

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжская академия образования и искусств имени Святителя
Алексия, митрополита Московского»
(Поволжский православный институт)**

Кафедра экономики и бизнес-развития

Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) «Экономическое образование»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

Повышение экономической эффективности деятельности ООО «Титан С»

Выполнила студентка
4 курса группы ЭО-401
очной формы обучения
Гаврилёс Елизавета Андреевна

(подпись)

Научный руководитель
Гребенькова Олеся
Александровна, доцент,
кандидат экономических наук

(подпись)

Допустить к защите:
Заведующий кафедрой
экономики и бизнес-развития

(подпись) А. Н. Торхова

«__» _____ 20__ г.

Тольятти
2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты экономической эффективности деятельности предприятия	7
1.1 Сущность и основные понятия экономической эффективности деятельности организации	7
1.2 Показатели оценки эффективности деятельности организации	14
1.3 Основные направления повышения эффективности деятельности	23
Глава 2. Характеристика деятельности организации ООО «Титан С»	30
2.1 Общая характеристика организации	30
2.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации	35
2.3 Анализ показателей экономической эффективности предприятия	39
2.4 Анализ коммерческой деятельности ООО «Титан С»	42
2.5 Разработка и экономическое обоснование мероприятий по повышению эффективности деятельности организации	53
Глава 3. Применение технологии проблемного обучения в рамках разработки урока по теме «Экономика фирмы» в старших классах	65
3.1 Содержание темы «Экономика фирмы» в УМК для 10-11 классов	65
3.2 Теоретические основы применения технологии проблемного обучения в образовательном процессе	73
3.3 Разработка урока по теме «Экономика фирмы» с использованием методов технологии проблемного обучения	80
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	87
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	90
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	97

ВВЕДЕНИЕ

Современная российская экономика на данном этапе развивается в условиях глобальной интеграции, усиления конкуренции и стремительных технологических изменений. Нестабильность валютных курсов, изменение потребительского поведения, высокая конкуренция со стороны иностранных компаний создают новые вызовы для отечественного бизнеса и предъявляют всё более высокие требования к эффективности деятельности хозяйствующих субъектов. В таких условиях ключевым вопросом для многих предприятий становится повышение экономической эффективности своей деятельности.

Актуальность темы исследования обусловлена прямой зависимостью предприятия от его экономической эффективности как способности рационально использовать свои ресурсы и достигать высоких результатов при минимально возможных затратах. В нынешних условиях жёсткой конкуренции и ограниченности ресурсов компаниям необходимо постоянно совершенствовать внутренние процессы, чтобы поддерживать свою финансовую устойчивость и обеспечивать рост прибыли.

Экономическому образованию в российских школах сегодня отводят особую роль благодаря формированию с помощью него из учеников финансово грамотных граждан, способных успешно функционировать в условиях рыночной экономики. Современным школьникам важно понимать основы управления личными финансами, принципы налогообложения, инвестирования и предпринимательства. Эти знания помогут им принимать осознанные решения, планировать будущее и избегать финансовых ошибок. Кроме того, экономическое образование развивает аналитическое мышление и учит оценивать риски, что актуально в условиях растущей сложности реалий мировой экономики.

Актуальность технологии проблемного обучения обусловлена тем, что она способствует развитию у учащихся критического мышления,

самостоятельности и творческих способностей. Этот метод стимулирует активный поиск знаний через решение реальных проблем, благодаря чему процесс обучения становится более интересным и мотивирующим, показывая, что получаемые знания действительно важны и могут быть применены в конкретных ситуациях. В условиях современного мира, где требуются гибкость, умение адаптироваться к изменениям, самостоятельно находить пути решения тех или иных задач, с которыми человек может столкнуться, такие навыки становятся незаменимыми.

Экономическая эффективность в настоящее время является важнейшим индикатором успешного функционирования предприятия, отражающим способность организации максимально эффективно использовать имеющиеся у неё средства для достижения стратегических целей. Повышение экономической эффективности подразумевает более рациональное использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов, повышение качества производимых товаров или предоставляемых услуг, а также увеличение производительности труда. Все эти аспекты имеют первостепенное значение для обеспечения устойчивого развития компании и её конкурентоспособности на рынке.

Предметами исследования являются:

1. Методика расчета экономической эффективности деятельности организации и пути ее повышения.
2. Урок по теме «Экономика фирмы».

Объектами исследования являются:

1. Организация ООО «Титан С».
2. Курс «Экономика» в 10-11 классах.

Экономической целью выпускной квалификационной работы является определение путей повышения эффективности деятельности исследуемого предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующий ряд задач:

- 1) изучить теоретические аспекты эффективности деятельности организации;
- 2) провести анализ финансовых результатов ООО «Титан С»;
- 3) разработать рекомендации по повышению экономической деятельности ООО «Титан С»;
- 4) провести оценку эффективности предложенных мероприятий.

Педагогической целью работы является формирование целостного представления у обучающихся о сущности деятельности фирмы и её показателях с использованием педагогической технологии проблемного обучения.

Данная цель предполагает решение ряда последовательных задач:

- 1) проанализировать содержание урока «Экономика фирмы» в учебниках по экономике для 10-11 классов;
- 2) разработать план-конспект урока на тему «Экономика фирмы» с использованием методов технологии проблемного обучения.

Методическую основу работы составляют такие обще- и частнонаучные методы как исследование литературы, теоретический анализ теоретической и педагогической теории для определения научных основ исследования, классификация, синтез, обобщение.

Практическую значимость выпускной квалификационной работы составляют полученные результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности организации и предложенные мероприятия, которые могут быть использованы ООО «Титан С» в целях повышения экономической эффективности предприятия; разработанные для урока работы могут быть внедрены в образовательный процесс.

Теоретическую базу исследования составили труды отечественных и зарубежных авторов в области экономики, финансов, анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности, а именно: Г. В. Савицкой,

И. А. Мухиной, Д. В. Гольдштейна, П. Ф. Друкера и других выдающихся экономистов; материалы экономических изданий и периодической печати. Методике проблемного обучения посвящены работы М. И. Махмутова, А. М. Матюшкина, В. Б. Бондаревского, Е. Л. Мельниковой, В. Оконя, Ю. К. Бабанского. Информационную базу исследования составляют законы РФ, подзаконные нормативно-правовые акты, постановления правительства РФ и Самарской области, Гражданский кодекс РФ, Бюджетный кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, статистические данные, статистическая и бухгалтерская финансовая отчетность ООО «Титан С» за 2022-2024 гг.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

В первой главе рассматриваются такие вопросы, как сущность, виды и понятия экономической эффективности предприятия, система оценки экономической эффективности предприятия, рассмотрены возможные пути повышения эффективности деятельности организации.

Во второй главе изучается общая характеристика организации, анализ основных технико-экономических показателей, анализ экономической эффективности деятельности ООО «Титан С», представлены мероприятия, направленные на повышение эффективности деятельности организации.

В третьей главе представлен анализ федерального государственного образовательного стандарта [3], общего содержания, а также материала по теме «Экономика фирмы» в допущенных учебниках по экономике для старших классов, характеристика методики проблемного обучения как одной из педагогических технологий. Также приведена разработка урока по данной теме с использованием методов технологии проблемного обучения.

В заключении сформулированы основные выводы о проделанной работе.

Глава 1. Теоретические аспекты экономической эффективности деятельности предприятия

1.1 Сущность и основные понятия экономической эффективности деятельности организации

Прежде чем вникать в суть понятия экономической эффективности предприятия и его элементов, стоит обратить внимание на само определение эффективности как ключевого её понятия. В толковом словаре Ефремовой эффективный – «связанный с эффектом; приводящий к нужным результатам, результативный; дающий наибольший эффект, действенный; предназначенный для выполнения полезной работы, производительный» [24, с. 752].

Эффективность является универсальной концепцией, которая применяется в самых разных областях жизни и деятельности. В общем смысле, эффективность описывает степень достижения целей при минимально возможных затратах ресурсов. В этом контексте она становится мерилем того, насколько грамотно и рационально используются имеющиеся ресурсы для выполнения определённых задач, будь то время, труд, финансы или материальные ценности.

Эффективность является одной из ключевых категорий в менеджменте и экономике, находящей своё отражение в различных аспектах деятельности организации. Одним из основополагающих трудов, посвящённых эффективности, является работа Питера Ф. Друкера. В ней эффективность рассматривается как «умение делать правильные вещи правильно», подчёркивается важность постановки чётких целей и регулярного мониторинга прогресса [23, с. 35].

Эффективность может проявляться в различных формах в зависимости от конкретной ситуации. Так, М. Э. Портер предложил следующую классификацию:

1. Операционная эффективность – способность компании выполнять аналогичные операции лучше конкурентов. Благодаря этому фирма может

добиться сокращения затрат, улучшения качества продукции или ускорения непосредственно производственного процесса [47, с. 145].

2. Стратегическая эффективность – способность компании выбирать уникальные стратегии, позволяющие занимать лидирующие позиции на рынке, создавая барьеры для входа и формируя устойчивые конкурентные преимущества [47, с. 189].

3. Инновационная эффективность – «способность компании внедрять новые продукты, процессы и технологии быстрее и качественнее конкурентов, поддерживая актуальность и конкурентоспособность в постоянно развивающемся, подвергающемся постоянным изменениям мире» [47, с. 210].

Экономическая эффективность занимает особое место в системе эффективности, являясь ключевым аспектом управления деятельностью предприятия. Определение самого понятия экономической эффективности мы встречаем в работах многих авторов. Рассмотрим некоторые трактовки.

По определению Г. В. Савицкой, экономическая эффективность – это результативность хозяйствования, которая раскрывает связь между затратами в процессе производства и его результатом. «Эффективность – сложная экономическая категория, и для измерения её уровня обычно используют обширный перечень разнообразных индикаторов. В зависимости от того, что принимают в качестве эффекта функционирования предприятия – объём производства (реализации) продукции или финансовый результат, различают показатели производственной и финансовой эффективности» [48, с. 170].

Е. М. Белый отмечает, что «эффективность функционирования предприятия – одна из центральных в системе экономических категорий, поскольку эффективность характеризует результативность использования ресурсов для достижения поставленных целей. Получать как можно больше из доступных ограниченных ресурсов – вот что имеется в виду под эффективностью» [13, с. 132].

А. Д. Шеремет описывает экономическую эффективность как сложную категорию экономической науки, которая охватывает все сферы практической

деятельности человека и все стадии общественного производства, служит фундаментом для разработки количественных показателей оценки принимаемых решений. Автор утверждает, что важные характеристики хозяйственной деятельности, такие как целостность, многосторонность и взаимосвязанность различных происходящих в ней процессов, демонстрируются в полной мере именно благодаря оценке эффективности [55, с. 98].

А.А. Амбацуров и Ф.Ф. Стерликов считают, что «...экономическая эффективность – такое состояние дел, при котором можно произвести изменение с целью более полного удовлетворения желаний одного человека, не нанося при этом ущерба удовлетворению желаний другого человека» [22, с. 237].

По мнению И.А. Мухиной, «эффективность – это соотнесение результата с затратами (или ресурсами), которые повлияли на данный результат» [41, с. 252], а для М. Фридмана «эффективность – это отношение эффекта (результата) к используемым или потребляемым ресурсам» [54, с. 41].

Обращаясь к работе А. Б. Коган, мы находим следующее определение: это «относительный показатель, характеризующий положительную динамику развития субъекта экономики в определенный момент и равный отношению результата (эффекта) к затратам, обусловившим его получение» [28, с. 46]

К. А. Наминова называет экономическую эффективность качественным критерием полученного результата, а количество полученного результата – показателем самой эффективности. По её мнению, определение эффективности управления производственным процессом помогает установить внутренние связи между понятиями «цель управления», «результат управления» и «затраты управления» [42, с. 101].

Все эти определения, предложенные авторами, разнообразны по содержанию и отображают многогранность понятия в разномасштабности мнений о его составляющей. Однако все они имеют общую суть – экономическая эффективность является показателем или критерием, демонстрирующим

способность предприятия получать полезный эффект или увеличивать количество или улучшать свойства благ, будь то количество или качество изготавливаемой продукции, непосредственно производственный процесс, выручка, с несением как можно меньших затрат.

Некоторые авторы связывают понятие «эффективность» с затратами и результатами хозяйственной деятельности, то есть отождествляют категории «эффективность» и «рациональность». Такой подход нельзя назвать однозначно верным. Дело в том, что рациональность – понятие, говорящее скорее о принятии решений и осуществлении выбора, основывающегося на стремлении к получению наиболее удачного результата, когда эффективность является непосредственно мерилom и конкретным показателем, демонстрирующим значимость воздействия принятых решений. В экономике эффективность и рациональность являются двумя разными аспектами экономического анализа, но, тем не менее, они постоянно пересекаются и взаимодополняют друг друга.

Для принятия оптимальных и обоснованных управленческих решений, стремящихся к повышению показателей экономической эффективности, необходимо понимать, какой фактор в какой степени влияет на динамику изменений показателей, правильно определять его приоритетность. Универсальной классификацией является разделение факторов на внешние и внутренние. Именно её мы можем обнаружить в работах многих авторов. Она пригодна для предприятия любого типа и успешно охватывает все явления, способные повлиять на изменения эффектов, получаемых в ходе функционирования организации.

Так, Т. Г. Масюкова описала разбиение факторов, влияющих на экономическую эффективность предприятия в той или иной мере, на внутренние и внешние, так: внутренние факторы подразумевают условия, несущие индивидуальный характер, создающиеся непосредственно внутри организации. Их автор разделяет из последовательности производственного процесса на относящиеся ко входу в процесс (связанные с исходными ресурсами), к самому производственному процессу, включая все факторы, связанные с

процессом преобразования сырьевых материалов в готовую продукцию, рабочую силу, методы работы и стиль управления, и, соответственно, к готовому результату, определяющему выпуск продукции. Внешние факторы – те, которые влияют на функционирование массового количества фирм. К ним относятся цикл деловой активности и структурные изменения как макроэкономические явления, стимулирующие изменения в экономике государства, влияние ресурсов как материальных, так и нематериальных, правительственная политика и решения государственного уровня [35, с. 173].

Е. М. Белый классифицирование внешних и внутренних факторов охарактеризовал так: «внутренние – это все те, на которые предприятие может само повлиять; к внешним относятся факторы, не зависящие от предприятия». И если первая группа факторов находится под полным контролем руководства, то вторая собирает в себе явления внешние, но те, о которых руководящие лица обязательно должны быть осведомлены, и в соответствии с которыми должны осознавать возможные риски и возможности в долгосрочной стратегии [13, с. 134].

В работе Н. К. Борисюк., Л. А. Солдатовой, Т. Г. Масюковой отведено внимание взаимосвязи внешних и внутренних факторов, их сложности и неоднозначности для разных организаций. Из исследования авторов следует, что внешние факторы, которые могут не поддаваться контролю одной организации, часто оказываются внутренними факторами, влияющими на эффективность другого предприятия. Так, факторы, которые считаются внешними по отношению к деятельности организации, могут быть внутренними для правительства, национальных и региональных институтов, ассоциаций и групп влияния. Эти организации способны улучшать налоговую политику, разрабатывать соответствующее законодательство, обеспечивать более легкий доступ к природным ресурсам, совершенствовать социальную инфраструктуру, ценовую политику и так далее, в то время как отдельные компании не имеют такой возможности и просто подчиняются условиям, которые обеспечены высшими инстанциями. [16, с. 60].

Так, например, для предприятия внешние факторы могут включать колебания валютных курсов, изменения в законодательстве, рост конкуренции на рынке. Эти факторы находятся вне контроля компании, и она вынуждена адаптироваться к ним. Однако для правительства эти факторы могут быть внутренними. Правительство может регулировать валютные курсы, изменять законодательство, предоставлять льготы для снижения налоговой нагрузки, что положительно скажется на экономике в целом, но уже находится вне зоны контроля отдельной компании.

Подробное рассмотрение классификации внешних факторов, влияющих на экономическую эффективность предприятия, представлено на рисунке 1.



Рисунок 1 – Внешние факторы, влияющие на экономическую эффективность предприятия

Внутренние факторы, которые могут повлиять на экономическую эффективность действующей организации изнутри, представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Внутренние факторы, влияющие на экономическую эффективность предприятия

Таким образом, экономическая эффективность – это показатель способности фирмы получить наилучший результат от своей деятельности при минимальных расходах. В современных реалиях улучшение экономической эффективности имеет фундаментальное значение для каждого предприятия для укрепления своей позиции на рынке, среди конкурирующих с ним фирм, а также для достижения наилучших показателей как в производстве благ, так и в получении финансовых результатов. Работа над экономической

эффективностью требует подробного рассмотрения составляющих её системных показателей и выявления требуемой стратегии для работы над ней.

1.2 Показатели оценки эффективности деятельности организации

Экономическая эффективность деятельности организации является ключевым элементом успешного функционирования предприятия в условиях рыночной экономики. Как важный аспект управления и стратегического планирования, она позволяет выявить сильные и слабые стороны компании, определить степень достижения поставленных целей и разработать меры для повышения производительности. Для того чтобы точно оценить текущую эффективность и разработать стратегии по её повышению, необходимо провести глубокий анализ текущего состояния дел, учитывая как внутренние, так и внешние факторы, влияющие на результаты деятельности.

Эффективность является сложной экономической категорией, требующей рассмотрения обширного перечня разнообразных критериев [49, с. 18]. В. И. Бариленко отмечает: «При оценке эффективности стоит использовать системный подход, тогда конечный результат будет более точным и верным. Условия, в которых оперирует экономический субъект, а также влияние внутренних и внешних факторов и будут являться ключевыми факторами» [12, с. 120].

