Банки и биржи, 2015. – 501 с.
- 13 Глухов, В.В. Менеджмент / В.В. Глухов. – СПб. : Специальная лите-

ратура, 2017. – 700 с.

14 Гончаров, В.В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала / В.В. Гончаров. – М. : Экономика, 2015. – 247 с.

15 Грузинов, В.П. Экономика предприятия / В.П. Грузинов, В.Д. Грибов. – М. : МИК, 2016. – 345 с.

16 Донцова, Л.В. Анализ финансовой отчетности / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – М. : Дело и сервис, 2014. – 336 с.

17 EUP. Ru : Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал [Электронный ресурс]. – М., 2013. - Режим доступа : <http://eup.ru>. – 20.04.2018.

18 Забелина, О.В. Финансовый менеджмент / О.В. Забелина, Г.Л. Толкаченко. – М. : Экзамен, 2015. – 224 с.

19 Интернет-издание о бизнесе и технологиях. — Режим доступа: http://www.equipnet.ru/articles/gover/gover_905.html (дата обращения 30.05.2018).

20 Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 301 с.

21 Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М. : Норма, 2015. – 424 с.

22 Ковалев, В.В. Финансовый анализ : управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В.В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 462 с.

23 Ковалева Т. В. Изучение факторов внешней и внутренней среды организации // Молодой ученый. — 2016. — №12. — С. 1293-1296. — URL <https://moluch.ru/archive/116/31886/> (дата обращения: 05.05.2018).

24 Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия) : учебник для бакалавров / В.В. Коршунов. – М. : Юрайт, 2013. – 433 с.

25 Крейнина, М.Н. Финансовый менеджмент / М.Н. Крейнина. – М. : Дело и сервис, 2017. – 304 с.

- 26 Куприянчук, Е.В. Управление персоналом: ассесмент, комплектование, адаптация, развитие : учебное пособие / Е.В. Куприянчук, Ю.В. Щербакова. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 255 с.
- 27 Лахметкина, Н.И. Управление персоналом (для ссузов) / Н.И. Лахметкина. – М. : КноРус, 2013. – 208 с.
- 28 Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия) : учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. – М. : Форум, 2013. – 400 с.
- 29 Лукачева, Л.И. Управление организацией / Л.И. Лукачева. – М. : Инфра-М, 2016. – 324 с.
- 30 Магданов, П. В. Современный подход к стратегическому планированию / П. В. Магданов // Искусство управления. - 2013. - № 1 - С. 11-27.
- 31 Мокий, М.С. Экономика организации : учебник и практикум / М.С. Мокий. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 334 с.
- 32 Осипова, И.В. Экономика организации (предприятия) (для бакалавров) / И.В. Осипова, Е.Б. Герасимова. – М. : КноРус, 2013. – 280 с.
- 33 Павлова, Е.А. Влияние факторов внешней среды на формирование инновационного потенциала предприятия // Журнал Фундаментальные исследования. – 2015. – № 5 (часть 3) – С. 640-644
- 34 Попов, С.Г. Основы менеджмента : учебное пособие / С.Г. Попов. – М. : Ось-89, 2013. – 176 с.
- 35 40 Попова, Н.В. Поведение потребителей и маркетинговые коммуникации: ценностный подход: научная статья / Н. В. Попова, О.В. Соснова // Траектория науки. – 2015. - № 5. – С. 21-25
- 36 Пошерстник, Н.В. Экономика организации / Н.В. Пошерстник. – М. : КноРус, 2013. – 320 с.
- 37 Путятин, Л.М. Маркетинговый анализ как механизм повышения конкурентных преимуществ предприятия на отраслевом рынке // Вестник университета. – 2017. - № 2. – С. 86-88
- 38 Радченко, Л.А. 1С:Зарплата и управление персоналом 8.2 / Л.А. Радченко. – М. : КноРус, 2013. – 352 с.

- 39 Развитие малого и среднего предпринимательства. Зарубежный опыт // Брошюра АО «МСП Банк». — Аналитический центр, Москва. — 2015. — 23 с. —URL: www.mspsbank.ru (дата обращения: 08.05.2018)
- 40 Решетникова, К.В. Конфликты в системе управления : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организаций», «Государственное и муниципальное управление», «Управление персоналом» / К.В. Решетникова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 175 с.
- 41 Роганова, Н. Ю. Управление трудовыми ресурсами // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 4 (часть 4).
- 42 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 344 с.
- 43 Сапожникова, Н.Г. Экономика организации (предприятия) (СПО) : учебник для ССУЗов / Н.Г. Сапожникова, Я.Н. Куницина. – М. : КноРус, 2013. – 408 с.
- 44 Сергеева И.Г., Дзвинкайте М.В. Финансовые стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятия // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2017. № 1. С. 61 - 69.
- 45 Третьяк, Л.А. Экономика сельскохозяйственной организации : учебное пособие / Л.А. Третьяк, Н.С. Белкина. – М.: Дашков и К, 2015. – 396 с.
- 46 Тугуз, Ю.Р Оценка рисков предпринимательского проекта // Журнал Научное обозрение. Экономические науки. – 2017. – № 2 – С. 131-135
- 47 Управление организацией / под ред. А.Г. Поршнева. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 620 с.
- 48 Усатова, Л.В. Бухгалтерская (финансовая) отчетность : учебное пособие / Л.В. Усатова, Н.В. Мухарова. – М. : Дашков и К, 2017. – 571 с.
- 49 Уткин, Э.А. Финансовое управление / Э.А. Уткин. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 307 с.
- 50 Филатова С. Э., Тетерин Ю. А. Проблемы планирования на предприятии // Молодой ученый. — 2016. — №12. — С. 1490-1492. — URL <https://moluch.ru/archive/116/31512/> (дата обращения: 13.04.2018).

- 51 Финансовое управление фирмой / под ред. В.И. Терехина. – М. : Экономика, 2014. – 98 с.
- 52 FINANALIS.Ru : Финансовый анализ, библиотека бизнес-планов [Электронный ресурс] – М., 2015. – Режим доступа :<http://www.finanalisis.ru>. – 04.05.2018.
- 53 Чайников, В.В. Экономика предприятия (организации) : учебное пособие / В.В. Чайников, Д.Г. Лапин. – М. : ЮНИТИ, 2015. – 439 с.
- 54 Чалдаева, Л.А. Экономика организации : учебник и практикум для СПО / Л.А. Чалдаева. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 435 с.
- 55 Чечевицына, Л.Н. Экономика организации : учебное пособие / Л.Н. Чечевицына, Е.В. Чечевицына. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2013. – 382 с.
- 56 Шаркова, А.В. Экономика организации : практикум для бакалавров / А.В. Шаркова, Л.Г. Ахметшина. – М. : Дашков и К, 2016. – 120 с.
- 57 Шевчук Д.А. Создание собственной фирмы: Профессиональный подход. – М. ГроссМедиа: РОСБУХ, 2014

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Устав ООО «Все для дома»

ЗАРЕГИСТРИРОВАН

Администрацией
г. Благовещенска

от «27» 03 2002 года

регистрационный № 19/02

г. Благовещенск

В.М. Колдун

(место для подписи)



УТВЕРЖДЕН

от 21 марта 2002 года

Учредитель:

Евсеева Людмила

Васильевна

У С Т А В

**ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ**

«ВСЁ ДЛЯ ДОМА»

г. Благовещенск

2002 год

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящим Уставом, в соответствии с Федеральным законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью», Гражданским кодексом РФ учреждается общество с ограниченной ответственностью «ВСЁ ДЛЯ ДОМА», в дальнейшем именуемое "общество"

1.2. Полное фирменное наименование общества. Общество с ограниченной ответственностью «ВСЁ ДЛЯ ДОМА».

