

**Таблица 1**

**Анализ динамики кадрового состава персонала ООО «Самрезтех» 2015-2017 гг.**

| Категории ППП (чел.)                                  | 2015г. | 2016г. | 2017г. | Отклонение |
|-------------------------------------------------------|--------|--------|--------|------------|
|                                                       |        |        |        | + / - (%)  |
| <b>Среднесписочная численность всего в том числе:</b> | 310    | 320    | 350    | 40 (12%)   |
| <b>1. Рабочих (операторов)</b>                        | 223    | 229    | 240    | 17 (8%)    |
| <b>2. Специалистов</b>                                | 50     | 52     | 61     | 11 (22%)   |
| <b>3. Руководителей</b>                               | 37     | 39     | 39     | 2 (5%)     |

**Таблица 2**

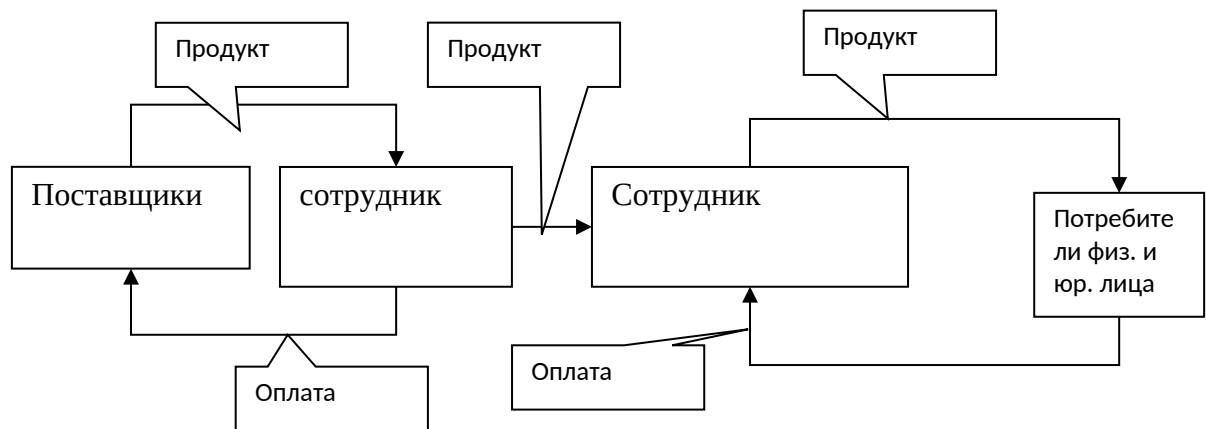
**Показатели движения персонала ООО «Самрезтех» за 2015 - 2017 гг.**

| Показатель                                    | 2015 г. | 2016 г. | 2017г. | Отклонение | %      |
|-----------------------------------------------|---------|---------|--------|------------|--------|
|                                               |         |         |        | +/-        |        |
| <b>Среднесписочная численность работников</b> | 310     | 320     | 350    | 40         | 12%    |
| <b>Нанято в течение года новых работников</b> | 35      | 77      | 132    | 97         | 277%   |
| <b>Выбыло работников всего:</b>               | 29      | 67      | 102    | 73         | 252%   |
| <b>уход на пенсию, на учебу, в армию;</b>     | 6       | 5       | 6      | 0          | -      |
| <b>по собственному желанию;</b>               | 17      | 59      | 94     | 77         | 453%   |
| <b>за нарушение дисциплины.</b>               | 6       | 3       | 2      | -4         | -67%   |
| <b>Текучесть кадров, %</b>                    | 9,3     | 20,9    | 29,1   | 19,8       | 10,50% |

Таблица 3

## SNW-анализ ООО «Самрезтех»

| Оценки ключевых факторов<br>преодоления несоответствий, баллы<br>5 4 3 2 1 0 -1 -2 -3 -4 -5<br>Высокие Неопределенные Низкие | Желаемое<br>значение | Реальное<br>значение | Отклонение |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|------------|
| <b>1. Подсистема «Ресурсы»</b>                                                                                               |                      |                      |            |
| 1.1. Достаточность внешних ресурсов                                                                                          | 5                    | 2                    | 3          |
| 1.2. Наличие внутренних резервов                                                                                             | 3                    | 2                    | 1          |
| 1.3. Нематериальные активы                                                                                                   | 4                    | 2                    | 2          |
| <b>2. Цепь добавления ценностей</b>                                                                                          |                      |                      |            |
| 2.1. Надежность поставщиков                                                                                                  | 5                    | 4                    | 1          |
| 2.2. Издержки распределения                                                                                                  | 4                    | 3                    | 1          |
| <b>3. Финансовая подсистема</b>                                                                                              |                      |                      |            |
| 3.1. Доступность инвестиций                                                                                                  | 5                    | 2                    | 3          |
| 3.2. Возможности инвестирования                                                                                              | 4                    | 3                    | 1          |
| <b>4. Подсистема компетентностей<br/>«Человеческие ресурсы и культура»</b>                                                   |                      |                      |            |
| 4.1. Обучаемость персонала                                                                                                   | 5                    | 1                    | 4          |
| 4.2. Клиентоориентированность                                                                                                | 5                    | 4                    | 1          |
| 4.3. Инновационная восприимчивость                                                                                           | 4                    | 3                    | 1          |
| <b>5. Операционная подсистема основной<br/>деятельности</b>                                                                  |                      |                      |            |
| 5.1. Гибкость в формировании<br>дополнительных услуг гостиницы                                                               | 4                    | 3                    | 1          |
| 5.2. Уникальность гостиничных<br>технологий и предложений                                                                    | 4                    | 2                    | 2          |
| <b>6. Подсистема «Менеджмент и<br/>структуры»</b>                                                                            |                      |                      |            |
| 6.1. Способность к прогнозированию                                                                                           | 4                    | 2                    | 2          |
| 6.2. Гибкость реагирования                                                                                                   | 5                    | 3                    | 2          |
| 6.3. Способность к следованию<br>тенденциям гостиничного рынка                                                               | 3                    | 2                    | 1          |
| <b>7. Подсистема «Специальные факторы<br/>успеха»</b>                                                                        |                      |                      |            |
| 7.1. Характеристика имиджа                                                                                                   | 5                    | 3                    | 2          |
| 7.2. Отношение к гостям                                                                                                      | 4                    | 4                    | 0          |



