

Автономная некоммерческая организация высшего образования
**«Поволжская академия образования и искусств имени Святителя
Алексия, митрополита Московского»**

Кафедра экономики и бизнес - развития

Направление подготовки 44.03.01. Педагогическое образование
Направленность (профиль) Экономическое образование

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему «Повышение доходов предприятия на примере ООО «МОРИ
СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

Выполнил студент:
4 курса группы ЭО - 401
очной формы обучения
Генза Тимур Назимович

подпись

Научный руководитель:
Торхова Анна Николаевна
Кандидат экономических наук, доцент

подпись

Допустить к защите
Заведующий кафедры
Экономики и бизнес развития

Подпись

(Ф.И.О)

«__» _____ 2024г.

Тольятти
2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты анализа доходов организации	7
1.1. Экономическая сущность, понятие и структура доходов.....	7
1.2. Виды доходов, методы расчета и планирования доходов.....	12
1.3. Факторы, оказывающие влияние на доходы	17
Глава 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации на примере ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ».....	29
2.1. Общая характеристика организации.....	29
2.2. Анализ основных технико-экономических показателей ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ».....	35
2.3. Разработка мероприятия по повышению доходов ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» и расчет его экономической эффективности.....	42
2.3.1. Внедрение кофемашины.....	42
2.3.2. Внедрение VR-автомата.....	49
2.3.3. «Мы вместе с МОРИ СИНЕМА»: программа показа патриотических кинофильмов для школьников во время школьных каникул.....	59
Глава 3. Разработка плана-сценария классного часа на тему: «Патриотизм и кино».....	64
3.1. Принципы воспитания. Патриотическое воспитание школьников.....	64
3.2. Роль кинотеатров в патриотическом воспитании.....	68
3.3. Сценарий классного часа на тему «Патриотизм и кино».....	74
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	81
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	85
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	89

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время практически все организации осуществляют свою финансово-хозяйственную деятельность под влиянием сложно прогнозируемых факторов и адаптируются, проходят осложненный экономическими условиями этап в своем развитии, характеризуемый перестройкой своей финансово-хозяйственной деятельности, быстро меняющимися технологиями и не ослабевающей конкуренцией. В такой ситуации возрастающее значение приобретает скорость и адекватность принятия решений в системе управления организации, значимость повышения доходов для обеспечения эффективности и результативности в ее финансово-хозяйственной деятельности.

Повышение доходов для обеспечения эффективности и результативности финансово-хозяйственной деятельности в настоящее время становится основой успешности функционирования в долгосрочной перспективе и определяющей потенциал развития организации. В этом направлении может быть задействовано много инструментов, способствующих улучшению финансово-хозяйственной деятельности, снижению влияния рисков, экономному использованию ресурсов, улучшению рыночных позиций, повышению динамичности в охвате рынка. При этом успех могут принести решения, обоснованные проведением анализа и выраженные мероприятиями, направленными на достижение заданных целей развития. В этой связи определение исследовательского и проектного подхода и на его основе учет условий финансово-хозяйственной деятельности организации, способствующий повышению доходов, приобретает особую актуальность.

С учетом значительного объема представленного в научных источниках материала по анализу и повышению доходов финансово-хозяйственной деятельности организации рассматриваемую тему можно считать хорошо освещенной и достаточно проработанной, но относительно

особенностей рассматриваемой в работе организации, обоснованной для более глубокого изучения.

Экономическая цель бакалаврской работы заключается в разработке мероприятий для увеличения доходов кинотеатра

Для того чтобы достигнуть поставленных целей были поставлены и решены следующие задачи:

- 1) Рассмотреть теоретические аспекты анализа доходов организации;
- 2) Проанализировать деятельность организации и основные технико-экономические показатели ООО «МОРИ СИНЕМА»;
- 3) Рассчитать мероприятия по повышению доходов организации и рассчитать их экономическую эффективность;

Педагогическая цель бакалаврской работы заключается в исследовании влияния кинематографа на формирование патриотических чувств у зрителей и разработке методов использования кино в педагогической деятельности для повышения уровня патриотизма в обществе.

- 1) Определить значение деятельности кинотеатров в патриотическом воспитании школьников.
- 2) Разработать сценарий классного часа на тему «Патриотизм и кино»

Предметом исследования является анализ факторов, влияющих на экономическую эффективность кинотеатрального бизнеса и взаимодействие между образовательными учреждениями и кинематографической индустрией для использования фильмов в учебном процессе и формирования патриотического воспитания.

Объектом исследования являются - организация ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ», действующая в сфере демонстрации кинофильмов и муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение городского округа Тольятти «Гимназия № 48 имени Героя России О.Н. Долгова».

Методы исследования: диалектика, система методов анализа, анализ документов, описание полученных данных и др.

Различные теоретические аспекты касательно анализа и повышения

доходов организаций рассматривали различные авторы. В этой связи можно выделить теоретические подходы Г.В. Шадриной, Н.Г. Пахомовой, О.В. Аскановой, раскрывающие содержание, задачи и принципы проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности, которые можно использовать применительно к рассматриваемой в работе организации. Также можно отметить авторов Н.А. Никифорову, В. Н. Тафинцеву, О.В. Ефимову, которые уделили внимание формированию информационной базы исследования и использованию инструментария.

Кроме этого можно отметить научный вклад в построение методики анализа применительно к доходам организации таких авторов, как А.Д. Шеремет, Е.А. Козельцева Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина, И.И. Мазурова и др.

Теоретическая значимость бакалаврской работы заключается в определении выявленных теоретических и экономически обоснованных подходов для повышения доходов организации.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в определении разработанных для увеличения доходов ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» мероприятий, а также предложений, которые позволят получить не только экономический эффект, но и дополнительный ресурс для целей развития патриотического воспитания.

Информационная база исследования состоит из нормативно-правовых актов, учебников и учебных пособий, источников периодической печати, финансовой отчетности организации за 2021 – 2023 гг. и других внутренних материалов организации.

Структура бакалаврской работы состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

Во введении представлены вводные с точки зрения исследования темы положения, определена ее актуальность, цель, задачи, теоретико-методологическая, информационная основа, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе бакалаврской работы представлены теоретические аспекты анализа доходов организации, которая включает в себя понятие, экономическую сущность, виды и структуру, методы расчета, факторы влияния, планирование доходов.

Во второй главе проведен анализ доходов организации на примере ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ», дана общая характеристика, проанализированы основные технико-экономические показатели, разработаны мероприятия для повышения доходов организации и произведена оценка эффективности экономической эффективности предложенных мероприятий, также выявлены основные пути улучшения финансово-хозяйственной деятельности организации.

В третьей главе были определены основные принципы воспитания, более детально и глубоко представлены принципы патриотического воспитания, роль в таком воспитании кинотеатров, разработано предложение – классный час на тему «Патриотизм и кино».

В заключении систематизированы основные выводы по теме исследования.

Библиографический список включает 42 источника.

Приложения в бакалаврской работе представлены в количестве 4.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ДОХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ.

1.1. Экономическая сущность, понятие и структура доходов

Важнейший принцип деятельности экономических субъектов — обеспечение самоокупаемости. Это значит, что все расходы организации должны покрываться ее доходами. При этом, сумма доходов должна превышать сумму расходов, что позволяет получать прибыль [13, с. 20].

До недавнего времени понятие доход не имело однозначного толкования. В одних литературных источниках, в том числе в учебной литературе, доход рассматривался как результат производственно-хозяйственной деятельности организации, получаемой как разница между стоимостью реализованной продукции и всеми произведенными затратами, в других — как сумма прибыли и фонда оплаты труда персонала организации, в третьих — как выручка от реализации продукции.

Однако, когда доход стал важной составляющей при определении финансового результата организаций, возникла необходимость в однозначном понимании термина «доход» в целях достоверного его исчисления и отражения в бухгалтерском учете.

Доход — поступления всех видов деятельности, уменьшенные на величину материальных затрат за исключением оплаты труда [20, с. 17].

Доход, как и выручка, всегда является положительным экономическим показателем, прибыль может быть и отрицательной.

Классификация материальных затрат включает в себя:

- Оплата труда
- Социальные отчисления
- Амортизация
- Сырье и материалы, топливо и электроэнергия
- Прочие расходы

Доход включает в себя прибыль, а также затраты на оплату труда работников организации и социальную составляющую внутренней политики (ДМС, премия, материальная помощь и т. п.) [15, с. 6].

В современных условиях выделяют несколько видов доходов предприятия (таблица 1).

Таблица 1.1 - Виды доходов предприятия

Доходы предприятия
Доход от реализации продукции, работ, услуг
Валовый доход
Доход от основной деятельности
Доход от неосновной деятельности
Совокупный доход до налогообложения
Совокупный доход после налогообложения
Доход или убыток от чрезвычайных ситуаций
Чистый доход

Таким образом, в ходе осуществления своей экономической деятельности организация получает доход. Доход классифицируется в зависимости от направлений деятельности организации:

- основная (обычная);
- инвестиционная;
- финансовая.

Доходы различают по источнику, способам, регулярности и очередности получения.

Доход может приносить собственность на факторы производства, они могут быть получены частным лицом, фирмой, государством в наличной или безналичной форме. [30, с. 18].

Доходы и расходы предприятия имеют одинаковую структуру построения и в зависимости от их характера, условий получения или

осуществления и направления деятельности организации делятся на доходы (расходы) от обычных видов деятельности и прочие доходы (расходы).

К доходам от обычных видов деятельности относятся выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ и оказанием услуг, дебиторская задолженность, арендная плата, лицензионные платежи и роялти [11, с. 6].

Выручка от реализации продукции — это все доходы, полученные организацией за определенный период времени за реализованную продукцию. Выручка от реализации продукции является также одним из результатов хозяйственной деятельности предприятия. Размер выручки от реализации определяется объемом продаж. Объем продаж, в свою очередь, является производной величиной от объема выпуска продукции. Объем выпуска продукции при условии спроса на нее зависит от возможностей организации, а именно: от наличия необходимых мощностей, трудовых, материальных и денежных ресурсов. Объем выпуска продукции, как и объем продаж, определяется в натуральных и денежных единицах. Вместе с тем натуральные измерители не учитывают техническое усовершенствование изделий, улучшение качества продукции. Их также трудно увязать с экономическими результатами как по видам деятельности, так и по работе организации в целом. Поэтому объем производства и продаж измеряется в денежном выражении [7, с.15].

Важно, чтобы объем производства товарной продукции не слишком превышал объем продаж, так как это может негативно сказаться на развитии экономики организации из-за увеличения запасов продукции на складе.

Выручкой признается доход при наличии следующих условий:

- организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом;
- сумма выручки может быть определена;
- имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции

произойдет увеличение экономических выгод организации. Уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации, имеется в случае, когда организация получила в оплату актив либо отсутствует неопределенность в отношении получения актива;

- право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию (товар) перешло от организации к покупателю или работа принята заказчиком (услуга оказана);

- расходы, которые произведены или будут произведены в связи с этой операцией, могут быть определены [6, с.10].

Если в отношении денежных средств и иных активов, полученных организацией в оплату, не исполнено хотя бы одно из названных условий, то в бухгалтерском учете организации признается кредиторская задолженность, а не выручка.

Не признаются доходами организации следующие поступления от других юридических и физических лиц:

- суммы налога на добавленную стоимость, акцизов, экспортных пошлин и иных аналогичных обязательных платежей;

- суммы по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и т.п.;

- в порядке предварительной оплаты продукции, товаров, работ, услуг;

- суммы авансов в счет оплаты продукции, товаров, работ, услуг;

- суммы задатка; — суммы в погашение кредита, займа, предоставленного заемщику.

В организациях, предметом деятельности которых является сдача имущества в аренду по договору, выручкой считаются поступления, получение которых связано с этой деятельностью (арендная плата) [19, с. 13].

В организациях, предметом деятельности которых является предоставление за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности,

выручкой считаются поступления, получение которых связано с этой деятельностью (лицензионные платежи за пользование объектами интеллектуальной собственности) [21, с. 19].

В организациях, предметом деятельности которых является участие в уставных капиталах других организаций, выручкой считаются поступления, получение которых связано с этой деятельностью.

Доходы, получаемые организацией от предоставления за плату во временное пользование своих активов, прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и из других видов интеллектуальной собственности, и от участия в уставных капиталах других организаций, когда это не является предметом деятельности организации, относятся к прочим доходам [4].

К прочим поступлениям (расходам) относятся:

- операционные доходы (расходы);
- внереализационные доходы (расходы);
- чрезвычайные доходы (расходы).

Операционными доходами являются:

- поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение) активов организации;
- поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности;
- поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам);
- прибыль, полученная организацией в результате совместной деятельности (по договору простого товарищества);
- поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров;
- проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за использование банком денежных

средств, находящихся на счете организации в этом банке [29, с.116].

Внереализационными доходами являются:

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
- активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;
- поступления в возмещение причиненных организации убытков;
- прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;
- суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности;
- курсовые разницы;
- сумма дооценки активов;
- прочие внереализационные доходы.

1.2. Виды доходов, методы расчета и планирования доходов.

Под доходами организации подразумевается увеличение экономических выгод в результате поступления денежных средств, иного имущества и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала [12, с.46].

Доходы подразделяются на:

- доходы от обычных видов деятельности;
- прочие.

Таблица 1.2 - Виды доходов организации.

Доходы от обычных видов деятельности	Прочие доходы
Выручка от продажи товаров	Прибыль от совместной деятельности
Поступления от выполненных работ, оказанных услуг	Поступления от продажи активов
Дебиторская задолженность	Кредиторская задолженность с истекшим сроком исковой давности
Арендная плата	Активы, полученные безвозмездно
Лицензионные платежи, роялти	Полученные дивиденды, проценты

	Полученные штрафы, пени, неустойки
	Поступления в возмещение причиненных убытков
	Курсовая разница

Чрезвычайными доходами считаются поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т.п.): страховое возмещение, стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и т. д. [16, с. 40]. Для оценки уровня и динамики доходов населения используются показатели номинального, располагаемого и реального дохода (таблица 3).

Таблица 1.3 - Основные формы доходов для оценки уровня и динамики доходов.

Номинальный доход	Располагаемый доход	Реальный доход
Общее количество денег, полученных за определенный период	Номинальный доход за минусом налогов и других обязательных платежей	Те товары и услуги, которые куплены на сумму располагаемого дохода
"Начисленные доходы»	"Чистые доходы»	"Отоваренные доходы»

Номинальный доход (NT) – количество денег, полученное отдельными лицами в течение определенного периода, также он характеризует уровень денежных доходов независимо от налогообложения.

Располагаемый доход (DI) – доход, который может быть использован на личное потребление и личные сбережения.

Располагаемый доход меньше номинального дохода на сумму налогов и обязательных платежей, т. е. это средства, используемые на потребление и сбережение [9, с.38].

Для измерения динамики располагаемых доходов применяется

показатель «реальные располагаемые доходы», рассчитываемый с учетом индекса цен.

Реальный доход (RI) представляет собой количество товаров и услуг, которое можно купить на располагаемый доход в течение определенного периода, т. е. с поправкой на изменение уровня цен [31, с. 44].

Кроме этого выделяют такие виды доходов:

- в зависимости от масштабной базы:
- совокупный (общий, валовой) доход – это доход, полученный за период от всех видов деятельности (валовая выручка);
- средний доход – доход в расчете на единицу продукции- равняется средней цене реализации (без акцизов и НДС);
- предельный доход – характеризует прирост совокупного дохода при увеличении объема продаж на единицу продукции($\Delta\text{Дед}$):

$$\text{ПД} = \Delta\text{Дед} / \Delta Q_p,$$

где ΔQ_p – дополнительное количество единиц реализованной продукции.

Под выручкой понимается стоимость реализованной продукции с акцизами и НДС.

Датой получения выручки является момент реализации продукции, т.е. перехода права собственности на товары к покупателю. Если оплата еще не поступила, то сумма выручки определяется в составе дебиторской задолженности, если поступила часть оплаты, то выручка равна сумме поступления и дебиторской задолженности [11, с.23].

Различают выручку от основной деятельности и выручку от прочей деятельности. Выручка от реализации всегда больше дохода от реализации на величину косвенных налогов. Доход от реализации определяется расчетным путем как разница между выручкой от реализации и суммой косвенных налогов, предъявленных покупателю.

Величина дохода от реализации всегда больше валового дохода.

Валовым доходом является та часть созданной стоимости, которая

остается после вычета стоимости вложенного в производство и потребленного в нем капитала.

Существуют разные подходы к определению суммы валового дохода:

- как разница между доходом от реализации и суммой материальных затрат;
- как разница между доходом от реализации и всем авансированным капиталом (материальные затраты и амортизация)
- как разница между доходом от реализации, материальными затратами, амортизационными отчислениями и отчислениями от фонда оплаты труда в государственные внебюджетные фонды [8, с. 25].

Валовой доход не отражается в отчетности, но он характеризует величину созданной добавленной стоимости, облагаемой НДС.

Чистый доход трактуется как остаток дохода после выплаты налогов.

Чистый доход определяют путем вычитания из валового дохода суммы расходов на оплату труда с отчислениями страховых взносов.

Маржинальный доход определяют, как разность между доходом от реализации и суммой переменных затрат, связанных с производством и реализацией [15, с.4].

Таким образом, в зависимости от состава входящих элементов выделяют:

- доход от реализации;
- валовой;
- чистый;
- маржинальный.

Планирование дохода от реализации и объема продаж

Планирование выручки от реализации осуществляется одним из двух методов:

- 1) Методом прямого счета.

Выручка от реализации (В) определяется как произведение цены без налогов в виде надбавок к цене (Ц) и объема реализованной продукции (выполненных

работ) в натуральном выражении (Р):

$$B = P \times Ц.$$

2) Расчетным методом.

Этим методом учитываются выпуск товарной продукции (Т), остатки готовой продукции на складе и в товарах, отгруженных на начало (Он) и конец (Ок) планируемого года: $B = Он + Т - Ок$.

Расчет осуществляется в ценах продаж, остатки на начало планируемого года оцениваются по ценам предыдущего года, товарный выпуск и остатки на конец планируемого года в плановых ценах [17, с.11].

Стоимость остатков готовой продукции на конец года рассчитывается в двух оценках: по ценам продаж (оптовым) и по производственной себестоимости. Для расчета стоимости остатков используются данные о планируемых объемах производства в IV квартале планируемого года, так как очевидно, что в остатках будет продукция, произведенная в последнем квартале года. Определяется однодневный 35 оборот по ценам продаж и по производственной себестоимости (С) в квартале и умножается на количество дней запаса. [15, с.18].