Сокращенное наименование: ООО «ВСЁ ДЛЯ ДОМА».

1.3. Деятельность общества осуществляется в соответствии с настоящим Уставом и действующим законодательством.

1.4. Местонахождение общества: Россия, Амурская область, 675000 г. Благовещенск, ул. Амурская, 199.

2. ПРАВОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ОБЩЕСТВА

2.1. Общество является юридическим лицом и имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

2.2. Общество имеет круглую печать, содержащую свое полное фирменное наименование с указанием своего местонахождения, а также вправе иметь зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации.

2.3. Общество имеет гражданские права и несет обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных Федеральными Законами

2.4. Общество вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами.

2.5. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом

2.6. Общество не отвечает по обязательствам своих участников

2.7. Государство и его органы не несут ответственности по обязательствам общества, равно как и общество не отвечает по обязательствам государства и его органов

2.8. Общество создается на неограниченный срок деятельности.

2.9. Общество вправе создавать филиалы и представительства

Филиал и представительство не являются юридическими лицами и действуют на основании утвержденного обществом положения. Общество вправе создавать дочерние и зависимые общества с правами юридического лица.

2.10. Общество вправе размещать облигации и иные эмиссионные ценные бумаги в порядке, установленном законодательством о ценных бумагах

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

2.11. Изменения учредительных документов приобретают силу для третьих лиц с момента их государственной регистрации, а в случаях установленных законом, с момента уведомления органа, осуществляющего государственную регистрацию.

3. ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.1. Целью деятельности общества является удовлетворение общественных потребностей в товарах, работах и услугах; извлечение прибыли.

Общество вправе осуществлять любой вид деятельности не противоречащий действующему законодательству Российской Федерации.

Основными видами деятельности общества являются:

- оптово-розничная торговля;
- транспортные услуги;
- погрузо-разгрузочные работы;
- посредническая деятельность;
- внешнеэкономическая деятельность.

3.2. Если для осуществления деятельности общества необходимо получение специального разрешения (лицензии), то общество в установленном порядке получает данную лицензию.

4. УЧАСТНИК ОБЩЕСТВА, ЕГО ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ

4.1. Участниками общества могут быть как граждане, так и юридические лица.

На момент регистрации общества участником является:

Гражданин Российской Федерации:

Евсеева Людмила Васильевна, паспорт серия I-ЖО № 555057, выдан 19 июля 1976 года ОВД Ленинского райисполкома г. Благовещенска Амурской области, родилась: 08 июля 1957 года, г. Благовещенск, прописана Амурская область, г. Благовещенск, ул. Зейская, 72, кв. 66

4.2. Участник общества не отвечает по обязательствам общества и несет риск убытков, связанных с деятельностью общества в пределах стоимости внесенного им вклада.

4.3. Участник общества вправе:

- участвовать в управлении делами общества;
- получать информацию о деятельности общества и знакомиться с его бухгалтерскими книгами и иной документацией;
- принимать участие в распределении прибыли;
- продать или иным образом уступить свою долю в уставном капитале общества либо ее часть одному или нескольким участникам данного общества;
- получить в случае ликвидации общества часть имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами, или его стоимость.

4.4. Участник общества обязан:

- вносить вклады в порядке, в размерах, в составе и в сроки, которые предусмотрены учредительными документами общества;
- не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества;
- соблюдать положения Учредительных документов и решения, принимаемые органами Общества в пределах своей компетенции.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Должностная инструкция бухгалтера

Должностная инструкция БУХГАЛТЕРА

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящая должностная инструкция определяет функциональные обязанности, права и ответственность Бухгалтера предприятия.

1.2. Бухгалтер назначается на должность и освобождается от должности в установленном действующим трудовым законодательством порядке приказом Генерального директора предприятия.

1.3. Бухгалтер подчиняется непосредственно Главному бухгалтеру предприятия.

1.4. На должность Бухгалтера назначается лицо, имеющее высшее профессиональное (экономическое) или среднее специальное образование и стаж работы по специальности не менее 1 (одного) года.

1.5. Бухгалтер должен знать:

- законодательство о бухгалтерском учете;
- постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие, методические и нормативные материалы вышестоящих, финансовых и контрольно-ревизионных органов по вопросам организации бухгалтерского учета и составления отчетности, а также касающиеся хозяйственно-финансовой деятельности предприятия;
- гражданское право, финансовое, налоговое и хозяйственное законодательство;
- структуру предприятия, стратегию и перспективы его развития;
- положения и инструкции по организации бухгалтерского учета на предприятии, правила его ведения;
- порядок оформления операций и организацию документооборота по участкам учета;
- формы и порядок финансовых расчетов;
- методы экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности предприятия, выявления внутрихозяйственных резервов;
- порядок приемки, оприходования, хранения и расходования денежных средств, товарно-материальных и других ценностей;
- правила расчета с дебиторами и кредиторами;
- условия налогообложения юридических и физических лиц;
- порядок списания со счетов бухгалтерского учета недостач, дебиторской задолженности и других потерь;
- правила проведения инвентаризаций денежных средств и товарно-материальных ценностей;
- порядок и сроки составления бухгалтерских балансов и отчетности;
- правила проведения проверок и документальных ревизий;
- современные средства вычислительной техники и возможности их применения для выполнения учетно-вычислительных работ и анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия;
- передовой отечественный и зарубежный опыт совершенствования организации бухгалтерского учета;
- экономику, организацию производства, труда и управления;
- основы технологии производства;
- рыночные методы хозяйствования;
- законодательство о труде;
- правила и нормы охраны труда.

1.6. Бухгалтер должен владеть компьютером на уровне уверенного пользователя, в том числе компьютерными программами по бухгалтерскому учету.

1.7. Бухгалтер должен обладать коммуникабельностью, энергичностью, позитивным настроем.

1.8. В период временного отсутствия Бухгалтера его обязанности возлагаются на

2. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ

2.1. Бухгалтер:

2.1.1. Выполняет работу на порученном участке работы по бухгалтерскому учету.

2.1.2. Отражает в первичных документах бухгалтерского учета движение денежных средств.

2.1.3. Контролирует движение денежных средств на банковских счетах предприятия.