В учебнике Г. В. Савицкой, посвящённом экономическому анализу, мы можем найти характеристику оценки экономической деятельности предприятия, в рамках которой автор выделяет общую систему показателей, по которой можно определить качество работы предприятия (таблица 1) [50, с. 418]. Данная система применима к любой коммерческой организации, она охватывает все сферы работы предприятия и позволяет провести их качественную оценку, эта система показателей универсальна и может использоваться для комплексной оценки различных аспектов деятельности предприятия, что делает её полезной для всестороннего анализа и улучшения качества управления организацией.

Таблица 1 – Система показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия

Показатель	Характеристика
1. Производительность труда	
1. Выработка	Отражает количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени или приходящееся на одного среднесписочного работника в месяц, квартал, год.
2. Трудоёмкость	Величина, обратная выработке, характеризует затраты труда на производство единицы продукции.
2. Показатели использования основных фондов	
1. Фондоотдача	Отражает количество произведенной продукции в расчете на 1 руб. стоимости основных производственных фондов.
2. Фондоёмкость	Показатель, обратный фондоотдаче. Показывает, сколько требуется основных фондов в расчете на 1 руб. реализованной продукции.
3. Фондовооружённость труда	Характеризует оснащённость работников предприятия основными производственными фондами.
3. Показатели использования оборотных средств	
1. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	Показывает скорость обращения оборотных средств за анализируемый период (квартал, полугодие, год).
2. Коэффициент закрепления оборотных средств	Показатель, обратный коэффициенту оборачиваемости оборотных средств. Характеризует сумму оборотных средств, приходящихся на 1 руб. выручки от реализации.
3. Длительность одного оборота	Показывает, за какой срок к предприятию возвращаются его оборотные средства в виде выручки от реализации продукции.
4. Материалоёмкость продукции	Характеризует суммарный расход всех материальных ресурсов на производство единицы продукции.
5. Материалоотдача	Показатель, обратный материалоемкости продукции. Отражает количество произведенной продукции в расчете на 1 руб. материальных ресурсов.
4. Показатели рентабельности	
1. Рентабельность продукции	Эффективность затрат, произведенных предприятием на производство и реализацию продукции.
2. Рентабельность производства общая	Характеризует прибыльность (убыточность) производственной деятельности предприятия за определенный период времени (год, квартал).
3. Рентабельность продаж (оборота)	Показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля реализованной продукции.
4. Рентабельность имущества предприятия	Показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого рубля, вложенного в активы.
5. Рентабельность собственного капитала	Показывает эффективность использования средств, принадлежащих собственникам предприятия.

Производительность труда является ключевым показателем, который отражает результативность трудовой деятельности работников. Продуктивность труда оценивается через выработку – количество продукции, произведённой одним работником за определённое время – показатель эффективности трудовой деятельности персонала, и трудоёмкость – количество времени, необходимого для создания единицы продукции. Таким образом, выработка рассчитывается по формуле:

$$B = BP / Ч, \quad (1)$$

где B – выработка;

BP – выручка от реализации продукции (работ, услуг);

Ч – численность работников.

Трудоёмкость рассчитывает затраты рабочего времени на производство продукции следующим образом:

$$T = T / ОП, \quad (2)$$

где T – трудоемкость;

T – затраты рабочего времени;

ОП – объем произведенной продукции.

Показатели производительности труда позволяют оценить, насколько рационально используется рабочее время и ресурсы. Увеличение выработки и снижение трудоёмкости приводят к снижению затрат на производство и, соответственно, повышают общую рентабельность предприятия.

Кроме того, Г. В. Савицкая подчёркивает важность взаимосвязи между производительностью труда и другими аспектами деятельности предприятия, такими как использование оборотных средств, управление персоналом и улучшение технологических процессов. Оптимизация этих элементов способствует общему улучшению экономических результатов компании [50, с. 422].

Основные фонды включают здания, сооружения, оборудование и прочие активы длительного пользования, которые участвуют в процессе производства товаров и услуг.

Основные показатели использования основных фондов, обсуждаемые Савицкой, следующие:

1. Фондоотдача – демонстрирует, сколько выручки приносит каждый рубль, вложенный в основные фонды. Высокий уровень фондоотдачи свидетельствует о том, что предприятие эффективно использует свои основные фонды.

$$\Phi_o = BP / OF, \quad (3)$$

где Φ_o – фондоотдача;

BP – выручка от реализации продукции (работ, услуг);

OF – средняя стоимость основных фондов.

2. Фондоемкость – обратный показатель фондоотдачи, который показывает, сколько основных фондов требуется для получения одной денежной единицы выручки. Низкий уровень фондоемкости указывает на эффективное использование основных фондов.

$$\Phi_e = OF / BP = 1 / \Phi_o, \quad (4)$$

где Φ_e – фондоемкость;

OF – средняя стоимость основных фондов;

BP – выручка от реализации продукции (работ, услуг);

Φ_o – фондоотдача.

3. Фондовооруженность труда отражает уровень оснащенности работников основными фондами. Высокая фондовооруженность обычно связана с высокой производительностью труда.

$$\Phi_v = OF / Ч, \quad (5)$$

где Φ_v – фондовооруженность;

OF – средняя стоимость основных фондов;

$Ч$ – среднесписочная численность персонала.

В контексте анализа экономической эффективности предприятия данные показатели помогают оценить, насколько эффективно предприятие использует свои основные фонды для достижения своих целей, позволяют выявить резервы для увеличения объема производства без значительных инвестиций в новые

основные фонды, а также оказывают помощь в определении направления оптимизации использования основных фондов с целью снижения затрат и повышения общей рентабельности предприятия.

Оборотные фонды представляют собой часть активов компании, которая задействована в одном производственном цикле и полностью передает свою стоимость на конечный продукт. К ним относятся запасы сырья, материалов, незавершенное производство, товары для перепродажи, денежные средства и дебиторская задолженность.

Основными показателями использования оборотных средств являются:

1. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств демонстрирует интенсивность их использования в производственном цикле и качество управления материальными ресурсами компании. Этот коэффициент позволяет оценить вероятность неэффективного размещения капитала в запасах и скорость его возврата в виде денежных поступлений. Для его расчета необходимо разделить объём реализованной продукции на средний остаток оборотных средств в рамках данного периода.

$$Коб = ВР / ОС, \quad (6)$$

где Коб – коэффициент оборачиваемости оборотных средств;

ВР – выручка от реализации продукции (работ, услуг);

ОС – средняя стоимость оборотных средств.

2. Коэффициент закрепления оборотных средств, указывающий на эффективность их использования. Находит своё выражение в отношении среднего остатка оборотных средств за отчетный период к объему реализации за этот же период:

$$Кз = ОС / ВР = 1 / Коб, \quad (7)$$

где Кз – коэффициент закрепления оборотных средств;

ОС – средняя стоимость оборотных средств;

ВР – выручка от реализации продукции (работ, услуг);

Коб – коэффициент оборачиваемости оборотных средств.

3. Длительность одного оборота считается как число дней в отчетном периоде, делённое на коэффициент оборачиваемости оборотных средств. Сокращение длительности одного оборота улучшает финансовую устойчивость предприятия, так как быстрее возвращаются вложенные деньги. Это дает возможность быстрее реинвестировать средства и увеличивать объемы производства.

$$\text{Доб} = \text{П} / \text{Коб}, \quad (8)$$

где Доб – длительность одного оборота оборотных средств;

П – длительность анализируемого периода в днях;

Коб – коэффициент оборачиваемости оборотных средств.

4. Материалоемкость продукции, показывающая, сколько материальных ресурсов было использовано для производства единицы продукции, несущая эффект на себестоимости продукции и конечной прибыли.

$$\text{Ме} = \text{МЗ} / \text{ВП}, \quad (9)$$

где Ме – материалоемкость;

МЗ – материальные затраты;

ВП – стоимость выпущенной продукции.

5. Материалоотдача – противоположный показатель материалоемкости, он показывает, какой объем продукции был произведен на каждую денежную единицу материальных затрат:

$$\text{Мо} = \text{ВП} / \text{МЗ}, \quad (10)$$

где Мо – материалоотдача;

ВП – стоимость выпущенной продукции;

МЗ – материальные затраты.

Показатели использования оборотных фондов играют важную роль в оценке финансовой устойчивости и операционной эффективности предприятия. Они помогают определить, насколько рационально используются ресурсы, как быстро возвращаются вложенные средства и насколько эффективно управляются запасы.

В условиях рыночной экономики основной целью предпринимательской деятельности любой коммерческой организации является получение прибыли. Как следствие, экономическая эффективность несёт основной смысл в максимизации прибыли предприятия на единицу затрат капитала или ресурсов при высоком уровне труда и обеспечении конкурентоспособности на рынке.

Рентабельность является главным показателем эффективности деятельности предприятия, следующим из прибыли. Она помогает «определить уровень производства организации в целом и в разрезе некоторых видов деятельности» [20, с. 128]. Показатели рентабельности играют ключевую роль в оценке экономической эффективности предприятия, поскольку они демонстрируют способность компании генерировать прибыль относительно различных видов затрат и ресурсов. Выделяют следующие показатели:

1. Рентабельность продукции показывает прибыль, получаемую на каждую денежную единицу себестоимости. В расчетах это соотношение прибыли от продаж к общим затратам на производство и реализацию товаров. Высокая рентабельность свидетельствует о конкурентоспособности продукции и эффективной ценовой стратегии, в то время как низкий уровень может указывать на высокие производственные затраты или недостаточно выгодную цену продажи.

$$R_{\text{прод}} = (P_{\text{пр}} / C) \times 100\%, \quad (11)$$

где $R_{\text{прод}}$ – рентабельность продукции;

$P_{\text{пр}}$ – прибыль от продаж;

C – себестоимость продукции (работ, услуг).

2. Рентабельность производства отражает эффективность производственного процесса, соотнося чистую прибыль к общим затратам на производство и даёт общее представление о том, насколько эффективно используются ресурсы предприятия для генерации прибыли.

$$R_{\text{произв}} = (П_{\text{дон}} / (ОФ + ОС)) \times 100\%, \quad (12)$$

где $R_{\text{произв}}$ – рентабельность производства;

$П_{\text{дон}}$ – прибыль до налогообложения;

$ОФ$ – средняя стоимость основных фондов;

$ОС$ – средняя стоимость оборотных средств.

3. Показатель рентабельности продаж, или же реализации, показывает долю прибыли в каждом рубле выручки. Высокий уровень рентабельности продаж указывает на хорошее управление затратами и эффективную маркетинговую стратегию. Низкий уровень может означать высокие затраты на производство или продажу либо низкую цену реализации.

$$R_{\text{продаж}} = (П_{\text{пр}} / ВР) \times 100\%, \quad (13)$$

где $R_{\text{продаж}}$ – рентабельность продаж;

$П_{\text{пр}}$ – прибыль от продаж;

$ВР$ – выручка от реализации продукции (работ, услуг).

4. Рентабельность имущества показывает, насколько эффективно предприятие использует свои активы для получения прибыли. Высокий уровень рентабельности имущества свидетельствует о грамотной инвестиционной политике и управлении активами.

$$R_{\text{акт}} = (П_{\text{дон}} / А_{\text{к}}) \times 100\%, \quad (14)$$

где $R_{\text{акт}}$ – рентабельность активов;

$П_{\text{дон}}$ – прибыль до налогообложения;

$А_{\text{к}}$ – совокупные активы.

5. Показатель рентабельности собственного капитала отражает доходность, которую получают владельцы предприятия на вложенный капитал. Рассчитывается следующим образом:

$$R_{\text{ск}} = (П_{\text{ч}} / С_{\text{к}}) \times 100, \quad (15)$$

где $R_{\text{ск}}$ – рентабельность собственного капитала;

$П_{\text{ч}}$ – чистая прибыль;

$С_{\text{к}}$ – собственный капитал.

Показатели рентабельности являются одними из самых важных инструментов для оценки финансовой устойчивости и прибыльности предприятия. Они позволяют выявить слабые места в управлении предприятием, определить потенциал для роста и принять обоснованные решения по улучшению финансовых результатов. Регулярный мониторинг и анализ этих показателей помогает предприятию оставаться конкурентоспособным и достигать поставленных стратегических целей.

Следует обратить внимание на то, что, хотя существуют общие показатели для оценки эффективности деятельности организации, каждое предприятие уникально, и не всегда возможно применить стандартный набор характеристик в расчёте успеха его деятельности. Некоторые из рассчитанных показателей могут быть оказаться равны нулю или вовсе неприменимы в определённых ситуациях. Например, показатель фондоотдачи будет нулевым, если у компании отсутствуют основные фонды, а материалоемкость продукции может быть незначительной для компаний, работающих в сфере информационных технологий или консалтинга, где материальные ресурсы практически не используются. Также рентабельность собственного капитала может быть низкой или даже нулевой, если компания работает без привлечения заемного капитала.

Кроме того, стандартные показатели могут не отражать полную картину состояния дел в компании. Так, для стартапов и молодых компаний, которые ещё не вышли на стабильный доход, многие финансовые показатели могут быть искажены высокими начальными инвестициями и низкими текущими доходами. В инновационных компаниях традиционные показатели производительности труда могут не учитывать вклад сотрудников в разработку новых идей и продуктов, рассчитывая на выгоду лишь через некоторое время. А в компаниях с высоким уровнем автоматизации низкая трудоёмкость не всегда означает высокую производительность, особенно если автоматизация привела к снижению качества продукции или увеличению затрат на обслуживание оборудования.

Поэтому при оценке эффективности необходимо учитывать специфику бизнеса, его стадию развития и стратегические приоритеты. Вместо применения стандартных показателей можно использовать и нефинансовые индикаторы, такие как уровень удовлетворённости клиентов, количество нововведений или уровень вовлечённости сотрудников. Также полезно разрабатывать индивидуализированные ключевые показатели эффективности (KPI), которые лучше всего отражают конкретные цели и задачи компании. Анализ динамики изменений показателей тоже может быть полезен, позволяя увидеть тенденции и выявить области для улучшения.

1.3 Основные направления повышения эффективности деятельности

Анализ экономической эффективности работы предприятия помогает определить его сильные и слабые стороны, оценить текущие результаты и предсказать будущие возможности организации. На основании этого анализа можно принимать обоснованные решения о распределении ресурсов, внедрении новых технологий, расширении производства или оптимизации происходящих на данный момент процессов. Так предприятие сможет выбрать стратегию оптимального пути развития такую, которая обеспечит ему устойчивый рост и конкурентоспособность на рынке.

Изначальная классификация факторов, имеющих место быть в работе над улучшением эффективности экономической деятельности предприятия, представляет собой классическое разбиение на внешние факторы и внутренние – в зависимости от направленности действия.

Внутренние факторы, влияющие на работу предприятия, представляют собой сложную систему взаимосвязанных элементов, классифицирующихся в рамках функционирования в своей области. Ключевую роль здесь играет управленческий аспект, включающий способности руководства и команды эффективно управлять компанией в рыночных условиях. Также важное значение имеет научно-технический прогресс и внедрение инноваций в производство. Организационная сторона охватывает совершенствование

производственных процессов и улучшение организации труда. Правовая форма бизнеса и корпоративная культура создают основу для достижения стратегических целей компании. Отраслевая специфика определяет особенности производства и место компании на рынке. Экономическая эффективность зависит от качества продукции, её конкурентоспособности, грамотного управления затратами и правильной ценовой политики. Инвестиционная деятельность и амортизационная политика выступают двигателями развития производственных мощностей предприятия. Все эти факторы тесно взаимосвязаны и в совокупности определяют успешность функционирования организации в современных экономических условиях.

Внешние факторы, влияющие на эффективность работы предприятия в условиях рынка, также имеют свою классификацию. Одна группа факторов обусловлена динамикой внутреннего и мирового рынка, включая изменения в спросе и предложении, а также колебания цен. Другая группа связана с изменениями в политической обстановке как внутри страны, так и на международном уровне. Третья группа отражает инфляционные процессы. Последняя имеет связь непосредственно с деятельностью государства [19, с. 88].

С. Н. Нечаева в работе по определению критериев и показателей оценки экономической эффективности организации отметила, что факторы, влияющие на эффективность деятельности, могут существовать на различных уровнях: внутри предприятия, в рамках отрасли и на уровне народного хозяйства [43].

На уровне предприятия основными факторами являются организационно-технические и социально-экономические. Организационно-технические факторы включают ускорение научно-технического прогресса, совершенствование организации производства, труда и управления, что приводит к увеличению производительности и снижению издержек. Социально-экономические факторы включают повышение квалификации работников, стимулирование инноваций и рационализации, а также

оптимизацию трудовых процессов, что улучшает условия труда и повышает мотивацию сотрудников.

Отраслевые факторы действуют на уровне целой отрасли экономики. Они включают координацию действий компаний в одной отрасли, развитие инфраструктуры отрасли и государственную поддержку в виде субсидий и налоговых льгот. Все это направлено на улучшение снабжения сырьем и доставки готовой продукции, а также на поддержку развития отрасли.

Народно-хозяйственные факторы действуют на макроэкономическом уровне. Они включают создание благоприятного инвестиционного климата, разработку государственных программ поддержки промышленности и обеспечение социальной стабильности. Эти факторы способствуют привлечению инвестиций, обеспечению стабильности экономической политики и созданию условий для устойчивого экономического роста.