Распределение выручки от реализации

Поступая на предприятие, выручка от реализации распределяется по направлениям возмещения потребленных средств производства, а также формирует валовой и чистый доход.

Выручка от реализации должна покрывать совокупные затраты предприятия и приносить ему прибыль.

Поступление выручки на денежные счета организации завершает кругооборот средств.

Дальнейшее использование поступивших средств - это начало нового кругооборота.

Одновременно происходит распределение чистого дохода в интересах предприятия, физических лиц, государства, других заинтересованных лиц.

Направления использования выручки включают в себя:

- косвенные налоги
- доходы от реализации
- амортизация
- материальные затраты
- валовый доход
- заработная плата с отчислениями
- налоги относимые на финансовый результат
- прибыль (налогооблагаемая)
- налог на прибыль
- чистая прибыль

В первую очередь выручка используется на оплату счетов поставщиков сырья, материалов, покупных полуфабрикатов, комплектующих изделий, запасных частей для ремонта, топлива, энергии и пр. Одновременно с этим происходит возмещение амортизации внеоборотных активов, а остаток выручки формирует валовой доход. Из выручки, а точнее уже из валового дохода выплачивается заработная плата, начисляются страховые взносы на фонд оплаты труда во внебюджетные фонды, налоги и прочие расходы, относимые на финансовый результат, после этого остаток валового дохода и образует налогооблагаемую прибыль. Затем начинается процесс распределения прибыли, уплачивается налог на прибыль, формируется чистая прибыль, которая в дальнейшем подлежит распределению на дивиденды, фонды и нераспределенную прибыль [27, с.33].

1.3. Факторы, оказывающие влияние на доходы.

Как известно, на доходы предприятия влияет множество факторов. На сегодняшний день существует огромное количество классификаций факторов, влияющих на доход. Однако основной классификацией является разделение факторов на внутренние и внешние. [20, с. 14].

Внутренние факторы дохода организации могут быть различными и варьироваться в зависимости от специфики бизнеса.

Таблица 1.4 – Основные внутренние факторы дохода в организации.

Продуктовая линейка	разнообразие продуктов или услуг, предлагаемых компанией, может влиять на общий объем доходов
Ценообразование	стратегия ценообразования и уровень цен на товары или услуги оказывают прямое влияние на доходы организации
Качество продукции или услуг	высокое качество продукции или услуг способствует привлечению клиентов и повышению объема продаж
Маркетинговые усилия	эффективные маркетинговые кампании и стратегии способствуют увеличению осведомленности о продуктах компании и привлекают новых клиентов
Управление производством	оптимизация производственных процессов помогает снизить издержки и повысить прибыльность
Управление продажами и обслуживанием клиентов	качественное обслуживание клиентов способствует повторным продажам и лояльности клиентов
Управление запасами	эффективное управление запасами помогает избежать излишков или нехваток товаров, что может повлиять на продажи и доходы
Исследование и разработка	инновационные продукты или услуги, разработанные компанией, могут привлечь новых клиентов и увеличить доходы
Управление персоналом	квалифицированные и мотивированные сотрудники способствуют улучшению качества обслуживания и, как следствие, увеличению объема продаж
Финансовое планирование	действительно хорошее управление финансами включает в себя эффективную стратегию управления денежными потоками, инвестиционные решения и оценку финансовых результатов с целью максимизации прибыли
Уровень производительности	повышение производительности сотрудников и оптимизация бизнес-процессов может привести к сокращению издержек и увеличению прибыли
Уровень автоматизации	внедрение современных технологий и систем автоматизации бизнес-процессов может повысить эффективность работы организации и улучшить ее финансовые показатели

Эти внутренние факторы, если управлять ими правильно и стратегически, могут существенно повлиять на доходы организации, способствуя ее росту и успеху на рынке.

Внутренние факторы доходов организации играют важную роль в обеспечении ее финансовой устойчивости и процветания. Более того, эти факторы взаимосвязаны и влияют друг на друга, поэтому их эффективное управление и координация могут привести к максимизации доходов. Например, инновационные продукты, разработанные благодаря

исследованиям и разработке, могут отличаться высоким качеством и привлекать целевую аудиторию, что в свою очередь способствует увеличению объема продаж и увеличению доходов компании [19, с.58].

Для успешного управления внутренними факторами доходов организации важно учитывать специфику бизнеса, стратегию компании, особенности рынка и конкурентную среду. Кроме того, систематическое мониторинг и анализ внутренних процессов и показателей поможет выявить проблемные области и принять необходимые меры для их оптимизации.

Поэтому руководство компании должно постоянно следить за внутренними факторами, которые могут повлиять на ее доходы, и принимать обоснованные управленческие решения, направленные на улучшение финансовых результатов. Успешное управление внутренними факторами доходов способствует повышению конкурентоспособности компании, укреплению ее позиций на рынке и обеспечению устойчивого финансового роста [26, с. 286].

Доходы организации - это управление персоналом, процесс, который включает в себя планирование, найм, обучение, мотивацию и управление производительностью сотрудников для достижения целей организации. Доходы организации напрямую зависят от того, насколько хорошо управляется персонал, насколько эффективно они работают и как хорошо они выполняют свои задачи. Управление персоналом помогает организации привлекать и удерживать талантливых сотрудников, развивать их профессиональные навыки и способствовать повышению общей продуктивности и прибыли [10, с.21].

Компетентный и мотивированный персонал может оказать значительное влияние на успех бизнеса и увеличение доходов.

Управление персоналом включает в себя ряд аспектов, таких как правильный подбор сотрудников, обучение и развитие персонала, мотивация и стимулирование рабочей эффективности, а также создание благоприятной рабочей атмосферы. Конструктивная обратная связь, развитие навыков и

компетенций сотрудников, адекватная система вознаграждения и поощрения - все это важные составляющие успешного управления персоналом.

Сотрудники, способные к саморазвитию и росту, могут стать ценным ресурсом для компании, способствуя улучшению качества продукции или услуг, увеличению производительности труда и, соответственно, увеличению доходов. Поэтому уделять внимание развитию персонала и повышению их мотивации - одно из ключевых направлений внутреннего управления организацией [16, с.5].

Управление персоналом важно не только для повышения производительности и эффективности труда, но и в контексте формирования корпоративной культуры организации, которая может стать своеобразным конкурентным преимуществом и привлечь как качественных специалистов, так и лояльных клиентов. Рациональное сочетание технических, маркетинговых и человеческих аспектов позволяет создавать сильные команды, способные успешно достигать целей и повышать доходы компании.

Так же ещё одним важным внутренним фактором, который влияет на доходы организации, является операционная эффективность. Она охватывает все процессы и операции внутри компании, которые направлены на производство продукции или предоставление услуг.

Операционная эффективность включает в себя оптимизацию рабочих процессов, управление запасами и цепочкой поставок, оптимизацию производственных мощностей, контроль качества продукции, эффективное управление ресурсами и многое другое. Повышение операционной эффективности позволяет улучшить производственные показатели, снизить издержки, обеспечить более быструю реакцию на изменения спроса рынка и увеличить общую рентабельность бизнеса [22, с.138].

Современные технологии, процессы автоматизации и цифровизации производства позволяют существенно ускорить и оптимизировать операционные процессы. Внедрение инноваций, использование

современного оборудования, анализ данных и принятие обоснованных решений в области операций помогут организации стать более конкурентоспособной на рынке и увеличить свои доходы.

Постоянное совершенствование операционной деятельности и стремление к высокой эффективности позволяют компании не только сохранять свои позиции на рынке, но и создавать условия для долгосрочного устойчивого развития и увеличения финансовых показателей. Внимание к операционной эффективности помогает снизить издержки, улучшить качество продукции и услуг, что в свою очередь способствует увеличению доходов и прибыли компании [19, с.34].

Маркетинговая стратегия – это комплекс мероприятий, направленных на успешное продвижение продукции или услуг на рынке с целью привлечения и удержания клиентов, увеличения объема продаж и улучшения имиджа компании.

Маркетинговая стратегия включает в себя анализ рынка, определение целевой аудитории, разработку продукта и ценовой политики, выбор каналов продвижения и коммуникации с потребителями, а также оценку эффективности проведенных мероприятий. Она должна быть гибкой и адаптироваться к изменениям внешней среды, чтобы обеспечить конкурентоспособность и устойчивое развитие компании. Маркетинг играет ключевую роль в привлечении клиентов, продвижении продукции или услуг на рынке, создании узнаваемости бренда и установлении долгосрочных отношений с потребителями [20, с.29].

Маркетинговая стратегия включает в себя оценку рынка, анализ потребностей и предпочтений целевой аудитории, определение конкурентного окружения, разработку маркетинговых инструментов и каналов продвижения, а также мониторинг эффективности маркетинговых кампаний.

Выбор правильной маркетинговой стратегии позволяет компании эффективно продвигать свои товары или услуги, привлекать новых клиентов,

удерживать существующих и стимулировать повторные покупки. Эффективный маркетинг способствует увеличению узнаваемости бренда, формированию позитивного имиджа компании, повышению спроса на продукцию или услуги и увеличению доходов [1, с.36].

Разнообразные маркетинговые инструменты, такие как реклама, продвижение в социальных сетях, PR-мероприятия, контент-маркетинг, email-маркетинг и другие, позволяют достичь различных целей и привлечь внимание целевой аудитории. Сбалансированный и комплексный подход к маркетингу помогает создать эффективные коммуникационные стратегии, которые способствуют увеличению доходов и развитию бизнеса.

Эффективная маркетинговая стратегия выступает важным инструментом для достижения целей компании, увеличения конкурентоспособности на рынке и увеличения доходов. Поэтому она заслуживает особого внимания и постоянного анализа, чтобы адаптировать подходы к рыночным требованиям и изменениям в поведении потребителей.

Еще один важный аспект, который может оказать значительное влияние на доходы организации - это качество предоставляемых продуктов или услуг. Высокое качество продукции или услуг способствует удовлетворенности клиентов, повышению лояльности, рекомендациям и повторным покупкам.

Качество продукции или услуг оценивается с различных точек зрения, включая соответствие ожиданиям клиентов, технические характеристики, долговечность, дизайн, удобство использования, сервис и т.д. Продукт или услуга высокого качества создает положительный опыт использования у клиентов и способствует построению долгосрочных отношений.

Организация, уделяющая особое внимание контролю качества и постоянному улучшению своей продукции или услуг, может дифференцироваться на рынке, привлекая внимание потребителей и обеспечивая конкурентное преимущество.

Построение процессов контроля качества, обратная связь от клиентов, постоянное обучение и развитие персонала, использование передовых технологий и инноваций - все это составляет основу поддержания высокого уровня качества продукции или услуг [23, с.47].

Будь то производство товаров, предоставление услуг или разработка программного обеспечения, обеспечение высокого качества становится приоритетом для компаний, стремящихся удовлетворить потребности клиентов, укрепить свою репутацию и увеличить доходы за счет лояльных клиентов и рекомендаций о надежном продукте или услуге [28, с.67].

Еще одним ключевым элементом, который следует учитывать, является управление финансами и финансовая стратегия компании. Эффективное управление финансами предполагает разработку стратегии использования и распределения финансовых ресурсов, управление операционными расходами, планирование инвестиций, контроль ликвидности, учет и анализ доходов и затрат. Финансовая стратегия должна быть выстроена таким образом, чтобы обеспечить стабильность финансового положения компании, минимизировать риски и обеспечить финансовую устойчивость.

Кроме того, финансовая стратегия включает в себя анализ финансовой отчетности, управление инвестиционным портфелем, оптимизацию налогов, управление дебиторской и кредиторской задолженностью, принятие финансовых решений на основе данных и аналитики.

Внедрение эффективной финансовой стратегии поможет компании оптимизировать свою деятельность, увеличить прибыльность, поддерживать финансовое здоровье, привлекать инвестиции и расширять бизнес. Вместе с тем, разработка и реализация финансовой стратегии требует комплексного подхода, профессиональной экспертизы, постоянного мониторинга и корректировок в соответствии с изменениями внешней среды и рыночных условий [14, с.29].

Таким образом, эффективное управление финансами и разработка сбалансированной финансовой стратегии позволяют компании успешно функционировать, развиваться и достигать поставленных финансовых целей.

К внутренним факторам относят показатели, которые непосредственно связаны с рабочим процессом организации. Они включают в себя производственные и непроизводственные факторы. На коммерческую деятельность любого предприятия влияют внепроизводственные факторы, также они взаимодействуют с природоохранной и социальной функцией. Например, к ним относятся: услуги по снабжению и сбыту; социальные условия труда; политика ценообразования в организации [36, с.74].

А также факторы, которые участвуют в формировании прибыли, например, предмет труда, рабочий персонал, называются производными. Они подразумевают эффективное использование основных элементов производственного процесса. Существует такая разновидность производственных факторов: экстенсивные и интенсивные.

Экстенсивные факторы — это количественные показатели, формирующие доход путем изменения объема средств; времени эксплуатации оборудования; численности персонала.

Эффективное применение имеющихся ресурсов обеспечивают интенсивные факторы. К ним можно отнести: производительность труда; способы продаж; новые технологии и техники осуществления расчетов и анализа внеоборотных средств; квалификация персонала и т. д.

Также, внутренние факторы изменения дохода, подразделяются на основные и неосновные. Важнейшими в группе основных являются: валовой доход и доход от продажи продукции (объем продаж), себестоимость продукции, структура продукции и затрат, величина амортизационных отчислений, цена продукции [24, с. 13]. К неосновным факторам относятся факторы, связанные с нарушением хозяйственной дисциплины, такие как ценовые нарушения, нарушения условий труда и требований к качеству

продукции, другие нарушения, ведущие к штрафам и экономическим санкциям.

Внешние факторы — природные условия, государственное регулирование цен, тарифов, налоговых ставок, санкции; состояние рынка; социальные условия. Все эти факторы характеризуются как внешние, поскольку они не зависят от деятельности организации, но оказывают воздействие на объем дохода [2, с.17].

К внешним факторам, влияющим на доход организации, также относятся: социально-экономические условия, цены на производственные ресурсы, уровень развития внешнеэкономических связей, транспортные и природные условия [30, с. 335].

Таблица 1.5 – Внешние факторы, влияющие на величину дохода.

Экономические условия	Конъюнктура рынка; Уровень безработицы
Политическая обстановка	Налоговая политика государства; Торговые санкции и ограничения
Социокультурные тенденции	Потребительские привычки и предпочтения; Демографические изменения
Технологические изменения	Внедрение новых технологий; Инновации и конкуренция в сфере технологий
Экологические факторы	Требования к экологической безопасности производства; Возможные штрафы за экологические нарушения
Правовое окружение	Законодательство, регулирующее отрасль деятельности; Административные и правовые штрафы

Эти факторы играют важную роль в формировании дохода организации, и она должна учитывать их в своей стратегии и планировании деятельности.

Каждый из указанных в таблице внешних факторов имеет свою уникальную специфику и может оказывать различное влияние на доход организации. Например, экономические условия, такие как конъюнктура

рынка и уровень безработицы, могут существенно влиять на спрос на товары или услуги компании и, соответственно, на ее доходы.

Политическая обстановка также играет важную роль, поскольку изменения в налоговой политике или введение торговых санкций могут повлиять на финансовое состояние организации. Социокультурные тенденции определяют потребительские предпочтения, что влияет на спрос на товары или услуги компании.

Технологические изменения могут как увеличить доходы организации, благодаря новым возможностям и эффективности производства, так и стать вызовом из-за конкуренции и необходимости постоянного обновления технологической базы.

Экологические факторы и требования к экологической безопасности также все более важны для компаний, особенно в контексте растущего осознания окружающей среды и устойчивого развития.

Правовое окружение определяет рамки деятельности организации и требования к соответствию законодательству, что также может повлиять на ее доходы через штрафы или административные меры.

Важно для бизнеса учитывать все эти внешние факторы при планировании и принятии стратегических решений, чтобы успешно адаптироваться к изменяющейся среде и обеспечить стабильные доходы организации.

В анализе факторов, влияющих на величину дохода, лежат резервы увеличения прибыли организации, основными из которых являются:

1. Обеспечение роста объема производства продукции на основе технического его обновления и повышения эффективности производства.
2. Улучшение условий продажи продукции, в том числе за счет совершенствования расчетно-платежных отношений между контрагентами.

3. Изменение структуры производимой и продаваемой продукции за счет увеличения доли более рентабельной.
4. Снижение валовых расходов на производство и обращение продукции.
5. Установление реальной зависимости уровня цен от качества производимой продукции, ее конкурентоспособности, спроса и предложения аналогичной продукции другими производителями.
6. Увеличение дохода от прочей деятельности предприятия (от продажи основных фондов, иного имущества предприятия, валютных ценностей, ценных бумаг и т. д.).

Следует отметить, что кредитная и налоговая политики государства, непрерывно влияют на размер и темпы роста дохода организации. Они представляют собой сильнейший экономический рычаг, регулирующий взаимоотношения предприятия и государства. Налоговая и кредитная политика положительно воздействуют на экономическую деятельность хозяйствующих субъектов. С помощью данных систем повышается инвестиционная активность предприятия.

На сегодня ситуации во внешнем мире позволяют уделить больше внимания на внешнюю среду организаций, чем на внутреннюю. Это можно объяснить тем, что внутренняя среда представляет собой особый потенциал, обеспечивающий работу предприятия, но лишь в определенный момент времени [33, с.35].

Доход — результат деятельности предприятия. Важную роль играет влияние факторов на результаты деятельности предприятия. Очевидно, что внутренняя среда, иногда, выступает как источник или причина гибели фирмы, то есть она может негативно воздействовать на результаты компании. Внешняя же среда имеет перспективу развития организации не на один промежуток времени, а на долгосрочное развитие предприятия

Итак, доход имеет немаловажное значение в деятельности компании. Показатель доходности позволяет судить об эффективности и деловых

качествах предприятия, уровня ее надежности и экономической стабильности. На доход проявляют воздействие внутренние и внешние факторы. Подобные условия как: увеличение объема продукции, сокращение издержек, повышение качества, проведение ассортиментной политики можно причислить к внутренним, поскольку находятся в зависимости от работы компании. Внешние факторы отличаются от внутренних тем, что они не связаны с деятельностью предприятия. К ним причисляют природные, транспортные, промышленные, общественно-политические, финансовые, и прочие условия внешней среды [39, с.27].

