

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы – **«Организация и оценка эффективности дополнительных услуг на предприятии торговли».**

Слайд 2

Целью работы является исследование эффективности деятельности дополнительных услуг предприятия торговли и путей её повышения.

Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 3

Итак, нами рассматривается предприятие общественного питания пекарня-кондитерская «Пекарни Коржова», в которой реализуют продажу хлебобулочных и кондитерских изделий. Основной целью деятельности предприятия является получение прибыли. Рынок кафе-кондитерских города Санкт-Петербург достаточно развит. На данный момент насчитывается 9 сетевых кафе-кондитерских. Отличительной чертой является наличие сетей кафе-кондитерских от крупных заводов - изготовителей кондитерских изделий недлительного хранения (тортов и пирожных). К ним относятся лидер рынка по всем параметрам ОАО «Кондитерский комбинат «Невские берега», а также давно известные петербуржцам ОАО «Кондитерское производство «Север», ОАО «Метрополь» и ЗАО «Карат Плюс». Все они имеют свои сети кафе-кондитерских. Здесь стоит отметить, что часто ключевым отличием сети кафе-кондитерских, а значит, и источником их конкурентных преимуществ является имиджевый фактор - известность кондитеров.

Главным конкурентом пекарни-кондитерской «Пекарни Коржова» является торговая сеть «Буше». Она обладает такими же принципами производства, но имеет лучшую маркетинговую стратегию, а также имеет производство, которое обеспечивает продукцию для всех пекарен «Буше».

Слайд 4

Далее для эффективной работы предприятия необходимо провести анализ сильных и слабых сторон внутренней среды предприятия, а также оценить возможности и угрозы внешней среды, поэтому рассмотрим самые значимые параметры с помощью SWOT-анализа, который представлен в таблице. В результате проведённого SWOT-анализа, к сильным сторонам предприятия можно отнести комфортную атмосферу с домашней обстановкой, наличие продуктов для аллергиков и использование системы мотивации

сотрудников. К слабостям, мешающим воплощению возможностей предприятия, стоит отнести отсутствие вечерних скидок, относительно узкий ассортимент продукции и невысокую известность бренда. К открывающимся перед предприятием возможностям можно отнести внедрение на предприятии новых технологий производства продукции, а также рост числа клиентов в будущем за счёт пропаганды в СМИ и увеличения доли населения, заинтересованной в культурном проведении досуга. Также следует предпринять меры по предотвращению угроз, возникновение которых возможно в будущем. К основным из них можно отнести рост числа конкурентов и усиление их позиций на рынке, снижение уровня жизни населения, а также неблагоприятные изменения в законодательстве для рассматриваемого рынка.

Затем при помощи проведенного PEST-анализа, мы выявили, что у предприятия существует множество возможностей, которые необходимо использовать, а также существуют угрозы, которые организация должна постараться обойти для дальнейшей успешной работы.

Слайд 5

Далее рассмотрим ресурсный потенциал пекарни-кондитерской «Пекарни Коржова». Как видно из таблицы, среднегодовая численность работников не изменяется в течение года и составляет 36 человек, при этом среднегодовая стоимость основных фондов увеличилась к 2018 году на 30,3 % и составила 1345,1 тыс. руб. Рассматривая среднегодовую стоимость оборотных средств, выявлено, что при-рост составил 53,6%, что соответствует приросту в 274,9 тыс. руб.

Слайд 6

Далее проведем анализ динамики объема товарооборота предприятия. Объем розничного товарооборота за весь исследуемый период уменьшился на 2,03 %. Следует отметить, что в 2013 году произошло снижение РТО, в то время как все предыдущие года он рос. Однако рост был не равномерным. Среднегодовой темп изменения РТО составил 6%.

Слайд 7

Затем проведем анализ ритмичности и равномерности товарооборота предприятия «Пекарни Коржова» за отчетный год. Отрицательное отклонение плана в некоторых месяцах, говорит о неритмичности работы предприятия «Пекарни коржова», положительное – работа ритмична. Коэффициент ритмичности меньше единицы, следовательно, не во всех периодах работа ритмична. Коэффициент равномерности говорит о том, что за весь период план по товарообороту выполнялся достаточно равномерно, однако встречались недовыполнения плана в июле и октябре.