Каждый из этих уровней играет важную роль в достижении общей цели: повышении эффективности производства и снижении затрат. Оптимальное сочетание всех этих факторов помогает обеспечить экономический рост и конкурентоспособность как отдельных предприятий, так и целых отраслей [43].

Также С. Н. Нечаева, допуская более широкую дифференциацию, определила альтернативную классификацию факторов, которые следует рассматривать при выборе методов повышения экономической эффективности:

1. Технические факторы, подразумевающие модернизацию производственной базы, включающую внедрение современного оборудования с оптимальным расходом материалов, совершенствование инфраструктуры для транспортировки и хранения ресурсов, а также создание экспериментальных площадок для моделирования производственных процессов и тестирования новых технологий.

2. Организационные факторы, представляющие собой наличие комплексного подхода к оптимизации производственных процессов: от улучшения системы учета материальных ресурсов до сокращения производственного цикла. Особое внимание здесь уделяется развитию

ремонтной инфраструктуры, рационализации трудовых процессов и внедрению технологий повторного использования побочных продуктов производства.

3. Экономические факторы, основывающиеся на применении современных методов управления ресурсами, включая анализ эффекта масштаба производства и временных затрат. Важную роль играет использование инструментов функционально-стоимостного анализа, прогнозирования и экономико-математического моделирования для снижения затрат на единицу продукции и повышения эффективности производства. Авторами было отмечено, что при увеличении объемов производства возникает возможность внедрения инновационных ресурсосберегающих технологий, а это способствует минимизации материальных потерь и повышению общей эффективности производственной деятельности.

4. Социальные факторы, направлены на формирование культуры ресурсосбережения через распространение передовых практик, улучшение условий труда, внедрение системы мотивации за рациональное использование ресурсов и повышение квалификации персонала. Особое внимание уделяется социально-психологическим мероприятиям и развитию компетенций работников в области ресурсосбережения. [43].

В. Кучеренко выделил два магистральных пути повышения экономической эффективности производства, которые объединяют вышеупомянутые факторы в конкретные стратегии развития, которые могут использоваться действующими организациями в условиях современной экономики:

1) обеспечение роста конечных результатов производства, таких как прибыль, объемы производства и реализация продукции, при сохранении прежних затрат и соблюдении стандартов качества. Это включает стремление повысить конкурентоспособность и достичь большего положительного эффекта;

2) снижение затрат ресурсов на единицу продукции при одновременном повышении качества производимых товаров [33].

Первый путь сосредоточен на увеличении конечного результата производства, включая прибыль, объемы произведенной и реализованной продукции, при этом затраты остаются на прежнем уровне, а требования к качеству соблюдаются. Основная цель этого подхода состоит в том, чтобы максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы, улучшить конкурентоспособность и добиться лучших экономических показателей. Для достижения этих целей компании применяют различные методы, такие как повышение производительности труда, оптимизация производственных процессов, улучшение условий труда и мотивации сотрудников, а также совершенствование маркетинговых стратегий и каналов сбыта. Эти меры способствуют увеличению объемов производства и продаж без значительного увеличения затрат, что в конечном итоге положительно сказывается на финансовых результатах.

Второй путь предусматривает снижение затрат ресурсов на единицу результата при одновременном повышении качества продукции. Здесь основное внимание уделяется внедрению ресурсосберегающих технологий, оптимизации производственных процессов, борьбе с материальными потерями и отходами, а также улучшению логистики и автоматизации производства. Компании стремятся выпускать продукцию с теми же или даже лучшими характеристиками, используя меньше ресурсов, что в конечном итоге ведет к снижению себестоимости и повышению рентабельности. Важную роль здесь могут играть инвестиции в научные исследования и разработки, сотрудничество с инновационными партнерами и постоянное обновление технологического парка. Такой подход позволяет организациям выпускать высококачественную продукцию с меньшими затратами, что делает их более конкурентоспособными на рынке и позволяет легче выживать в агрессивных условиях рынка.

Каждый из этих двух путей имеет свои сильные стороны и может использоваться в зависимости от конкретных условий и целей компании. Часто организации выбирают комбинацию обоих подходов, стремясь одновременно

повышать производительность и снижать затраты, что обеспечивает устойчивый рост и конкурентоспособность на рынке.

Итак, исходя из первой главы нашей работы, можно сделать вывод о том, что эффективность сама по себе является универсальной концепцией любой отрасли, показателем, определяющимся путём сопоставления достигнутых целей с ресурсами, затраченными на достижение данного результата. Она позволяет определить грамотность и рациональность использования ресурсов в ходе выполнения определённых задач.

Определение эффективности в экономике является ключевым аспектом управления деятельностью предприятия. По М. Портеру, эффективность организации может быть рассмотрена в различных аспектах: в способности выполнения производственных процессов оперативнее конкурентных предприятий, в умении формировать лучшую стратегию продвижения, в развитии способностей и создании уникального, инновационного продукта.

Многогранные трактовки экономической эффективности, предлагаемые различными авторами, тем не менее, имеют общую суть: так, экономическая эффективность несёт в себе значение показателя, демонстрирующего способность совершать деятельность и получать от неё качественный или количественный результат при минимальных затратах ресурсов.

В работах Е. М. Белого, Н. К. Борисюк, Л. А. Солдатовой, Т. Г. Масюковой предусматривается классификация факторов, влияющих на эффективность экономической деятельности предприятия. Это внешние (макроэкономические явления, действующие на фирмы извне) и внутренние (несущие индивидуальный характер для каждой организации) аспекты, имеющие взаимосвязь не только в рамках работы одного предприятия, но и способные производить эффект на организации, зависящие от него, например, в рамках территориальной единицы или группы влияния.

Оценка экономической эффективности предприятия подразумевает расчёт целой системы показателей, охватывающих различные области работы и позволяющие более точно определить ключевые факторы, требующие

внимания. Эти показатели в должной мере определяют производительность труда, качество использования основных фондов и оборотных средств, а также демонстрируют рентабельность различных показателей. Следует отметить, что данный подход универсален и способен удовлетворить определение показателей любой коммерческой организации, однако каждое предприятие уникально, и стандартизированная система показателей может в чём-то не подойти, а в чём-то потребовать более внимательного рассмотрения того или иного фактора.

Благодаря определению экономической эффективности руководящие инстанции могут подобрать предприятию наилучшую стратегию для формирования устойчивости на рынке среди конкурентных фирм, а также получения прибыли как основной цели деятельности предприятия. Классификации направленностей действий, способствующих этому, довольно разнообразны: одна, например, подразумевает их разбиение на место использования, другая предполагает деление на уровни влияния, ещё одна разбивает факторы на области их применения. На основании этих подходов В. Кучеренко было выявлено два классических пути, избираемых предприятиями в стремлении повысить эффективность своей работы: инновационный, нацеленный на результат и улучшение своего положения благодаря конечному, лучшему продукту, привлекающему потребителя, и рациональный, направленный на пересмотр процессов внутри предприятия, нацеленный на более рациональное использование ресурсов. На практике эти пути часто комбинируются в ходе управления организацией для максимизации эффекта работы, направленной на положительную динамику результатов работы предприятия.

Глава 2. Характеристика деятельности организации ООО «Титан С»

2.1 Общая характеристика организации

Общество с ограниченной ответственностью Фирма «Титан-С» было зарегистрировано в декабре 2014 года в г. Тольятти Самарской области. В 2021 году произошла реорганизация в ООО «Титан С», был присвоен статус микропредприятия.

Так, ООО «Титан С» зарегистрировано 24 августа 2021 года. Налоговый орган – межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №15 по Самарской области.

Система налогообложения: общая (ОСНО)

Уставный капитал составляет 10 тыс. руб. Учредитель и директор – Логвиненко Михаил Михайлович.

Таблица 2 – Основные реквизиты ООО «Титан С»

ОГРН	1216300039372
ИНН/КПП	6382084593
КПП	638201001
ОКПО	51858486
ОКОГУ	4210014 - Организации, учрежденные юридическими лицами или гражданами, или юридическими лицами и гражданами совместно
ОКОПФ	12300 – Общества с ограниченной ответственностью
ОКФС	16 – Частная собственность
ОКАТО	36440373000 – Центральный
ОКТМО	36740000001 - г. Тольятти
Банковские реквизиты	р/с 40702810101500101831 в ООО «Банк Точка» к/с 30101810745374525104 БИК 044525104

Основное направление общества с ограниченной ответственностью – коммерческая деятельность. В соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности, основным видом деятельности ООО «Титан С» является «Торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, кроме деятельности агентов» (ОКВЭД 45.31.1).

Дополнительные виды деятельности ООО «Титан С» по ОКВЭД:

- 45.31 Торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями;
- 45.31.2 Деятельность агентов по оптовой торговле автомобильными деталями, узлами и принадлежностями;
- 45.32 Торговля розничная автомобильными деталями, узлами и принадлежностями;
- 46.72 Торговля оптовая металлами и металлическими рудами;
- 46.74 Торговля оптовая скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием и принадлежностями.

— Специализацией компании является оптовая продажа запчастей.

Компания «Титан С» предлагает своим клиентам выхлопные системы, пламегасители, стронгеры, крепежи и комплектующие в широком ассортименте. Выхлопные системы производства Титан выполнены из металла толщиной 1.5мм по ГОСТу. Гарантия от производителя – 2 года.

В ассортименте компании представлены:

- все элементы выхлопных систем на автомобилях ВАЗ и GM любого поколения;
- выхлопные системы на автомобили иностранного производства: Audi, Chevrolet, BMW, Volvo, VW и многие другие в наличии и с возможностью заказа по запросу (по VIN коду);
- все элементы выхлопных систем на грузовые автомобили ГАЗ, УАЗ, КАМАЗ, Москвич (под заказ с доставкой до 2-х дней);

— большой ассортимент стронгеров, пламегасителей различных форм и размеров собственного производства;

— большой выбор комплектующих: виброкомпенсаторы (гофры), резиновые и полиуретановые подушки глушителя, прокладки выхлопной системы, ремонтные комплекты труб, гибы, фланцы, хомуты, болты и другое.

ООО «Титан С» занимается оптовой продажей глушителей и сопутствующих деталей, предлагая широкий ассортимент продукции для различных типов автомобилей. Директор компании также управляет индивидуальным предпринимательством, которое работает с физическими лицами, предоставляя возможность розничной продажи производимой продукции. Однако в нашей работе внимание данному ИП не уделяется, так как оно является самостоятельной формой ведения бизнеса, отличающейся от юридического лица, каковым является ООО «Титан С». ИП функционирует независимо, имеет свои обязательства и права, что позволяет ему осуществлять розничную продажу продукции, не влияя на оптовую деятельность компании.

В настоящее время в ООО «Титан С» работает 5 человек (рисунок 3).



Рисунок 3 – Организационная структура ООО «Титан С»

Должностные обязанности директора ООО «Титан С» включают:

1. Управление персоналом: подбор сотрудников, разработка системы мотивации, участие в стратегическом планировании.
2. Организация мероприятий для увеличения продаж: разработка и внедрение маркетинговых стратегий, организация рекламных кампаний.
3. Стратегическое планирование: участие в разработке стратегии продаж, планирование работ подразделений.

4. Обеспечение безопасности труда: контроль за соблюдением правил охраны труда и техники безопасности.

5. Анализ и контроль: анализ продаж, контроль за выполнением задач, эффективностью работы отделов, соблюдением трудовой дисциплины.

6. Представление интересов компании: взаимодействие с государственными органами и клиентами.

7. Разработка ценовой политики и программ скидок.

Должностные обязанности главного бухгалтера:

1. Формирование и актуализация учетной политики в соответствии с требованиями действующего законодательства и нормативных актов.

2. Организация бухгалтерского учета, координирующего движение обязательств, денежных средств, материальных и других активов, а также хозяйственных операций.

3. Контрольно-аналитическая деятельность, направленная на обеспечение сохранности активов организации и рациональное использование финансовых, трудовых и материальных ресурсов.

4. Предотвращение фактов недостат, нарушений законодательства, а также предотвращение незаконного использования денежных средств и товарно-материальных ценностей.

5. Контроль за корректным оформлением документов, расчётов и платежных обязательств.

6. Финансово-расчётные операции: своевременные перечисления средств в местные, региональные и федеральные бюджеты, а также выплаты заработной платы сотрудникам и страховых взносов.

7. Разработка и принятие форм документов, счетов, если типовые образцы не предусмотрены законом.

8. Помощь в оформлении документов по недостаткам, хищениям, контроль за передачей бумаг руководству организации и в судебные инстанции.

9. Обеспечение соблюдения кассовой, финансовой, штатной дисциплины, законности списания недостач и задолженностей.

Должностные обязанности менеджеров:

1. Поиск и привлечение новых клиентов: установление контактов с потенциальными покупателями, проведение презентаций продукции.

2. Ведение переговоров и заключение сделок: обсуждение условий сотрудничества, согласование цен и условий поставки.

3. Поддержание отношений с потребителями: регулярное общение с существующими клиентами, предоставление консультаций и технической поддержки.

4. Анализ рынка и конкурентов: отслеживание тенденций на рынке, изучение предложений конкурентов.

5. Планирование и организация продаж: разработка планов продаж, координация работы с другими отделами компании.

6. Мотивация клиентов: предложение акций, скидок, специальных условий для стимулирования продаж.

7. Формирование аналитической документации: составление отчётов о продажах, анализ эффективности работы.

8. Участие в маркетинговых мероприятиях: организация и проведение рекламных кампаний и акций, участие в выставках и конференциях для продвижения.

9. Решение проблем, связанных с клиентскими запросами: быстрое реагирование на обращения потребителей, решение конфликтных ситуаций.

10. Контроль качества сервиса: поддержание высоких стандартов обслуживания, соблюдение корпоративных нормативов.

Таким образом, ООО «Титан С» – микропредприятие, реорганизованное в 2021 году. Основной деятельностью данного предприятия является оптовая продажа автомобильных деталей, преимущественно для автомобилей «ВАЗ», с гарантией высокого качества для своих клиентов.

2.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации

Технико-экономические показатели – это набор измерителей, которые помогают оценить состояние производственной базы предприятия и показать, насколько эффективно используются ресурсы. Они позволяют проанализировать производство, проверить качество работы и понять, как в нём задействованы основные средства, оборотные фонды и персонал компании.

Рассмотрим динамику технико-экономических показателей деятельности ООО «Титан С» за 2022-2024 гг. в таблице 3, составленной на основе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, представленных в Приложении А и Приложении Б.

Таблица 3 – Анализ основных экономических показателей ООО «Титан С»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Абсолютное отклонение, тыс.руб.		Темп прироста, %	
		2022	2023	2024	2023 к 2022	2024 к 2023	2023 к 2022	2024 к 2023
1	Выручка, тыс. руб.	24708,10	33810,98	30203,74	9102,88	-3 607,24	36,84	-10,67
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	23749,73	33746,40	29037,49	9996,67	-4 708,91	42,09	-13,95
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	958,37	1064,58	1166,25	106,21	101,67	11,08	9,55
4	Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	12,68	12,66	131,28	-0,02	118,62	-0,16	936,97
5	Прочие расходы, тыс. руб.	12,09	11,55	12,01	-0,54	0,46	-4,47	3,98
6	Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	0,60	1,11	0,94	0,51	-0,17	85,00	-15,32
7	Уставный капитал, тыс. руб.	10,00	10,00	10,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	Собственный капитал, тыс. руб.	10,65	11,53	12,01	0,88	0,48	8,26	4,16
9	Основные средства, тыс.руб.	0	0	0	0	0	0	0
10	Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	0,12	0,22	0,19	0,10	-0,03	83,33	-13,64

Окончание таблицы 3

11	Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	0,48	0,89	0,75	0,41	-0,14	85,42	-15,73
12	Численность персонала	5	5	5	0	0	0	0
13	Оборотные активы, тыс. руб.	679,37	829,42	1276,91	150,05	447,49	22,09	53,95
14	Краткосрочные обязательства, тыс.руб.	668,71	817,89	1264,64	149,18	446,75	22,31	54,62
15	Затраты на 1 рубль реализации (стр.2/ стр.1)	0,98	0,99	0,96	0,01	-0,03	1,02	-3,03
16	Средняя стоимость оборотных средств, тыс. руб.	689,19	754,40	1053,17	65,21	298,77	39,60	9,46
17	Совокупные активы, тыс. руб.	679,37	829,42	1276,91	150,05	447,49	22,09	53,95
18	Выработка (стр.1/стр.11)	4941,62	6762,20	6040,75	1820,58	-721,45	36,84	-10,67
19	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (стр.1/стр.16)	35,85	44,82	28,68	8,97	-16,14	25,02	-36,01
20	Коэффициент закрепления оборотных средств (стр.16/стр.1)	0,028	0,022	0,035	-0,006	0,013	-21,429	59,091
21	Длительность одного оборота оборотных средств, дн. (365 дн./стр.19)	10,18	8,14	12,73	-2,04	4,59	-20,04	56,39
22	Рентабельность услуг, % (стр.4/стр.2)*100	0,05	0,04	0,45	-0,01	0,41	-20,00	1025,00
23	Рентабельность производства, % (стр.11/стр.2)*100	0,002	0,003	0,002	0,001	-0,001	33,33	-33,33
24	Рентабельность продаж, % (стр.4/стр.1)*100	0,05	0,04	0,44	-0,01	0,40	-20,00	1000,00
25	Рентабельность имущества (активов) предприятия, % (стр.6/стр.17)*100	0,09	0,13	0,07	0,04	-0,06	44,44	-46,15
26	Рентабельность собственного капитала, % (стр.11/стр.8)*100	4,51	7,72	6,24	3,21	-1,48	71,18	-19,17

Анализ технико-экономических показателей ООО «Титан С», представленный в таблице 3, позволил нам сделать некоторые выводы о динамике показателей, характеризующих деятельность предприятия в различных направлениях.