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

2.1. Общая характеристика организации

«MORI CINEMA» - это сеть кинотеатров, представляет собой быстро развивающийся бизнес, основанный на современных технологиях индустрии досуга и развлечений и новшествах в сфере показа кинофильмов. В кинотеатрах сети «MORI CINEMA» осуществляется показ новинок мирового и национального кинопроката, организуются премьерные показы кинофильмов, тематические встречи с популярными актерами и культурно-массовые мероприятия разной тематики и направленности. Любой кинотеатр сети имеет соответствующей обстановке просмотра кинофильмов и досуга современный интерьер, уютные, комфортабельные кафе и бары «MORI Cafe», где есть возможность вкусно и сытно пообедать, насладиться разнообразными напитками и десертами. К услугам гостей предоставляется множество развлечений. Для этого создана игровая зона. Отличительная особенность всех кинотеатров «MORI CINEMA» высокого класса предупредительный персонал.

История каждого кинотеатра «MORI CINEMA» связана с историей создания сети, начиналась с одного шестизального кинотеатра, который был открыт в 2007 году в городе Санкт-Петербурге и был спроектирован с учетом создания максимального комфорта для просмотра кинофильмов, проведения досуга, развлечений и отдыха гостей. В этом же году 10 сентября 2007 г. была подана заявка № 366194 и 2 декабря 2008 г. официально зарегистрирована одноименная торговая марка «MORI CINEMA». Исключительное право на торговую марку «MORI CINEMA» действует до 10 сентября 2027 г., ее правообладателем является ООО «МОРИ СИНЕМА Менеджмент». Развитие сети определялось открытием новых кинотеатров в разных городах России.

При открытии в различных регионах новые кинотеатры оснащались новейшим кинопроекционным оборудованием и современной акустической аппаратурой для полного погружения в мир кино. Таким образом, в активе сети кинотеатров «MORI CINEMA» появились суперсовременные залы ATMOS. В настоящее время кинотеатры «MORI CINEMA» - это мультиплексы, предоставляющие широкий спектр услуг:

- демонстрации кинофильмов;
- предоставление услуг ресторанов, кафе, кафетериев, баров с полным ресторанным обслуживанием, с обслуживанием через прилавок в местах быстрого питания и с полным и частичным самообслуживанием;
- продажа специализированных товаров;
- доставка товаров и готовой продукции ресторанов, кафе, кафетериев, баров;
- реклама и информирование;
- аренда и лизинг профессиональной радио- и телевизионной аппаратуры, аппаратуры связи и залов, проекционного и иного оборудования;
- услуги в области исполнительских искусств, культуры и искусства;
- зрелищно-развлекательные услуги;
- гардероб;
- парковка и др.

В сети кинотеатров «MORI CINEMA» также предоставляются услуги закрытых индивидуальных просмотров кинофильмов текущего репертуара, размещенного на сайте, исключение составляют блокбастеры. Комплексным видом услуг является организация игровых вечеринок с использованием приставок «PlayStation» и «Xbox», а также:

- организация и обслуживание конференций и презентаций;
- организация и обслуживание семинаров и тренингов;
- организация и обслуживание корпоративных мероприятий;
- организация и обслуживание развлекательных программ и шоу и др.

В настоящее время кинотеатры «MORI CINEMA» успешно работают в семи регионах России:

1. Санкт-Петербург (6 залов), открыт в 2007 г.
2. Красноярск (7 залов), открыт в 2008 г.
3. Череповец (7 залов), открыт в 2010 г.
4. Красногорск (6 залов), открыт в 2012 г.
5. Мытищи (9 залов), открыт в 2013 г.
6. Волгоград (7 залов), открыт в 2013 г.
7. Тольятти (8 залов), открыт в 2014г.
8. Москва Кунцево (8 залов, зал VIP), открыт в 2015г.
9. Пушкино (11 залов), открыт в 2020 г

На сегодняшний день, ежедневно тысячи зрителей в разных городах приобретают билеты в кинотеатры «MORI CINEMA», чтобы насладиться лучшими новинками проката в комфортных залах с системами кинотрансляции 2D, 3D и новейшими аудиосистемами Dolby Atmos. А современный дизайн кинотеатров – создает позитивную атмосферу и хорошее настроение гостям.

Для зрителей, особенно ценящих высокую степень комфорта и качество услуг, сеть кинотеатров «MORI CINEMA» предоставляет VIP залы. «MORI CINEMA» не останавливается на достигнутом и продолжает развивать свою сеть, используя все самые последние разработки в области премиум-просмотра контента в 2D и 3D, и расширять сеть кинотеатров, чтобы быть ближе к зрителям.

Все кинотеатры располагаются на территории торговых или торгово-развлекательных центров, это позволяет кинотеатрам получать синергетический эффект от объединения концепций ритейла, общепита и сферы развлечений и досуга, а гостям совмещать шопинг с просмотром лучшего отечественного и зарубежного кинематографа. В городе Тольятти кинотеатр «MORI CINEMA» расположен на территории ТРК «Park House» по адресу: Тольятти, Автозаводское шоссе, д 6, ТРК «PARK HOUSE». Сейчас

занимает 3000 кв. м. Кинотеатр был открыт 29.12.2014, имеет 8 залов, рассчитан на общее количество 1239 зрителей и показы кинофильмов в формате 2D и 3D. К услугам зрителей Консешн-бар и КиноКафе: напитки, попкорн, комбо-наборы, различные снеки, шоколадки и другая продукция. Также кинотеатр располагает площадью и техническими возможностями для проведения мероприятий различного формата:

- конференции, презентации, семинары и тренинги;
- романтические свидания;
- просмотр видеоконтента со своего носителя;
- закрытые индивидуальные просмотры кинофильмов;
- фотосессии и фотовыставки;
- организации развлекательных программ, мастер-классов;
- игровые зоны;
- парковка.

Деятельность кинотеатра в соответствии с действующим законодательством находится в ведении самостоятельно действующего юридического лица ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ». ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» - это коммерческая организация, основным видом деятельности ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» является: деятельность в области демонстрации фильмов (59.14 по ОКВЭД). Также в качестве видов деятельности в Уставе организации зарегистрированы:

- торговля розничная прочими товарами в специализированных магазинах (47.7 по ОКВЭД);
- деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания (56.10 по ОКВЭД), деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания (56.10.1 по ОКВЭД);
- деятельность ресторанов и баров по обеспечению питанием в железнодорожных вагонах-ресторанах и на судах (56.10.3 по ОКВЭД), подача напитков (56.30 по ОКВЭД);

- деятельность информационных агентств (63.91 по ОКВЭД) и рекламных агентств (73.11 по ОКВЭД);
- аренда и лизинг профессиональной радио- и телевизионной аппаратуры и аппаратуры связи (77.39.24 по ОКВЭД);
- деятельность в области исполнительских искусств (90.01 по ОКВЭД), учреждений культуры и искусства (90.04 по ОКВЭД), зрелищно-развлекательная прочая (93.29.9 по ОКВЭД).

Ключевым, определяющим требования к коммерческой деятельности организации является Федеральный закон от 08.09.2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [5]. Основные сведения Общества с ограниченной ответственностью «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» сведены табл. 2.1.

Таблица 2.1 - Основные сведения об ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью
Полное наименование организации	Общество с ограниченной ответственностью «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»
Краткое наименование организации	ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»
Юридический адрес	445004, Самарская область, г. Тольятти, Автозаводское шоссе, д.6
Почтовый адрес	445004, Самарская область, г. Тольятти, Автозаводское шоссе, д.6
Руководитель организации, должность	Директор Неклеса Ольга Владимировна
Номер телефона	+7 (8482) 379-479 доб. 701
Дата регистрации	24.06.2014 г. МИФНС №19 по Самарской обл.
ОГРН	1146324005607
ИНН	6324051260
КПП	632401001
Наименование банка	АО АКБ Международный финансовый клуб
Расчётный счёт	40702810600000001972
Корреспондирующий счёт	30101810445250000632
БИК	044525632
Коды:	ОКПО 33527254, ОКАТО 36440373000 ОКТМО 36740000001, ОКОГУ 4210014 ОКФС 16, ОКОПФ 12165, ОКВЭД 59.14
Профиль деятельности	Деятельность в области демонстрации кинофильмов
Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе	63 №006058580 МИФНС России № 19 по Самарской области 24.06.2014г.
Свидетельство о гос. Регистрации	63 №006058570 МИФНС России № 19 по Самарской области 24.06.2014г.

Организационная структура ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» является достаточно типичной для организаций данного вида деятельности, представлена на рис. 1.

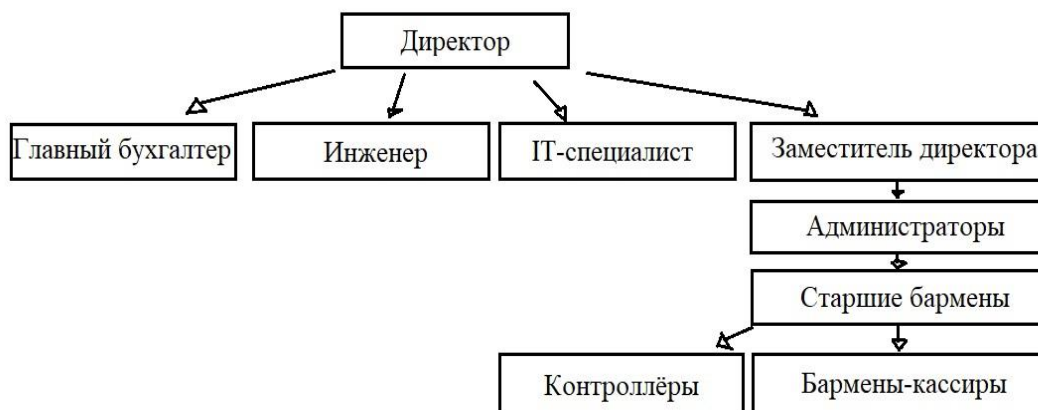


Рисунок 1 - Организационная структура организации ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

Уровни управления в ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» можно разделить на три группы:

1. Руководитель первого уровня, который занимается долгосрочным планированием, разработкой стратегии и тактики, постановкой целей, организацией взаимосвязей с другими организациями и учреждениями составляют стратегический уровень - (директор).

2. Руководители среднего звена, которые контролируют и координируют внутреннюю работу организации, отвечают за согласование работ разных звеньев и организуют отдельные этапы финансово-хозяйственного процесса, составляют тактический управленческий уровень организации (заместитель директора, главный бухгалтер и т.д.):

3. Руководители, которые изо дня в день осуществляют операции и действия, направленные на организацию оперативных процессов, составляют технологический уровень управления (администраторы, старшие бармены).

Большинство процессов в организации осуществляется благодаря функциям специалистов (инженер, IT-специалист) и основных работников. К основному персоналу относятся контролеры и бармены-кассиры.

2.2. Анализ основных технико-экономических показателей ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

Финансово-хозяйственная деятельность ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» обеспечивается коллективом из 15 чел. Результаты его деятельности можно оценить при помощи показателей табл. 7. Сразу привлекает внимание значительный рост показателя выручка в расчете на одного сотрудника, он увеличился в 2023 году от значений 2022 года почти в два раза, точнее на 3301,0 тыс. руб., в относительных значениях прирост составил 98,26%. В период 2021 – 2022 гг. складывалась обратная картина. Выручка в расчете на одного сотрудника снизилась в 2022 году от значений 2021 года на 1310,8 тыс. руб., в относительных значениях снижение составляло 28,19%. Изменения выручки определяли изменения зарплаты сотрудников, что будет показано ниже.

Данные табл. 2.2, составленные на основе приложения 1 характеризуют финансово-хозяйственную деятельность организации ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» в 2021 – 2023 гг. разнонаправленным изменением выручки при росте себестоимости и управленческих расходов. Выручка за 2022 год, по сравнению с 2021 годом, уменьшилась на 24 311 тыс. руб., за 2023 год, по сравнению с 2022 годом, увеличилась больше, на 49516 тыс. руб.

Увеличение выручки в 2023 году определялось решениями на уровне государства в связи с геополитической ситуацией в мире из-за того, что кинопрокатчики стали прекращать сотрудничество с Россией в отношении показов иностранных фильмов на территории страны. Управленческие расходы в 2022 году увеличились на 5 988 тыс. руб., в 2023 году на 26656 тыс. руб. и в связи с этим, мы видим, что из-за кризиса, в основном связанного с отсутствием иностранного контента, организация в 2022 году работало себе в убыток. В 2023 году ситуация улучшилась и организация смогла, как и в 2021 году получить прибыль от продаж. Но деятельность остается убыточной.

Таблица 2.2 – Анализ основных технико-экономических показателей деятельности ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя					
		2021 год	2022 год	2023 год	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение		Темп прироста	
					2022/2021	2023/2022	2022/2021	2023/2022	2022/2021	2023/2022
1.	Выручка, тыс. руб.	74401	50090	99606	-24 311	49516	67,3	198,85	-32,7	98,85
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	55387	41040	52551	-14 347	11511	74,1	128,05	-25,9	28,05
3	Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	19014	9050	47055	-9 964	38005	47,6	519,94	-52,4	419,94
4	Управленческие расходы, тыс. руб.	13545	19533	46189	5 988	26656	-144,2	236,47	-44,2	136,47
5	Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	5469	-10483	866	-15 952	11349	-191,7	-8,26	-291,7	-108,26
6	Проценты к получению, тыс. руб.	13	398	817	385	419	3061,5	205,28	2961,5	105,28
7	Проценты к уплате, тыс. руб.	4889	4897	4280	8	-617	-100,2	87,40	-0,2	-12,60
8	Прочие доходы, тыс. руб.	14464	1084	841	-13 380	-243	7,5	77,58	-92,5	-22,42
9	Прочие расходы, тыс. руб.	1658	1248	2996	-410	1 748	75,3	240,06	-24,7	140,06
10	Прибыль (убыток) до налогообложения	13399	-15146	-4752	-28 545	10394	-113	31,37	-213	-68,63
11	Налог на прибыль, тыс. руб.	2681	3014	913	333	-2101	-112,4	30,29	-212,4	-69,71
12	Отложенный налог на прибыль, тыс. руб.	335	3014	913	2 679	-2101	900	30,29	800	-69,71
13	Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	12728	-12132	-3839	-24 860	8293	-95,3	31,64	-195,3	-68,36
14	Затраты на 1 руб. выручки, тыс. руб.	0,93	1,21	0,99	0,29	0	130,4	81,82	30,4	-18,18
15	Численность персонала, чел.	16	15	15	-1	0	93,75	100,00	-6,25	0,00
16.	Выручка в расчете на 1 сотрудника, тыс. руб.	4650,1	3339,3	6640,4	-1310,8	3301,0	71,81	198,86	-28,19	98,26

Проанализируем структуру выручки и в таблице 6 определим эффективность данной организации.

Таблица 2.3 – Структура выручки и себестоимости кинотеатра ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ», тыс. руб.

Показатели	2021 год		2022 год		2023 год	
	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %
Выручка, в том числе:	74401	100,0	50090	100,0	99606	100,0
- продажа билетов	53680	72,15	36636	73,14	73738	74,03
- работа бара	13534	18,19	8575	17,12	16086	16,15
- инфраструктура	7849	10,55	5049	10,08	9781	9,82
Себестоимость, в том числе:	55387	100,0	41040	100,0	52551	100,0
- зарплата сотрудникам	691,5	1,25	638,4	1,55	851,0	1,62
- закупка сырья	2255	4,1	1429	3,5	1682	3,20
- аренда помещения	18000	32,5	18000	43,85	23490	44,70
- затраты на обслуживание кинотеатра	3574,5	6,45	2654,6	6,5	7767	14,78
- отчисления кинопрокатчикам	30866	55,7	18318	44,6	18761	35,70
Валовая прибыль:	19014	100,0	9050	100,0	47055	100,0

По данным таблицы 2.3 мы видим основные элементы структуры доходов и расходов кинотеатра - это доходы от продажи билетов, работы бара и инфраструктуры. Инфраструктура - это игровые автоматы и реклама от партнеров. Структура выручки за 2023 год и себестоимости продаж изменились, в результате валовая прибыль увеличилась на 38005 тысяч рублей. Мы так же видим, что происходит снижение удельной доли выручки бара. В 2022 году снижение удельной доли выручки бара произошло на 1,07%, инфраструктуры на 0,47%, а увеличение удельного веса продажи билетов на 0,99%.

В 2023 году доля выручки бара снизилась на 1,05%, инфраструктуры на 0,26%, а увеличение удельного веса продажи билетов составило на 0,89%. Наибольшая доля доходов кинотеатра определяется поступлениями от продажи билетов, в 2021 году составляет 72,15%, в 2022 году – 73,14%, в 2023 году – 74,03%. Значительно меньшую долю доходов дает работа бара. В 2021 году доходы бара составляли 18,19%, в 2022 году – 17,12%, в 2023 году – 16,15%. Наименьшая доля доходов кинотеатра характерная

инфраструктуре. Здесь доля составляет в 2021 – 10,55%, в 2022 году – 10,08%, в 2023 году – 9,82%. Сравнительно небольшие доли доходов от работы бара и инфраструктуры, а также их снижение за рассматриваемый период стали основанием для разработки мероприятий, которые будут представлены в параграфе 2.3.1, 2.3.2, и 2.3.3 данной работы.

Для наглядности структуру выручки ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» в 2021 – 2023 гг. показаны на рисунке 2.