2.1.4. Оформляет платежные поручения и своевременно предоставляет их в банк.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

- 2.1.5. Осуществляет контроль за своевременностью и правильностью оприходования и списания денежных средств, за составлением кассовых и иных денежных отчетов.
- 2.1.6. Производит платежи в федеральный и местные бюджеты.
- 2.1.7. Производит расчеты платежей по договорам аренды, контролирует правильность и своевременность платежей.
- 2.1.8. Обеспечивает сохранность документов бухгалтерского учета.
- 2.1.9. Оформляет документы бухгалтерского учета для передачи в архив.
- 2.1.10. Участвует в проведении инвентаризаций.
- 2.1.11. Замещает отсутствующих бухгалтеров.
- 2.1.12. Поддерживает на рабочем месте атмосферу вежливости и доброжелательности.
- 2.1.13. Соблюдает трудовую и производственную дисциплину, правила и нормы охраны труда, требования производственной санитарии и гигиены, требования противопожарной безопасности, гражданской обороны.
- 2.1.14. Исполняет распоряжения и приказы непосредственного руководства и администрации предприятия.

3. ПРАВА

- 3.1. Бухгалтер имеет право:
 - 3.1.1. Запрашивать и получать необходимые материалы и документы, относящиеся к вопросам деятельности Бухгалтера.
 - 3.1.2. Вносить предложения администрации предприятия по улучшению работы, относящейся к функциональным обязанностям Бухгалтера и всего предприятия в целом.

4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

- 4.1. Бухгалтер несет ответственность за:
 - 4.1.1. Невыполнение своих функциональных обязанностей.
 - 4.1.2. Недостоверную информацию о состоянии работы на вверенном участке, несвоевременное предоставление различных сведений и отчетности.
 - 4.1.3. Невыполнение приказов, распоряжений и поручений непосредственного руководства и администрации предприятия.
 - 4.1.4. Несоблюдение трудовой дисциплины, нарушение Правил внутреннего трудового распорядка, правил противопожарной безопасности и техники безопасности, установленных на предприятии.
 - 4.1.5. За несохранность, порчу товаров и иных материальных ценностей, если несохранность, порча произошли по вине Бухгалтера.
 - 4.1.6. За разглашение сведений, составляющих служебную или коммерческую тайну.

5. УСЛОВИЯ РАБОТЫ

- 5.1. Режим работы Бухгалтера определяется в соответствии с Правилами внутреннего трудового распорядка, установленными на предприятии.
- 5.2. В связи с производственной необходимостью Бухгалтер может выезжать в служебные командировки (в т.ч. местного значения).

С инструкцией ознакомлен: _____ (подпись) _____ (Ф.И.О.)

"4" сентября 2010 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Договор поставки

Договор поставки № 51

г. Новосибирск

«07» июля 2017 г.

ООО «Астра-Текстиль», именуемый в дальнейшем Поставщик в лице директора Расторгуевой Анны Валерьевны, действующей на основании Устава, с одной стороны, и ООО «Все для дома», в лице директора Кубраковой Татьяны Юрьевны, именуемое в дальнейшем «Покупатель», действующего на основании Устава, с другой стороны, заключили между собой договор о нижеследующем:

1. Предмет договора


- 1.1 Поставщик обязуется передать в собственность Покупателя Товар, а Покупатель обязуется принять этот товар и своевременно произвести его оплату на условиях настоящего Договора. Поставка товара осуществляется отдельными партиями. Ассортимент, количество и цена товара в каждой партии, согласуются Сторонами в Счетах на партию товаров (далее Счет), являющихся неотъемлемой частью настоящего Договора. Счет составляется Поставщиком в течение трех дней на основании заявки покупателя, сделанной по телефону или с применением других технических средств. Составленный Поставщиком Счет по факсу направляется на согласование Покупателю, который в течение трех дней обязан в письменной форме согласовать его. В случае несогласования Счета Покупателем в срок, указанный в настоящем пункте, поставка партии Товара не производится. Стороны своим дополнительным соглашением могут изменить ранее согласованный ассортимент и количество товара в каждой партии.
- 1.2. Количество и цена поставленного Товара указываются в накладных и счет - фактурах.

2. Цена товара и порядок расчётов

- 2.1. Расчет между Поставщиком и Покупателем осуществляется за каждую поставленную партию Товара.
- 2.2. Общей стоимостью (ценой) Договора считается сумма всех партий Товара, поставленных Поставщиком по настоящему Договору.
- 2.3. Покупатель оплачивает поставленный товар в рублях РФ по цене, указанной в Счете, в безналичной форме путем перечисления денежных средств на расчетный счет Поставщика или внесения денежных средств в кассу Поставщика в пределах, установленных действующим законодательством РФ.
- 2.4. Поставка Товара осуществляется на условиях предоплаты. Покупатель в течение 3 (Трех) банковских дней с момента согласования Счета оплачивает Поставщику 100% цены партии Товара. Поставщик обязан осуществить поставку в течение 5 (Пять) дней с момента оплаты Счета Покупателем.
- Обязанность Покупателя по оплате Товара считается исполненной с момента зачисления денежных средств на расчетный счет Поставщика.
- 2.5. По соглашению сторон возможно применение других форм расчетов согласно действующему законодательству РФ.
- 2.6 Стороны своим дополнительным соглашением имеют право изменить порядок оплаты Товара по настоящему договору.

3. Порядок и условия поставки

- 3.1. По выбору Покупателя поставка Товара осуществляется:
- 3.1.1. На условиях выборки товара Покупателем со склада Поставщика, расположенного по адресу: 630108, г Новосибирск, ул. Большая, 171/1 корпус 1, офис 1.
- 3.1.2. Передачей Товара Поставщиком транспортной компании, указанной Покупателем. Покупатель самостоятельно за собственный счет заключает с транспортной компанией договор перевозки. О выборе транспортной компании Покупатель уведомляет Поставщика не менее чем за одни сутки до момента передачи товара и предоставляет доверенность Поставщику на перевозку груза данной транспортной компанией.

Директор  /Расторгуева А.В./


Директор  /Кубракова Т.Ю./

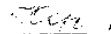
Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

- 3.2. При выборке Товара со склада Поставщика погрузка осуществляется силами и средствами Поставщика на автомобильные транспортные средства Покупателя, которые должны быть приспособлены для безопасной перевозки Товара.
- 3.3. В случае, предусмотренном п. 3.1.2 настоящего договора, доставка Товара до места, указанного транспортной компанией осуществляется силами и средствами Поставщика в границах г. Новосибирска. Погрузка товара на транспортные средства транспортной компании осуществляется силами и средствами транспортной компании за счет Покупателя.
- 3.4. Разгрузка Товара осуществляется силами и средствами Покупателя или Транспортной компании, которой передается Товар. В данном случае Поставщик не несет ответственности за повреждение Товара при его разгрузке.
- 3.5. Обязательства Поставщика по поставке Товара считаются выполненными с момента передачи Товара уполномоченному представителю Покупателя или Транспортной компании, что подтверждается датой, указанной в товарно-транспортной накладной.
- 3.6. Право собственности на Товар переходит к Покупателю с момента передачи Товара уполномоченному представителю Покупателя или Транспортной компании.
- 3.7. Риск случайной гибели или повреждения Товара несет собственник Товара в соответствии с действующим гражданским законодательством РФ.
- 3.8. Качество товара должно соответствовать обязательным требованиям, установленным в Российской Федерации для товара данного вида. Качество товара подтверждается соответствующими сертификатами в порядке, установленном действующим законодательством РФ.