Так, мы можем увидеть, что выручка компании увеличилась с 24708,10 тыс. руб. в 2022 году до 33810,98 тыс. руб. в 2023 году, что соответствует росту на 36,84%. Однако в 2024 году выручка снизилась до 30203,74 тыс. руб., что является уменьшением на 10,67% по сравнению с 2023 годом. Себестоимость продаж также демонстрирует аналогичную динамику: рост на 42,09% в 2023 году и снижение на 13,95% в 2024 году. Наглядно данные изменения представлены на рисунке 4.

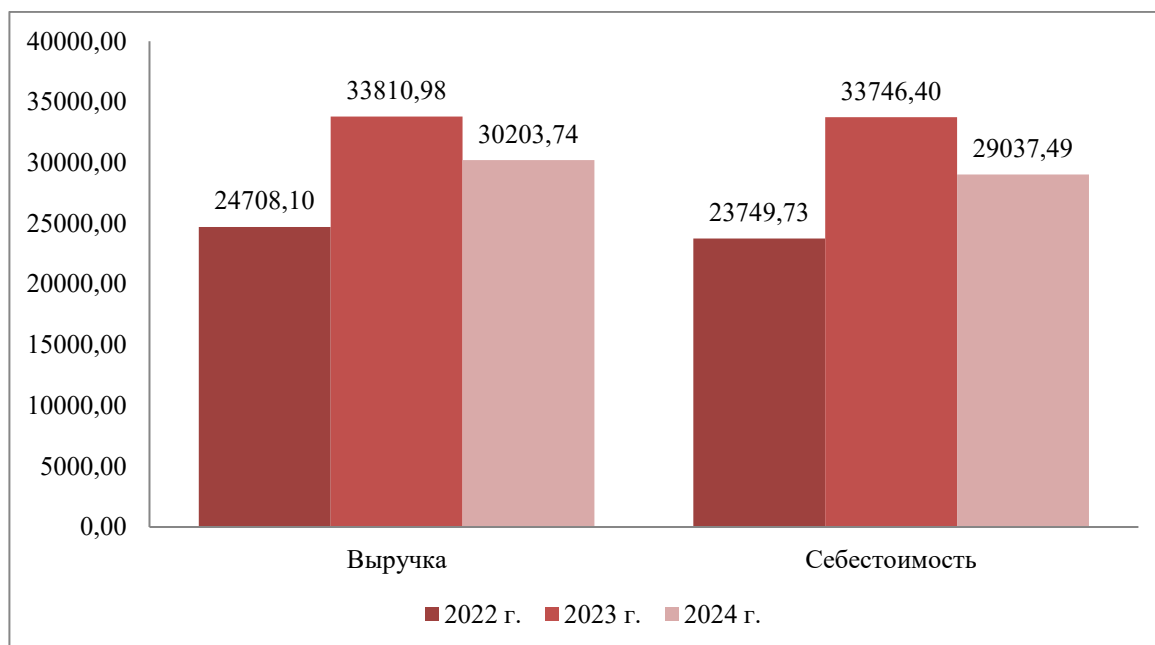


Рисунок 4 – Динамика изменения выручки и себестоимости за 2022-2024 гг., тыс. руб.

Валовая прибыль продемонстрировала стабильный рост в течение всего рассматриваемого нами периода (на 11,08% (106,21 тыс. руб.) в 2023 и 9,55% (101,67 тыс. руб.) в 2024 году. Прибыль от продаж практически не изменилась в 2023 году в сравнении с уровнем 2022 года, составив 12,66 тыс. руб., однако несколько увеличилась до показателя 131,28 тыс. руб. в 2024 году. Тем не

менее, чистая прибыль предприятия сохранила на протяжении его работы в эти три года стабильно низкие показатели: в 2023 г. по сравнению с 2022 г. она увеличилась на 0,41 тыс. руб. (85,42%%), составив 0,89 тыс. руб., а в 2024 уменьшилась на 15,73%, придя к показателю в 0,75 тыс. руб. Тенденции рассмотренных показателей прибыли отображены наглядно на рисунке 5.

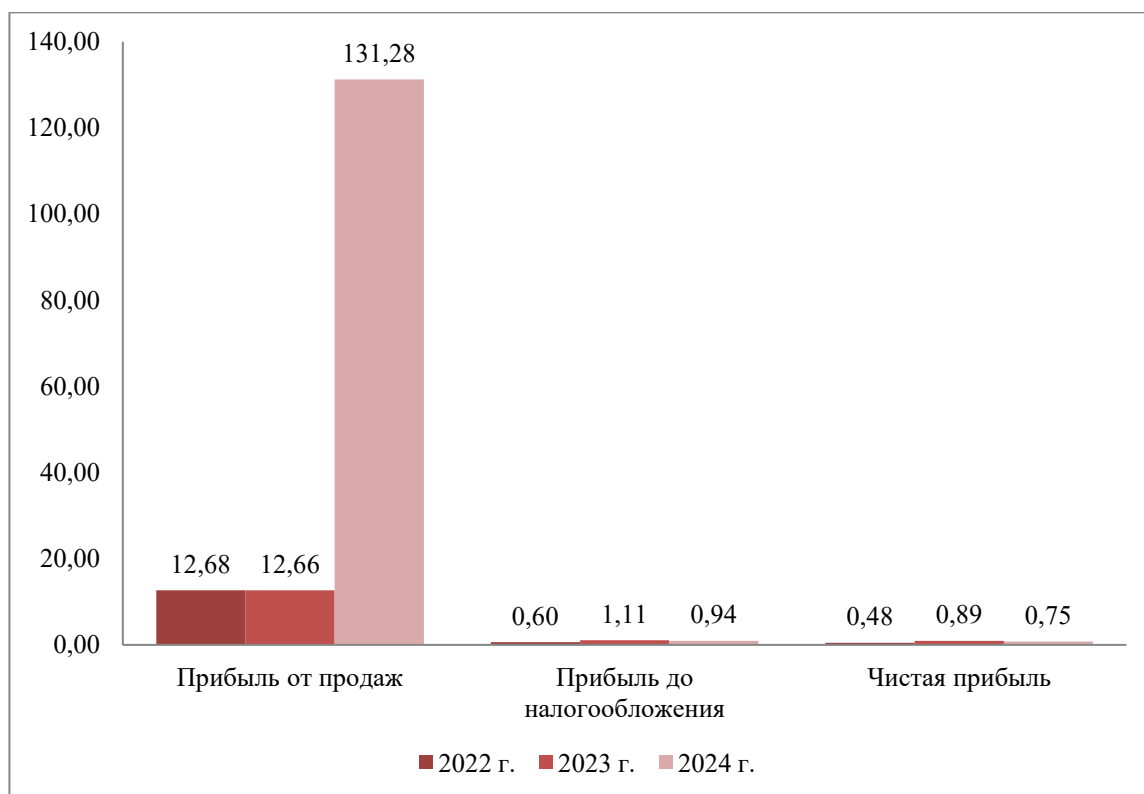


Рисунок 5 – Динамика изменения показателей прибыли за 2022-2024 гг., тыс. руб.

В целом, показатели 2024 года указывают на наличие финансовых проблем, связанных с работой предприятия и несущих в качестве следствия сложности с генерацией прибыли и закреплением своего положения на рынке. Это подчеркивает необходимость более глубокого анализа для понимания текущего финансового состояния компании и выявления факторов, влияющих на результаты её деятельности.

2.3 Анализ показателей экономической эффективности предприятия

Рассматривая ключевые показатели оценки экономической эффективности компании, мы можем сделать некоторые выводы о внутренних механизмах работы предприятия.

Выработка, как показатель, демонстрирующий результативность трудовой деятельности работников, в ООО «Титан С» в 2024 году составила 6040,75 тыс. руб. Это значение подразумевает, что на каждого среднесписочного работника в среднем пришлось 6040,75 тыс. руб. продукции. Снижение выработки на 10,67% по сравнению с 2023 годом (6762,20 тыс. руб.) указывает на снижение производительности труда в компании.

Так как организация ООО «Титан С» не имеет основных средств, показатели использования основных фондов не могут быть рассчитаны и проанализированы. Эффективность же использования оборотных средств, рассмотренная нами на основе расчёта ключевых характеризующих её показателей, имеет графическое представление на рисунке 6.

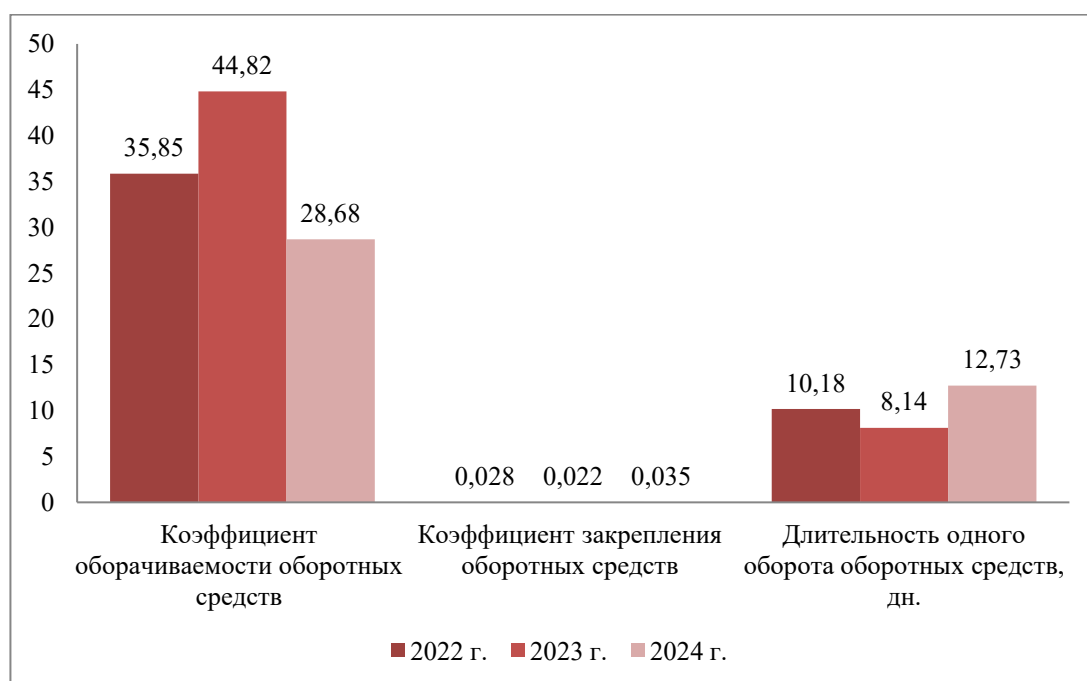


Рисунок 6 – Динамика изменения эффективности использования оборотных средств ООО «Титан С» за 2022-2024 гг.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств составил 28,68 раз за год (2024 г.). Снижение этого показателя на 36,01% по сравнению с 2023 годом (44,82) указывает на замедление оборота оборотных средств. Низкий коэффициент говорит о том, что компания стала менее эффективно использовать свои оборотные средства для генерации выручки.

На 1 рубль выручки компании в соответствии с рассчитанным нами коэффициентом закрепления приходится 0,035 руб. оборотных средств. Увеличение этого коэффициента по сравнению с 2023 годом (0,022) указывает на то, что компании требуется больше оборотных средств для достижения текущих объемов продаж.

Длительность одного оборота оборотных средств в 2024 году составила 12,73 дня. Увеличение длительности оборота на 56,39% по сравнению с 2023 годом (8,14 дня) говорит о замедлении процесса возврата оборотных средств.

Анализируя показатели рентабельности (рис. 7), мы можем более детально оценить экономическую эффективность деятельности ООО «Титан С» и выявить факторы, влияющие на прибыльность предприятия.

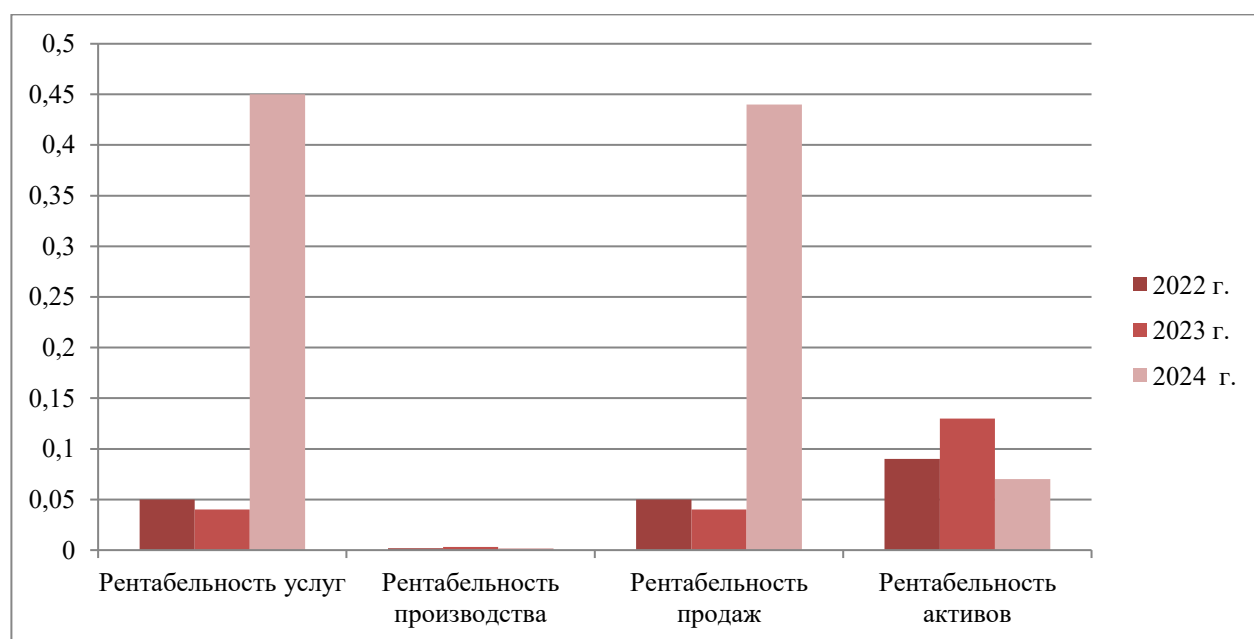


Рисунок 7 – Динамика изменения показателей рентабельности ООО «Титан С» за 2022-2024 гг. (%)

Значение рентабельности услуг (0,45%) показывает, что на каждый рубль компания получает 0,45 руб. прибыли. По сравнению с 2023 годом данный показатель немного увеличился (0,04%); тем не менее, уровень рентабельности остается низким, демонстрирующим недостаточную эффективность управления затратами и низкую прибыльность услуг.

Рентабельность производства говорит о том, что на каждый рубль, затраченный на производство, компания получает лишь 0,002 руб. прибыли. Низкая рентабельность производства, которая даже снизилась по сравнению с 2023 годом (0,003%), указывает на серьезные проблемы с управлением затратами на производство.

На каждый рубль выручки компания получает 0,44 руб. прибыли, согласно показателю рентабельности продаж. Хотя это в какой-то мере значительное увеличение по сравнению с 2023 годом (0,04%), говорящее о некотором улучшении эффективности деятельности предприятия, уровень рентабельности остается низким.

Рентабельность имущества (активов) составила 0,07%. Иными словами, на каждый рубль, вложенный в активы, компания получает 0,07 руб. прибыли. Снижение этого показателя по сравнению с 2023 годом (0,13%) указывает на ухудшение эффективности использования активов.

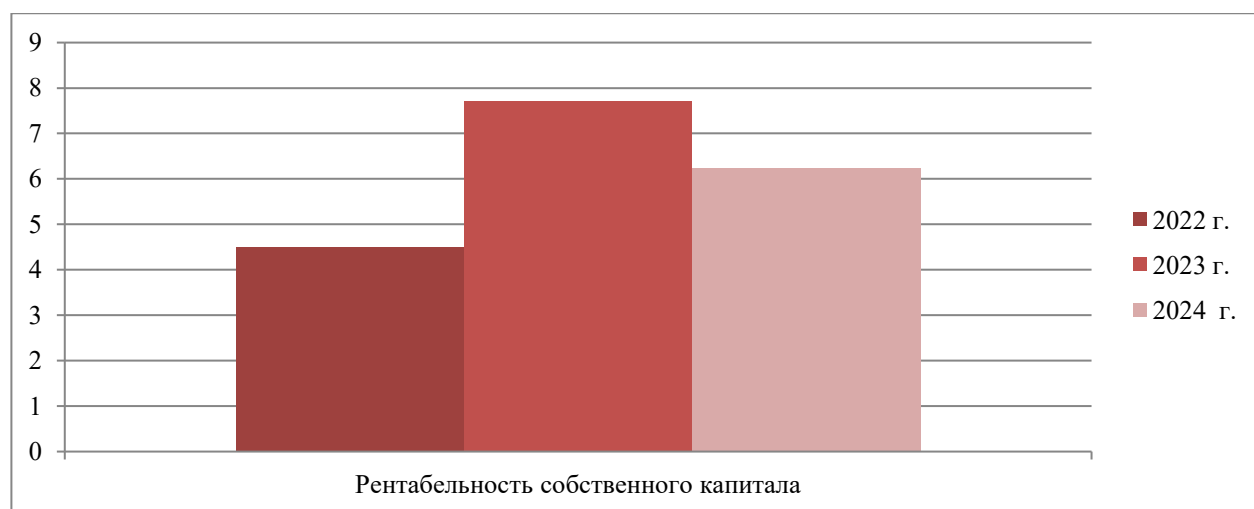


Рисунок 8 – Динамика изменения показателя рентабельности собственного капитала ООО «Титан С» за 2022-2024 гг. (%)

Рентабельность собственного капитала – 6,24%. На каждый рубль, вложенный собственниками в компанию, она генерирует 0,0624 руб. прибыли. Данный показатель достаточно мал, более того, его снижение по сравнению с 2023 годом (7,72%) требует внимания и может указывать на необходимость улучшения финансовых результатов (рисунок 7). Низкая рентабельность собственного капитала может ограничивать возможности для привлечения инвестиций и роста компании.