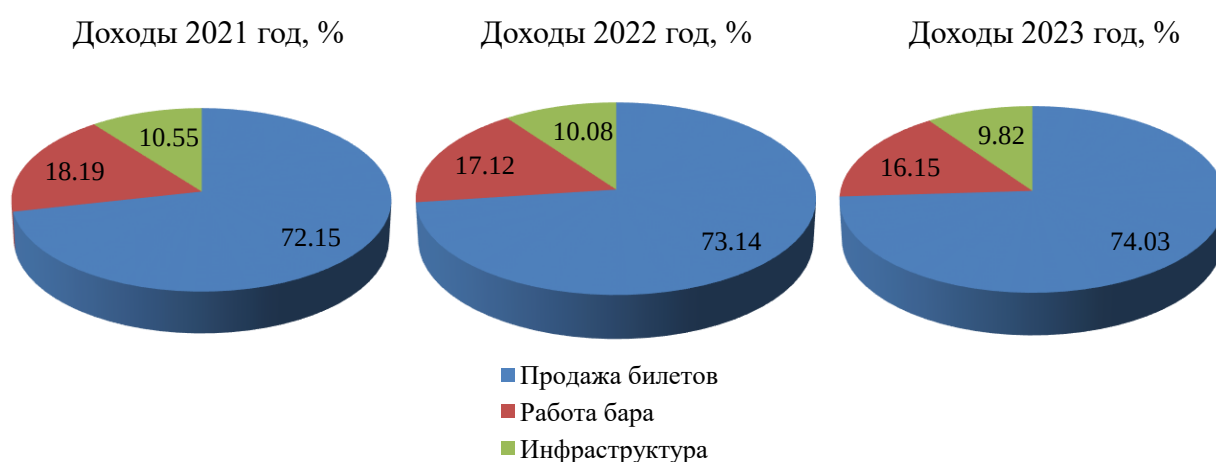


Рисунок 2 – Структура доходов ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» в 2021 – 2023 гг., тыс. руб.

На показатели результатов финансово-хозяйственной деятельности ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» в 2021 – 2023 гг. основное влияние оказывают тенденции роста расходов и убыточность деятельности. Поэтому для предварительных выводов рассмотрим динамику показателей финансовых результатов ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ», они представлены на рис.3.

На рисунке 3 наглядно показано, что в 2021 году у ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» были достигнуты положительные результаты. В 2022 году показатели ухудшаются. В 2023 году ситуация в экономике организации стабилизировалась, получен значительный объем валовой прибыли – 47 055 тыс., руб., прибыль от продаж составила 866,0 тыс. руб.

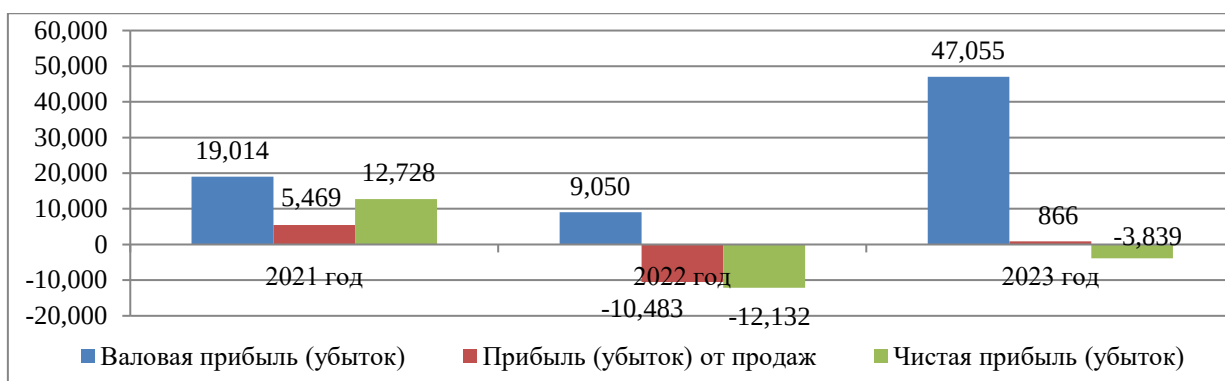


Рисунок 3 - Динамика показателей финансовых результатов ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» в 2021 – 2023 гг., тыс. руб.

На основе представленных на рисунке 3 данных можно сделать предварительный вывод, что увеличение выручки у организации в 2022 – 2023 гг. определило рост затрат, из-за их не покрытия чистая прибыль отсутствует, а, следовательно, рентабельность организации и эффективность ее деятельности остается низкой. Определяющее влияние на результаты продаж имеет рост управленческих расходов. Они выросли в 2023 году относительно предыдущего года. Но благодаря динамике выручке показателей прибыли от продаж становится положительным, а рентабельность продаж увеличивается с -24,22% до 17,10% (табл. 2.4).

Таблица 2.4 – Показатели эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя					
		2021 год	2022 год	2023 год	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение		Темп прироста	
					2022/2021	2023/2022	2022/2021	2023/2022	2022/2021	2023/2022
1.	Рентабельность продаж	17,10	-24,22	0,87	-41,32	25,09	141,6	251,86	-241,6	151,9
2	Рентабельность активов	23,14	-20,81	-5,33	-43,94	15,48	89,9	25,61	-189,9	74,4

Улучшение результатов произошло по производительности персонала, соответственно, оплата труда также увеличилась (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Эффективность использования персонала организации ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя					
		2021 год	2022 год	2023 год	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение		Темп прироста	
					2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1	Выручка, тыс. руб.	74401	50 090	99606	-24 311	49 516	67,32	198,85	-32,68	98,85
2	Численность, чел.	16	15	15	-1	0	93,75	100,00	-6,25	0,00
3	Производительность, тыс. руб.	4650,1	3339,3	6640,4	-1 311	3 301	71,81	198,86	-28,19	98,86
4	Оплата труда, тыс. руб.	691,5	638,4	851,0	-53	213	92,32	133,30	-7,68	33,30
5	Средняя заработная плата за месяц, тыс. руб.	43,22	42,56	56,7	-0,66	14,14	98,47	133,22	-1,53	33,22
6	Коэффициент опережения, индекс	-	0,72/0,92 =0,78	1,98/1,33 = 1,48	-	0,70	-	189,74	-	89,74
7	Перерасход ФОТ (+/-Э = ФОТф * (Изп – Игв) / Изп (3))	-	638,4*(0,92- 0,72)/0,92= 138,78	851*(1,33- 1,98)/1,33= -415,9	-	554,68	-	399,7	-	299,7

Мы видим, что производительность труда в 2023 году увеличилась на 3 301 тыс. руб., в то время как оплата труда выросла на 213 тыс. руб. и составила 851 тыс. руб., что способствовало увеличению эффективности работы сотрудников организации за счёт перерасхода ФОТ, который уменьшился на 554,68 и составил -415,9, что в данном случае рассматривается организацией как позитивный аспект финансовой устойчивости.

Под влиянием внешних и внутренних факторов в 2021 – 2022 гг. затраты организации увеличивались, что определило убыточность деятельности в 2022 году (рис. 4).

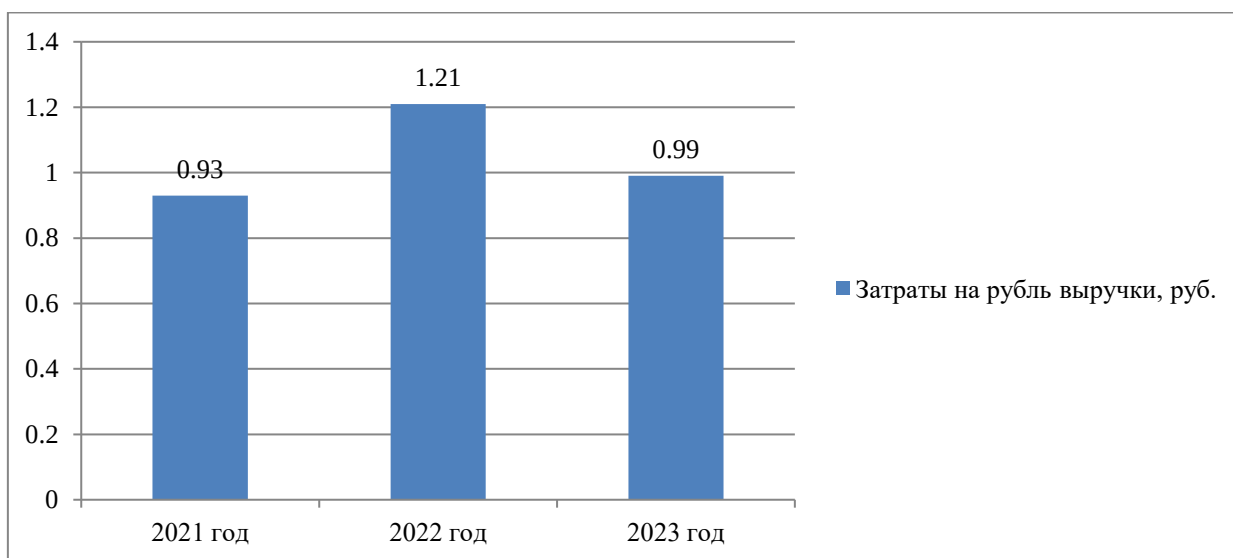


Рисунок 4 - Затраты на рубль выручки ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» за 2021-2023 годы, руб./руб.

В целом, можно сказать, что ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» имеет высокий уровень затрат по отношению к выручке, при этом выручка на протяжении 2021 – 2022 гг. снижалась, в 2023 году наметились позитивные тенденции и выручка показала рост (рисунок 5).

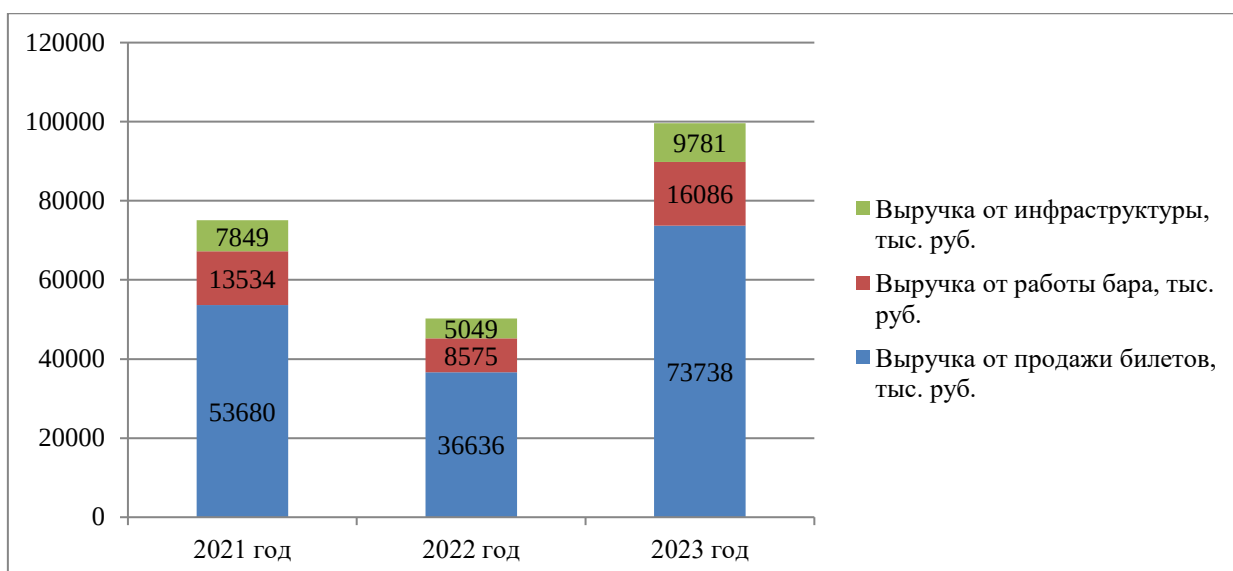


Рисунок 5 – Динамика выручки ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» за 2021-2023 годы, тыс. руб.

Таким образом, по состоянию на 2023 год у ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» произошло повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности, выручка показала рост, а уровень затрат снизился относительно предыдущего года.

2.3. Разработка мероприятий по повышению доходов ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» и расчет их экономической эффективности

2.3.1. Внедрение кофемашины

Повышение доходов важно для любой коммерческой организации, поскольку является индикатором ее поступательного экономического развития. Увеличивать доходы можно разными способами, например, увеличением предложения, цен, стимулированием персонала, но наиболее верным вариантом являются инвестиции в современное технологическое оборудование или основные средства. В настоящее время в ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» удельный вес выручки от деятельности бара снижается. Поэтому предлагаемое мероприятие разрабатывается для улучшения работы бара и создания благоприятной атмосферы в кинотеатре.

Основной идеей мероприятия является приобретение высокопроизводительной кофемашины и предложение посетителям кинотеатра вкусного и ароматного горячего напитка широкого ассортимента за счет разного состава и добавок. Выбор объясняется тем, что кофе любят многие, его ежедневно потребляют миллионы посетителей кинотеатров и баров по всей планете. Сейчас кофе считается одним из самых продаваемых продуктов, помимо этого его продажа дает высокий уровень прибыли. Приобретение для ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» кофемашины можно отнести к высоко прибыльным и быстро окупаемым инвестициям. Так как состав кофе может легко меняться, то цена может значительно расти, достигая увеличения в 3-5 раз. Но более значительные выгоды организация может получить при условии, что инвестиции сделаны в качественное оборудование и используется качественное сырье и ингредиенты. Немаловажным является авторский вклад в рецептуру.

При всей привлекательности данного мероприятия, как и любые инвестиции, оно несет в себе риски, поэтому требуется тщательная подготовка и расчет его экономической эффективности.

Для расчета эффективности внедрения в баре кинотеатра кофемашины, нужно учесть несколько факторов. Первым шагом следует определить потребительскую аудиторию. В этой связи был составлен план первичных исследований на базе ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» (таблица 2.6) и анкета для опроса (приложение 2). В качестве методов исследования были выбраны опрос и наблюдение.

В результате проведенного 15 мая 2024 года в кинотеатре исследования опрошено 90 чел, из них готовы при посещении кинотеатра купить кофе 32 чел. или 35,5%. Вторым шагом следует определить среднее количество посетителей, ежедневно посещающих кинотеатр, и на основе предполагаемой доли из них, готовых купить кофе определить спрос.

Таблица 2.6 – План первичных исследований по проекту

Метод первичного исследования	Краткая характеристика	Алгоритм проведения применительно к проекту	Необходимые ресурсы для проведения исследования
1. Опрос	Сбор информации у опрашиваемых посредством личных контактов или с использованием средств связи (анкетирование, интервьюирование)	Сформулировать проблему, вопросы (открытые и закрытые), составить анкету, определить количество респондентов, провести опрос	Интервьюеры, анкеты, ручка
2. Наблюдение	Метод сбора информации, изучающий поведение потребителя в реальной обстановке	Подготовка, разработка схемы (программы), проведение наблюдения, обработка и интерпретация результатов	Наблюдатель, бумага, ручка

На основе данных внутренних отчетов выявлено, что посещаемость кинотеатра в некоторой степени зависит от сезона. В целом получены средние данные посещаемости, представленные на рисунке 6.

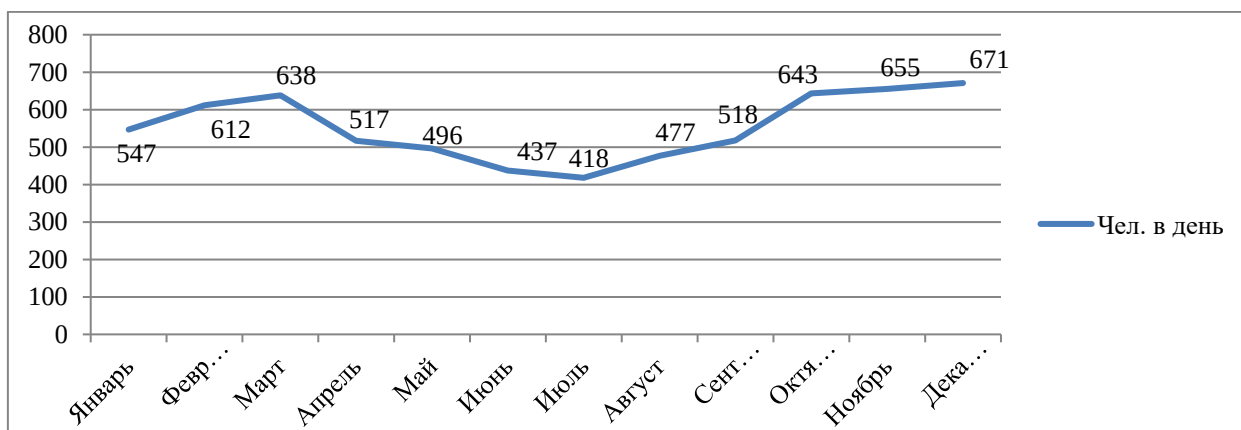


Рисунок 6 – Средняя посещаемость кинотеатра ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» по месяцам года, чел.

В среднем ежедневная посещаемость кинотеатра ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» составила 552 чел., из них потенциально готовы купить кофе 196 чел. Затем необходимо определить средний чек на кофе,

который рассчитывается исходя из цены одной порции кофе и ожидаемого спроса. Для этого использован метод наблюдения и проведено исследование, результаты которого представлены в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Средние цены на кофе в г. Тольятти и близлежащие населенные пункты

Рейтинг цены	Название компании	Тип заведения	Адрес	Цена (диапазон)
1	MojoCoffee	Кофейня	Ленинский пр-т, 1А	От 130 руб. /шт.
2	Кофе Loft	Кофейня, кофе с собой	Пос. Приморский	120-180 руб. /шт.
3	Vandal coffee	Кофейня, кофе с собой	Спортивная улица, 1И	120-200 руб. /шт.
4	Крендель	Кофейня, кондитерская	Юбилейная, 5А	100-200 руб. /шт.
5	Какаомама	Кофейня, кондитерская	Молодежный б-р, 3	160-190 руб. /шт.
6	Serebryakov Coffee	Кофейня, кафе	Жигулевск, Ленинградская, 7	140-200 руб. /шт.
7	Presto Caffè	Кофейня, кафе	Ботаническая, 5Ж	140-200 руб. /шт.

На основе данных таблицы 2.7 и диапазона цен определим:

- минимальную цену – 100 руб. /шт.
- максимальную цену – 200 руб./шт.

За средний чек на кофе примем 150 руб. По показателям средней посещаемости кинотеатра было выявлено, что из 552 человек, кофе готовы купить 196 человек.

Выручка от продаж кофе в день будет равна: $V_d = C * P = 196 * 150 = 29\,400$ руб.

Где, V_d – выручка дневная, руб.;

C – количество желающих купить кофе, чел.;

P –средняя цена, руб.;

Следующим шагом важно оценить затраты на кофемашину и сырьё.

Таблица 2.8 - Первоначальные затраты на кофемашину и сырьё

Наименование	Цена, руб.	Единица измерения, (гр., мл., шт.)
Кофемашина	350 000	1 шт.