**Рисунок 1 Построение создания цепочки ценности в деятельности «Самрезтех»**



**Рисунок 2 Возможности и риски дальнейшего развития каналов продаж «Самрезтех»**

Таблица 4

**Динамика основных финансово-экономических показателей  
деятельности «Самрезтех» за 2015-2017 гг.**

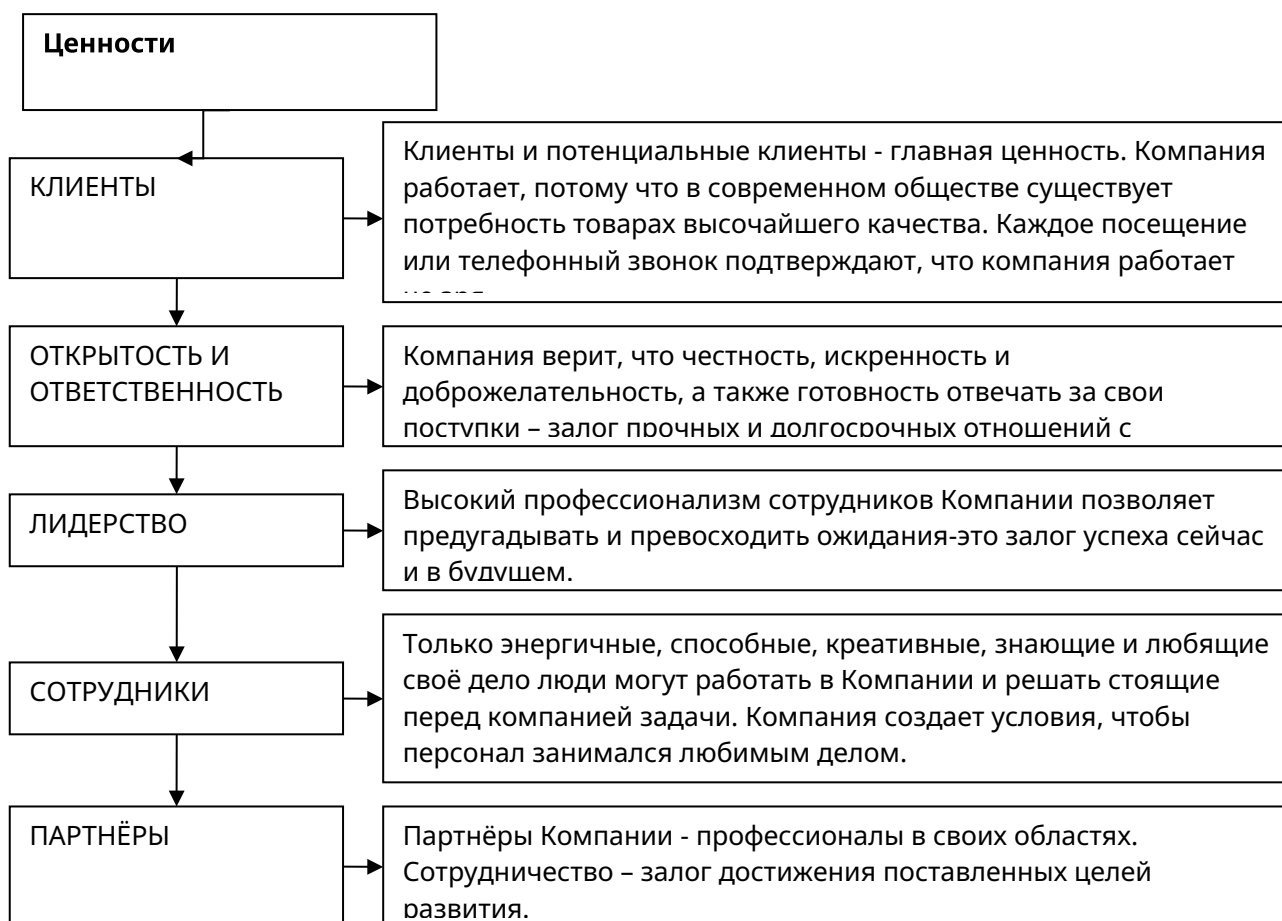
| Показатели                                                          | 2015<br>год | 2016<br>год | 2017<br>год | Изменение<br>(+/-) |                | Темпы<br>роста, % |                   |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|----------------|-------------------|-------------------|
|                                                                     |             |             |             | 2016<br>к<br>2015  | 2017 к<br>2016 | 2016<br>к<br>2015 | 2017<br>к<br>2016 |
| <b>Выручка, тыс. руб.</b>                                           | 307173      | 402237      | 506781      | 95064              | 104544         | 130,9             | 126,0             |
| <b>Себестоимость, тыс.<br/>руб.</b>                                 | 296552      | 386081      | 468386      | 89529              | 82305          | 130,2             | 121,3             |
| <b>Валовая прибыль, тыс.<br/>руб.</b>                               | 10621       | 16156       | 38395       | 5535               | 22239          | 152,1             | 237,7             |
| <b>Прибыль до<br/>налогообложения, тыс.<br/>руб.</b>                | 7323        | 18627       | 38953       | 11304              | 20326          | 254,4             | 209,1             |
| <b>Прибыль чистая, тыс.<br/>руб.</b>                                | 5801        | 15046       | 30555       | 9245               | 15509          | 259,4             | 203,1             |
| <b>Рентабельность<br/>основной деятельности,<br/>%</b>              | 3,58        | 4,18        | 8,20        | 0,60               | 4,01           | x                 | x                 |
| <b>Рентабельность<br/>продаж, %</b>                                 | 3,46        | 4,02        | 7,58        | 0,56               | 3,56           | x                 | x                 |
| <b>Среднегодовая<br/>стоимость основных<br/>фондов, тыс. руб.</b>   | 39375       | 45946       | 59401       | 6571               | 13456          | 116,7             | 129,3             |
| <b>Фондоотдача, руб./ руб.</b>                                      | 7,80        | 8,75        | 8,53        | 0,95               | -0,22          | 112,2             | 97,5              |
| <b>Среднегодовая<br/>стоимость оборотных<br/>активов, тыс. руб.</b> | 37292       | 49652       | 57101       | 12360              | 7449           | 133,1             | 115,0             |
| <b>Продолжительность<br/>оборота оборотных<br/>активов, дни</b>     | 44          | 44          | 41          | 1                  | -4             | 101,7             | 91,3              |
| <b>Среднегодовая<br/>стоимость активов, тыс.<br/>руб.</b>           | 76667       | 95598       | 116948      | 18931              | 21351          | 124,7             | 122,3             |
| <b>Общая рентабельность,<br/>%</b>                                  | 9,55        | 19,48       | 33,31       | 9,93               | 13,82          | x                 | x                 |
| <b>Затраты на<br/>взаимодействие с<br/>клиентами, тыс. руб.</b>     | 154         | 166         | 209         | 12                 | 43             | 107,8             | 125,9             |