В целом, показатели за 2024 год демонстрируют, что ООО «Титан С» сталкивается с рядом серьезных проблем, связанных с эффективностью использования ресурсов и управлением затратами. Несмотря на некоторые положительные изменения в рентабельности услуг и продаж, снижение выработки, коэффициента оборачиваемости и рентабельности активов указывает на необходимость оптимизации процессов и улучшения экономического состояния компании.

2.4 Анализ коммерческой деятельности ООО «Титан С»

ООО «Титан С» является специализированным предприятием, занимающимся оптовой продажей деталей для выхлопных систем автомобилей. В рамках своей деятельности компания также осуществляет продажу оригинальных запчастей, закупаемых у крупных производителей, таких как ООО «ЭлитАвто», ООО «Техно-С», ООО «Резонатор 163+». Это позволяет ООО «Титан С» предлагать своим клиентам широкий ассортимент высококачественных компонентов, соответствующих требованиям современных автомобилей как производства ВАЗ, так и импортных моделей.

Основная цель компании заключается в удовлетворении потребностей оптовых клиентов, таких как автосервисы и магазины автозапчастей. Закупая оригинальные запчасти напрямую у проверенных крупных производителей, ООО «Титан С» обеспечивает конкурентоспособные цены и высокое качество продукции для своих клиентов, приобретающих товар у предприятия. Это сотрудничество позволяет компании поддерживать актуальный ассортимент в

полном объёме, давая возможность клиентам при подборе необходимого товара приобретать все нужные запчасти для выхлопных систем в полном комплекте в данной компании.

Фирма ООО «Титан С» работает исключительно с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляя только оптовую торговлю. По данным за 2024 год, основными покупателями предприятия являются такие компании, как ООО «ЭлитАвто», ООО «Сармат», ООО «КросАвто», ООО «Докормобил», ООО «Механик». Эти организации представляют собой ключевых партнеров, с которыми компания поддерживает долгосрочные отношения, что способствует стабильному спросу на продукцию. Кроме того, стоит отметить, что индивидуальные предприниматели (ИП) также являются важной частью клиентской базы ООО «Титан С». Они приобретают продукцию для дальнейшей реализации или использования в своих бизнесах, что расширяет рынок сбыта и увеличивает объемы продаж.

Для углубленного анализа структуры доходов ООО «Титан С» целесообразно рассмотреть распределение выручки между двумя выделенными сегментами клиентской базы – юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями. Анализ продаж по контрагентам в зависимости от организационно-правовой формы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Анализ продаж ООО «Титан С» по контрагентам за 2024 г.

ОПФ контрагента	Количество приобретённой продукции, шт.	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %
ООО	59899,00	35048230,00	96,70
ИП	947,00	1196260,00	3,30
Итого	60846,00	36244490,00	100,00

Диаграмма, представленная на рисунке 9, отражает распределение выручки на основе данных за 2024 г.

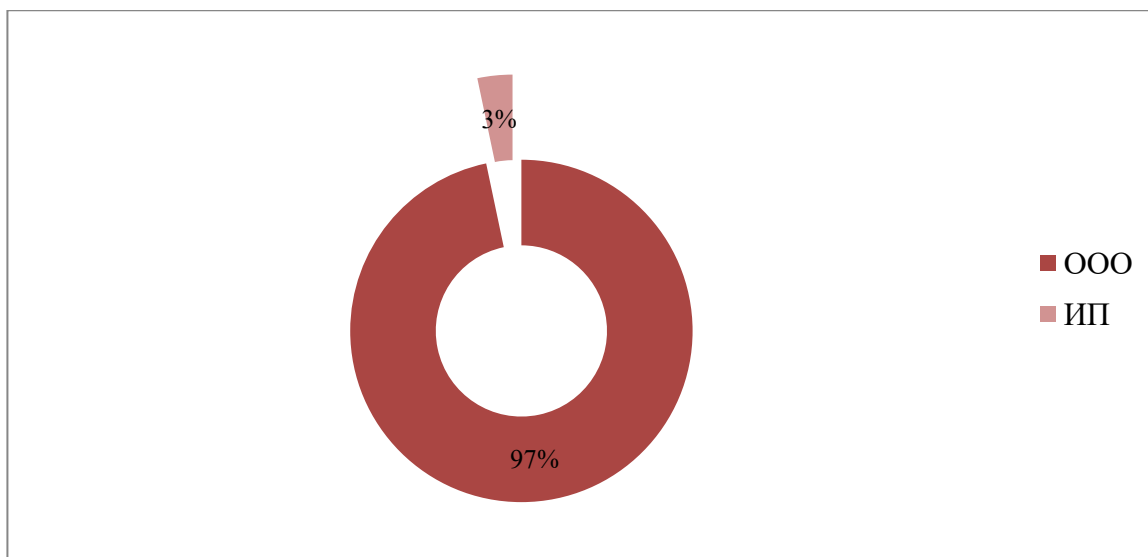


Рисунок 9 – Структура продаж ООО «Титан С» по контрагентам за 2024 г.

В результате проведенного нами анализа коммерческой деятельности ООО «Титан С» было установлено, что основными покупателями компании являются юридические лица. Они приносят 96,7% от общего объема выручки. Долгосрочные отношения с ключевыми партнерами, такими как ООО «ЭлитАвто», которое принесло в 2024 году ООО «Титан С» 16325770 руб. выручки (45,04% доли продаж) и ООО «Сармат» (6955770 руб. или 19,19% от общей суммы продаж), способствуют стабильному спросу на продукцию и обеспечивают устойчивый финансовый поток. Это подчеркивает важность дальнейшего укрепления связей с существующими клиентами и поиска новых возможностей для расширения клиентской базы среди юридических лиц.

Следующим этапом анализа является исследование структуры продаж по видам товаров, что позволит более детально оценить, какие категории продукции приносят наибольшую выручку и как они соотносятся с потребностями клиентов. Данный анализ необходим для выявления наиболее прибыльных сегментов и оптимизации ассортимента, что в свою очередь будет способствовать повышению экономической эффективности деятельности предприятия и улучшению его конкурентоспособности на рынке.

В таблице 5 представлен анализ продаж ООО «Титан С» по наименованиям товара за 2024 год. Данные отражают количество

приобретенной продукции, сумму продаж с учетом НДС и долю продаж каждого наименования в общем объеме. Анализ позволяет оценить структуру продаж компании, выявить наиболее востребованные товары и определить их вклад в общую выручку, что является важным для стратегического планирования и оптимизации ассортимента.

Таблица 5 – Анализ продаж ООО «Титан С» по наименованиям за 2024 г.

Наименование товара	Количество приобретённой продукции, шт.	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %
Глушитель основной	8152,00	9909920,00	27,34
Глушитель дополнительный	2914,00	3107300,00	8,57
Труба приёмная	8766,00	6152050,00	16,97
Компенсаторы (гофры)	12898,00	3118965,00	8,61
Вставки катколлектора	6863,00	4607880,00	12,71
Прочие детали (включая хомуты, комплекты крепления, нейтрализаторы и др.)	21253,00	9348375,00	25,79
Итого	60846,00	36244490,00	100,00

Данные таблицы 5, демонстрирующие сегментацию выручки по наименованиям реализуемых товаров, проиллюстрированы в виде диаграммы, представленной на рисунке 10.

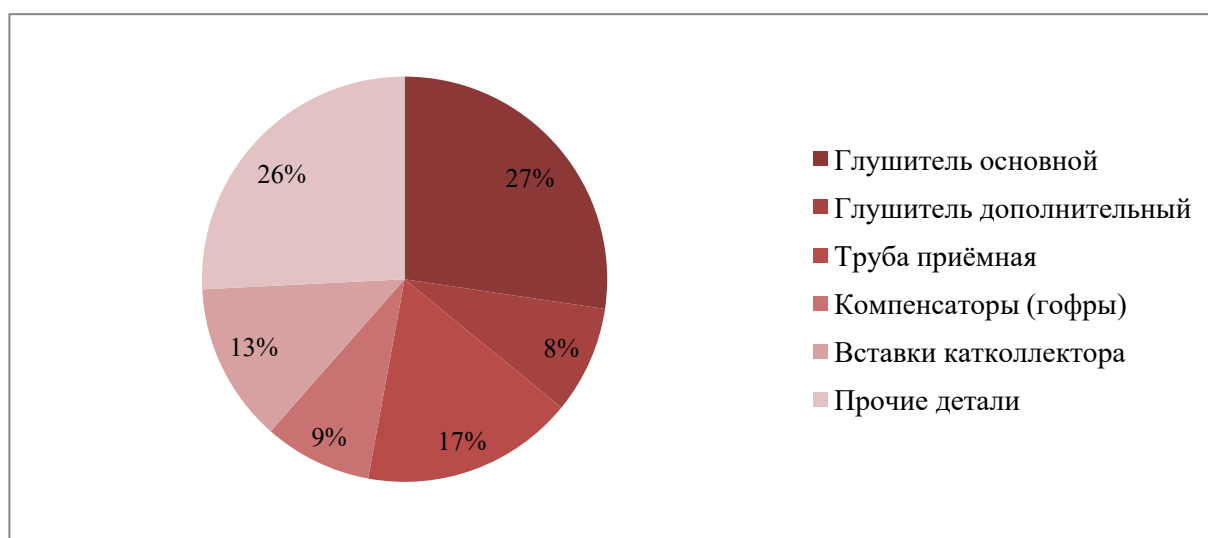


Рисунок 10 – Структура выручки ООО «Титан С» по наименованиям за 2024 г.

Анализ структуры продаж ООО «Титан С» за 2024 год показывает, что основными источниками выручки являются глушители, как основные, так и дополнительные, которые составляют в общей сумме более 35% от общего объема продаж. Это указывает на высокий спрос на данные изделия и их значимость для клиентов, что требует дальнейшего внимания к процессам в работы с данной категорией. Кроме того, значительная доля продаж приходится на трубы приёмные и другие комплектующие запчасти, являющимися составляющими выхлопной системы автомобиля, что также указывает на разнообразие потребностей клиентов и необходимость поддержания широкого ассортимента. Прочие детали, включая хомуты и комплекты крепления, составляют 25,79% от общей выручки, что подчеркивает важность этих товаров для обеспечения комплексного обслуживания клиентов.

При анализе коммерческой деятельности предприятия важно учитывать, что специфика работы ООО «Титан С» заключается в реализации собственных запчастей и закупочных компонентов от сторонних производителей. Компания активно развивает линейку собственных изделий, таких как глушители, пламегасители, а также приёмные трубы, что позволяет ей контролировать качество и предлагать конкурентоспособные цены. Тем не менее, оригинальные запчасти, приобретаемые ООО «Титан С» для перепродажи у крупных производителей, такие как гофры, катализаторы и каталитические коллекторы, а также некоторые модели глушителей, труб и других запчастей, играют важную роль в ассортименте и обеспечивают стабильный спрос, предлагая оптовым покупателям приобрести все необходимые компоненты для различных выхлопных систем в рамках заказа исключительно у компании «Титан С».

В рамках проводимого анализа следует рассмотреть динамику продаж как запчастей производства ООО «Титан С», так и элементов, приобретаемых для перепродажи, в течение 2022-2024 гг., для понимания значимости деятельности по перепродаже запчастей других компаний для эффективности коммерческой деятельности «Титан С». В общем виде эти данные отображены в таблице 6.

Таблица 6 – Структура выручки в соответствии с производителем реализованной продукции за 2022-2024 г.

Производитель реализуемой продукции	2022 г.		2023 г.		2024 г.	
	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %
ООО «Титан С» (собственное производство)	11317298,00	38,17	16290130,00	40,15	15070459,00	41,58
Сторонние производители	18332422,00	61,83	24283045,00	59,85	21174031,00	58,42
Итого	29649720,00	100,00	40573176,00	100,00	36244490,00	100,00

В графическом отображении данные таблицы 6 по реализуемому товару в соответствии с его производителем представлены на рисунке 11.

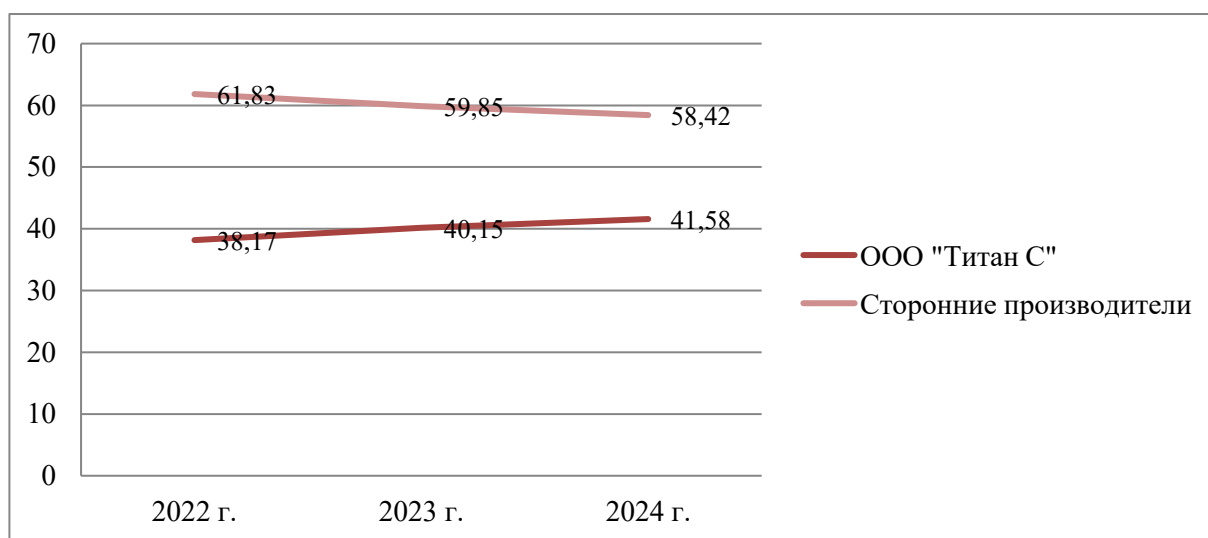


Рисунок 11 – Структура выручки в соответствии с производителем реализованной продукции за 2022-2024 г.

При рассмотрении представленных данных мы можем утверждать о постепенном повышении доли продаж товаров, произведённых ООО «Титан С», над продажами товаров, реализуемых в рамках коммерческой деятельности ООО, изготовленных другими представителями. Анализ структуры выручки ООО «Титан С» за период 2022-2024 гг. показывает устойчивую тенденцию к увеличению доли продаж продукции собственного производства. В 2022 году

доля собственных изделий составила 38,17%, в 2023 году она возросла до 40,15%, а в 2024 году достигла 41,58%. Однако нельзя оставлять без внимания факт преобладания получения выручки от перепродажи оригинальных изделий другого производства. Это происходит потому, что сама политика фирмы подразумевает не только реализацию собственной продукции, но и перепродажу наименований других производств, что связано со стремлением предоставить потребителю более полный ассортимент деталей для выхлопной системы в одном месте в соответствии со всеми его предпочтениями.

Для более полного наглядного представления структуры выручки от продаж конкретных запчастей в таблице 7 представлены данные о выручке от продажи оригинальных запчастей и запчастей, произведенных под брендом ООО «Титан С», в соответствии с наименованием товара, за 2024 год.

Таблица 7 – Структура выручки от продаж продукции ООО «Титан С» и оригинальных запчастей производства других компаний за 2024 г.

Наименование товара	Товары производства ООО «Титан С»		Товары сторонних производителей, реализованные ООО «Титан С»	
	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %
Глушитель основной	7803439,00	21,53	2105805,00	5,81
Глушитель дополнительный	2156547,00	5,95	950753,00	2,62
Труба приёмная	5021222,00	13,85	1130828,00	3,12
Компенсаторы (гофры)	-	0,00	3118965,00	8,61
Вставки катколлектора	-	0,00	4607880,00	12,71
Прочие детали (включая хомуты, комплекты крепления, нейтрализаторы и др.)	92050,00	0,25	9256325,00	25,54
Итого	15070459,00	41,58	21174031,00	58,42

В графическом изображении данные, представленные в таблице 6, отображены на рисунке 12.