Кофе	600	1000 гр.
Молоко	150	1000 мл.
Шоколад	250	1000 мл.
Сахар	50	1000 гр.
Чай	200	1000 мл.
Вода	100	19000 мл.
Стаканы	6 000	3000 шт.
Размешиватели	50	100 шт.
Итого	357 400	-

Таким образом, капитальные вложения на кофемашину будут равны 350 000 руб. Общие первоначальные единовременные затраты составят 357 400 руб.

Таблица 2.9 - Расчет себестоимости кофе

Наименование	Ингредиенты	Количество	Цена
Эспрессо	Кофе	80 гр.	48
	Сахар	10 гр.	0,5
	Вода	120 мл.	0,62
	Стакан	1 шт.	2
	Размешиватель	1 шт.	0,5
	Итого	-	51,62 руб.
Американо	Кофе	80 гр.	48
	Сахар	10 гр.	0,5
	Вода	120 мл.	0,62
	Стакан	1 шт.	2
	Размешиватель	1 шт.	0,5
	Итого	-	51,62 руб.
Капучинно	Кофе	80 гр.	48
	Сахар	10 гр.	0,5
	Вода	120 мл.	0,62
	Молоко	50 мл.	7,5
	Стакан	1	2
	Размешиватель	1	0,5
	Итого	-	59,12 руб.

Латте	Кофе	80 гр.	48
	Сахар	10 гр.	0,5
	Молоко	50 мл.	7,5
	Вода	120 мл.	0,62
	Стакан	1	2
	Размешиватель	1	0,5
	Итого	-	59,12 руб.
Молоко с шоколадом	Молоко	50 мл.	7,5
	Шоколад	80 гр.	48
	Вода	120 мл.	0,62
	Стакан	1	2
	Размешиватель	1	0,5
	Итого	-	58,62 руб.
Чай	Чай	50	10
	Вода	250	1,31
	Стакан	1	2
	Размешиватель	1	0,5
	Итого	-	13,81 руб.

Таким образом средняя себестоимость изготовления одной чашки кофе составляет 56 рублей. При средней цене 150 рублей за 1 порцию, прибыль составит 94 рубля, а наценка = 267%.

Любые инвестиции должны быть выгодны организации. В этой связи имеет значение объем прибыли, которую она получит, чтобы окупить свои вложения.

Выручка от продаж кофе за год составит: $Bd = (C * P) * S = 29\,400 * 365 = 10\,731\,000$ руб.

Где, Bd – выручка годовая, руб.;

C – количество желающих купить кофе, чел.;

P – средняя цена, руб.;

S – количество дней в году.

Далее, посчитаем затраты, связанные с реализацией мероприятия.

Учитывая, что средняя себестоимость одной чашки кофе составляет 56 рублей; в день мы планируем продавать в среднем 196 чашек; режим работы организации круглогодичный (365 дн.) затраты на реализацию данного мероприятия составят: $Z=56*196*365=4\,006\,240$ руб.

Сведем полученные результаты в таблицу 2.10

Таблица 2.10 - Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности внедрения кофемашины.

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия (определяется по результатам анализа показателей хозяйственной деятельности организации)	тыс. руб.	$Op1$	99 606
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия (определяется на основе результатов экспертной оценки)	тыс. руб.	$Op2= Op1+ \Delta B$	110 337
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	10 731
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия (единовременные затраты)	тыс. руб.	$Z_{ед}$	350
5.	Затраты на сырьё и материалы	тыс. руб.	$Z_{тек}$	4 006

Годовой экономический эффект от реализации мероприятия рассчитывается как разница между приростом выручки за счет реализации мероприятия (ΔB) и затратами на мероприятие (3) по формуле:

$$\text{Эф} = \Delta B - Z,$$

$$\text{Эф} = \Delta B - Z = 10\,731 \text{ тыс.руб} - 4\,356 \text{ тыс.руб} = 6\,375 \text{ тыс.руб.}$$

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия, который представляет собой период, необходимый для возврата затрат, связанных с проведением мероприятия за счет притока денежных средств от его осуществления. Срок окупаемости определяется делением суммы затрат, связанных с проведением мероприятия, на величину притока денежных средств. Срок окупаемости мероприятия определяется по формуле:

$$\text{Ток} = 3/\Delta B,$$

$$\text{Ток} = 3/\Delta B = 4\,356 / 10\,731 \text{ тыс. руб.} = 0,40 \text{ г. или } 146 \text{ дней } (365 \text{ дней} * 0,033).$$

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 146 дней или менее полугода от начала его реализации.

Таким образом, предложенное для организации ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» мероприятие будет прибыльным и рентабельным. В целом предложенное мероприятие по внедрению кофемашины в ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» можно считать обоснованным и выгодным.

В процессе практической проработки по мероприятию можно учесть сезонные колебания спроса на кофе (например, в зимний период спрос может быть выше) и провести SWOT-анализ проекта. В качестве рекомендаций на этапе внедрения мероприятия предлагается установить контроль над качеством кофе и обслуживанием кофемашины, чтобы обеспечить постоянный спрос со стороны посетителей кинотеатра. Кроме этого стоит учесть конкуренцию - наличие других точек продажи кофе в окрестностях, а также специфику кинотеатрального бизнеса. Дополнительно, следует обратить внимание на технические аспекты установки и обслуживания кофемашины в кинотеатре, чтобы обеспечить бесперебойную работу оборудования и качественное приготовление напитков. В итоге, проведя анализ рынка, расчеты планируемой выручки и затрат, учитывая конкурентную среду и особенности бизнеса, можно оценить эффективность инвестиций в установку кофемашины в кинотеатре и принять обоснованное решение о внедрении данного проекта.

2.3.2. Внедрение VR-автомата

Аналогично работе бара в ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» требует внимания деятельность инфраструктуры, так как удельный вес выручки от игровых автоматов и рекламы тоже снижается. Поэтому следующее мероприятие разрабатывается для улучшения деятельности

инфраструктуры и расширения возможностей проведения увлекательного и захватывающего досуга каждого посетителя кинотеатра.

Основной идеей мероприятия является приобретение VR-автомата и предложение посетителям кинотеатра нового типа в виде VR - аттракциона. Выбор объясняется тем, что VR-аттракцион в кинотеатре позволяет посетителям погрузиться в захватывающий и интерактивный мир виртуальной реальности, дает возможность не просто смотреть фильмы, но и стать активными участниками сюжета, взаимодействовать с окружающим миром и переживать уникальные эмоции. Организация новой VR-зоны может привлечь новых посетителей, которых интересуют современные цифровые технологии, а также создать уникальное предложение для постоянных посетителей кинотеатра. Кроме того, VR-зона может быть использована для проведения различных групповых мероприятий, таких как выставки, презентации и другие тематические мероприятия, что расширяет доходность и возможности использования площадей кинотеатра и делает его более привлекательным для более широкой аудитории.

Кроме того, наличие VR-аттракциона в кинотеатре может способствовать увеличению доходов за счет дополнительных услуг, таких как аренда VR-оборудования или возможность покупки специальных билетов на сеансы виртуальной реальности. Это позволит кинотеатру диверсифицировать свои источники доходов и привлечь новых партнеров для сотрудничества. Также VR-зона может стать привлекательным местом для проведения детских праздников, корпоративных мероприятий и тимбилдингов, что открывает дополнительные возможности для кинотеатра и расширения аудитории за счет вовлечения новых сегментов.

Кроме того, внедрение VR-автомата и организация VR-зоны позволит укрепить позицию кинотеатра на рынке и повысить конкурентоспособность в условиях быстро меняющейся ситуации в индустрии развлечений.

Таким образом, установка VR-автомата и организация VR-зоны в кинотеатре является не только инновационным шагом в развитии кинотеатра,

но и возможностью привлечения новых посетителей, увеличить доходы и разнообразие услуг, предлагаемых кинотеатром ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ».

Для внедрения и установки в кинотеатре VR - оборудования необходимо учесть основные статьи затрат:

1. Приобретение непосредственно VR- оборудования, включая очки виртуальной реальности, датчики отслеживания движения, контроллеры и т.д. Цена здесь может варьироваться в зависимости от производителя, модели и комплектации.

2. Совместимый компьютер или игровую консоль, способную запускать и обеспечивать необходимую производительность работы VR - приложений и игр.

3. Дополнительные комплектующие, такие как провода, крепления, дополнительные сенсоры или расширенные контроллеры, что также могут потребовать дополнительных затрат.

4. Программное обеспечение и контент для виртуальной реальности, которое может включать в себя приложения, игры и другие VR-ресурсы.

5. Дополнительные расходы на обучение персонала, настройку оборудования, техническую поддержку и обслуживание.

В настоящее время касательно оборудования, программного обеспечения, настройки, технической поддержки и обслуживания рынок предлагает широкий перечень готовых решений.

Таблица 2.11 – Затраты на VR-оборудование

Единовременные производственные затраты	Сумма, руб.
Виртуальный шлем	50 000
Сменные линзы	30 000
Монитор	20 000
Ноутбук с дискретной картой	45 000
Беспроводные наушники	5 000
Виртуальное кресло (2 шт.)	400 000
Итого	550 000

Итого, в качестве стартового комплекта с программным обеспечением стоимостью 550 000 руб. можно приобрести:

- виртуальные шлемы;
- сменные линзы;
- монитор и ноутбук с дискретной картой;
- беспроводные наушники;
- виртуальные кресла.

Техническая поддержка и обслуживание составят 5,0% в год от стоимости оборудования и будет равняться 27 600 руб.

В качестве статей необходимо учесть затраты на персонал:

- обучение 50 000 руб. в год (определяется договором поставки оборудования);

- заработная плата персонала 30 000 руб. в мес. или 360 000 руб. в год.

Для полноценной работы VR-аттракциона нужно его рекламировать, продавать как услугу, а также консультировать посетителей в процессе ее оказания. Справиться с этим могут 2 посменных работника, если обязанности по рекламе и ведению документооборота возьмет на себя администрация кинотеатра ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ». При этом нанимать дополнительных штатных работников не потребуется, если для продажи и консультирования на временной основе привлечь студентов, которым интересен такой вид развлечений и нужна подработка. Оплата будет посменной, за выход 1 000 рублей. Всего за месяц оплата труда составит 30000 руб. на двух сотрудников. Мотивацией для работников может выступать премия по итогам месяца, если количество клиентов будет больше, чем задано планом. Затраты по внедрению VR-автомата представлены в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Затраты по внедрению VR-автомата в кинотеатре ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ»

Вид затрат	Статьи затрат	Сумма в мес., руб.	Сумма в год, руб.	Единовременно, руб.
Капитальные затраты (единовременные)	Комплект оборудования и программного обеспечения, в том числе доставка, установка, настройка	-	-	550 000
Организационные затраты	Наем и обучение персонала	-	-	50 000
Текущие затраты	Оплата труда	30 000	360 000	-
	Социальное страхование	9 000	108 000	-
	Амортизация	16 667	200 000	-
	Техническая поддержка и обслуживание оборудования	2 300	27 600	-
	Реклама	5 000	60 000	-
Итого		62 967	755 600	600 000

Таким образом, капитальные (единовременные затраты) по внедрению VR-автомата в кинотеатре ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» составят 600000 руб., текущие затраты в месяц составят 62 967 руб., в год 755 600 руб.

Для расчета эффективности внедрения VR-автомата в кинотеатре использована описанная выше схема определения потребительской аудитории, составлен план первичных исследований и проведен анкетный опрос. По результатам проведенного 18 мая 2024 года в кинотеатре исследования 70 чел., из них оказались готовы воспользоваться VR-аттракционом 6 чел. или 8,6%. Исходя из средней ежедневной посещаемости кинотеатра ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» в 552 чел., потенциальными клиентами VR-аттракциона будут 48 чел. ежедневно.

Затем по результатам наблюдения определены рыночные цены, они представлены в таблице 2.13. Цена зависит от времени игры, используемого оборудования и количества участников, варьируется в пределах 1100 за 15 мин. на 1 одного участника.

Таблица 2.13 – Средние цены на VR - автомат в г. Тольятти

Рейтинг цены	Название компании	Тип заведения	Адрес	Цена (диапазон)
1	Pixel	Фуд-корт, Клуб виртуальной реальности	Революционная ул., 52А	От 1100 руб.
2	Vr_этаж	Клуб виртуальной реальности	ул. Фрунзе, 35	1200-1600 руб.
3	Закрытая станция	Клуб виртуальной реальности, арена на 10 чел.	ул. Дзержинского, 35А	1400-1800 руб.
4	Progress Vr	Клуб виртуальной реальности	ул. 40 лет Победы, 26	1500-2000 руб.
5	Another World	Парк виртуальной реальности	ул. Дзержинского, 21	1600-1800 руб.
6	Вреале	Клуб виртуальной реальности	Приморский бул., 66/4	1800-2000 руб.
7	Portal VR	Клуб виртуальной реальности	ул. 70 лет Октября, 3	1800-2200 руб.

На основе данных таблицы 2.13 и диапазона цен определим:

Для расчетов за основу примем, что цена составит 1 100 рублей

Тогда выручка от VR – автомата в день при цене 1 100 рублей будет равна:

$$Vd = C_{\text{мин.}} * P = 1\,100 * 20 = 22\,000 \text{ руб.}$$

Где, Vd – выручка дневная, руб.; $C_{\text{мин.}}$ – минимальная цена, руб.; P – количество играющих гостей за день;

По такому же принципу рассчитаем сумму выручки за год.

$Vd = (C_{\text{мин.}} * P) * S = 1\,100 * 20 * 365 = 8\,030\,000 \text{ руб.}$ – годовая выручка.

Где, Vd – годовая выручка, руб.; $C_{\text{макс.}}$ – минимальная цена, руб.; P – количество играющих гостей за день; S – количество дней в году;

Годовая сумма выручки от VR-аттракциона составит 8 030 000 руб.

Таким образом, мы увидели, что при любом сценарии годовая посещаемость составит 7 300 чел.

Таким образом, предложенное для кинотеатра ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» мероприятие будет прибыльным и рентабельным. Капитальные вложения будут равны 600,0 тыс. руб.

Полная себестоимость мероприятия составит 755,6 тыс. руб.

Далее, для определения эффективности мероприятия рассчитаем исходные данные для расчета показателей экономической эффективности VR-аппарата (таблице 2.14).

Таблица 2.14 - Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности VR-аппарата.

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия (определяется по результатам анализа показателей хозяйственной деятельности организации)	тыс. руб.	Op1	99 606
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия (определяется на основе результатов экспертной оценки)	тыс. руб.	$Op2 = Op1 + \Delta B$	107 636
3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	8 030
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия (единовременные затраты)	тыс. руб.	З	1 355

Годовой экономический эффект от реализации мероприятия рассчитывается как разница между приростом выручки за счет реализации мероприятия (ΔB) и затратами на мероприятие (З) по формуле:

$$\text{Эф} = \Delta B - З,$$

$$\text{Эф} = \Delta B - З = 8\,030 \text{ тыс. руб.} - 1\,355 \text{ тыс. руб.} = 6\,675 \text{ тыс. руб.}$$

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия, который представляет собой период, необходимый для возврата затрат, связанных с проведением мероприятия за счет притока денежных средств от его

осуществления. Срок окупаемости определяется делением суммы затрат, связанных с проведением мероприятия, на величину притока денежных средств. Срок окупаемости мероприятия определяется по формуле:

$$\text{Ток} = Z/\Delta B,$$

$$\text{Ток} = Z/\Delta B = 1\,355 / 8\,030 \text{ тыс. руб.} = 0,17 \text{ г. или } 62 \text{ дней } (365 \text{ дней} * 0,17).$$

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 62 дней или около двух месяцев от начала его реализации.

В целом предложенное мероприятие по внедрению VR-автомата и организации VR-зоны в кинотеатре ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» можно считать обоснованным и выгодным. Оценка экономической эффективности показала, что при вложениях в 600,0 тыс. руб. организация получит 8 030 тыс. руб. отдачи. Важно отметить, что возможности VR-аттракционов гораздо шире, как с точки зрения времени услуги, количества участников, программного обеспечения.

Внедрение VR-аттракционов в кинотеатре имеет помимо экономических множество других преимуществ. Во-первых, это обогащает восприятие зрителя, позволяя ему погрузиться в мир фильма на более глубоком уровне. Путем надевания специального VR-шлема зритель может стать частью происходящего на экране, ощущая себя в центре действия. Кроме того, использование VR-аттракционов способствует привлечению новой аудитории в кинотеатры. Это может быть интересно как для тех, кто перестал испытывать интерес к обычному просмотру фильмов, так и для любителей цифровых технологий и новых впечатлений. Также VR-аттракционы могут быть привлекательны для семей с детьми, так как создают уникальные возможности для совместного времяпровождения и развлечения. Кроме того, оборудование VR-аттракционов - это способ в кинотеатры привлечь больше посетителей и повысить свою конкурентоспособность на рынке развлечений. Поэтому можно сказать, что внедрение VR-аппаратов в кинотеатрах - это инновационный шаг, способствующий развитию индустрии и обогащению опыта зрителей.

Еще одним преимуществом установки VR-аттракционов в кинотеатрах является возможность расширения бизнеса и диверсификации доходов. Эти аттракционы могут привлечь дополнительные потоки доходов от продажи билетов на VR-сессии, аренды оборудования и различных дополнительных услуг. VR-аттракционы могут быть использованы для проведения различных мероприятий и акций, которые привлекут больше посетителей в кинотеатр. Например, организация специальных VR-сеансов, конкурсов, просмотров фильмов в формате виртуальной реальности и других интересных мероприятий. Также внедрение VR-аттракционов способствует улучшению репутации кинотеатра и созданию уникального имиджа, что поможет привлечь новых посетителей и удержать постоянную аудиторию, позволит кинотеатру выделиться среди конкурентов и создать уникальное предложение для своих гостей.

В целом, использование VR-аттракционов в кинотеатрах приносит множество преимуществ, помогая развивать бизнес кинотеатра, привлекать новую аудиторию и увеличивать доходы. Внедрение VR-аппаратов в кинотеатры дает возможность создания уникальных и инновационных маркетинговых кампаний. Использование технологий виртуальной реальности позволяет кинотеатрам предложить потрясающие и запоминающиеся рекламные акции, которые привлекут внимание широкой аудитории. К примеру, проведение тематических VR-мероприятий к открытию фильма, конкурсов с применением VR-технологий, распространение купонов на сеансы виртуальной реальности – все это может стать эффективным инструментом привлечения новых клиентов и укрепления связи с уже существующей аудиторией. Благодаря VR-аттракционам у кинотеатров появится возможность сотрудничать с создателями контента, разработчиками игр или специалистами по VR-технологиям для представления эксклюзивных материалов и уникальных виртуальных миров, которые привлекут внимание аудитории и помогут укрепить позиции кинотеатра на рынке развлечений.