Таблица 5

## Описание основных бизнес - процессов деятельности «Самрезтех»

| № п/п                                                   | Наименование бизнес-процесса                                                      | Описание бизнес-процесса                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Основные бизнес-процессы «Самрезтех»                    |                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 1.                                                      | Процесс реализации бизнес-коммуникационных продуктов                              | учет заявок от клиентов и их параметров; учет персонифицированных требований клиентов; формирование пакета услуг в соответствии с потребностями клиента; сопровождение реализации; учет расчетов с клиентами; организация первичного документооборота; формирование внутренних отчетов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Вспомогательные бизнес-процессы «Самрезтех»             |                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 1.                                                      | процессы, непосредственно обеспечивающие выпуск бизнес-коммуникационных продуктов | 1. владелец процесса – должностное лицо, имеющее в своем распоряжении ресурсы процесса, с определенными правами, зонами ответственности и полномочиями;<br>2. технология процесса – порядок выполнения деятельности по преобразованию входов и выходов;<br>3. система показателей процесса – показатели продукта, показатели эффективности процесса, показатели удовлетворенности стейкхолдеров;<br>4. управление процессом – деятельность владельца процесса по анализу данных о процессе и принятию управленческих решений;<br>5. ресурсы процесса – информационные и материальные средства, которые владелец распределяет в ходе планирования работ по процессу и учитывает при расчете эффективности процесса, как соотношение затраченных ресурсов на полученный результат процесса. |
| 2.                                                      | процессы планирования и управления;                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 3                                                       | процессы подготовки производства бизнес-коммуникационных продуктов                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 4                                                       | ресурсные процессы бизнес-коммуникационных взаимодействий                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5                                                       | стандартизация бизнес-коммуникационных процессов                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 6                                                       | процессы преобразования                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Бизнес-процессы управления бизнес-проектами «Самрезтех» |                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 1.                                                      | Процесс организации                                                               | проект реализуется полномочным руководством, менеджером проекта и командой проекта, работающей под этим руководством, другими участниками рекламного процесса, выполняющими отдельные специфические виды деятельности и процессы.<br><br>В работах по проекту могут участвовать                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|   |                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                   | представители линейных и функциональных подразделений «Самрезтех» и компании рекламодателя, ответственные за выполнение отдельных функций и работ, включая финансовое, маркетинговое, продуктивное, руководство, контроль, организацию и другие общесистемные функции.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 2 | Процесс управления бизнес-проектом структурируется на следующие компоненты (декомпозиция проекта) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Этапы, работы, задачи, единичные исследовательские, аналитические, творческие, производственные задачи и процессы.</li> <li>2. Отдельные пакеты работ, увязанные между собой в структуру бизнес-действий.</li> <li>3. Распределение ответственности и обязанностей исполнителей работ по проекту.</li> <li>4. Функциональные области управления, распространяющиеся на все фазы бизнес-проекта.</li> <li>5. Общие системные функции управления проектом, реализуемые на всех этапах осуществления проекта, во всех функциональных областях. Например: управление рисками проекта, финансовое и налоговое планирование, общее руководство проектом и т. п.</li> </ol> |