4. Обязанности сторон

- 4.1. Поставщик обязан:
- 4.1.1. Передать товар в количестве и ассортименте, указанном в Счете или дополнительном соглашении между Сторонами.
- 4.1.2. Передать Покупателю товар свободным от любых прав третьих лиц, за исключением случая, когда Покупатель согласен принять товар, обремененный правами третьих лиц.
- 4.1.3. Передать (направить) Покупателю документы, удостоверяющие качество товара, счета – фактуры, накладные вместе с товаром.
- 4.2. Покупатель обязан:
- 4.2.1. Осуществлять приёмку товара по количеству, качеству, ассортименту и подписать соответствующие документы.
- 4.2.2. Передать (направить) Покупателю документы: накладные, подписанные лицами, уполномоченными на приём и/или получение товара, с указанием их должностей, фамилий и инициалов, реквизитов доверенностей либо иных реквизитов, необходимых для идентификации этих лиц, и заверенные круглой печатью Покупателя, а также надлежащим образом оформленные доверенности, приказы, иные документы, подтверждающие полномочия данных лиц, - не позднее пяти дней со дня получения товара.
- 4.2.3. Оплатить товар по цене и в сроки, установленные настоящим договором.
- 4.2.4. При установлении не качества товара составить акт и известить Поставщика в течение пяти календарных дней с момента обнаружения недостатков. Претензии по не качеству товара, предъявленные по истечении десяти дней с момента его получения, Поставщиком не принимаются и не рассматриваются.
- 4.3. Приёмка товара по количеству должна осуществляться в строгом соответствии «Инструкцией о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» утвержденной постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 15 июня 1965 г. N П-6 со всеми изменениями и дополнениями. Претензии по количеству товара, предъявленные по истечении трех дней с момента его получения, Поставщиком не принимаются и не рассматриваются. Инструкция применяется в части, не противоречащей Договору.
- 4.3. Приёмка товара по качеству должна осуществляться в строгом соответствии «Инструкцией о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по

Директор  /Расоргуева А.В./

Директор  /Кубракова Т.Ю./

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

качеству» утвержденной постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 25 апреля 1966 г. N

П-7 со всеми изменениями и дополнениями. Инструкция применяется в части, не противоречащей Договору.

4.4. Третензии по качеству и количеству поставленного товара не дают право Покупателю отказаться от оплаты товара в полном объеме и в сроки, предусмотренные в настоящем договоре, если стороны не решат иначе.

5. Ответственность сторон

5.1. В случае поставки товара ненадлежащего качества или некомплектного, Поставщик обязан, по выбору Покупателя, в сроки им указанные и согласованные с Покупателем письменно, заменить товар на качественный, либо аналогичный товар, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет. При отсутствии необходимого для обмена товара у Поставщика, Покупатель вправе возвратить приобретенный товар Поставщику и получить, уплаченную за него, денежную сумму.

5.2. Требование Покупателя об обмене либо возврате товара подлежит удовлетворению, если товар не был в употреблении, сохранены его потребительские свойства и имеются доказательства приобретения его у данного Поставщика.

5.3. За неисполнение обязательств по оплате товара Покупатель уплачивает Поставщику неустойку в размере 0,2% стоимости неоплаченного товара за каждый день просрочки обязательств по оплате товара.

5.4. Обязанности, предусмотренные п. 5.3. настоящего договора возникают в случае, если одна из сторон, заключивших договор, направила другой стороне заказным письмом требование об уплате.

5.5. В случае, когда Покупатель в нарушении Закона, иных правовых актов или Договора поставки товаров не принимает товар или отказывается его принять, Поставщик вправе потребовать от Покупателя принять товар или отказаться от исполнения договора с возмещением ему Покупателем понесенных убытков.

6. Форс-мажор

6.1. При наступлении невозможности полного или частичного исполнения любой из Сторон обязательств по настоящему договору, а именно: объявленная или фактическая война, гражданские волнения, эпидемии, эмбарго, землетрясения, наводнения, пожары, стихийные бедствия, или другие, независимые от Сторон причины, срок исполнения обязательств отодвигается соразмерно времени, в течение которого будут действовать такие обстоятельства и их последствия.

6.2. Свидетельство, выданное соответствующей торговой палатой или иными компетентными органами, является достаточным подтверждением наличия и продолжительности действия непреодолимой силы.

6.3. Сторона, которая не исполняет своего обязательства, должна дать извещение другой стороне о препятствии и его влиянии на исполнение обязательств по договору.

6.4. Если обстоятельства непреодолимой силы действуют на протяжении 3 (трех) последовательных месяцев и не обнаруживают признаков прекращения, настоящий Договор, может быть, расторгнут Поставщиком и Покупателем.

7. Прочие условия

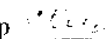
7.1. Все споры и разногласия, возникающие между сторонами по настоящему Договору или в связи с ним, разрешаются путём переговоров между сторонами.

7.2. В случае невозможности разрешения разногласий путём переговоров они подлежат рассмотрению в арбитражном суде г. Новосибирска в установленном законодательством порядке.

7.3. Любые изменения и дополнения к настоящему договору имеют силу только в том случае, если они оформлены только в письменном виде и подписаны обеими сторонами.

7.4. В своих взаимоотношениях по настоящему Договору стороны признают имеющими юридическую силу факсимильные копии документов, заверенные только своими круглыми печатями

Директор  /Расторгуева А.В./

Директор  /Кубракова Т.Ю./

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

7.5. Досрочное расторжение договора может иметь место по соглашению сторон либо по основаниям, предусмотренным действующим на территории РФ законодательством, с возмещением понесённых убытков.

8. Срок договора

8.1. Договор вступает в силу с даты его подписания Сторонами и действует до «31» декабря 2017 г. Истечение срока договора не освобождает Стороны от ответственности, в случае неисполнения взятых на себя обязательств.

8.2. Договор может быть пролонгирован на следующий календарный год, если ни одна из сторон не заявит об его расторжении.

9. Юридические адреса реквизиты и подписи сторон

Поставщик

ООО «Астра-Текстиль»

Адрес: 630032, г. Новосибирск, ул. Большая, 171/1
корпус 1, офис 1.

ИНН 5404045599 КПП 540401001

ОГРН 1165476177624

р/с 40702810500504940367 в Новосибирский

Филиал АО Юникредит Банк г. Новосибирск

к/с 30101810850030000746

Тел: (383) 229-71-28, 350-21-75, 8-800-500-08-38

Директор  /А.В. Расторгуева/

Покупатель

ООО «Все для дома»

Адрес: 675000, Амурская область,
г. Благовещенск, ул.Амурская,199.

ИНН 2801082785 КПП 280101001

ОГРН 1022800526100

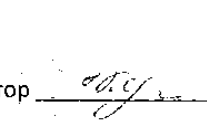
р\с 40702810803010113144 в Дальневосточный банк

ПАО Сбербанк г. Хабаровск.