Внедрение VR-аппаратов в кинотеатрах открывает широкие возможности для усиления маркетинговой стратегии и дифференциации от конкурентов, улучшению качества сервиса. Виртуальная реальность позволяет зрителям погрузиться в уникальные визуальные и звуковые миры, которые расширяют возможности кинематографа и добавляют новые измерения к просмотру фильмов. Кроме того, VR-аттракционы могут быть использованы для предоставления альтернативного и дополнительного контента к фильмам, а также для организации интерактивных сессий, где зрителям предоставляется возможность самостоятельно влиять на ход сюжета или переживать уникальные передовые технологии рекламы и маркетинга, что может привлечь новых партнеров и спонсоров.

Внедрение VR-аттракционов в кинотеатры способствует развитию индустрии развлечений и усилению конкурентных преимуществ кинотеатров. Это может быть ключевым фактором для привлечения и удержания аудитории в условиях современного разнообразия предложений и потребностей зрителей.

Еще одним важным аспектом внедрения VR-аттракционов в кинотеатры является создание дополнительных источников дохода для кинотеатральных компаний. Предложение посетителям возможности испытать VR-продукты и услуги в кинотеатральной среде может привести к увеличению продаж билетов на фильмы и другие мероприятия, а также к привлечению новой целевой аудитории, заинтересованной в новых технологиях и развлечениях. Кроме того, кинотеатры могут предлагать различные пакетные предложения, объединяющие сеансы VR и просмотры фильмов, а также организовывать специальные мероприятия и акции, привлекающие внимание посетителей. Это позволяет повысить общий объем продаж и увеличить доходы кинотеатров в целом, развивать инновационные подходы к организации развлечений и предлагая уникальные возможности для взаимодействия с аудиторией.

2.3.3. «Мы вместе с МОРИ СИНЕМА»: программа показа патриотических кинофильмов для школьников во время школьных каникул

В качестве специального проекта, стимулирующего рост доходов, выручки и прибыли организации предлагается организовать проведение утреннего показа определенных при помощи рейтинга онлайн-комьюнити патриотических кинофильмов для школьников под названием «Мы вместе с МОРИ СИНЕМА». Это позволит увеличить выручку от показа кинофильмов за счет большей посещаемости кинотеатра. Показы патриотических кинофильмов под названием «Мы вместе с МОРИ СИНЕМА» предлагается организовать для школьных коллективов из 20 чел. во время школьных каникул (недели показов). Коллективное посещение представляет собой акцию, во время которой билет на патриотическое кино для школьников составит 150 рублей за человека. В году 4 периода школьных каникул.

Сроки и продолжительность каникул: осенние каникулы — 28.10.2023 — 06.11.2023 (10 дней); зимние каникулы — 28.12.2023 — 08.01.2024 (12 дней); весенние каникулы — 24.03.2024 — 02.04.2024 (10 дней).

Для расчётов мы примем, что данное мероприятие будет проходить 4 недели, в период школьных каникул. Соответственно будет показано 28 фильмов.

Составим план показа на первые сезонные каникулы текущего года:

1. «Битва за Севастополь»
2. «А зори здесь тихие»
3. «Мы из будущего»
4. «Сестренка»
5. «Солдаты»
6. «Несокрушимый»
7. «Прощаться не будем»

Предполагается, что в составе школьного коллектива будет 20 человек, всего кинотеатр за день посетит 3 коллектива, стоимость билета составит 150

руб., который можно оплатить в том числе за счёт Пушкинской карты. От 3 показов кинотеатр получит 9000 руб. ($150 \cdot 20 \cdot 3$) в день.

По предварительным расчетам еженедельная посещаемость в рамках проекта составит 420 чел. (21 класс). Выручка проекта от продажи билетов при этом составит 252000 руб. ($420 \text{ чел.} \cdot 150 \text{ руб.} \cdot 4 \text{ недели}$). Аренда кинозала составляет 7000 руб. в месяц, в недельном выражении $7000/4 = 1750$ руб.

Затраты на реализацию предложенного мероприятия включают в себя: аренду кинозала $= 1750 \cdot 4 = 7\,000$. И оплату прокатчикам в размере 126 тысяч рублей, в рамках кассовых сборов. Кассовые сборы — это та сумма, которую фильм получил в кинотеатрах. Около 50 процентов от стоимости проданных билетов получают кинотеатры, поэтому затраты на мероприятие составляют 126 тысяч руб. 15 % от дохода забирает себе дистрибьютор — это компания, которая занимается маркетингом, рекламой и непосредственно прокатом фильма, предоставляет копии в кинотеатры, согласует количество сеансов и их время, контролирует исполнение обязательств. Именно от них зависит, насколько много людей получится завлечь в кинотеатры.

Оставшиеся деньги, а именно 35 %, уходят в копилку создателям фильма, студиям, продюсерам и другим инвесторам. Доля может быть больше в отдельных случаях — тогда меньше получают дистрибьютор или кинотеатры.

Таблица 2.15 - Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия «Мы вместе с МОРИ СИНЕМА»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1.	Объем реализации до внедрения мероприятия (определяется по результатам анализа показателей хозяйственной деятельности организации)	тыс. руб.	Op1	99 606
2.	Объем реализации после внедрения мероприятия (определяется на основе результатов экспертной оценки)	тыс. руб.	$Op2 = Op1 + \Delta B$	99 858

3.	Прирост выручки за счет реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	252
4.	Затраты связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	3	133

Годовой экономический эффект от реализации мероприятия рассчитывается как разница между приростом выручки за счет реализации мероприятия (ΔB) и затратами на мероприятие (3) по формуле:

$$\text{Эф} = \Delta B - 3,$$

$$\text{Эф} = \Delta B - 3 = 252 \text{ тыс.руб} - 133 \text{ тыс.руб} = 119 \text{ тыс.руб.}$$

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия, который представляет собой период, необходимый для возврата затрат, связанных с проведением мероприятия за счет притока денежных средств от его осуществления. Срок окупаемости определяется делением суммы затрат, связанных с проведением мероприятия, на величину притока денежных средств. Срок окупаемости мероприятия определяется по формуле:

$$\text{Ток} = 3/\Delta B,$$

$$\text{Ток} = 3/\Delta B = 133 / 252 \text{ тыс.руб} = 0,53 \text{ г. или } 193 \text{ дней } (365 \text{ дней} * 0,53).$$

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 193 дня или чуть более полугода от начала его реализации.

Сведем рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемых мероприятий в таблицу 24.

Таблица 2.16 – Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятий

Мероприятие	Затраты, тысяч рублей	Дополнительная выручка, тысяч рублей	Годовой эффект, тысяч рублей	Срок окупаемости мероприятия
Внедрение кофемашины	4 356	10 731	6 375	0,40
Внедрение VR-автомата	1 355	8 030	6 675	0,17
Организация и проведение мероприятия «Мы вместе с МОРИ СИНЕМА»	133	252	119	0,53
Итого	5 844	19 013	13 169	-

Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий показал, что затраты на их реализацию окупаются в течение 401 дня (чуть более одного года). За счет внедрения кофемашины, VR-автомата и проекта показа патриотических кинофильмов под названием «Мы вместе с МОРИ СИНЕМА», выручка ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» увеличится на 19 013 тыс. руб. или на 19,1 % относительно 2023 года.

Затраты на организацию внедрённых мероприятий составят 5 844 тыс. руб., относительно 2023 года.

Годовой эффект от предложенных мероприятий составит 13 169 тыс. руб.

С учетом предложенных мероприятий посещаемость кинотеатра будет расти, что позволит в перспективе наращивать выручку, а при контроле затрат повышать эффективность. Основные технико-экономические показатели разработанных мероприятий до и после их внедрения показаны в таблице 2.17.

Таблица 2.17 - Основные технико-экономические показатели проекта до и после внедрения мероприятий.

Показатель	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Изменения (+) абсолютные	Изменения (+) отн.,% (темп прироста)
1	2	3	4 = 3-2	5=4:2*100
1. Выручка от реализации, тыс.руб.	99606	118 619	19 013	19,09
2. Себестоимость продаж, тыс. руб.	52 551	58 395	5 844	11,12
3. Валовая прибыль (убыток) стр.3=стр.1- стр.2	47055	60 224	13 169	27,98
4. Управленческие и коммерческие расходы, тыс. руб.	46 189	46 189	0	100,00
5. Полная себестоимость продукции, тыс. руб. (Стр.5=стр.2+стр.4)	98 740	104 584	5 844	5,91
6. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. (Стр. 6 = стр.3-стр.4)	866	14 035	13 169	1520,6
9. Численность	15	17	2	13,33

персонала, чел.				
10.Выручка на одного работника (производительность труда), тыс. руб/чел.. (Стр.10=стр.1/стр.9)	6 640,4	6 977,6	337,2	5,07
11. Рентабельность продаж, % (Стр.11=стр.6/стр.1) *100	0,87	11,83	10,96	1259,77
12. Уровень затрат на 1 рубль товарной продукции, руб. (Стр.12=стр.5/стр.1)	0,99	0,88	-0,11	11,11

В таблице 2.17 представлены основные технико-экономические показатели проекта. На их основе мы видим, что после внедрения мероприятий выручка кинотеатра увеличится на 19 013 тыс. руб. и составит 118 619 тыс. руб.

Себестоимость продаж увеличится на 5 844 тыс. руб. и составит 58 395 тыс. руб.

Валовая прибыль после внедрения мероприятий увеличится на 13 169 тыс. руб. и составит 60 224 тыс. руб.

Управленческие расходы не изменятся и составят 46189 тыс. руб.

Рентабельность продаж увеличится на 10,96% и составит по итогу 11,83%.

Уровень затрат снизится с 0,99 до 0,88 руб. или на 0,11 руб.

Таким образом, экономическая цель работы достигнута, поставленные задачи решены.

Глава 3. РАЗРАБОТКА ПЛАНА-СЦЕНАРИЯ КЛАССНОГО ЧАСА НА ТЕМУ: «ПАТРИОТИЗМ И КИНО»

3.1. Принципы воспитания. Патриотическое воспитание школьников

Принципы воспитания представляют собой основные директивы и нормы, на которых строится процесс формирования личности человека. Патриотическое воспитание школьников играет значительную роль в формировании патриотической готовности и любви к Родине у подрастающего поколения.

Таблица 3.1 - Принципы воспитания школьников.

Принципы воспитания	Описание
Контекстуализация	Этот принцип включает адаптацию образовательной программы и методов обучения к конкретной среде и обстановке, в которой находятся учащиеся. Учитывает социокультурный контекст, особенности группы, климат школы и другие факторы.
Мотивация	Этот принцип подразумевает создание условий для стимулирования внутренней мотивации учеников, чтобы они сами стремились к знаниям и развитию. Мотивация может быть как внутренней (интерес к предмету), так и внешней (поощрения, наказания).
Индивидуализация	Данный принцип предполагает учет индивидуальных особенностей каждого ученика: его способностей, темпа усвоения материала, стилей обучения. Обеспечивает персонализированный подход к каждому ребенку с учетом его потребностей.

Эти принципы играют важную роль в процессе воспитания и обучения, обеспечивая эффективное воздействие на развитие личности каждого ученика.

Одним из основных принципов патриотического воспитания является контекстуализация. Этот принцип подразумевает использование исторических и современных событий, символов, традиций страны для формирования у учащихся понимания и уважения к своей стране. Важно, чтобы патриотическое воспитание школьников осуществлялось на основе объективных фактов и явлений, а не на националистической идеологии.

Другим принципом является позитивная мотивация. Патриотическое воспитание должно строиться на поощрении и гармоничном развитии духовных и нравственных качеств личности школьников, а не на принуждении и давлении.

Также важным принципом является индивидуализация воспитания. Учитывая разнообразие социокультурных и личностных особенностей каждого ученика, необходимо адаптировать методы и формы патриотического воспитания к индивидуальным потребностям и способностям школьников.

Таким образом, принципы патриотического воспитания школьников должны быть основаны на контекстуализации, позитивной мотивации и индивидуализации, что способствует формированию гражданственности, уважения к своей стране и ответственности за ее будущее у подрастающего поколения.

Патриотическое воспитание школьников является одной из ключевых составляющих общего процесса воспитания и обучения. Важно, чтобы школьники развивали патриотические чувства и уважение к своей стране, ее истории, культуре и традициям. Это способствует формированию гражданской идентичности, укреплению единства и солидарности в обществе.

Основой патриотического воспитания является ознакомление школьников с историей своей страны, ее великими достижениями, героями, культурным наследием. Важно учить детей ценить и беречь свой родной язык, традиции, обычаи, символику. Патриотическое воспитание также

включает в себя повышение уровня знаний о государственной символике, конституции, законах и правах человека.

Развитие патриотических чувств у школьников должно происходить посредством различных форм и методов обучения: уроки истории, литературы, обществознания, патриотические мероприятия, военно-патриотические игры и соревнования. Важно, чтобы школьники понимали свою роль и ответственность за будущее своей страны, их участие в общественной жизни и строительстве благополучного общества.

Патриотическое воспитание школьников способствует формированию патриотической готовности, развитию чувства гордости за свою страну, ценности миролюбия и уважения к разнообразию культур. Важно, чтобы эти принципы были внедрены в образовательный процесс школы и стали неотъемлемой частью формирования личности каждого ученика.

Патриотическое воспитание также направлено на развитие у детей и подростков чувства ответственности за будущее своей страны, умение ценить свободу, демократические ценности и права граждан. Эти принципы воспитания способствуют формированию активной гражданской позиции, участию в жизни общества, защите общегосударственных интересов.

Одним из важных элементов патриотического воспитания является понимание и уважение многообразия культур и национальностей, которые составляют многообразие российского общества. Важно учить детей и подростков к тому, что патриотизм — это не только любовь к своей стране, но и уважение к людям других национальностей, культур и вероисповеданий.

Патриотическое воспитание является основой для формирования ценностного отношения к миру и обществу, позволяет сформировать у детей и подростков чувство принадлежности к своей стране, понимание важности мирного сосуществования, толерантности и уважения к различиям.

Развитие патриотических чувств у детей и подростков — это долгосрочный процесс, который требует постоянной работы со стороны общества, семьи и образовательных учреждений. Важно создавать условия

для формирования гордости за свою страну, заботиться о сохранении памятников и исторических мест, участвовать в патриотических мероприятиях и обращать внимание на образцы патриотического поведения.

Патриотическое воспитание помогает детям и подросткам стать активными и ответственными гражданами, сохранить культурное наследие своей страны и способствует укреплению единства нации в целом.

При реализации программ патриотического воспитания важно учитывать современные вызовы и изменения в обществе. Например, цифровизация и информатизация общества требуют новых подходов к привлечению детей и подростков к патриотическим ценностям с помощью современных технологий и онлайн-ресурсов.

Также важно обращать внимание на формирование позитивного образа Родины у детей и подростков, на развитие у них чувства гордости за достижения своей страны, за ее культуру, науку, спорт и другие области деятельности.

Патриотическое воспитание должно стимулировать развитие личности, способствовать формированию у детей и подростков чувства сопричастности к общему делу на благо своей страны. Это поможет создать устойчивый фундамент для дальнейшего развития общества, его прогресса и процветания.

Благодаря правильно организованному патриотическому воспитанию дети и подростки смогут осознать свою роль в жизни общества, почувствовать себя неотъемлемой частью единого целого и быть готовыми к защите интересов своей страны и ее народа.

Интеграция патриотических ценностей в образовательный процесс, воспитательную практику и медийное пространство способствует формированию у детей и подростков глубокого уважения к своей стране, к истории ее становления, культурному наследию и национальным ценностям, что является важным фактором укрепления единства и социальной стабильности общества.

Важным аспектом патриотического воспитания является формирование у детей и молодежи чувства гражданской ответственности. Это означает не только гордость за свою страну, но и готовность принимать активное участие в жизни общества, в решении его проблем и развитии. Обладая гражданской ответственностью, люди стремятся к улучшению ситуации в своем обществе, вносят свой вклад в достижение общих целей.

Важно также учитывать интересы и потребности разных возрастных групп при организации патриотического воспитания. Для младших школьников это может быть игровая форма обучения, рассказы о исторических событиях и героях, а для подростков — обсуждение актуальных проблем и вовлечение их в общественную деятельность.

Не менее важно уделять внимание историческому наследию своей страны, ее культуре и традициям. Знание и уважение к истории и культуре своего народа способствует формированию связи между поколениями, развитию чувства принадлежности к общему историческому пути и укреплению единства нации.

Патриотическое воспитание не ограничивается только образовательной сферой. Важную роль здесь играют семья, общественные организации, медиа и другие институты, способствующие формированию патриотического сознания и гражданской позиции у каждого человека.

Задача патриотического воспитания не только в том, чтобы воспитать патриотов, но и помочь каждому человеку раскрыть свой потенциал, стать активным гражданином, способным к самореализации и вкладу в общее благо. Патриотизм означает не только любовь к Родине, но и действия в пользу ее развития и процветания.

3.2. Роль кинотеатров в патриотическом воспитании

Кино является мощным инструментом формирования патриотического чувства у зрителей. Фильмы о важных исторических событиях, подвигах

героев, показывающие красоту и достоинства родной страны, способны вдохновить людей и вызвать в них гордость за свою нацию.

Через кинематограф можно передать ценностные ориентиры, показать примеры мужества, патриотизма, самопожертвования. Фильмы о великих личностях и героях нашей истории помогают сформировать уважение к предкам, культуре и традициям своей страны.

Кроме того, кино способно привлечь внимание молодого поколения и обратить его к важным событиям, которые сформировали сегодняшнюю страну. Просмотр таких фильмов может стать мощным стимулом для изучения истории родины, уважения к языку, культуре и национальным символам.

Таким образом, кино имеет огромный потенциал в формировании патриотического воспитания, способствуя укреплению связи человека с его страной и помогая сохранить национальную идентичность.

Таблица 3.2 - Роль кинотеатров в патриотическом воспитании.