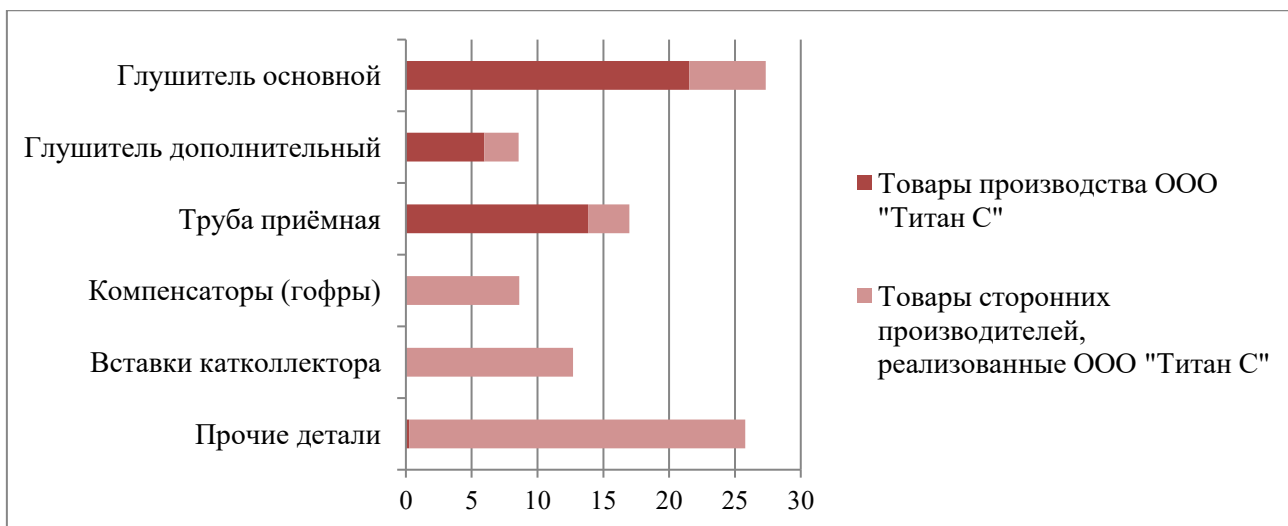


Рисунок 12 – Структура выручки от продаж продукции ООО «Титан С» и оригинальных запчастей производства других компаний за 2024 г., %

Анализ динамики выручки ООО «Титан С» за 2022-2024 гг. показывает рост доли продукции собственного производства с 38,17% в 2022 году до 41,58% в 2024 году при увеличении объема продаж с 11317298 до 15070459 рублей. В то же время объем реализации товаров сторонних производителей увеличился с 18332422 до 21174031 рублей, хотя их доля снизилась с 61,83% до 58,42%. Это отражает смещение в структуре выручки в пользу собственных изделий компании, что подтверждает успешность политики сосредоточения развития собственной линейки глушителей, пламегасителей и приемных труб.

В товарной структуре за 2024 год выручка от реализации собственных глушителей (основных и дополнительных) составила 7803439 и 2156547 рублей соответственно (в сумме 9959986 рублей, что соответствует 27,48% общей выручки), при этом глушители сторонних производителей принесли 2105805 и 950753 рублей (в сумме 3056558 рублей или 8,43%). Выручка от приемных труб собственного производства составила 5021222 рублей (13,85%), тогда как аналоги сторонних производителей реализованы на сумму 1130828 рублей (3,12%). Основные позиции, обеспечивающие выручку в сегменте сопутствующих товаров сторонних производителей, – компенсаторы (гофры) и вставки катколлектора – показали выручку 3118965 и 4607880 рублей

соответственно, что составляет 8,61% и 12,71% доли. Прочие детали сторонних производителей дали 9256325 рублей (25,54%).

В рамках производимого анализа структуры выручки от продаж в зависимости от производителя следует обратить внимание на то, что фирма ООО «Титан С» занимается производством исключительно основных и дополнительных глушителей, приёмных труб и пламегасителей для российского автопрома. В рамках заявленной деятельности по подбору деталей по предварительному заказу для импортных автомобилей «Титан С» практикует исключительно продажу элементов производства других компаний. Структура выручки от перепродажи товаров для автомобилей иностранного производства в сопоставлении с выручкой, полученной от перепродажи элементов, по наименованиям представлена в таблице 8.

Таблица 8 – Структура выручки от продаж запчастей производства других компаний для иностранных автомобилей за 2024 г.

Наименование товара	Общая сумма продаж товаров стороннего производства с учётом НДС, руб.	Товары для импортных автомобилей	
		Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %
Глушитель основной	2105805,00	398450,00	1,88
Глушитель дополнительный	950753,00	241210,00	1,14
Труба приёмная	1130828,00	263348,00	1,24
Компенсаторы (гофры)	3118965,00	415810,00	1,96
Вставки катколлектора	4607880,00	806320,00	3,81
Прочие детали (включая хомуты, комплекты крепления, нейтрализаторы и др.)	9256325,00	1441320,00	6,81
Итого	21174031,00	3566458,00	16,84

Сумма продаж товаров, произведённых для импортных автомобилей, в общей сложности составляет 3566458 рублей, это 9,84% от общей выручки компании в размере 36244490 рублей за 2024 год (все суммы представлены с учётом НДС) и 16,84% от выручки от общей суммы продаж стороннего

производства. Данные свидетельствуют, что, несмотря на рост доли продукции собственного производства, сегмент перепродажи оригинальных запчастей остается ключевым источником выручки (58,42% в 2024 г.) и обеспечивает комплексность ассортимента для клиентов ООО «Титан С».

Для определения тенденций продажи импортных товаров определим процентное отношение выручки, полученной от них в течение трёх последних лет, по отношению к общей сумме выручки (таблица 9).

Таблица 9 – Структура выручки от продаж запчастей производства других компаний для иностранных автомобилей за 2022-2024 г.

Показатель	2022 г.		2023 г.		2024 г.	
	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %	Сумма продаж с учётом НДС, руб.	Доля продаж, %
Общая сумма выручки	29649720,00	100,00	40573176,00	100,00	36244490,00	100,00
Сумма выручки от продажи товаров для импортных автомобилей	4073872,00	13,74	4523909,00	11,15	3566458,00	9,84

В графическом отображении данные таблицы 9 по реализуемому товару в соответствии с его производителем представлены на рисунке 12.

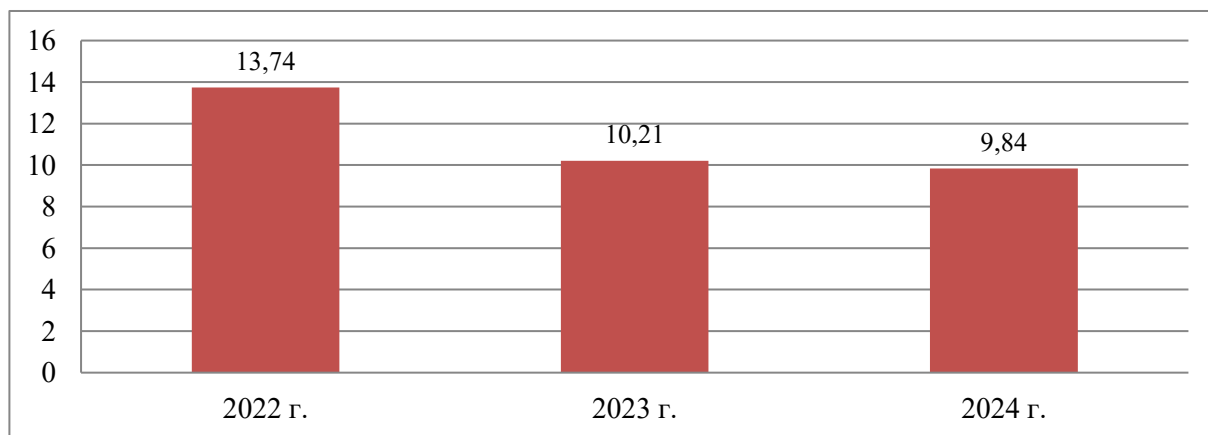


Рисунок 12 – Сравнение суммы выручки от продаж запчастей производства других компаний для иностранных автомобилей за 2022-2024 г.

Анализ динамики выручки от продаж запчастей для импортных автомобилей демонстрирует значительное снижение доли с 13,74% в 2022 году до 9,84% в 2024 году.

Данное снижение можно объяснить изменением потребительских предпочтений, которое наблюдается с 2023 года. В частности, растущий интерес к автомобилям китайских производителей (Chery, Geely, Changan) приводит к увеличению спроса на запчасти для этих автомобилей, сдвигая другие импортные марки автомобилей, по подбору запчастей для которых привыкло работать со своими поставщиками ООО «Титан С» (Volvo, Chevrolet, Audi и др.). Вследствие этого обнаруживается, что у ООО «Титан С» отсутствуют надежные поставщики запчастей для китайских моделей, что ограничивает возможности компании в удовлетворении этого спроса. В результате, компания вынуждена отказывать клиентам в заказах на данные товары, что негативно сказывается на выручке в данном сегменте и в целом (в 2024 году выручка снизилась до 30203,74 тыс. руб., уменьшившись на 10,67% по сравнению с 2023 годом).

Таким образом, снижение доли выручки от продаж запчастей для импортных автомобилей подчеркивает необходимость пересмотра стратегии работы с этим сегментом. Для повышения конкурентоспособности и увеличения доли в общей выручке компании важно наладить сотрудничество с поставщиками запчастей для китайских автомобилей и адаптировать ассортимент в соответствии с изменяющимися потребительскими предпочтениями.

Подводя итог, мы можем сказать о том, что анализ коммерческой деятельности ООО «Титан С» выявляет несколько сильных сторон рассматриваемой компании, таких как стабильный ассортимент высококачественных запчастей и налаженные долгосрочные отношения с ключевыми партнерами, что способствует устойчивому спросу на продукцию. Однако предприятие сталкивается с серьезными проблемами, включая отсутствие поставщиков запчастей для китайских автомобилей, что

ограничивает возможности удовлетворения растущего спроса на эти модели, а также снижение выручки от продаж импортных запчастей, что указывает на недостаточную адаптацию к изменяющимся потребительским предпочтениям.

Выявленные проблемы, а также предлагаемые по их решению мероприятия с обоснованием представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Сводная таблица обоснования предлагаемых предприятий

№ п/п	Выявленные проблемы	Причины	Предлагаемые мероприятия	Предполагаемый результат
1	Слабое финансовое состояние организации	Недостаточная диверсификация клиентской базы	Продвижение в социальных сетях	Повышение эффективности экономической деятельности предприятия
2	Недостаточная адаптация к покупательским предпочтениям		Расширение ассортимента предлагаемой продукции	

В условиях текущих вызовов необходимо активизировать рекламные усилия для повышения осведомленности о продукции и расширения клиентской базы с целью развития коммерческой деятельности предприятия, а также рассмотреть возможность налажки сотрудничества с новыми поставщиками и полноценного включения в работу по предложению запчастей для выхлопных систем автомобилей китайского производства, что позволит улучшить ассортимент и увеличить общую выручку компании, положительно влияя тем самым на эффективность экономической деятельности ООО.

2.5 Разработка и экономическое обоснование мероприятий по повышению эффективности деятельности организации

В условиях текущих финансовых трудностей и ограниченных ресурсов ООО «Титан С» необходимо разработать и внедрить комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности его деятельности.

Как уже было выяснено ранее, предприятие ООО «Титан С» испытывает некоторые затруднения в своей экономической деятельности. Это происходит

вследствие сосредоточенности компании лишь на одном направлении продаж (предложении запчастей для выхлопных систем автомобилей ВАЗ и под заказ – для импортных автомобилей, которые становятся менее предпочтительны для автолюбителей в современных условиях, при отсутствии ориентированности на увеличивающемся спросе рынка в направленности на запчасти для китайских автомобилей) и ориентации на работу с уже сформированной клиентской базой. Мероприятия маркетингового направления, рекомендуемые для улучшения эффективности экономической деятельности организации, направлены на расширение клиентской базы путём продвижения ООО «Титан С» в социальных сетях, а также введения в ассортимент позиций для автомобилей китайского производства, спрос на которые претерпел увеличение ещё с 2023 года.

Рассмотрим первую рекомендацию по улучшению эффективности деятельности предприятия ООО «Титан С», которая связана с совершением рекламной кампании.

В условиях ограниченных ресурсов и существующих финансовых трудностей ООО «Титан С» необходима организация целенаправленной рекламной кампании для расширения клиентской базы и повышения узнаваемости компании на рынке. В рамках совершения данного мероприятия подразумевается активное продвижение продукции через современные цифровые каналы, в частности социальные сети, что позволит охватить более широкий сегмент потенциальных клиентов – это автосервисы, магазины автозапчастей, индивидуальные предприниматели, реализующие свои бизнес-стратегии и заинтересованные в оптовом приобретении элементов автомобильных выхлопных систем. Правильное использование таргетированной рекламы повысит эффективность коммуникаций с аудиторией и вероятность конверсии в реальные продажи.

Реализация данного мероприятия направлена на диверсификацию клиентской базы и укрепление рыночных позиций ООО «Титан С», что создаст предпосылки для устойчивого увеличения объема реализации продукции и

улучшения финансовых результатов предприятия, характеризующего в том числе повышение экономической эффективности деятельности предприятия.

Экономическая эффективность предлагаемых к внедрению с целью улучшения состояния предприятия мероприятий оценивается без учета фактора времени путём расчёта следующих общих экономических показателей:

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

Эффективность предлагаемых мероприятий оценивается непосредственно через прогнозирование показателя прироста выручки.

В рамках реализации мероприятия по размещению таргетированной рекламы в социальных сетях рассмотрим использование системы «ВКонтакте», а именно предлагаемой модели CPM (Cost Per Mille), заключающейся в оплате каждой тысячи показов объявления в рекламном блоке по определённой цене.

В нашем случае цена показов составит около 250 рублей за 1000 показов. Предположим, что в месяц показов рекламы будет необходимо около 15000 (15х1000). Тогда расходы на рекламу в месяц составят:

$$15 \times 250 = 3750 \text{ рублей в месяц.}$$

Расчёт затрат по первому предложенному предприятию представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Затраты по мероприятию № 1 «Таргетированная реклама в социальных сетях»

Наименование	Стоимость в месяц, руб.	Стоимость в год, руб.
Реклама в соцсети ВКонтакте по модели CPM (Cost Per Mille)	3750	45000

Таргетированная реклама в социальных сетях подразумевает, что при таком количестве показов на объявление будет совершено 150-300 кликов, и в среднем для компании, заинтересованной в оптовой продаже товаров нашей

специфики, можно ожидать увеличение базы клиентов на 5-10 человек [9, с. 722].

Средний заказ на приобретение запчастей в ООО «Титан С» составляет 61375 рублей. Предположим, количество потенциальных клиентов для компании составит 6 человек. Таким образом, прирост выручки в месяц вследствие проведения данного мероприятия составит:

$$61375 \times 6 = 368250 \text{ рублей.}$$

Тогда в год прирост выручки составит:

$$368250 \times 12 = 4419000 \text{ рублей.}$$

Рассчитанные по первому мероприятию показатели представлены в сводной таблице 12.

Таблица 12 – Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №1 «Таргетированная реклама в социальных сетях»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1.	Объём реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	Op_1	30203,74
2.	Объём реализации после внедрения мероприятия	тыс. руб.	$Op_2 = Op_1 + \Delta B$	34622,74
3.	Прирост выручки за счёт реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	4419,00
4.	Затраты, связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	$З$	45,00

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

$$\text{Эф} = \Delta B - З, \quad (16)$$

где Эф – годовой экономический эффект (прирост прибыли);

ΔB – прирост выручки за счёт реализации мероприятия;

$З$ – затраты на мероприятие.

$$\text{Эф} = 4419,00 - 45,00 = 4374,00 \text{ тыс. руб.}$$

Срок окупаемости мероприятия определяется по формуле:

$$\text{Ток} = 3 / \Delta B, \quad (17)$$

где Ток – срок окупаемости мероприятия;

З – затраты на мероприятие;

ΔB – прирост выручки за счет реализации мероприятия.

То есть, срок окупаемости для первого мероприятия в нашем случае:

$$\text{Ток} = 45,00 / 4419,00 = 0,01 \text{ лет, или 1 месяц.}$$

Анализ эффективности таргетированной рекламы ООО «Титан С» в социальной сети «ВКонтакте» демонстрирует целесообразность использования цифровых каналов для расширения клиентской базы и укрепления рыночных позиций компании.

Вторым мероприятием по повышению эффективности деятельности ООО «Титан С» является расширение ассортимента за счет внедрения продаж автозапчастей для выхлопных систем автомобилей китайского производства.

Предложение данных рекомендаций обусловлено растущим спросом на данный сегмент рынка. ООО «Титан С» по стандартной схеме работы с запчастями для импортных автомобилей предполагается закупать запчасти для выхлопных систем китайских машин и предлагать их к покупке оптом, что позволит нашим клиентам – например, автосервисам и магазинам автозапчастей, – получать полный спектр необходимых компонентов в одном месте. Это не только упростит процесс закупок для наших партнеров, но и повысит их конкурентоспособность, так как они смогут оперативно удовлетворять потребности конечных потребителей.

В процессе взаимодействия с клиентами компания неоднократно сталкивалась с запросами на закупку автозапчастей для китайских автомобилей. Однако, из-за отсутствия надежных поставщиков и недостаточной готовности ООО «Титан С» к реализации данного направления, предприятие было вынуждено отказывать потенциальным заказчикам. Это создает необходимость в разработке стратегии по расширению ассортимента,

что позволит компании эффективно реагировать на растущий спрос и укрепить позиции на рынке.

Рассмотрим средние цены при оптовом приобретении у производителей элементов выхлопной системы запчастей для автомобилей китайского производства для продажи ООО «Титан С» в таблице 13.

Таблица 13 – Ценообразование по мероприятию № 2 «Расширение ассортимента»

Наименование товара	Закупочная цена/ед, руб.	Наценка, %	Наценка, руб./ед.	Цена, руб.
Глушитель основной (большой)	7080,00	20	1416,00	8496,00
Резонатор (глушитель дополнительный (малый))	2165,00	20	433,00	2598,00
Выпускной коллектор	4230,00	20	846,00	5076,00
Первый катализатор (основной)	9650,00	15	1395,00	11097,00
Приёмная труба	2430,00	20	486,00	2916,00
Гофрированный сильфон	800,00	15	120,00	920,00
Второй катализатор (дожигающий)	7810,00	20	1562,00	9372,00

В таблице 14 определим предполагаемые продажи новых товаров за год, определим соответствующие затраты, выручку и валовую прибыль.