к\с 30101810600000000608

В ГРКЦ ГУ Банка России по Хабаровскому краю

Тел: 8 (4162)49-49-45 доб.706

Директор  /Кубракова Т.Ю./

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Бухгалтерская отчетность



ИНН 2 8 0 1 0 8 2 7 8 5 - -
 КПП 2 8 0 1 0 1 0 0 1 Стр. 0 0 1

Форма по КНД 0710099

Бухгалтерская (финансовая) отчетность

мер корректировки 0 - - Отчетный период (код) 3 4 Отчетный год 2 0 1 5

Б Ш Е С Т В О С О Г Р А Н И Ч Е Н Н О Й О Т В Е Т С Т В Е Н Н О С Т Ь Ю
 " В С Е Д Л Я Д О М А "

(наименование организации)

га утверждения отчетности

д вида экономической деятельности по классификатору ОКВЭД 5 2 . 1 - . - -

д по ОКПО 5 7 6 0 4 6 9 2

форма собственности (по ОКФС) 1 6

организационно-правовая форма (по ОКОПФ) 6 5 - - -

единица измерения: (тыс. руб. / млн. руб. - код по ОКЕИ) 3 8 4

а 1 1 страницах с приложением документов или их копий на листах

Достоверность и полноту сведений, указанных
в настоящем документе, подтверждаю:

- 1 - руководитель
- 2 - уполномоченный представитель

К У Б Р А К О В А
 Т А Т Ь Я Н А
 Ю Р Ь Е В Н А

(фамилия, имя, отчество* руководителя
(уполномоченного представителя) полностью)

Подпись Дата 1 0 . 0 2 . 2 0 1 6
 МП**

Наименование документа,
подтверждающего полномочия представителя

* Отчество при наличии
 ** При наличии

Заполняется работником налогового органа

Сведения о представлении документа

Данный документ представлен (код)

на страницах

в составе (отметить знаком V)

0710001	<input type="checkbox"/>	0710002	<input type="checkbox"/>
0710003	<input type="checkbox"/>	0710004	<input type="checkbox"/>
0710005	<input type="checkbox"/>	0710006	<input type="checkbox"/>

с приложением документов или их копий на листах

Дата представления документа

Зарегистрирован за №

Фамилия, И О*

Подпись

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 2801082785 - -

КПП 280101001 Стр. 002

Местонахождение (адрес)

Почтовый индекс 675000

Субъект Российской Федерации (код) 28

Район

Город БЛАГОВЕЩЕНСК

Населенный пункт (село, поселок и т.п.)

Улица (проспект, переулок и т.п.) АМУРСКАЯ УЛ.

Номер дома (владения) 199

Номер корпуса (строения)

Номер офиса

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 2801082765
 КПП 280101001 Стр 003

Форма по ОКУД 0710001

Бухгалтерский баланс

АКТИВ

Коды положения	Наименование показателя	Код строки	На отчетную дату отчетного периода	На 31 октября предыдущего года	На 31 октября года, предшествующего предыдущему
1	2	3	4	5	6
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
-	Нематериальные активы	1110	-	-	-
-	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
-	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
-	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
-	Основные средства	1150	799	1226	942
-	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
-	Финансовые вложения	1170	-	-	-
-	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
-	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
-	Итого по разделу I	1100	799	1226	942
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
-	Запасы	1210	21406	24002	22879
-	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	-	-	-
-	Дебиторская задолженность	1230	6929	6084	3443
-	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
-	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	4344	4460	6336
-	Прочие оборотные активы	1260	345	227	314
-	Итого по разделу II	1200	33024	34773	32972
-	БАЛАНС	1600	33823	35999	33914

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 2 8 0 1 0 8 2 7 8 5 - -
 КПП 2 8 0 1 0 1 0 0 1 Стр. 0 0 4

ПАССИВ

ля ¹	Наименование показателя	Код строки	На отчетную дату отчетного периода	На 31 декабря предыдущего года	На 31 декабря года, предшествующего предыдущему
2	3	4	5	6	
III КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ					
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	483	483	483
	Собственные акции, выкупленные у акционеров ²	1320	(-)	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	32154	27875	25844
	Итого по разделу III	1300	32637	28358	26327
III ЦЕЛЕВОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ³					
	Паевой фонд	1310	-	-	-
	Целевой капитал	1320	-	-	-
	Целевые средства	1350	-	-	-
	Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества	1360	-	-	-
	Резервный и иные целевые фонды	1370	-	-	-
	Итого по разделу III	1300	-	-	-
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	-	-	-

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 2801082795
КПП 280101001 Стр. 005

Код	Наименование показателя	Код строки	На отчетную дату отчетного периода	На 31 декабря предыдущего года	На 31 декабря года, предшествующего предыдущему
1	2	3	4	5	6
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
1510	Заемные средства	1510	0	6433	6375
1520	Кредиторская задолженность	1520	1186	1208	1212
1530	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
1540	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
1550	Прочие обязательства	1550	-	-	-
1500	Итого по разделу V	1500	1186	7641	7587
1700	БАЛАНС	1700	33823	35999	33914

Примечания:
1. Указываются средние значения показателей к концу периода, за исключением показателей финансового результата.
2. Адрес: г. Иркутск, Федеральное казенное учреждение «Иркутское отделение Пенсионного фонда Российской Федерации».
3. Заполняется некоммерческими организациями.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИПН 2 8 0 1 0 8 2 7 9 5 - -
 КПП 2 8 0 1 0 1 0 0 1 Стр. 0 0 6

Форма по ОКУД 0710002

Отчет о финансовых результатах

1	Наименование показателя 2	Код строки 3	За отчетный год 4	За предыдущий год 5
-	Выручка ¹	2110	50752	54092
-	Себестоимость продаж	2120	(45553)	(52061)
-	Валовая прибыль (убыток)	2100	5199	2031
-	Коммерческие расходы	2210	(-)	(-)
-	Управленческие расходы	2220	(-)	(-)
-	Прибыль (убыток) от продаж	2200	5199	2031
-	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
-	Проценты к получению	2320	-	-
-	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
-	Прочие доходы	2340	-	-
-	Прочие расходы	2350	(-)	(-)
-	Прибыль (убыток) до налогообложения	2500	5199	2031
-	Текущий налог на прибыль	2410	(-)	(-)
-	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-
-	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-
-	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-
-	Прочее	2460	-	-
-	Чистая прибыль (убыток)	2400	5199	2031
-	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
-	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
-	Совокупный финансовый результат периода³	2500	5199	2031
СПРАВОЧНО				
-	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
-	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

¹ Примечание

² Указывает номер счета по плану счетов, применяемого для учета выручки от продаж, если иное не предусмотрено в учетной политике.

³ Выручка отражает в том числе налоги на добавленную стоимость, в том числе.