Роль кинотеатров в патриотическом воспитании	
Популяризация истории страны	Кинотеатры позволяют показывать фильмы, которые рассказывают о ключевых событиях и личностях истории страны, способствуя формированию у зрителей глубокого патриотического чувства
Поддержка национальной культуры	Кинотеатры могут стимулировать интерес к отечественным фильмам, способствуя развитию культурного наследия и национальной идентичности.
Воспитание патриотизма у молодежи	Через просмотр патриотических фильмов молодежь узнает о ценностях своей страны, своей истории и обязанностях по отношению к родине.
Формирование чувства гордости за страну	Кинотеатры создают атмосферу патриотизма, где зрители могут почувствовать гордость за свою страну, ее достижения и культуру.
Содействие общественному диалогу	Показ различных патриотических фильмов может способствовать обсуждению важных исторических и социальных вопросов, повышая общественное сознание и патриотизм.

Кинотеатры играют значительную роль в формировании патриотических чувств у граждан, способствуют сохранению культурного наследия и национальной идентичности, а также способствуют воспитанию молодого поколения в духе любви и уважения к своей стране.

Кино может также поддерживать единство и солидарность нации, показывая, как различные люди с разными культурными и социальными фонами могут объединиться во имя общего блага. Фильмы о межнациональных отношениях, о дружбе и сотрудничестве разных народов способны смягчить межэтнические напряжения и способствовать укреплению взаимопонимания.

Кино может вызвать у зрителей чувство ответственности за свою страну и мир в целом. Фильмы о проблемах экологии, мире и справедливости могут вдохновить зрителей на действия в защиту окружающей среды, борьбу за мир и справедливость.

Таким образом, кино может играть значительную роль в формировании патриотизма, поддержании национальной идентичности, укреплении межнационального согласия и вдохновении на действия во благо общества. Важно выбирать качественные фильмы, которые способны вдохновлять, учить и воспитывать граждан в соответствии со здоровыми ценностями и идеалами.

Кинотеатр играет важную роль в патриотическом воспитании, предоставляя возможность зрителям узнавать о национальной истории, культуре и традициях. Через фильмы о великих подвигах своих предков, о героическом прошлом своей страны, зрители могут погрузиться в образы и события, которые способствуют формированию патриотических чувств и ценностей. Кроме того, кинотеатр может стать местом для проведения специальных мероприятий, посвященных историческим датам или важным событиям, что также способствует укреплению патриотической идентичности у зрителей.

Кинотеатры также могут организовывать специальные кинопоказы фильмов о героических подвигах и патриотических темах для школьников и молодежи. Просмотр таких фильмов в коллективе способствует формированию единства и гордости за свою страну. Кроме того, кинотеатры часто проводят различные образовательные программы, демонстрируя документальные фильмы, которые рассказывают о важных событиях и личностях истории страны.

Таким образом, кинотеатр играет ключевую роль в патриотическом воспитании, помогая людям лучше понимать свое прошлое и настоящее, прививая уважение к национальным ценностям и традициям. Кроме того, кинематограф является мощным инструментом формирования и поддержания патриотизма среди различных возрастных и социокультурных групп населения.

Кинотеатры также могут оказывать значительное влияние на формирование патриотических чувств и ценностей через показ артхаусных и авторских фильмов, которые обращаются к глубоким духовным и нравственным аспектам общества. Эти фильмы могут поднимать актуальные социальные проблемы, вызывать диалог и размышления о национальной идентичности и месте человека в мире.

Кроме того, кинотеатры часто организуют специальные циклы просмотров культурных фильмов, которые раскрывают разнообразные аспекты культурного наследия и искусства своей страны. Такие мероприятия позволяют зрителям прикоснуться к истории и традициям своего народа, развивая чувство гордости за свою культуру и наследие.

В целом, кинотеатр является неотъемлемой частью культурной жизни общества и важным местом для формирования патриотических идей, ценностей и убеждений. Взаимодействие с киноискусством способствует глубокому пониманию и уважению к своей стране и истории, что делает его ценным инструментом патриотического воспитания.

Одним из важных аспектов роли кинотеатров в патриотическом воспитании является возможность использования кино в целях формирования у зрителей понимания и уважения к истории своей страны. Фильмы, основанные на исторических событиях и личностях, могут не только рассказать о важных моментах прошлого, но и показать ценность сохранения национального наследия и исторической памяти.

Кинотеатры могут служить местом для проведения образовательных и просветительских мероприятий, посвященных истории, культуре и традициям страны. Специальные кинопоказы, лекции, дискуссии с участием специалистов и исследователей могут помочь зрителям глубже понять и оценить наследие своей страны, а также привлечь внимание к актуальным проблемам общества.

Кино может служить мощным инструментом противодействия идеям экстремизма, фальсификации истории и деструктивным тенденциям в обществе. Показ фильмов, воспитывающих патриотизм, ценности толерантности и уважения к истории своей страны, может помочь сформировать у зрителей критическое мышление, способствовать объединению общества вокруг общих ценностей и убеждений, а также укрепить духовные и моральные основы общества.

Кинотеатры имеют огромный потенциал в формировании патриотизма, их роль как культурных центров и площадок для образования и диалога неоценима. Они могут стать местом, где зрители не только развлекаются, но и получают ценные знания, вдохновение и возможность задуматься над важными вопросами и вызовами нашего времени.

Кино также способно поддерживать и укреплять межнациональное и межкультурное взаимопонимание. Фильмы, рассказывающие истории разных народов, их культуру, традиции и обычаи, помогают зрителям понять и ценить разнообразие мировоззрений и культурных особенностей.

Просмотр кинофильмов из разных стран и о разных народах позволяет людям расширить свой кругозор, узнать о жизни и проблемах других

культур, а также найти общие точки соприкосновения. В итоге это способствует формированию уважительного и терпимого отношения к другим народам и культурам, а также помогает преодолевать межнациональные и межкультурные разногласия.

Благодаря разнообразию жанров, тем и стилей кино театры могут создавать площадку для диалога и обмена мнениями по важным общественно-политическим вопросам. Фильмы, затрагивающие актуальные социальные проблемы, могут стимулировать обсуждение и поиск общих решений, способствовать активизации гражданского общества и укреплению демократических ценностей.

Кинотеатры играют важную роль не только в формировании патриотического сознания, но и в укреплении межнационального согласия, культурного обогащения и развитии гражданского общества. Они способствуют расширению культурного горизонта зрителей, формированию толерантного отношения к различиям и насаждению ценностей гражданского единства и солидарности.

Еще одним интересным аспектом влияния кинотеатров на формирование патриотизма является их способность привлекать внимание широкой аудитории и мобилизовывать общественное мнение вокруг важных тем. Кинофильмы могут актуализировать социально значимые вопросы, вызывать дискуссии, а также вдохновлять зрителей на активное участие в жизни общества.

При помощи кино можно подчеркнуть ценности и принципы, на которых основана страна, ее культура и история. Фильмы о героических подвигах, о борьбе за свободу и независимость, а также об исторических личностях, которые внесли значительный вклад в развитие государства, способны подчеркнуть важность патриотических чувств и гордости за свою страну.

Также кинотеатры имеют большой потенциал для формирования молодежной патриотической идентичности. Молодежь, оказываясь перед

выбором ценностей и идеалов, может через кинофильмы увидеть образы истинных героев, вдохновиться примерами патриотизма и самоотверженности. К тому же, кинотеатры создают атмосферу общения и взаимодействия, где молодые люди могут обсуждать темы патриотизма, искать пути реализации своих идей и стремлений во имя благополучия своей страны.

Кинотеатры остаются одним из важных инструментов формирования патриотического сознания и гражданской идентичности. В них заложен огромный потенциал для воспитания патриотических чувств, благодаря которому люди могут лучше понять, ценить и беречь историю, культуру и ценности своей страны.

3.3. Сценарий классного часа на тему «Патриотизм и кино»

Цели:

Познакомить учащихся с историческими и современными фильмами о патриотизме.

Поднять интерес учащихся к патриотическим ценностям через изучение примеров патриотизма в кино.

Задачи:

Обсуждение влияния кино на формирование образа Родины у молодежи.

Разбор конкретных сцен из патриотических фильмов и их анализ с точки зрения патриотизма.

Образовательные:

Изучение истории России. Проведение уроков истории, посвященных ключевым событиям развития страны, известным личностям, важным историческим периодам. Это поможет учащимся понять и ценить историческое наследие своей страны.

Развитие патриотических чувств через литературу. Изучение произведений русских писателей, поэтов и декабристов, которые в своих произведениях отражали патриотические идеи и чувства. Обсуждение символов и тем патриотизма в литературе.

Географическое образование и патриотизм. Изучение географического расположения России, ее природы, природных ресурсов, разнообразия культурных и этнографических особенностей различных регионов страны. Знакомство с символикой и государственными символами России. Обучение значению государственного флага, Герб, Гимна. Подчеркивание их исторической и патриотической значимости.

Вовлечение в исследовательскую деятельность. Проведение проектной работы, направленной на изучение истории, культуры, достижений личностей и обычаев России. Это поможет учащимся глубже понять и полюбить свою страну.

Развитие личностных качеств через патриотизм. Воспитание ответственности, гражданственности, честности, трудолюбия, уважения к другим и к себе на фоне осознания своей принадлежности к России и ее ценностям.

Такие образовательные задачи помогут учащимся не только расширить свои знания о России, но и почувствовать себя частью большой истории, что способствует формированию положительного патриотического настроения.

Развивающие:

Проведение игрового мероприятия. Например, "Историческая викторина" или "Патриотический квест", где ученики будут отвечать на вопросы о истории России, символах государства, героях и датировке ключевых событий.

Создание школьного музея патриотизма. Попросить детей принести разные предметы, фотографии, рисунки или другие материалы, отражающие патриотические чувства. Организовать выставку, где каждый предмет будет иметь свою историю.

Составление коллекции патриотических песен и стихов. Предложить ученикам искать и выступать с песнями и стихами, посвященными Родине, ее красоте, истории и героям.

Такие развивающие задачи помогут детям не только узнать больше о патриотизме, но и развить их познавательные способности, творческий потенциал и воспитать чувство гордости за свою страну.

Воспитательные:

Формирование уважения к истории и культуре страны. Проведение урока или мероприятия, на котором дети смогут узнать о великих событиях, деятелях и культурных традициях России. Подчеркнуть значение бережного отношения к наследию предков.

Развитие чувства ответственности за свою страну и ее будущее. Обсуждение с детьми, какие действия могут сделать они сами, чтобы сделать Россию лучше. Поддержка их инициативы по улучшению окружающей среды, участию в общественных мероприятиях и других делах.

Формирование у учащихся гражданских ценностей и нравственности. Обсудить с детьми понятия чести, достоинства, справедливости, уважения к чужому мнению. Помочь им понять, как эти ценности связаны с патриотизмом.

Поддержка добровольческой и благотворительной деятельности. Пособие в помощи нуждающимся, посещение детских домов или домов престарелых, участие в экологических акциях - все это помогает воспитывать гражданское сознание и чувство заботы о своей стране.

Развитие толерантности и уважения к разнообразию. Научить детей ценить различия в культуре, языке, традициях соседних и других стран, показать, как это обогащает их мировоззрение и понимание патриотизма как любви и уважения к своей Родине, не умаляя при этом уважения к другим народам.

Такие воспитательные задачи помогут сформировать у детей глубокое понимание и ценность патриотизма, а также развить у них гражданское

самосознание и готовность принимать ответственность за будущее своей страны.

Классный час на данную тему может стать отличным способом привлечь внимание учащихся к важным национальным ценностям, сделать изучение и обсуждение кинофильмов интересным и познавательным занятием.

Форма проведения урока – заседание дискуссионного клуба.

Подготовительная часть мероприятия – проведение анкетирования школьников.

На доске: Патриотизм – это не значит только одна любовь к своей Родине. Это гораздо больше. Это – сознание своей неотъемлемости от Родины и неотъемлемое переживание вместе с ней её счастливых и её несчастных дней.

Алексей Николаевич Толстой

Ход классного часа:

Приветственное слово учителя: Добрый день, дорогие ребята! Рад вас всех сегодня здесь видеть! Прошу вас посмотреть на доску и прочитать высказывание Алексея Николаевича Толстого про патриотизм. Давайте порассуждаем, что автор нам хочет сказать этим высказыванием?

Учитель: Итак, как вы уже поняли, сегодняшняя наша тема классного часа посвящена патриотизму через кинематограф. Для начала мы обсудим заявление президента России Владимира Путина, в котором поручил кабинету министров РФ обеспечить производство и прокат художественных фильмов для популяризации достижений отечественной науки и с целью повышения уровня патриотизма среди молодёжи. Как думаете, почему так важно? (ответы детей)

Учитель: Да, действительно, одной из главных функций кинематографа есть его воспитательная роль. Древняя мудрость гласит: «Хочешь победить врага – воспитай его детей». Не секрет, что современная молодёжь всё

меньше и меньше проводит время за чтением книг. Таким образом, кино становится одним из главных воспитателей, самым массовым источником знаний.

Сегодня мы поговорим о кино и его влиянии на сознание людей.

Для того, чтобы понять, какое место в вашей жизни занимает поход в кино, мы с вами проведём анкетирование.

Анкета:

1. Сколько раз в месяц вы посещаете кинотеатр?
2. Как часто вы предпочитаете смотреть фильмы в кинотеатре, а не дома?
3. Какие критерии для вас являются определяющими при выборе кинотеатра для похода?
4. Какой жанр фильмов вам нравится больше всего?
5. Предпочитаете ли вы заранее планировать поход в кинотеатр или ходите на случайно выбранные сеансы?
6. Как вы относитесь к 3D и IMAX технологиям в кинотеатрах?
7. Оцениваете ли вы комфортность кресел, звука и качества изображения в кинотеатре?
8. С какими сложностями вы сталкиваетесь при посещении кинотеатра (шум, позднее начало сеанса и т. д.)?
9. Предпочитаете ли вы смотреть фильмы в компании друзей или предпочитаете одиночные походы в кинотеатр?
10. На сколько важна для вас обстановка и обслуживание в кинотеатре при выборе места для похода?

Результаты анкетирования учитель собирает, и отдаёт анкеты с ответами кинотеатрам, для улучшения качества обслуживания и быстрого взаимодействия с гостями.

Учитель: Задумывались ли вы, насколько важными и ответственными являются профессии сценариста и режиссера? (ответы учеников)

Да, действительно, они влияют на наше сознание, это их мысли мы перенимаем своим умом, от них в какой-то мере зависит, какими людьми мы станем.

Учитель: Насколько актуален вопрос патриотизма сегодня? (ответы учеников)

Учитель: Дети, дайте пожалуйста определение понятий «патриотизм» и «кино», как вы это понимаете и что это для вас значит? Обсуждение с классом значений этих слов для каждого ученика.

Учитель: Давайте с вами обсудим один из представленных на выбор фильмов, на который мы с вами сходили во время сезонных школьных каникул «Битва за Севастополь» и рассмотрим пример о подвигах героев отражающих патриотизм и любовь к Родине:

«Битва за Севастополь» - это великолепный фильм о женщине-герое Людмиле Павличенко, которая воевала на фронтах Великой Отечественной войны. Фильм увлекает зрителя своей драматичностью, эмоциональностью и атмосферой времен войны. Актерская игра, особенно Юлии Пересильд в роли Людмилы Павличенко, просто потрясающая.

Главная мысль произведения заключается в том, что настоящий героизм не зависит от пола. Людмила, будучи женщиной, смогла отличиться на поле битвы и стать настоящим символом сопротивления врагу. Фильм показывает, что сила духа и вера в свою страну могут преодолеть любые преграды.

«Битва за Севастополь» - это проникновенная история о любви к Родине, отваге и борьбе за свое место в мире.

Учитель: Выбор представленных во время каникул фильмов был огромным, целых 7 фильмов о подвигах и героях Великой Отечественной Войны. Что объединяет всех главных героев этих фильмов? (отвечают дети)

Учитель: Да, верно, их объединяет трепетное отношение к отчизне, бережное отношение к человеку, восхищение им и его поступками, образ

настоящего человека. Откуда берутся такие люди и откуда они черпают силу, смелость и решительность? (отвечают дети)

Учитель: Да, главную роль во всем этом играет воспитание. Сегодня мы рассматриваем пример патриотов своей страны, которых воспитала Родина. Это пример достойнейших людей, чьи прекрасные образы и поступки воплощены сегодня на экранах кинофильмов, о подвигах которых мы с вами можем не только прочитать, но и увидеть это в киновоплощении и образе киногероя. Расскажите, что вам больше всего понравилось в образе Людмилы Павличенко? (отвечают ученики)

Учитель: Да, действительно, Людмила Павличенко — это сильная и храбрая женщина, которая стала легендой Великой Отечественной войны. Она была снайпером и смогла убить более 300 немецких солдат, что сделало ее одной из самых успешных снайперов в истории. Людмила была самостоятельной и уверенной в себе, она не боялась ставить перед собой цели и добиваться их любой ценой. Ее решимость и отвага вдохновляли не только солдат, но и всю страну. Она навсегда останется в памяти как яркий образ советской героини, которая была готова отдать жизнь за свою Родину.

Подведение итогов:

Сегодня мы с Вами поговорили на тему патриотизма и любви к своей Родине, рассмотрели образ героини Людмилы Павличенко из кинофильма «Битва за Севастополь», дали краткую характеристику её персонажу, и обсудили главные сходства всех героев своей Отчизны. Россия — это огромная многонациональная страна, в которой живут люди с разными мыслями, разными вероисповеданиями, но есть то, что нас всех объединяет — это наша земля, наша страна и наше с вами к ней отношение, и все мы должны быть её патриотами, чтобы нам было не стыдно смотреть друг другу в глаза и быть готовым в любой момент встать на защиту своей Родины. Благодарю всех, кто сегодня пришёл, классный час подошёл к концу. Спасибо за внимание!

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель бакалаврской работы заключалась в разработке мероприятий для увеличения доходов кинотеатра путем увеличения выручки за счёт предложенных мероприятий, привлечения новых клиентов и улучшения качества предоставляемых услуг. А педагогическая цель бакалаврской работы заключалась в исследовании влияния кинематографа на формирование патриотических чувств у зрителей и разработке методов использования кино в педагогической деятельности для повышения уровня патриотизма в обществе.

В первой главе в ходе изучения теоретических аспектов анализа доходов организации стало ясно, что это ключевой этап в оценке финансового состояния предприятия. Анализ доходов позволяет выявить тенденции и закономерности в формировании выручки, определить эффективность маркетинговых стратегий, оценить конкурентоспособность компании.