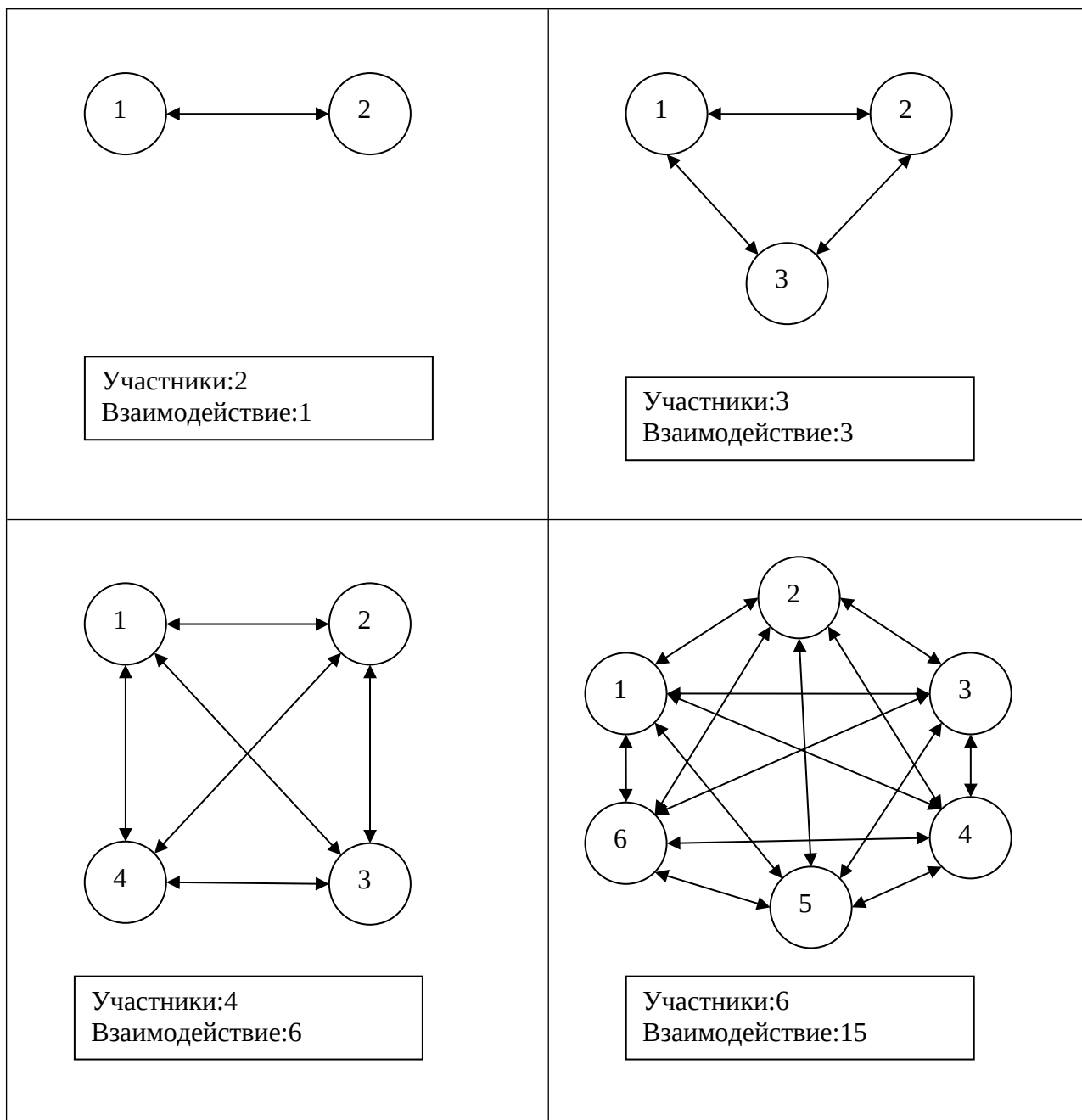
**Рисунок 3 - Ценности организации деятельности «Самрезтех»**

**Таблица 6**

**Матрица коммуникаций бизнес-деятельности «Самрезтех»**

| Тип коммуникации Бизнес-проекта              | Цели коммуникации Бизнес-проекта                                                                      | Канал коммуникаций Бизнес-проекта       | Частота коммуникаций Бизнес-проекта | Целевая группа коммуникаций Бизнес-проекта                                            | Фиксация результатов в коммуникациях |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>Собрание по запуску (Kickoff Meeting)</b> | Представление команды проекта и самого проекта<br>Обсуждение целей проекта и управленческого подхода. | Личная встреча                          | Единовременно                       | Спонсор проекта<br>Команда проекта<br>Представители других стейкхолдеры<br>Менеджмент | Повестка<br>Протокол                 |
| <b>Совещания команды бизнес-проекта</b>      | Анализ хода проекта (статус) командой.                                                                | Личная встреча<br>Теле и IT конференция | Еженедельно                         | Команда проекта                                                                       | Повестка<br>Протокол                 |
| <b>Собрания по</b>                           | Обсудить и разработать                                                                                | Личная встреча                          | По мере необходимости               | Креативный состав                                                                     | Повестка<br>Протокол                 |

|                                                                 |                                                                                                  |                                                   |             |                                                                                  |                                          |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>разработк<br/>е<br/>элементов<br/>бизнес-<br/>проекта</b>    | креативные<br>решения для<br>проекта.                                                            |                                                   |             | команды<br>проекта                                                               |                                          |
| <b>Совещани<br/>я<br/>по статусу<br/>бизнес-<br/>проекта</b>    | Отчет о статусе<br>перед<br>руководством.                                                        | Личная<br>встреча<br>Теле и IT<br>конференци<br>я | Еженедельно | Офис<br>управления<br>проектами                                                  | Отчет о<br>текущем<br>статусе<br>проекта |
| <b>Отчеты о<br/>текущем<br/>статусе<br/>бизнес-<br/>проекта</b> | Отчет о статусе<br>проекта, включая<br>задачи, прогресс,<br>исполнение,<br>затраты,<br>проблемы. | • Email -<br>телефон                              | Еженедельно | Спонсор<br>проекта<br>Команда<br>проекта<br>Другие<br>стейкхолдеры<br>Менеджмент | Отчет о<br>текущем<br>статусе<br>проекта |