Проанализировав товарооборот предприятия «Пекарни Коржова», мы видим, что по сравнению с предыдущим годом, товарооборот уменьшился, и при этом не все товарные позиции продаются равномерно и стабильно. На рынке есть более сильные конкуренты, которые мешают магазину занять лидирующие позиции.

Слайд 8

Перейдем к расчету влияния факторов на динамику прибыли предприятия «Пекарни Коржова». По результатам расчетов стоит отметить, что положительное влияние на прибыль торгового предприятия оказало изменение товарооборота и валового дохода. Чистая прибыль складывается и под влиянием прочих доходов и расходов, а также текущего налога на прибыль. Из-за этих факторов сумма чистой прибыли увеличилась незначительно, на 0,18 тыс. руб. На чистую прибыль, доход от авторской мастерской повлиял незначительно, но в целом положительно. Повлияли такие факторы, как изменение уровня валового дохода, изменение уровня издержек обращения, дополнительные доходы и расходы. Прибыль от авторской мастерской составляет не большую часть от общей прибыли предприятия, это связано с тем, что данная дополнительная услуга была только введена и используется не на полную мощность. При этом положительная динамика говорит о том, что можно развивать данную услугу дальше.

Слайд 9

Таким образом, в пекарне-кондитерской ООО «Пекарни Коржова» предлагается ввести дополнительную услугу по выполнению тортов на заказ. Для введения данной услуги планируется не набирать сотрудников на постоянной основе, а использовать имеющиеся ресурсы:

- Кондитер – 2 чел;
- Дополнительное помещение для создания тортов на заказ не требуется.

Рассмотрим планируемую прибыль от введения новой услуги в таблице. По данным таблицы можно увидеть, что услуга начинает приносить прибыль с первого месяца работы, при том, что существуют затраты на рекламу, без которых не обойтись в первый год работы новой услуги. Так же можно увидеть, что данная услуга подверженная сезонности, и наибольшую прибыль приносит в такие месяцы как декабрь-январь за счет многочисленных праздничных мероприятий, и в летние месяцы, так как это сезон свадебных мероприятий. В будущем, когда можно будет убрать затраты на рекламу, а количество обслуживаемых мероприятий значительно увеличится, услуга будет приносить еще больше прибыли. Тем самым, мы видим, что внедрение данной услуги целесообразно.

Слайд 10

Далее рассмотрим внедрение еще одной дополнительной услуги на предприятии ООО «Пекарни Коржова». Предлагаем ввести услуги пекаря, который делает каравай для «свадеб». Отдельного человека на данную должность вводить не нужно. Необходимо обучить ночного пекаря и дать рекламу данной услуге. Оплачиваются данные услуги непосредственно за выход пекаря. Оплата зависит от объема работы. Тем самым мы видим, что издержки по данной услуге минимальны. К издержкам можно отнести лишь затраты на рекламу и обучение персонала, а также закупка необходимого инвентаря, которая делается один раз. Рассмотрим планируемую выручку от введения данной услуги.

Таким образом, по данным таблицы можно увидеть, что данная услуга приносит прибыль с первого года внедрения. При этом, в последствии издержек обращения становится меньше, а количество заказов больше за счет узнаваемости услуги, тем самым, компания получает еще больше дополнительной прибыли. Можно сделать вывод, что внедрение рассматриваемой услуги целесообразно.

Слайд 11

Цели и задачи, поставленные в выпускной квалификационной работе, были достигнуты: мы изучили теоретические аспекты розничной торговли и методы определения эффективности деятельности розничного торгового предприятия, рассмотрели понятие дополнительных услуг на предприятии и их классификацию; дали характеристику торговому предприятию; проанализировали основные показатели деятельности торгового предприятия; проанализировали прибыль от нововведённых услуг; предложили ввести новые дополнительные услуги, которые принесут дополнительную прибыль предприятию. Все исследования проводились как в относительных, так и в абсолютных показателях.

Слайд 12

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.