⁴ Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк 2500 и 2510, 2520, 2530, 2540, 2550, 2560, 2570, 2580, 2590, 2600, 2610, 2620, 2630, 2640, 2650, 2660, 2670, 2680, 2690, 2700, 2710, 2720, 2730, 2740, 2750, 2760, 2770, 2780, 2790, 2800, 2810, 2820, 2830, 2840, 2850, 2860, 2870, 2880, 2890, 2900, 2910, 2920, 2930, 2940, 2950, 2960, 2970, 2980, 2990, 3000, 3010, 3020, 3030, 3040, 3050, 3060, 3070, 3080, 3090, 3100, 3110, 3120, 3130, 3140, 3150, 3160, 3170, 3180, 3190, 3200, 3210, 3220, 3230, 3240, 3250, 3260, 3270, 3280, 3290, 3300, 3310, 3320, 3330, 3340, 3350, 3360, 3370, 3380, 3390, 3400, 3410, 3420, 3430, 3440, 3450, 3460, 3470, 3480, 3490, 3500, 3510, 3520, 3530, 3540, 3550, 3560, 3570, 3580, 3590, 3600, 3610, 3620, 3630, 3640, 3650, 3660, 3670, 3680, 3690, 3700, 3710, 3720, 3730, 3740, 3750, 3760, 3770, 3780, 3790, 3800, 3810, 3820, 3830, 3840, 3850, 3860, 3870, 3880, 3890, 3900, 3910, 3920, 3930, 3940, 3950, 3960, 3970, 3980, 3990, 4000, 4010, 4020, 4030, 4040, 4050, 4060, 4070, 4080, 4090, 4100, 4110, 4120, 4130, 4140, 4150, 4160, 4170, 4180, 4190, 4200, 4210, 4220, 4230, 4240, 4250, 4260, 4270, 4280, 4290, 4300, 4310, 4320, 4330, 4340, 4350, 4360, 4370, 4380, 4390, 4400, 4410, 4420, 4430, 4440, 4450, 4460, 4470, 4480, 4490, 4500, 4510, 4520, 4530, 4540, 4550, 4560, 4570, 4580, 4590, 4600, 4610, 4620, 4630, 4640, 4650, 4660, 4670, 4680, 4690, 4700, 4710, 4720, 4730, 4740, 4750, 4760, 4770, 4780, 4790, 4800, 4810, 4820, 4830, 4840, 4850, 4860, 4870, 4880, 4890, 4900, 4910, 4920, 4930, 4940, 4950, 4960, 4970, 4980, 4990, 5000, 5010, 5020, 5030, 5040, 5050, 5060, 5070, 5080, 5090, 5100, 5110, 5120, 5130, 5140, 5150, 5160, 5170, 5180, 5190, 5200, 5210, 5220, 5230, 5240, 5250, 5260, 5270, 5280, 5290, 5300, 5310, 5320, 5330, 5340, 5350, 5360, 5370, 5380, 5390, 5400, 5410, 5420, 5430, 5440, 5450, 5460, 5470, 5480, 5490, 5500, 5510, 5520, 5530, 5540, 5550, 5560, 5570, 5580, 5590, 5600, 5610, 5620, 5630, 5640, 5650, 5660, 5670, 5680, 5690, 5700, 5710, 5720, 5730, 5740, 5750, 5760, 5770, 5780, 5790, 5800, 5810, 5820, 5830, 5840, 5850, 5860, 5870, 5880, 5890, 5900, 5910, 5920, 5930, 5940, 5950, 5960, 5970, 5980, 5990, 6000, 6010, 6020, 6030, 6040, 6050, 6060, 6070, 6080, 6090, 6100, 6110, 6120, 6130, 6140, 6150, 6160, 6170, 6180, 6190, 6200, 6210, 6220, 6230, 6240, 6250, 6260, 6270, 6280, 6290, 6300, 6310, 6320, 6330, 6340, 6350, 6360, 6370, 6380, 6390, 6400, 6410, 6420, 6430, 6440, 6450, 6460, 6470, 6480, 6490, 6500, 6510, 6520, 6530, 6540, 6550, 6560, 6570, 6580, 6590, 6600, 6610, 6620, 6630, 6640, 6650, 6660, 6670, 6680, 6690, 6700, 6710, 6720, 6730, 6740, 6750, 6760, 6770, 6780, 6790, 6800, 6810, 6820, 6830, 6840, 6850, 6860, 6870, 6880, 6890, 6900, 6910, 6920, 6930, 6940, 6950, 6960, 6970, 6980, 6990, 7000, 7010, 7020, 7030, 7040, 7050, 7060, 7070, 7080, 7090, 7100, 7110, 7120, 7130, 7140, 7150, 7160, 7170, 7180, 7190, 7200, 7210, 7220, 7230, 7240, 7250, 7260, 7270, 7280, 7290, 7300, 7310, 7320, 7330, 7340, 7350, 7360, 7370, 7380, 7390, 7400, 7410, 7420, 7430, 7440, 7450, 7460, 7470, 7480, 7490, 7500, 7510, 7520, 7530, 7540, 7550, 7560, 7570, 7580, 7590, 7600, 7610, 7620, 7630, 7640, 7650, 7660, 7670, 7680, 7690, 7700, 7710, 7720, 7730, 7740, 7750, 7760, 7770, 7780, 7790, 7800, 7810, 7820, 7830, 7840, 7850, 7860, 7870, 7880, 7890, 7900, 7910, 7920, 7930, 7940, 7950, 7960, 7970, 7980, 7990, 8000, 8010, 8020, 8030, 8040, 8050, 8060, 8070, 8080, 8090, 8100, 8110, 8120, 8130, 8140, 8150, 8160, 8170, 8180, 8190, 8200, 8210, 8220, 8230, 8240, 8250, 8260, 8270, 8280, 8290, 8300, 8310, 8320, 8330, 8340, 8350, 8360, 8370, 8380, 8390, 8400, 8410, 8420, 8430, 8440, 8450, 8460, 8470, 8480, 8490, 8500, 8510, 8520, 8530, 8540, 8550, 8560, 8570, 8580, 8590, 8600, 8610, 8620, 8630, 8640, 8650, 8660, 8670, 8680, 8690, 8700, 8710, 8720, 8730, 8740, 8750, 8760, 8770, 8780, 8790, 8800, 8810, 8820, 8830, 8840, 8850, 8860, 8870, 8880, 8890, 8900, 8910, 8920, 8930, 8940, 8950, 8960, 8970, 8980, 8990, 9000, 9010, 9020, 9030, 9040, 9050, 9060, 9070, 9080, 9090, 9100, 9110, 9120, 9130, 9140, 9150, 9160, 9170, 9180, 9190, 9200, 9210, 9220, 9230, 9240, 9250, 9260, 9270, 9280, 9290, 9300, 9310, 9320, 9330, 9340, 9350, 9360, 9370, 9380, 9390, 9400, 9410, 9420, 9430, 9440, 9450, 9460, 9470, 9480, 9490, 9500, 9510, 9520, 9530, 9540, 9550, 9560, 9570, 9580, 9590, 9600, 9610, 9620, 9630, 9640, 9650, 9660, 9670, 9680, 9690, 9700, 9710, 9720, 9730, 9740, 9750, 9760, 9770, 9780, 9790, 9800, 9810, 9820, 9830, 9840, 9850, 9860, 9870, 9880, 9890, 9900, 9910, 9920, 9930, 9940, 9950, 9960, 9970, 9980, 9990, 10000.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 2 8 0 1 0 8 2 7 8 5 - -
 КПП 2 8 0 1 0 1 0 0 1 Стр. 0 0 7