Изучение теоретических аспектов анализа доходов также позволяет понять влияние различных факторов на объем и структуру доходов организации. Это важно для выработки рекомендаций по оптимизации доходов, повышению прибыли и устойчивому развитию бизнеса.

Таким образом, анализ доходов представляет собой мощный инструмент управления финансами организации, который помогает принимать обоснованные решения на основе объективной информации о финансовом состоянии компании. Важно учитывать как внутренние, так и внешние факторы, влияющие на доходы, чтобы эффективно управлять финансами и обеспечить устойчивое развитие организации. Организациям в сложившихся нестабильных внешних и внутренних условиях важно регулярно исследовать финансово-хозяйственную деятельность, чтобы выстраивать эффективный финансово-экономический механизм. В процессе исследования необходимо придерживаться методик анализа финансово-

хозяйственной деятельности организации, экономического, финансового анализа и системы показателей финансово-хозяйственной деятельности, не требующей сбора и обработки большого объема информации. Для проведения исследования достаточно использовать годовую финансовую отчетность.

Решение поставленных в работе задач позволило сделать ряд выводов, благодаря которым можно дать оценку финансово-хозяйственной деятельности объекта исследования - ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» и предложенным мероприятия для ее улучшения.

Во второй главе изучение финансово-хозяйственной деятельности ООО "МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ" позволило сделать следующие выводы:

1. Структура доходов компании показывает, что основной источник выручки – продажа билетов в кинотеатре. Это свидетельствует о значительном вкладе кинотеатра в общий доход организации.

2. Анализ финансовых показателей показал, что прибыльность компании остается на удовлетворительном уровне, однако есть потенциал для роста благодаря увеличению среднего чека посетителей и расширению ассортимента услуг.

3. Рентабельность продаж и эффективность использования основных фондов также являются ключевыми показателями, на которые следует обратить внимание при дальнейшем анализе финансово-хозяйственной деятельности компании.

4. Оценка финансового состояния ООО "МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ" позволяет выделить проблемные области, такие как снижение выручки в периоды низкого сезона или неэффективное использование рекламного бюджета.

При исследовании показателей результатов финансово-хозяйственной деятельности выявлено, что организация имеет высокий уровень затрат по отношению к выручке при ее увеличении, что определяет проблему убыточности финансово-хозяйственной деятельности.

С учетом выявленных проблем по итогам исследования организации предложено выстраивать эффективный экономический механизм.

В этой связи ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» было предложено мероприятие по повышению выручки бара, путем установки кофемашины. В результате этого мероприятия организация получит увеличение выручки на 10 731 тыс. руб. и эффект в 6 375 тыс. руб.

Чтобы увеличить выручку по инфраструктуре, в частности по игровым автоматам, было предложено мероприятие по установке VR-аппарата. В результате предложенного мероприятия организация получит увеличение выручки в размере 8 030 тыс. руб., затраты составят 1 355 тыс. руб.

Так же организации было предложено уделить внимание патриотическому воспитанию школьников. В этой связи предложены показы патриотических кинофильмов под названием «Мы вместе с МОРИ СИНЕМА» для школьных коллективов из 20 чел. во время школьных каникул (недели показов). В результате этого мероприятия ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» также может получить дополнительную выручку в размере 252 тыс. руб. и эффект в 119 тыс. руб. для улучшения финансово-хозяйственной деятельности. С учетом проведения мероприятий посещаемость кинотеатра и бара будут расти, что позволит в перспективе повышать доходы, наращивать выручку, а при контроле затрат повышать эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации.

Таким образом, на основе представленных технико-экономических показателей проекта мы видим, что после внедрения мероприятий выручка кинотеатра увеличится на 19 013 тыс. руб. и составит 118 619 тыс. руб. Себестоимость продаж увеличится на 5 844 тыс. руб. и составит 58 395 тыс. руб. Валовая прибыль после внедрения мероприятий увеличится на 13 169 тыс. руб. и составит 60 224 тыс. руб. Управленческие расходы не изменятся и составят 46189 тыс. руб. Рентабельность продаж увеличится на 10,96% и составит по итогу 11,83%. Уровень затрат снизится с 0,99 до 0,88 руб. или на 0,11 руб.

Итак, анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО "МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ" помогает выявить сильные и слабые стороны бизнеса, а также определить стратегию для улучшения финансового положения компании в целом. Важно регулярно проводить подобные анализы для оптимизации управленческих решений и обеспечения устойчивого развития предприятия.

В третьей главе проведение классного часа на тему "Патриотизм и кино" является важным мероприятием, направленным на патриотическое воспитание, любви к родине и понимание роли киноискусства в формировании национальной идентичности. Разработанный план-сценарий предполагает объединение информационной, образовательной и эмоциональной составляющих, чтобы максимально донести основные идеи и ценности до учащихся.

В ходе проведения классного часа учащиеся могут ознакомиться с образами патриотов и героев национального кино, их вкладом в защиту родины и ценностей.

План-сценарий предполагает использование диалогов, игровых элементов и обсуждения, чтобы сделать урок интересным, познавательным и запоминающимся для школьников. Такой подход способствует активному взаимодействию, развитию критического мышления и формированию патриотических убеждений у обучающихся.

В результате данного мероприятия учащиеся могут получить новые знания о важности патриотизма, поддержке национальной культуры и истории через призму кинематографа. Также они смогут лучше понять свою принадлежность к своей стране, возможности влияния на ее развитие и защиту основных ценностей. План-сценарий классного часа на тему "Патриотизм и кино" способствует формированию патриотического сознания и гражданственности у молодого поколения, а также развитию толерантности и уважения к истории и культуре своей страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // СПС «Консультант Плюс».
2. Приказ Минфина РФ от 22 июля 2003 г. № 67н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (согласно письму Минюста РФ от 5 августа 2003 г. № 07/8121-АК настоящий приказ признан не нуждающимся в государственной регистрации) // СПС «Консультант Плюс».
3. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия) : Учебник для бакалавров / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И.Б. Костин. – М. : Дашков и К, 2013. – 292 с.
4. Арзуманова, Т. И. Экономика организации : Учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – М. : Дашков и К, 2016. – 240 с.
5. Афанасьев, М. В. Структурное реформирование экономического объекта (методы, модели и алгоритмы) / М. В. Афанасьев. – М.: Спутник +, 2014. – 218 с.
6. Баскакова, О. В. Экономика предприятия (организации) : Учебник / О.В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. – М. : Дашков и К, 2015. – 372 с.
7. Барышникова, Н. А. Экономика организации : Учебное пособие для СПО / Н. А. Барышникова, Т. А. Матеуш, М.Г. Миронов. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 191 с.
8. Веретенникова, И. И. Экономика организации (предприятия) : Учебное пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И. И. Веретенникова; Под ред. И. В. Сергеев. – М. : Юрайт, 2013. – 671 с.
9. Гродских, В. С. Экономическая теория / В.С. Гродских. – СПб. : Питер, 2013. – 208 с. 67
10. Грязнова А. Г., Соколинский В. М. Экономическая теория : учебное пособие / А. Г. Грязнова, В. М.Соколинский. – М. : Кнорус, 2014. – 464 с.

11. Гурьянов, С. Х. Справочник экономиста по труду / С.Х. Гурьянов, И.А. Поляков, К.С. Ремизов. – М. : Издательство экономической литературы, 2013. – 288 с.
12. Жиделева, В. В. Экономика предприятия / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 136 с.
13. Кантор, Е. Л. Экономика предприятия / Е. Л. Кантор, Г.А. Маховикова, В. Е. Кантор. – М. : Книга по Требованию, 2016. – 224 с.
14. Ключкова, Е. Н. Экономика организации : Учебник для СПО / Е.Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 447 с. ISBN 978-5-16-109994-0. - Текст : электронный. - URL: <https://biblioclub.ru> (дата обращения: 09.05.2024).
15. Кнышова, Е. Н. Экономика организации : Учебник / Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова. – М. : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
16. Ковалёв В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: ПБОЮЛ, 2015. – 341с. – ISBN 10 5-482-01318-9.
17. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) : Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В. В. Коршунов. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 407 с.
18. Коробкин, А. З. Экономика организации отрасли : Учебное пособие / А.З. Коробкин. – Минск : Изд-во Гревцова, 2013. – 288 с.
19. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер. – М.: Издательство «Прогресс», 2011. – 213с. – ISBN 978- 5 -8459- 037-6.
20. Крипак, Е.М., Шепель, В.Н., Шаталова, Т.Н. Методы анализа ассортиментной политики производственного предприятия / Е.М. Крипак, В.Н Шепель, Т.Н. Шаталова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2012. – № 1 (137). – С.2.
21. Лопарева, А. М. Экономика организации (предприятия) : Учебнометодический комплекс / А. М. Лопарева. – М. : Форум, НИЦ

ИНФРА-М, 2013. – 400 с. ISBN 978-5-394-03087-1. - Текст : электронный. - URL: <https://biblioclub.ru> (дата обращения: 09.05.2024).

22. Лотоцкая, И.В. Теория экономического анализа / Лотоцкая, И.В. Учебно-методический комплекс. – Сыктывкар: СЛИ, 2012. – 9

23. Лукичева, Л.И. Управление организацией: учебное пособие / Л.И.Лукичева. – М.: Омега-Л, 2014. – 248с. – ISBN 5-98119-986-5.124

24. Любушин, Н.П. Анализ финансово–экономической деятельности предприятия / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2011. – 221с. – ISBN 5-238-02026-6.

25. Максимова В. Ф. Экономическая теория / В. Ф. Максимова. – М. : Юрайт, 2014. – 580 с. ISBN 978-5-8354-1114-6. - Текст : электронный. - URL: <https://biblioclub.ru> (дата обращения: 09.05.2024).

26. Михалёва, Е.П. Маркетинг: пособие для сдачи экзамена / Е.П. Михалева. – М.: Изд. «Юрайт», 2014. – 332с. – ISBN 978-5-17-076197-5.

27. Михеева, Е.П. Маркетинг / Е.П.Михеева. – М.: Изд. «Юрайт», 2014. – 381с. – ISBN 978-5-16-010215-3.

28. Николаева И. П. Экономическая теория / И. П. Николаева. – М. : Дашков и Ко, 2012. – 328 с. ISBN 978-5-9776-0036-1. - Текст : электронный. - URL: <https://biblioclub.ru> (дата обращения: 09.05.2024).

29. Осипова, И. В. Экономика организации (предприятия) (для бакалавров) / И.В. Осипова, Е .Б. Герасимова. – М. : КноРус, 2013. – 280 с.

30. Растова, Ю. И. Экономика организации (предприятия) : Учебное пособие / Ю.И. Растова, С. А. Фирсова. – М. : КноРус, 2013. – 280 с. 68

31. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА - Москва, 2008. – 512 с.

32. Сажина М. А., Чибриков Г. Г. Экономическая теория / М.А. Сажина, Г. Г. Чибриков. – М. : Форум, 2011. – 608 с.

33. Сафронов, Н. А. Экономика организации (предприятия) : Учебник для ср. спец. учебных заведений / Н. А. Сафронов. – М. : Магистр, НИЦ

ИНФРА-М, 2013. – 256 с. ISBN 978-5-16-016988-0. - Текст : электронный. - URL: <https://biblioclub.ru> (дата обращения: 09.05.2024).

34. Слагода, В. Г., Сибикин М. Ю. Экономическая теория / В.Г. Слагода, М. Ю. Сибикин. – М. : Форум, 2014. – 368 с.

35. Тарануха, Ю. В. Микроэкономика / Ю.В. Тарануха. – М. : КноРус, 2013. – 608 с.

36. Туган-Барановский, М. И. Русская фабрика в прошлом и настоящем / М.И. Туган-Барановский. – М. : РГГУ, 2014. – 495 с.

37. Чайников, В. В. Экономика предприятия (организации) : Учебное пособие / В.В. Чайников, Д. Г. Лапин. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 439 с.

38. Черутова, М. И. Экономика предприятия / М. И. Черутова, О. С. Ковалевская, О. К. Слинкова. – М. : Гиорд, 2015. – 176 с.

39. Чечевицына, Л. Н. Экономика организации: Учебное пособие / Л.Н. Чечевицына, Е. В. Чечевицына. – Рн/Д : Феникс, 2013. – 382 с.

40. Чуева, Л.Н. Анализ финансовой отчетности : учебник / Л.Н. Чуева, И.Н. Чуев. – 8-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К, 2010 – 348 с.

41. Экономика предприятия. Учебное пособие. – М. : Новое знание, 2014. – 672 с. - ISBN 978-5-9558-0457-6. - Текст : электронный. - URL: <https://biblioclub.ru> (дата обращения: 09.05.2023).

42. Экономическая теория / Под ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е. А. – М.: АСА, 2014. – 848 с.

Бухгалтерский баланс ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» за 2021 – 2023

гг.

ИНН 6324051260

КПП 632401001

Форма по КНД 0710099

Форма по ОКУД 0710001

Бухгалтерский баланс

На 31 декабря 2023 г.

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2023 г.	На 31 декабря 2022 г.	На 31 декабря 2021 г.
1	2	3	4	5	6
Актив					
I. Внеоборотные активы					
	Нематериальные активы	1110	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	986	221	271
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	8 001	7 084	4 063
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	8 987	7 305	4 334
II. Оборотные активы					
	Запасы	1210	1 988	1 484	1 053
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	0	2	-
	Дебиторская задолженность	1230	25 466	25 257	26 850
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	33 500	21 500	13 000
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 666	1 054	6 783
	Прочие оборотные активы	1260	427	1 712	3 010
	Итого по разделу II	1200	63 047	51 009	50 696
	БАЛАНС	1600	72 034	58 314	55 030

Продолжение приложения 1

<i>Пояснения¹</i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2023 г.</i>	<i>На 31 декабря 2022 г.</i>	<i>На 31 декабря 2021 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Пассив					
III. Капитал и резервы					
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ²	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	(28 298)	(24 459)	(12 327)
	Итого по разделу III	1300	(28 288)	(24 449)	(12 317)
IV. Долгосрочные обязательства					
	Заемные средства	1410	51 000	51 000	51 000
	Отложенные налоговые обязательства	1420	10	6	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	51 010	51 006	51 000
V. Краткосрочные обязательства					
	Заемные средства	1510	6 098	4 121	1 280
	Кредиторская задолженность	1520	43 214	27 636	14 717
	Доходы будущих периодов	1530	0	-	350
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	49 312	31 757	16 347
	БАЛАНС	1700	72 034	58 314	55 030

Отчет о финансовых результатах ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» за
2021 – 2022 гг.

ИНН 6324051260

КПП 632401001

Форма по КНД 0710099

Форма по ОКУД 0710002

Отчет о финансовых результатах

За 2022 г.

<i>Пояснения³</i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За 2022 г.</i>	<i>За 2021 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	Выручка ⁴	2110	50 090	74 401
	Себестоимость продаж	2120	(41 040)	(55 387)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	9 050	19 014
	Коммерческие расходы	2210	(-)	(-)
	Управленческие расходы	2220	(19 533)	(13 545)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	(10 483)	5 469
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	398	13
	Проценты к уплате	2330	(4 897)	(4 889)
	Прочие доходы	2340	1 084	14 464
	Прочие расходы	2350	(1 248)	(1 658)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(15 146)	13 399
	Налог на прибыль ⁵	2410	3 014	(2 681)
	в т.ч.: текущий налог на прибыль	2411	(0)	(335)
	отложенный налог на прибыль ⁶	2412	3 014	(335)
	Прочее	2460	0	2 010
	Чистая прибыль (убыток)	2400	(12 132)	12 728
	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	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода ⁵	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода⁷	2500	(12 132)	12 728

Отчет о финансовых результатах ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» за
2022 – 2023 гг.

Отчет о финансовых результатах

За 2023 г.

Пояснения ³	Наименование показателя	Код строки	За 2023 г.	За 2022 г.
1	2	3	4	5
	Выручка ⁴	2110	99 606	50 090
	Себестоимость продаж	2120	(52 551)	(41 040)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	47 055	9 050
	Коммерческие расходы	2210	(-)	(-)
	Управленческие расходы	2220	(46 189)	(19 533)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	866	(10 483)
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	817	398
	Проценты к уплате	2330	(4 280)	(4 897)
	Прочие доходы	2340	841	1 084
	Прочие расходы	2350	(2 996)	(1 248)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(4 752)	(15 146)
	Налог на прибыль ⁵	2410	913	3 014
	в т.ч.: текущий налог на прибыль	2411	(-)	(-)
	отложенный налог на прибыль ⁶	2412	913	3 014
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	(3 839)	(12 132)
	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	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода ⁵	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода⁷	2500	(3 839)	(12 132)

Форма опроса для проведения исследования по проекту внедрения в баре
ООО «МОРИ СИНЕМА ТОЛЬЯТТИ» кофемашины

Введение	Уважаемые респонденты! Мы проводим опрос с целью выявления предпочтений потребителей. Уделите, пожалуйста, несколько минут, заполнив эту анкету. Ваши ответы помогут нам выпустить на рынок новый продукт – ароматный кофе с наполнителями			
Основная часть	Вопрос 1	Ваш возраст	Ответ	
	Вопрос 2	Пол	Ответ	
	Вопрос 3	Образование	Ответ	
	Вопрос 4	Уровень дохода (до 50,0 тыс. руб., более 50 тыс. руб.)	Ответ	
	Вопрос 5	Считаете ли Вы себя любителем кофе (да, нет, затрудняюсь ответить)	Ответ	
	Вопрос 6	При покупке кофе на что в первую очередь обращаете внимание (цена, бренд, дизайн, вкус, свой вариант)	Ответ	
	Вопрос 7	Где Вы предпочитаете покупать кофе (автоматы, магазины, кафе, бар, свой вариант)?	Ответ	
	Вопрос 8	За какую цену Вы готовы купить кофе (до 100 руб., 100 – 150 руб., 200 – 250 руб., выше 250 руб., свой вариант)?	Ответ	
	Вопрос 9	Какой кофе Вы предпочитаете	Ответ	
	Вопрос 10	Посещая Вы готовы купить кофе?	Ответ	
Реквизитная часть	Мужчины и женщины в возрасте от 16 и до 50 лет, учащиеся школ, студенты, работающие по профессии, разного семейного положения, с доходом до 50,0 тыс. руб.			
Статистика	Опрошено 90 чел, из них готовы при посещении кинотеатра купить кофе 32 чел. или 35,5%			