Таблица 14 – Определение доходов и расходов по мероприятию № 2 «Расширение ассортимента»

Наименование товара	Объём реализации за год, шт.	Себестоимость, руб.	Выручка, руб.	Валовая прибыль, руб.
Глушитель основной (большой)	35	247800,00	297360,00	49560,00
Резонатор (глушитель дополнительный (малый))	20	43300,00	51960,00	8660,00

Окончание таблицы 14

Выпускной коллектор	35	148050,00	177660,00	29610,00
Первый катализатор (основной)	45	434250,00	499365,00	65115,00
Приёмная труба	60	145800,00	174960,00	29160,00
Гофрированный сильфон	80	64000,00	73600,00	9600,00
Второй катализатор (дожигающий)	30	234300,00	281160,00	46860,00
Итого	305	1317500,00	1556065,00	238565,00

Исходя из данных таблицы 14, мы видим, что внедрение продаж автозапчастей для выхлопных систем китайских автомобилей позволит ООО «Титан С» увеличить валовую прибыль на 238565 рублей при объеме реализации в общей сложности 305 единиц товара различных наименований. Рассчитанные по второму мероприятию показатели сведены в таблице 15.

Таблица 15 – Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия №2 «Расширение ассортимента»

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1.	Объём реализации до внедрения мероприятия	тыс. руб.	Op_1	30203,74
2.	Объём реализации после внедрения мероприятия	тыс. руб.	$Op_2 = Op_1 + \Delta B$	31759,81
3.	Прирост выручки за счёт реализации мероприятия	тыс. руб.	ΔB	1556,07
4.	Затраты, связанные с проведением мероприятия	тыс. руб.	$З$	1317,50

Экономический эффект от реализации мероприятия составит:

$$\text{Эф} = \Delta B - З = 1556,07 - 1317,50 = 238,57 \text{ тыс. руб.}$$

Срок окупаемости мероприятия:

$$\text{Ток} = З / \Delta B = 0,85 \text{ года или 11 месяцев.}$$

Рассчитанные показатели демонстрируют, что внедрение продаж автозапчастей для выхлопных систем китайских автомобилей позволит ООО

«Титан С» значительно увеличить валовую прибыль на 238565 рублей при объеме реализации 305 единиц товара. Экономический эффект от реализации данного мероприятия составит 238,57 тыс. руб., а срок окупаемости – 0,85 года (11 месяцев). Эти показатели подтверждают высокую эффективность предложенной стратегии расширения ассортимента, что не только удовлетворит растущий спрос на рынке, но и укрепит конкурентные позиции компании.

Сведем рассчитанные показатели экономической эффективности обоих предложенных к внедрению мероприятий в таблице 16.

Таблица 16 – Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятий

Мероприятие	Затраты, тыс. руб.	Прирост выручки, тыс. руб.	Годовой эффект, тыс. руб.	Срок окупаемости мероприятия, мес.
1. Таргетированная реклама в социальных сетях	45,00	4419,00	4374,00	1
2. Расширение ассортимента	1317,50	1556,07	238,57	11
Итого	1362,50	5975,07	4612,57	-

Таким образом, мероприятия по таргетированной рекламе и расширению ассортимента обеспечат прирост выручки в 5975,07 тыс. руб. при затратах 1362,50 тыс. руб. Годовой эффект составит 4612,57 тыс. руб., с окупаемостью первого мероприятия в 1 месяц, а второго – 11 месяцев, что подтверждает их высокую эффективность для ООО «Титан С».

Рассчитаем прогнозные значения основных технико-экономических показателей экономической деятельности предприятия до и после внедрения данных мероприятий, для демонстрации перспектив улучшения показателей, в таблице 17.

Таблица 17 – Основные технико-экономические показатели деятельности предприятия до и после внедрения мероприятий, тыс. руб.

Наименование показателя	До внедрения мероприятия	После внедрения мероприятий	Отклонение	
			абсолютное, +/-	относительное, % (темп прироста)
1. Выручка, тыс. руб.	30203,74	36178,81	5975,07	19,78
2. Себестоимость продаж, тыс. руб.	29037,49	30399,99	1362,50	4,69
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	1166,25	5778,82	4612,57	495,50
4. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	131,28	4743,85	4612,57	3513,54
5. Прочие расходы, тыс. руб.	12,01	12,01	0	0
6. Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	0,94	4613,51	4612,57	490698,94
7. Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	0,19	922,70	922,51	485531,58
8. Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	0,75	3690,81	3690,06	492008,00
9. Затраты на 1 рубль реализации (стр.2 / стр.1)	0,96	0,84	-0,12	-12,50
9. Рентабельность услуг, % (стр.4 / стр.2)x100	0,45	15,60	15,15	3366,67
10.Рентабельность производства, % (стр.8 / стр.2)x100	0,002	12,1408	12,1406	606940,00
11.Рентабельность продаж, % (стр.4 / стр.1)x100	0,44	13,11	12,67	2879,55

Анализ основных технико-экономических показателей до и после внедрения мероприятий демонстрирует значительное улучшение финансовых результатов предприятия.

Выручка увеличилась на 5975,07 тыс. руб. (19,78%), что свидетельствует о росте спроса на продукцию. Валовая прибыль возросла до 5778,82 тыс. руб.,

что соответствует абсолютному приросту в 4612,57 тыс. руб. и относительному увеличению на 495,50%. Прибыль от продаж достигла 4743,85 тыс. руб., что указывает на успешное управление затратами, которые возросли лишь на 1362,50 тыс. руб. (4,69%).

Говоря о показателях рентабельности, демонстрирующих эффективность использования ресурсов, можно увидеть существенное их увеличение вследствие внедрения мероприятий, что говорит о повышении эффективности экономической деятельности предприятия. Их общая динамика изменения представлена на рисунке 13.

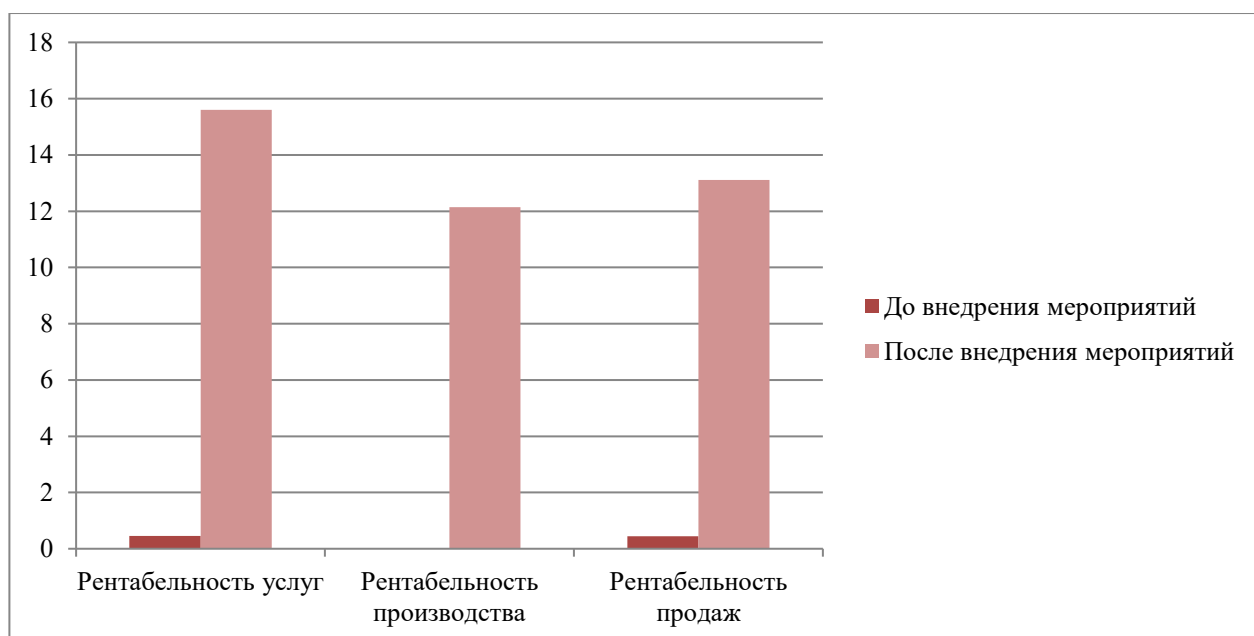


Рисунок 13 – Динамика изменения показателей рентабельности ООО «Титан С» вследствие внедрения мероприятий (%)

В соответствии с рисунком 13 мы говорим о том, что рентабельность услуг возросла с 0,45% до 15,60%, что указывает на значительный рост прибыльности каждой реализованной услуги. Рентабельность производства увеличилась с 0,002% до 12,14%, что говорит о более эффективном использовании ресурсов, а рентабельность продаж возросла с 0,44% до 13,11%, подтверждая успешность проведения данных маркетинговых стратегий.

В целом, результаты подтверждают целесообразность внедрения предложенных мероприятий, направленных на улучшение финансовых показателей и устойчивость предприятия.

Таким образом, в целях повышения эффективности деятельности ООО «Титан С» предлагается реализация двух ключевых мероприятий, связанных с маркетингом. Первое мероприятие, связанное с проведением таргетированной рекламной кампании в социальной сети «ВКонтакте», направленное на расширение клиентской базы.

Второе мероприятие связано с расширением ассортимента за счет внедрения продаж автозапчастей для выхлопных систем китайских автомобилей. Это решение обусловлено растущим спросом на данный сегмент рынка и позволит компании эффективно удовлетворять потребности клиентов, предлагая полный спектр необходимых компонентов.

Оба мероприятия направлены на улучшение финансовых показателей, диверсификацию клиентской базы и укрепление рыночных позиций ООО «Титан С», что создаст предпосылки для устойчивого роста и повышения экономической эффективности предприятия.

Таким образом, в процессе анализа эффективности экономической деятельности предприятия ООО «Титан С» была проведена всесторонняя оценка показателей, отражающих эффективность работы компании, её рентабельность и финансовое состояние. ООО «Титан С» функционирует как микропредприятие, зарегистрированное в 2021 году, с основным направлением деятельности по оптовой продаже автомобильных запчастей, преимущественно для автомобилей производства ВАЗ и импортных моделей.

Анализ динамики технико-экономических показателей за период с 2022 по 2024 годы продемонстрировал определенную волатильность: в 2023 году выявлен значительный рост выручки с последующим снижением в 2024 году. Валовая прибыль в течение анализируемого периода повысилась, однако чистая прибыль осталась на крайне низком уровне, что свидетельствует о проблемах с управлением затратами и эффективностью использования ресурсов.

Финансовый анализ выявил снижение производительности труда и малоэффективное использование оборотных ресурсов. Показатели рентабельности оказались крайне низкими, что вновь обратило внимание на вопросы повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Анализ коммерческой деятельности выявил значительную долю продукции собственного производства, однако важную роль в коммерческой деятельности также играет продажа запчастей, приобретаемых у других крупных представителей. Существенным недостатком же в настоящее время для ООО «Титан С» является недостаточная диверсификация клиентской базы, проявляющаяся в стабильной работе с уже устоявшейся базой и отсутствие налаженной системы по продаже запчастей для автомобилей китайского производства, что ограничивает возможности компании удовлетворять растущий спрос в этом сегменте и приводит к потере потенциальных клиентов.

С учетом выявленных проблем и текущего состояния ООО «Титан С» обоснованы и предложены два ключевых мероприятия, направленных на повышение эффективности деятельности. Первое мероприятие – проведение таргетированной рекламной кампании в социальных сетях, – позволит расширить клиентскую базу за счет привлечения новых оптовых покупателей и повысить узнаваемость бренда. Второе мероприятие – расширение ассортимента путем включения продукции для китайских автомобилей, – обеспечит своевременное реагирование на изменения потребительского спроса и повысит конкурентоспособность компании на рынке. В совокупности данные меры создадут предпосылки для устойчивого развития и укрепления рыночных позиций ООО «Титан С».

Проведённый комплексный анализ и разработка конкретных мероприятий дают основание рекомендовать их внедрение для повышения экономической эффективности предприятия, адаптации к динамике рынка и улучшения финансовых результатов.

Глава 3. Применение технологии проблемного обучения в рамках разработки урока по теме «Экономика фирмы» в старших классах

3.1 Содержание темы «Экономика фирмы» в УМК для 10-11 классов

Изучение экономики фирмы в рамках образовательного процесса представляет собой важный аспект формирования у старшеклассников понимания основ рыночной экономики и предпринимательской деятельности. Фирма, как основной субъект экономических отношений, играет ключевую роль в производстве товаров и услуг, создании рабочих мест и обеспечении экономического роста. Понимание принципов функционирования фирмы позволяет учащимся осознать механизмы принятия экономических решений, взаимодействия с потребителями и конкурентами, а также влияние внешних факторов на бизнес.

Знание основ экономики фирмы способствует развитию критического мышления и аналитических навыков, необходимых для успешной профессиональной деятельности в будущем. Учащиеся, обладая пониманием структуры и функций фирмы, могут более осознанно подходить к выбору своей будущей профессии, а также к оценке экономических процессов, происходящих в обществе. В этом контексте важно проанализировать содержание учебно-методических комплексов по экономике для 10-11 классов, чтобы выявить, каким образом в образовательном процессе на начальных стадиях формируются ключевые представления о фирме и её роли в экономике.

В соответствии с рабочей программой на 2024-2025 учебный год экономике, как курсу, изучаемому в течение 10-11 классов, отводится 140 часов (2 урока в неделю) [3].

Федеральный перечень учебников, рекомендованный Минобрнауки РФ, в настоящее время включает в себя три издания для изучения курса экономики в старших классах: под авторством Г. Э. Королёвой и Т. В. Бурмистровой (издательство «Просвещение»), А. П. Киреева (издательство «ВИТА-ПРЕСС») и Р. И. Хасбулатова (издательство «Просвещение») [2].

Самым рекомендуемым и наиболее универсальным из данного перечня является учебник под авторством Г. Э. Королёвой и Т. В. Бурмистровой, считающийся подходящим для изучения дисциплины как на базовом, так и на углубленном уровне. Он включает в себя 22 параграфа: первые 14 являются составляющими I части «Экономика и человек. Экономика фирмы»; оставшиеся 8 относятся ко II части «Государство и экономика».

Первая часть учебника, «Экономика и человек. Экономика фирм», охватывает ключевые аспекты микроэкономики, начиная с основ экономической теории и заканчивая практическими аспектами функционирования фирм. В первых параграфах рассматриваются такие важные понятия, как потребности и блага, что позволяет учащимся понять, как формируются экономические интересы и предпочтения. Далее учебник углубляется в анализ факторов производства, где акцентируется внимание на ресурсах, необходимых для создания товаров и услуг. Все изучаемые темы иллюстрируются графиками и примерами из реальной жизни, материал структурируется в таблицы и схемы, что помогает учащимся визуализировать и осознать динамику рыночных процессов. Учебник также включает практические задания, которые способствуют закреплению теоретических знаний и развитию аналитических навыков, позволяя учащимся применять полученные знания в реальных экономических ситуациях. Вторая часть, «Государство и экономика», фокусируется на макроэкономических аспектах, таких как валовой внутренний продукт (ВВП), инфляция, безработица, денежное обращение, международная торговля. Эта часть учебника предоставляет учащимся инструменты для анализа экономических показателей и их взаимосвязей, что способствует формированию целостного представления о функционировании экономики в условиях глобализации и рыночной конкуренции. Важное внимание уделяется роли государства в экономике, его функциям и инструментам, которые используются для регулирования экономических процессов. Учебник предлагает актуальные примеры из российской действительности, что позволяет учащимся лучше понять влияние

государственной политики на экономическое развитие страны. В конце каждого параграфа представлены вопросы и задания, которые побуждают учащихся к критическому осмыслению изученного материала и его применению на практике.

Учебник выделяется своей методической структурой, которая включает в себя проблемные вопросы, выводы, опорные понятия и задания в конце каждого параграфа. Это способствует активному обучению и глубокому усвоению материала. Приложение содержит таблицы для самопроверки, темы творческих работ и статистические данные, что делает учебник интерактивным и позволяет учащимся применять полученные знания на практике.

Параграф 9, содержащий в себе материал об основах деятельности предприятия, представлен в I части учебника и имеет название «Экономика фирмы». Первый разворот данного параграфа представлен на рисунке 14.