**Рисунок 4 - «Базовые» форматы организации коммуникаций взаимодействия со стейкхолдерами бизнес-деятельности «Самрезтех»**

Таблица 7

## Оценка степени реализации потенциала PR сопровождения «Самрезтех»

| Функции PR                           | Оценка реализации  | МАХ<br>возможный |
|--------------------------------------|--------------------|------------------|
| Информационная функция.              | выполняются на 0,9 | 1                |
| Аналитическая функция.               | выполняются на 0,5 | 1                |
| Коммуникативная функция.             | выполняются на 0,7 | 1                |
| Интегративная функция                | выполняются на 0,6 | 1                |
| Консультативно-методическая функция. | выполняются на 0,5 | 1                |
| Организационная функция.             | выполняются на 0,6 | 1                |
| Правовая функция.                    | выполняются на 1   | 1                |
| Итоговая оценка PR                   | 3,4 из 7 т.е. 69 % | 7                |

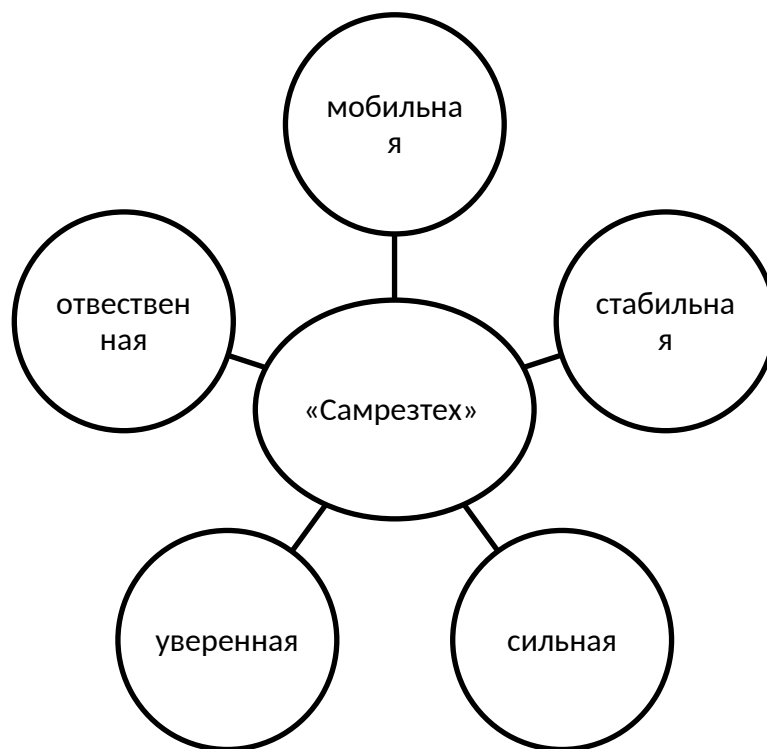
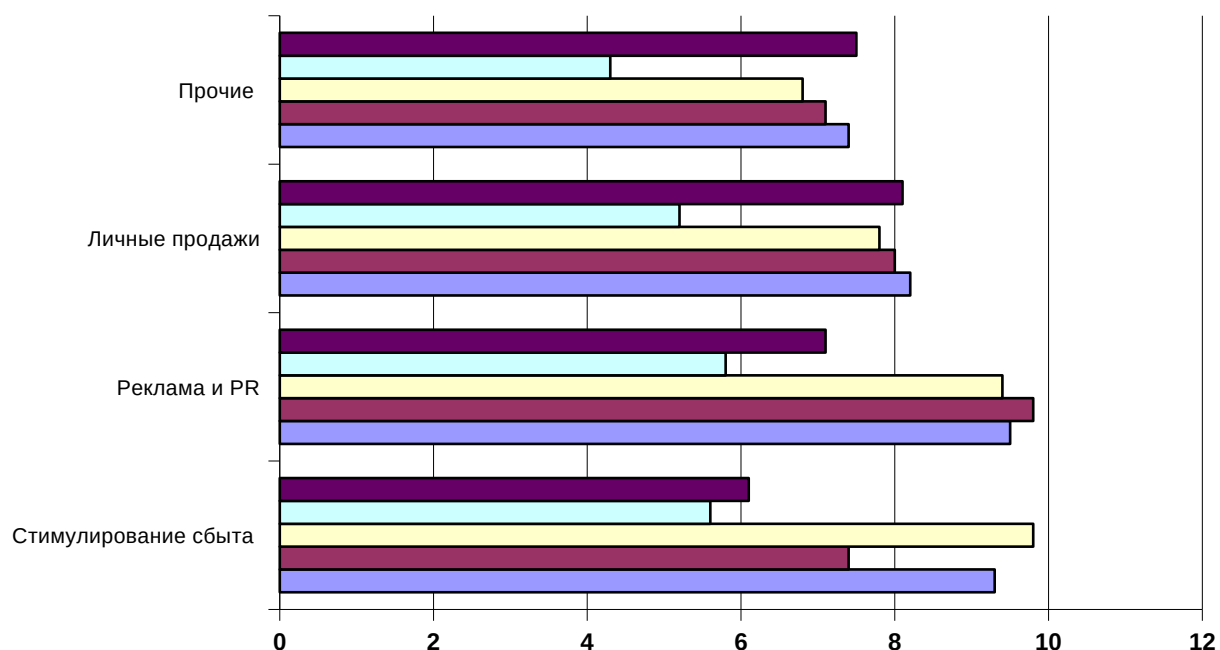