Отчет об изменениях капитала

Форма по ОКУД 0710003

1. Движение капитала

Номинальная стоимость акций (1)	Собственные акции (выкупленные) (2)	Добавочный капитал (3)	Резервы в рублях (4)	Нераспределенная прибыль (неоткрытый резерв) (5)	Итого (6)
Итого: номинальная стоимость капитала на 31 декабря года, предшествующего предыдущему (3100)					
483	(-)	-	-	25844	26327
(ПРЕДЫДУЩИЙ ГОД)					
Изменение капитала – всего: (3210)					
0	-	-	-	2481	2481
в том числе:					
убавление капитала:				2481	2481
убавление капитала (3211)					
оценка имущества (3212)					
		-			
убавление, относящиеся непосредственно к уменьшению капитала (3213)					
		-			
дополнительный выпуск акций (3214)					
		-			
уменьшение номинальной стоимости акций (3215)					
		-			
организация юридического лица (3216)					
		-			
Увеличение капитала – всего: (3220)					
(0)	-	(-)	(-)	(450)	(450)
в том числе:					
убавление капитала (3221)				(-)	(-)
убавление капитала (3221)					
оценка имущества (3222)					
		(-)			
убавление, относящиеся непосредственно к уменьшению капитала (3223)					
		(-)			
уменьшение номинальной стоимости акций (3224)					
		(-)			
уменьшение количества акций (3225)					
		(-)			
организация юридического лица (3226)					
		-			
дивиденды (3227)				(450)	(450)
уменьшение добавочного капитала (3230)					
		-			
уменьшение резервного капитала (3240)					
			-		

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 2801082765 - -
 КПП 280101001 Стр. 008

Статья кода	Обязательные вычитаемые элементы	Добавочный капитал	Резервный капитал	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	Итого
1	2	3	4	5	6
Итого капитала на 31 декабря предыдущего года (3200)					
483	(-)	-	-	27875	28358
(ОТЧЕТНЫЙ ГОД)					
Увеличение капитала – всего (3310)					
0	-	-	-	5199	5199
в числе:					
убыток (прибыль) (3311)					
				5199	5199
оценка имущества (3312)					
		-		-	-
убытки, относящиеся непосредственно к уменьшению капитала (3313)					
		-		-	-
добавочный выпуск акций (3314)					
-	-	-			-
уменьшение номинальной стоимости акций (3315)					
-	-	-		-	-
организация юридического лица (3316)					
-	-	-	-	-	-
Уменьшение капитала – всего (3320)					
(0)	-	(-)	(-)	(920)	(920)
в числе:					
убыток (3321)					
				(-)	(-)
оценка имущества (3322)					
		(-)		(-)	(-)
убытки, относящиеся непосредственно к уменьшению капитала (3323)					
		(-)		(-)	(-)
уменьшение номинальной стоимости акций (3324)					
(-)	-	-		-	(-)
уменьшение количества акций (3325)					
(-)	-	-		-	(-)
организация юридического лица (3326)					
-	-	-	-	-	(-)
убытки (3327)					
				(920)	(920)
Уменьшение добавочного капитала (3330)					
		-		-	-
Уменьшение резервного капитала (3340)					
			-	-	-
Итого капитала на 31 декабря отчетного года (3300)					
483	(-)	-	-	32154	32637

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 2801082785 - -
 КПП 280101001 Стр. 009

2. Корректировка в связи с изменением учетной политики и исправлением ошибок

Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря года предыдущего	Изменение капитала за предыдущий год		На 31 декабря текущего года
1	2	3	на счет чистой прибыли	за счет иных факторов	6
			4	5	
Итого - всего:					
корректировок	3400	-	-	-	-
корректировка в связи с изменением учетной политики	3410	-	-	-	-
исправлением ошибок	3420	-	-	-	-
после корректировок	3500	-	-	-	-
в числе:					
распределенная прибыль (покрытый убыток):					
корректировок	3401	-	-	-	-
корректировка в связи с изменением учетной политики	3411	-	-	-	-
исправлением ошибок	3421	-	-	-	-
после корректировок	3501	-	-	-	-
и другим статьям капитала:					
корректировок	3402	-	-	-	-
корректировка в связи с изменением учетной политики	3412	-	-	-	-
исправлением ошибок	3422	-	-	-	-
после корректировок	3502	-	-	-	-

3. Чистые активы

Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря отчетного года	На 31 декабря предыдущего года	На 31 декабря года, предшествующего предыдущему
1	2	3	4	5
Чистые активы	3600	32637	28358	26327

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 28-01-0181018-01
КПП 28-01-0101010-01

Отчет о движении денежных средств

Форма по ОКУД 0710004

Наименование показателя	кв. конт. 2014	за отчетный год	за предыдущий год
1	2	3	4
денежные потоки от текущих операций			
денежные поступления – всего	4110	50753	54092
в том числе:			
денежные поступления от продажи продукции, товаров, работ и услуг	4111	50492	53396
денежные поступления от лицензионных платежей, роялти, авторских и иных аналогичных платежей	4112	-	-
денежные поступления от репродуцирования финансовых вложений	4113	-	-
денежные поступления от прочих поступлений	4119	261	696
денежные выплаты – всего	4120	(39056)	(49632)
в том числе:			
денежные выплаты подрядчикам за сырье, материалы, работы, услуги	4121	(25211)	(34068)
денежные выплаты за оплату труда работников	4122	(5797)	(5481)
денежные выплаты процентов по долговым обязательствам	4123	(-)	(-)
денежные выплаты от налога на прибыль	4124	(-)	(-)
денежные выплаты прочие платежи	4129	(8048)	(10083)
денежные потоки от текущих операций	4100	11697	4460
денежные потоки от инвестиционных операций			
денежные поступления – всего	4210	-	-
в том числе:			
денежные поступления от продажи внеоборотных активов (кроме финансовых вложений)	4211	-	-
денежные поступления от продажи акций других организаций (долей участия)	4212	-	-
денежные поступления от возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам)	4213	-	-
денежные поступления от дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям и налоговых поступлений от долевого участия в других организациях	4214	-	-
денежные поступления прочие поступления	4219	-	-
денежные выплаты – всего	4220	(-)	(-)
в том числе:			
денежные выплаты в связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов	4221	(-)	(-)
денежные выплаты в связи с приобретением акций других организаций (долей участия)	4222	(-)	(-)
денежные выплаты в связи с приобретением долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам), предоставление займов другим лицам	4223	(-)	(-)
денежные выплаты процентов по долговым обязательствам, включаемым в стоимость инвестиционного актива	4224	(-)	(-)
денежные выплаты прочие платежи	4229	(-)	(-)
денежные потоки от инвестиционных операций	4200	-	-