Рисунок 5 – Образ компании «Самрезтех»



- Влияние на формирование бренда «Самрезтех»
- Оригинальность/необычность продвижения «Самрезтех»
- Соответствие реализации программ продвижения их замыслу и специфике ТТК
- Интерес к программам продвижения «Самрезтех»
- Запоминаемость инструментов продвижения «Самрезтех»

**Рисунок 6 - Результаты оценки респондентов коммуникационного воздействия на целевую аудиторию материалов «Самрезтех»**

**Таблица 8**

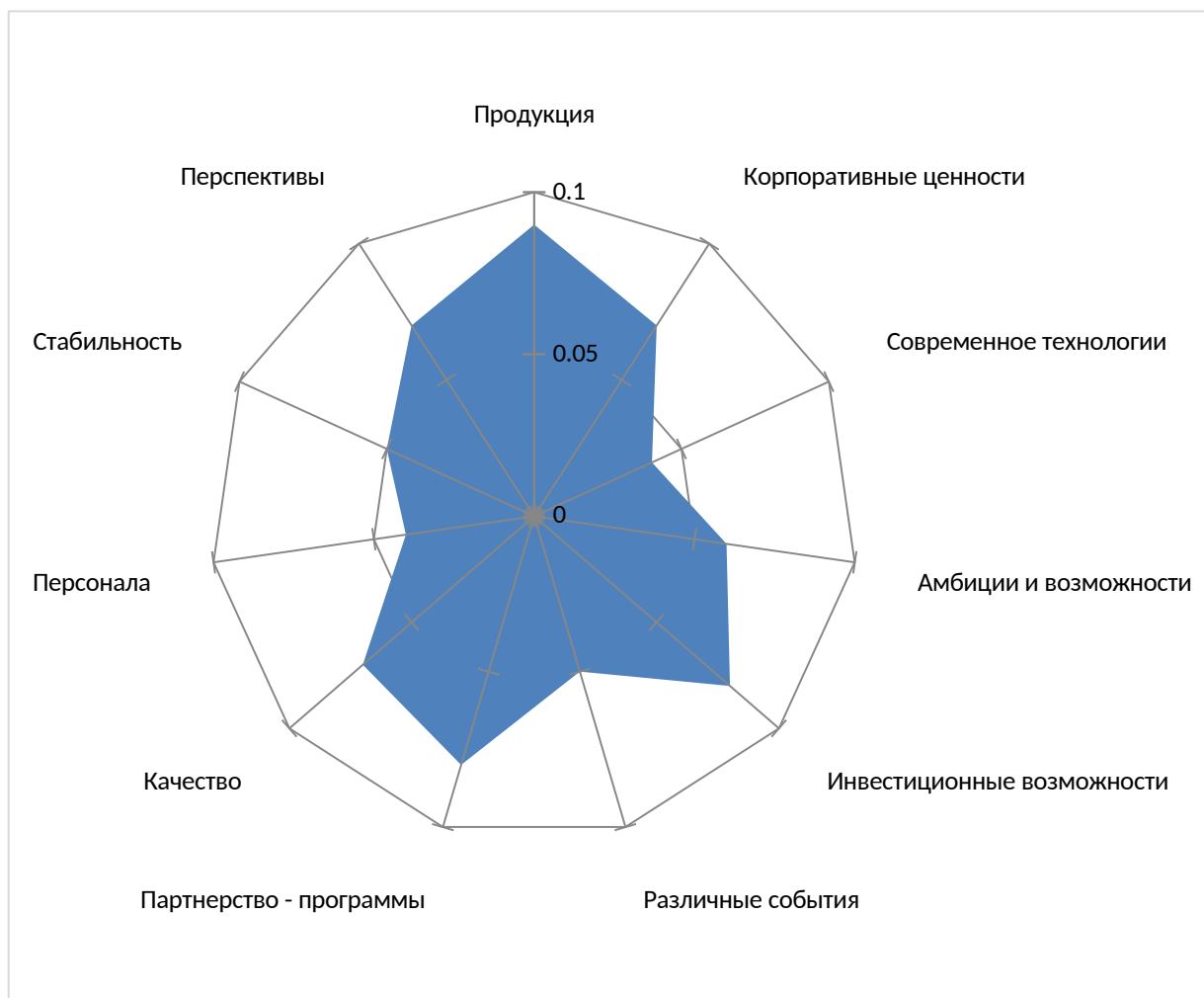
**Уровень доверия к маркетинговым каналам распространения информации при сопровождении деятельности «Самрезтех»**

| PR каналы           | Доверяю | Доверяю частично | Не доверяю |
|---------------------|---------|------------------|------------|
| Радио               | 50      | 40               | 10         |
| Пресса              | 10      | 30               | 60         |
| Интернет            | 80      | 20               | 0          |
| Личные коммуникации | 70      | 30               | 0          |

Таблица 9

**Оценка семантические поля медиаобраза компании «Самрезтех» в медиатекстах**

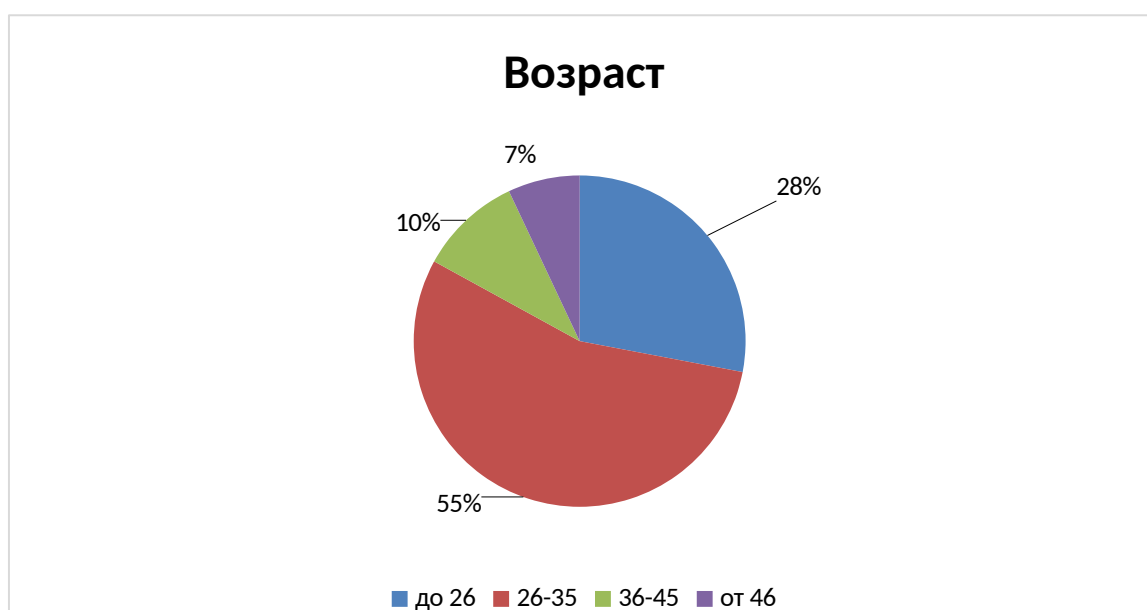
| Поле медиаобраза компании «Самрезтех» | Частота в тесках |
|---------------------------------------|------------------|
| <b>Продукция</b>                      | 0,09             |
| <b>Корпоративные ценности</b>         | 0,07             |
| <b>Современное технологии</b>         | 0,04             |
| <b>Амбиции и возможности</b>          | 0,06             |
| <b>Инвестиционные возможности</b>     | 0,08             |
| <b>Различные события</b>              | 0,05             |
| <b>Партнерство - программы</b>        | 0,08             |
| <b>Качество</b>                       | 0,07             |
| <b>Персонала</b>                      | 0,04             |
| <b>Стабильность</b>                   | 0,05             |
| <b>Перспективы</b>                    | 0,07             |
| <b>Итого</b>                          | 0,7              |



**Рисунок 9 - «Координаты» семантического поля медиаобраза компании «Самрезтех» в медиатекстов**



**Рисунок 10 - Сегментация целевой аудитории ООО «Самрезтех» по полу, %**



**Рисунок 11 - Сегментация целевой аудитории ООО «Самрезтех» по возрасту, %**

Таблица 10

## Оценка сегментов 1 и 2 целевой аудитории ООО «Самрезтех»

| Критерии отношения потребителя к «Самрезтех»                                                                                  | Сегмент I | Сегмент II |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|
| <b>Значение факторов маркетинга: от 1 - высокое до 6 - низкое</b>                                                             |           |            |
| Качество                                                                                                                      | 6         | 4          |
| Обслуживающий персонал                                                                                                        | 5         | 4          |
| Удовлетворение от покупки                                                                                                     | 5         | 5          |
| Коммуникации                                                                                                                  | 6         | 5          |
| Атмосфера                                                                                                                     | 6         | 4          |
| Цена                                                                                                                          | 3         | 5          |
| <b>Мнение потребителей о «Самрезтех»:</b><br>++ превосходит ожидания;<br>+ соответствует идеалу;<br>- не соответствует идеалу |           |            |
| Торговый персонал                                                                                                             | -         | -          |
| Цена                                                                                                                          | +         | +          |
| Скидки-бонусы                                                                                                                 | ++        | ++         |
| Качество                                                                                                                      | ++        | +          |
| Внутренняя атмосфера                                                                                                          | +         | +          |
| Медиа                                                                                                                         | -         | +          |
| Ассортимент                                                                                                                   | ++        | +          |
| <b>Частота испытываемых положительных эмоций в «Самрезтех»:</b><br>- никогда;<br>+ иногда;<br>++ часто                        | -         | -          |
| Сожаление                                                                                                                     | -         | -          |
| Раздражение                                                                                                                   | +         | +          |
| Удовлетворение                                                                                                                | ++        | ++         |
| Радость                                                                                                                       | ++        | +          |
| Неудовлетворенность                                                                                                           | +         | -          |
| Намерения совершить еще покупку в ближайшем будущем (% численности сегмента)                                                  | 100       | 70         |
| Собираются совершить                                                                                                          | 100       | 70         |
| Не собираются совершить                                                                                                       | 0         | 30         |



Рисунок 12 - Основные ожидания сегмента 1 от компании «Самрезтех»



Рисунок 13 - Возможные процессы оптимизации коммуникаций «Самрезтех»