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г



ИНН 2 8 0 1 0 8 2 7 8 5 - -
 КПП 2 8 0 1 0 1 0 0 1 Стр. 0 1 1

<i>Наименование показателя</i>	<i>Баланс</i>	<i>за отчетный год</i>	<i>за предыдущий год</i>
1	2	3	4
денежные потоки от финансовых операций			
денежных потоков -- всего	4310	0	12875
в том числе:			
денежные кредиты и займы	4311	0	12875
денежных вкладов собственников (участников)	4312	-	-
денежных поступлений от выпуска акций, увеличения долей участия	4313	-	-
денежных поступлений от выпуска облигаций, векселей и других долговых ценных бумаг и др.	4314	-	-
денежные поступления	4319	-	-
денежные платежи -- всего	4320	(7353)	(6375)
в том числе:			
денежные выплаты собственникам (участникам) в связи с выкупом у них акций (долей участия) организаций или их выходом из состава участников	4321	(-)	(-)
денежные выплаты в виде дивидендов и иных платежей по распределению прибыли в пользу собственников (участников)	4322	(920)	(-)
денежные выплаты в связи с погашением (выкупом) векселей и других долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов	4323	(6433)	(6375)
денежные платежи	4329	(-)	(-)
денежных потоков от финансовых операций	4300	(7353)	6500
денежных потоков за отчетный период	4400	4344	10960
баланс денежных средств и денежных эквивалентов на начало отчетного периода	4450	0	-
баланс денежных средств и денежных эквивалентов на конец отчетного периода	4500	4344	10960
влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к	4490	-	-

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Имитационное моделирование

Таблица Д.1 – Имитационное моделирование поведение покупателей ООО «Все для дома» (до внедрения интернет-магазина)

Номер респондента	Удовлетворенность ценой		Желание совершать покупки в ООО «Все для дома»		Удобство посещения ООО «Все для дома»	
	случайное число	x ₁	случайное число	x ₂	случайное число	x ₃
1	2	3	4	5	6	7
1	79	Нет	65	Нет	74	Нет
2	26	Да	80	Нет	10	Да
3	18	Да	74	Нет	03	Да
4	19	Да	69	Нет	88	Нет
5	14	Да	09	Да	85	Нет
6	29	Да	34	Нет	39	Да
7	01	Да	45	Нет	47	Нет
8	55	Нет	02	Да	09	Да
9	84	Нет	05	Да	44	Нет
10	62	Нет	06	Да	98	Нет
11	66	Нет	22	Да	51	Нет
12	48	Нет	50	Нет	17	Да
13	94	Нет	13	Да	62	Нет
14	08	Да	36	Нет	13	Да
15	46	Нет	91	Нет	23	Да
16	77	Нет	68	Нет	40	Нет
17	41	Нет	26	Да	81	Нет
18	52	Нет	85	Нет	39	Да
19	13	Да	11	Да	82	Нет
20	82	Нет	16	Да	76	Нет
21	57	Нет	10	Да	37	Да
22	12	Да	37	Нет	60	Нет
23	27	Да	08	Да	65	Нет
24	75	Нет	99	Нет	53	Нет
25	95	Нет	12	Да	17	Да
26	62	Нет	80	Нет	05	Да
27	57	Нет	20	Да	02	Да
28	13	Да	15	Да	35	Да
29	31	Да	98	Нет	53	Нет
30	06	Да	48	Нет	76	Нет
31	16	Да	12	Да	75	Нет
32	49	Нет	35	Нет	89	Нет
33	71	Нет	91	Нет	82	Нет
34	53	Нет	89	Нет	56	Нет
35	41	Нет	07	Да	53	Нет

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

Продолжение таблицы Д.1

1	2	3	4	5	6	7
36	02	Да	57	Нет	09	Да
37	44	Нет	05	Да	47	Нет
38	18	Да	32	Нет	32	Да
39	92	Нет	52	Нет	07	Да
40	65	Нет	10	Да	93	Нет
41	95	Нет	72	Нет	37	Да
42	21	Да	74	Нет	19	Да
43	28	Да	76	Нет	45	Нет
44	69	Нет	82	Нет	29	Да
45	73	Нет	47	Нет	42	Нет
46	53	Нет	94	Нет	49	Нет
47	44	Нет	15	Да	98	Нет
48	85	Нет	14	Да	23	Да
49	93	Нет	83	Нет	76	Нет
50	13	да	28	да	75	нет

Таблица Д.2 – Имитационное моделирование поведение покупателей ООО «Все для дома» (после внедрения интернет-магазина)

Номер респондента	Удовлетворенность ценой		Желание совершать покупки в ООО «Все для дома»		Удобство посещения ООО «Все для дома»	
	случайное число	x_1	случайное число	x_2	случайное число	x_3
1	2	3	4	5	6	7
1	09	Да	74	Нет	46	Да
2	80	Нет	35	Да	72	Нет
3	72	Нет	17	Да	40	Да
4	91	Нет	03	Да	25	Да
5	85	Нет	05	Да	22	Да
6	61	Нет	50	Да	69	Нет
7	26	Да	06	Да	30	Да
8	48	Да	92	Нет	66	Нет
9	75	Нет	48	Да	55	Да
10	42	Да	78	Нет	80	Нет
11	34	Да	58	Да	97	Нет
12	42	Да	51	Да	40	Да
13	06	Да	28	Да	47	Да
14	64	Нет	86	Нет	36	Да
15	13	Да	58	Да	78	Нет
16	35	Да	54	Да	16	Да
17	41	Да	40	Да	29	Да
18	65	Нет	84	Нет	97	Нет
19	46	Да	33	Да	86	Нет

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

Продолжение таблицы Д.2

1	2	3	4	5	6	7
20	25	Да	05	Да	21	Да
21	35	Да	53	Да	52	Да
22	42	Да	29	Да	89	Нет
23	93	Нет	70	Нет	64	Нет
24	07	Да	17	Да	37	Да
25	61	Нет	02	Да	15	Да
26	49	Да	64	Да	29	Да
27	16	Да	97	Нет	82	Нет
28	36	Да	77	Нет	08	Да
29	76	Нет	12	Да	43	Да
30	68	Нет	04	Да	17	Да
31	33	Да	35	Да	62	Нет
32	59	Да	39	Да	03	Да
33	06	Да	80	Нет	29	Да
34	65	Нет	09	Да	27	Да
35	45	Да	19	Да	73	Нет
36	47	Да	64	Да	67	Нет
37	15	Да	76	Нет	50	Да
38	03	Да	40	Да	47	Да
39	96	Нет	12	Да	01	Да
40	86	Нет	32	Да	95	Нет
41	65	Нет	70	Нет	07	Да
42	97	Нет	46	Да	92	Нет
43	75	Нет	93	Нет	73	Нет
44	35	Да	90	Нет	28	Да
45	54	Да	18	Да	56	Да
46	68	Нет	29	Да	47	Да
47	10	Да	60	Да	54	Да
48	01	Да	35	Да	52	Да
49	33	Да	90	Нет	48	Да
50	82	нет	68	Да	18	Да