Таблица 11

**Сравнение инструментов традиционных коммуникаций и ИИК PR  
компании «Самрезтех»**

| Одинаковые черты | Текущие PR компании «Самрезтех»                                                                                                                                                               | ИИК PR компании «Самрезтех»                                                                                                                        |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  | Составляющие коммуникационного процесса PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                                                                                     |                                                                                                                                                    |
|                  | Этапы коммуникационного процесса PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                                                                                            |                                                                                                                                                    |
|                  | Структура коммуникационного процесса PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                                                                                        |                                                                                                                                                    |
|                  | Цели: улучшение и поддержание бренда, репутации, увеличение лояльности и реализации потенциала мероприятий, повышение эффективности компании «Самрезтех» в сфере культуры, спорта и молодежи. |                                                                                                                                                    |
| Различные черты  | Обособленное использование технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                                                                                       | Совместное использование технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех» с учетом стратегической и информационного роли каждой из них |
|                  | Суммарный эффект использования технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                                                                                   | Синергетический эффект использования технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                                  |
|                  | Децентрализация PR мероприятий                                                                                                                                                                | Централизация PR мероприятий                                                                                                                       |
|                  | Формирование нескольких бюджетов по разным направлениям использования технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                                            | Единое финансирование комплекса использования технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                         |
|                  | Вовлечены в процесс использования технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех» только несколько подразделений                                                                 | Высокая степень вовлечения всего персонала в использование технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                            |
|                  | Нескоординированные обращения к персоналу при помощи использования технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                                                               | Согласованные обращения к персоналу при помощи использования технологий PR сопровождения мероприятий компании «Самрезтех»                          |
|                  | Массовый PR компании «Самрезтех»                                                                                                                                                              | Индивидуальный PR компании «Самрезтех»                                                                                                             |

**Таблица 12**

**Изменение коммуникабельной эффективности внутрифирменной рекламы**

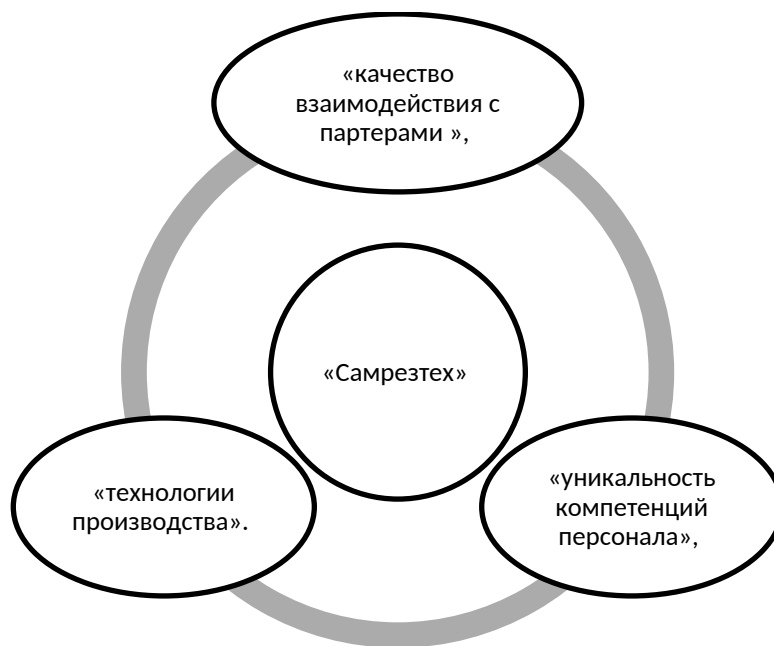
| Параметр                                                                                                      | Вес | -2 | -1 | 0 | +1 | +2 | Оценка |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|----|--------|
| Охват (Reach)                                                                                                 | 20  |    |    |   |    | x  | +40    |
| Распределение частоты (Frequency Distribution)                                                                | 15  |    |    | x |    |    | 0      |
| GRP (Gross Rating Points) - суммарная интенсивность рекламной кампании,                                       | 15  |    |    |   | x  |    | +15    |
| Средняя частота (Average Frequency)                                                                           | 15  |    |    |   |    | x  | +30    |
| Функция отклика (Response Functions)                                                                          | 20  |    |    |   |    | x  | +40    |
| GIs (Gross Impressions) - второстепенный параметр, отражающий общее количество контактов аудитории с рекламой | 15  |    |    | x |    |    | 0      |
| <b>Итого</b>                                                                                                  | 100 |    |    |   |    |    | +125   |

**Таблица 13**

**Сводная таблица показателей эффективности всех мероприятий по улучшению внутрифирменной рекламы**

| Показатель                        | 2017г.    | 1         | 2         | 3         | После     | Изменения         |           |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------------|-----------|
|                                   | тыс. руб. | тыс. руб. | тыс. руб. | тыс. руб. | тыс. руб. | Абс-ные, тыс.руб. | Отн-ние % |
| <b>Доход от продаж</b>            | 69486     | 1404      | 1057      | 2099      | 74046     | 4560              | 106,6     |
| <b>Затраты</b>                    | 59213     | 40,85     | 140       | 240       | 59633,85  | 420,85            | 100,7     |
| <b>Прибыль (убыток) от продаж</b> | 10273     | 1363,15   | 917       | 1859      | 14412,15  | 4139,15           | 140,3     |

|                                    |      |       |       |       |      |      |     |
|------------------------------------|------|-------|-------|-------|------|------|-----|
|                                    |      |       |       |       |      |      |     |
| <b>Чистая прибыль<br/>(убыток)</b> | 4906 | 679,4 | 465,2 | 917,4 | 6968 | 2062 | 142 |
| <b>Рентабельность</b>              | 7,1  | 0,8   | 0,5   | 1     | 9,4  | 2,3  | -   |



**Рисунок 14 – Координаты позиционирования имиджа компании «Самрезтех»**