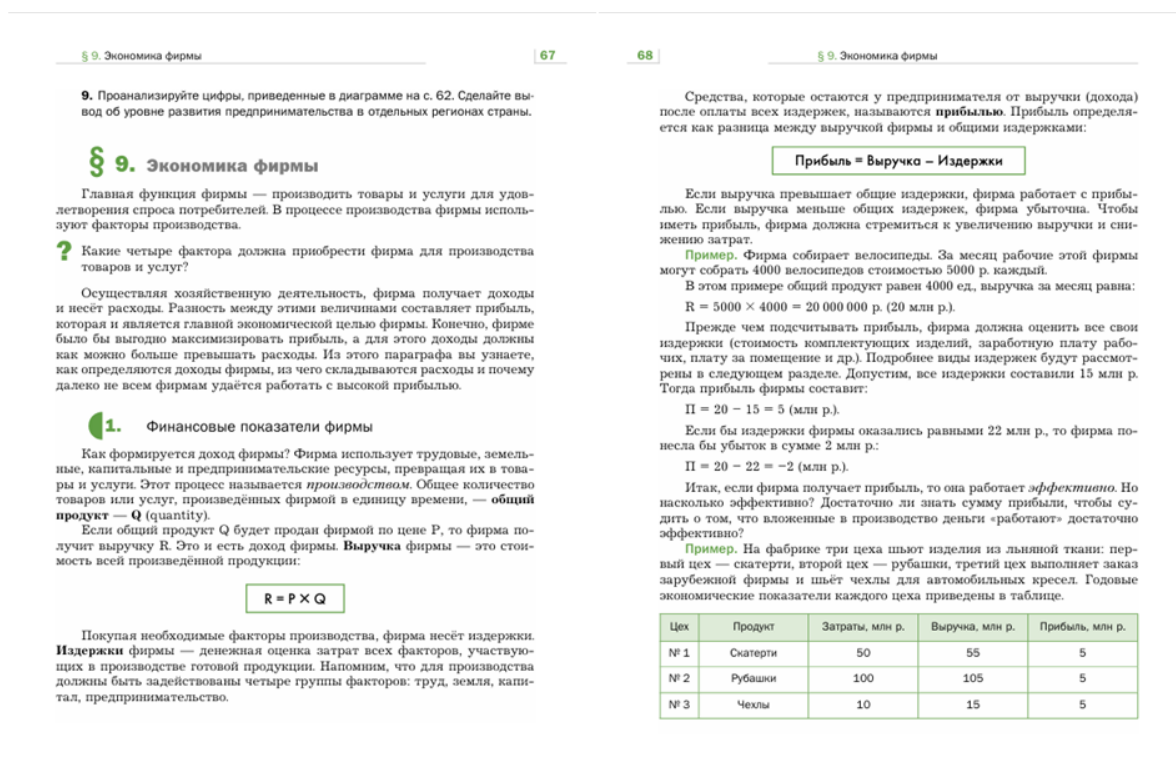


Рисунок 14 – §9 «Экономика фирмы» (учебник «Экономика» для 10-11 классов
Г. Э. Королёвой и Т. В. Бурмистровой)

Данная тема изучается на основе пройденных базовых понятий экономической системы, сути спроса, предложения и экономического равновесия, характеристики конкуренции и форм организации бизнеса. Параграф включает в себя три подраздела: финансовые показатели фирмы, виды издержек фирмы и средние издержки. В качестве вступления авторы говорят о том, что «главная функция фирмы – производить товары и услуги для удовлетворения спроса потребителей» [29, с. 67]. Далее в ходе рассмотрения хозяйственной деятельности предприятия подробно изучается процесс производства, рассматриваются понятия выручки, издержек фирмы, прибыли, рентабельность как показатель, «отражающий степень эффективности использования ресурсов» [29, с. 69]. Также изучению подвергаются постоянные, переменные издержки, рассматривается понятие средних издержек. Параграф содержит в себе формулы изучаемых характеристик, их применение на примерах с конкретными числами, графически отображён каждый из видов представленных для изучения издержек. В конце параграфа вынесены выводы, основные понятия, восемь вопросов и заданий для проверки качества знаний.

Учебник Р. И. Хасбулатова, предназначенный для изучения экономики в 10-11 классах, также является универсальным, предоставляя возможность изучить курс как на базовом, так и на профильном уровне, включает в себя 21 главу, в общем счёте имеет 46 параграфов. Структура учебника организована таким образом, чтобы обеспечить последовательное и логичное изучение экономических концепций, начиная с основ и заканчивая более сложными темами, что позволяет учащимся постепенно углубляться в предмет.

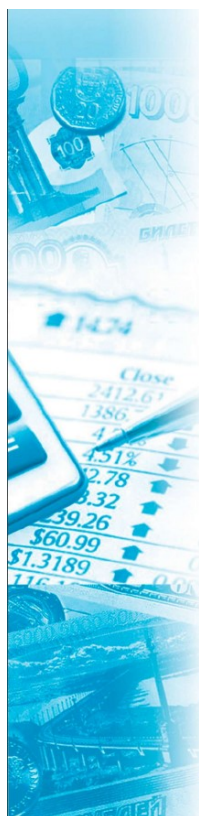
В первой главе рассматриваются основные понятия экономики, такие как её предмет, методы и роль в обществе. Это создает необходимую базу для дальнейшего изучения материала. Следующие главы последовательно охватывают ключевые аспекты экономической теории. Сначала изучаются экономические системы, что позволяет учащимся понять, как различные подходы к организации хозяйственной деятельности влияют на распределение

ресурсов и экономическое поведение. Затем внимание уделяется основным рыночным механизмам, таким как спрос и предложение, а также факторам, влияющим на их изменение. После этого учебник переходит к более сложным концепциям, таким как конкуренция, типы рынков и механизмы ценообразования. Важным аспектом является изучение доходов и расходов, что помогает учащимся понять, как управлять финансовыми ресурсами как на уровне домохозяйств, так и на уровне предприятий.

Учебник также включает разделы, посвященные банковской системе, деньгам и финансам, что позволяет учащимся ознакомиться с основами финансовой грамотности и функционирования финансовых институтов. Важное внимание уделяется макроэкономическим показателям, таким как валовой внутренний продукт и уровень занятости, что помогает учащимся оценивать экономическое состояние страны и понимать глобальные экономические процессы.

Методический аппарат учебника включает разнообразные вопросы и задания в конце каждого параграфа, которые направлены на развитие аналитических навыков и умения применять теоретические знания на практике. Включение практических задач и примеров из реальной жизни делает материал более доступным и понятным для учеников. Визуальные элементы, такие как графики, таблицы и иллюстрации, используются для наглядного представления сложных экономических концепций, что облегчает их восприятие и понимание.

Глава 12 «Фирма — главное звено рыночной экономики» включает в себя два параграфа: §26 «Фирмы и их задачи» и §27 «Виды издержек». В нашем случае рассмотрению подлежит первый параграф, содержащий материал об экономической сущности предприятия и его значении в целом. Здесь же изучаются основные признаки предприятия, виды фирм, основная их деятельность. В параграфе представлена информация о главных целях фирмы, основных проблемах, которые могут произойти в работе предприятия. Первый разворот данного параграфа представлен на рисунке 15.



ГЛАВА 12

ФИРМА — ГЛАВНОЕ ЗВЕНО РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Что такое предприятие (фирма)?
Историческая эволюция фирм.
Виды современных фирм.
Преимущества и недостатки малых и больших фирм.
Как действуют фирмы? Как формируется прибыль
фирмы?

§ 26. Фирмы и их задачи

Что такое фирма. Фирма (предприятие) — это первичное звено экономики, базовая ячейка предпринимательства. Именно она традиционно выступает основным объектом изменений, реорганизаций, всевозможных инноваций и, конечно, предметом изучения специалистами.

Фирма — это коммерческая организация, создаваемая гражданами (предпринимателями) с целью производства товаров и (или) услуг (благ) для получения прибыли (дохода).

Фирмы несут разную имущественную ответственность в зависимости от организационно-правовой формы предприятия: государственное предприятие, акционерное общество, товарищество, индивидуальный предприниматель, производственный кооператив, муниципальное унитарное предприятие.

Предприниматель — физическое лицо, прошедшее государственную регистрацию в качестве предпринимателя и самостоятельно и на свой риск осуществляющее активную экономиче-

153

скую деятельность без учреждения какого-либо предприятия, кроме крестьянского (фермерского) хозяйства. К предпринимателям приравниваются физические лица, занимающиеся в установленном законодательством РФ порядке частной практикой (занимающиеся частной практикой нотариусы, аудиторы, детективы, охранники).

Предпринимательство — самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица.

Заниматься предпринимательством могут как физические, так и юридические лица.

Субъектами предпринимательства в России могут быть граждане РФ и иностранных государств, а также объединения граждан (коллективные предприниматели). Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещённые законом, включая коммерческое посредничество, торговую закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами.

Термин «фирма» (от итал. *firma* — подпись) первоначально означал торговое имя коммерсанта. Первые коммерческие товарищества возникли в Древнем Риме и действовали по всему региону Средиземного моря. В Средние века существовали морские товарищества, отправлявшие корабли в дальние страны в поисках выгодных для обмена товаров. Начало первой промышленной революции подтолкнуло процессы первоначального накопления капитала. Цеховые мастерские ремесленников превратились в средние, а затем крупные фирмы, торговые дома — в товарищества, менялы стали банкирами, мелкие торговцы — купцами, инженеры стали первыми управляющими-менеджерами.

Во всех национальных экономиках ключевую роль играют фирмы, основная задача которых — производство материальных благ и услуг и их реализация потребителям. Из огромного числа работающих предприятий фирм 90% и более составляют малые предприятия, 8–9% — средние фирмы и только 0,1–0,3% — крупные корпорации. Они крайне неравномерно распределяются по континентам и странам. Свыше 25 млн фирм функционируют в США, 30 млн — в странах Евросоюза, 10 млн — в Японии, десятки миллионов фирм — в Китае, Индии, Бразилии, Южной Корее, ЮАР и других странах

154 ГЛАВА 12. Фирма — главное звено рыночной экономики

Рисунок 15 — §26 «Фирмы и их задачи» (учебник «Экономика» для 10-11 классов Р. И. Хасбулатова)

В рамках изучения материала по данному параграфу учащиеся начинают своё знакомство с основами деятельности предприятия с определения и понимания, для чего вообще создаётся фирма, какие существуют организационно-правовые формы предприятий. Автор отмечает: «Во всех национальных экономиках ключевую роль играют фирмы, основная задача которых производство материальных благ и услуг и их реализация потребителям» [56, с. 154]. Материал, содержащийся в параграфе, рассчитан на знакомство с признаками фирмы, осознанием её экономических целей, понимание отличий различных видов организаций. Он также закрепляется и повторяется в ходе работы с теоретическими заданиями после параграфа.

Учебник «Экономика» углубленного уровня под авторством А. П. Киреева представляет собой обширное и структурированное пособие для учащихся 10-11 классов, состоящее из 35 параграфов, разбитых на пять глав: «Принципы экономики», «Экономика домохозяйства», «Экономика фирмы»,

«Экономика государства» и «Экономика мира». Данное пособие отличается полноценным экономическим подходом к разбору информации и подробным изложением каждой из изучаемых тем. Каждый из разделов учебника содержит 7 параграфов: 6 для изучения нового материала, седьмой – «Резервный час».

Изучение материала в соответствии с пособием А. П. Киреева начинается с основных принципов экономики, изучения экономической сферы в целом и её влияния на человека и общество, рассматриваются экономические системы, структура экономики, экономическая взаимозависимость, заключающаяся в совершении операций, кругообороте в экономике. Также учебник затрагивает историю экономической науки. Далее происходит изучение экономических агентов от самого малого до самого обширного: домохозяйства, фирмы, государства, подробно изучается характеристика и деятельность каждого, влияние тех или иных факторов на экономическое благосостояние. Оканчивается изучение курса экономики на международном уровне – рассматривается структура международной экономики, финансы, курсы валют, а также состояние РФ в международном экономическом сообществе.

Содержание учебника отдельно выносит для быстрого нахождения разделы «Истоки идей», включающие в себя небольшие исторические справки об авторах и происхождении терминов, и «Будущему экономисту» – описание и решение реальных практических ситуаций, материал, включающий в себя формулы, дополнительные данные, позволяющие учащемуся глубже разобраться в пройденном материале для лучшего его осознания и закрепления.

Каждый параграф включает теоретический разбор, семинар, работу с электронными файлами и интернет-ресурсами, а также решение задач, что способствует практическому применению полученных знаний. Сам автор указывает на то, что учебник «предполагает работу с источниками экономической информации, использование ресурсов Интернета, экономический анализ общественных явлений и событий, освоение типичных экономических ролей через участие в обучающих играх и тренингах, моделирующих ситуации реальной жизни» [27, с. 10].

В учебнике А. П. Киреева изучение на экономики фирмы выделено 6 теоретических параграфов и один «резервный час». Разворот первого параграфа раздела 3 «Экономика фирмы» представлен на рисунке 16.

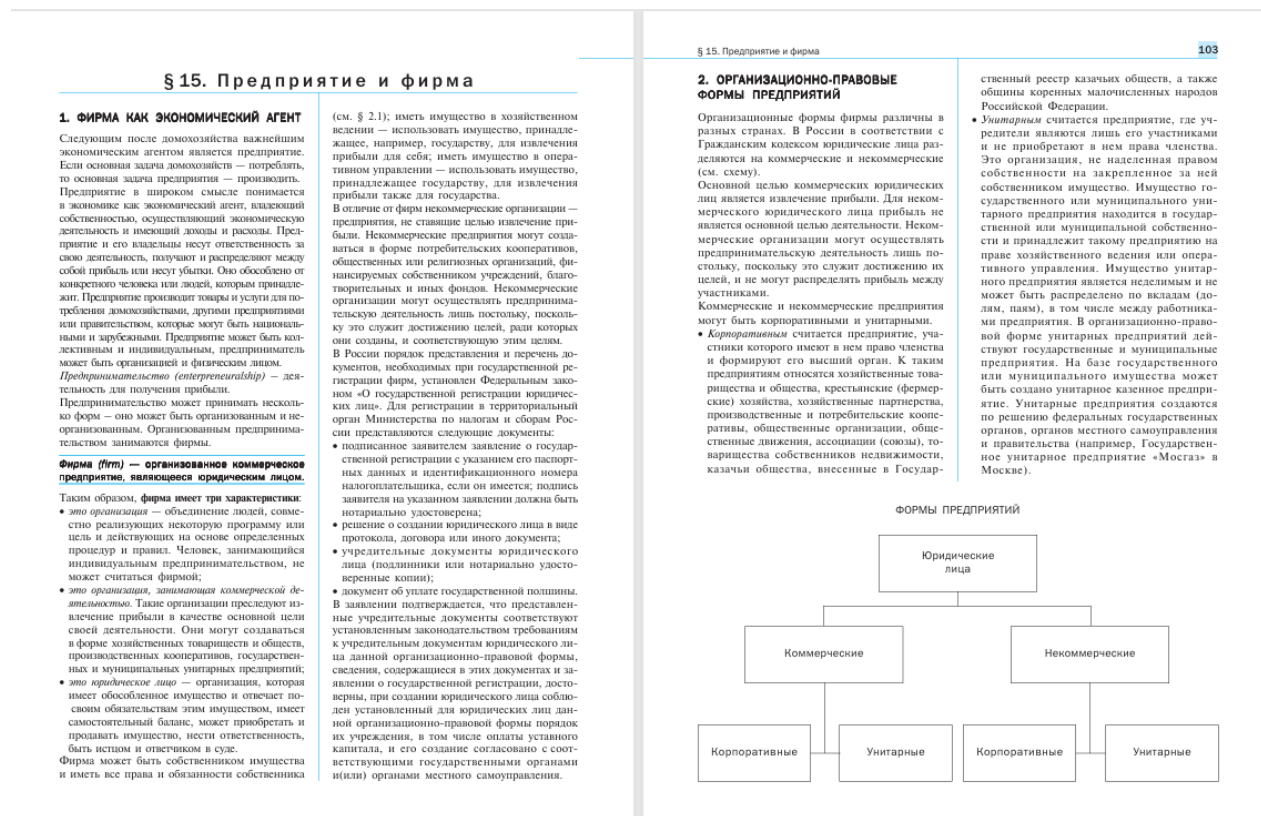


Рисунок 16 – §15 «Предприятие и фирма» (учебник «Экономика») для 10-11 классов А. П. Киреева)

§15 «Предприятие и фирма», первый параграф раздела 3, подробно изучает фирму как экономический агент, вкладывая в сознание ученика основы экономической деятельности предприятия. В данном параграфе предпринимательству выносятся определение деятельности во имя получения прибыли. Изучается классификация коммерческих предприятий. Отдельно вынесена информация про экономические цели и капитал фирмы, и данный подраздел параграфа начинается следующим образом: «Задача фирмы заключается в максимизации прибыли. Для получения максимальной прибыли фирма должна максимизировать выручку от реализации своей продукции и минимизировать свои издержки» [27, с. 105].

В рамках изучения данного параграфа изучаются основные цели экономической деятельности прибыли, предоставляются ответы непосредственно фирмы на три основных вопроса экономики (что производить, как производить, для кого производить); здесь же учащийся получает информацию о двух видах капитала фирмы – внеоборотных и оборотных активах.

Таким образом, изучение темы «Экономика фирмы» в старших классах является ключевым элементом формирования у учащихся понимания основ рыночной экономики и принципов функционирования предприятий. Анализ параграфов, посвящённым основам экономической деятельности коммерческого предприятия в современной экономике, в рекомендованных для образовательного процесса по курсу экономики учебниках показывает, что изучение данной темы направлено на освоение базовых понятий производства, издержек, прибыли и экономической эффективности фирмы. Это способствует развитию аналитического мышления и помогает ученикам осознанно воспринимать процессы экономической деятельности, что важно для их дальнейшего профессионального самоопределения и формирования экономической грамотности в целом.

3.2 Теоретические основы применения технологии проблемного обучения в образовательном процессе

Федеральный государственный образовательный стандарт, реализуемый в настоящее время, выделяет в учебном процессе приоритетную роль учащимся. Главное направление обучения по ФГОС – формирование всесторонне развитой личности, которая способна к самостоятельной и осмысленной деятельности, направленной на получение и закрепление знаний, имеет на должном уровне развитые навыки по совершению творческой и практической деятельности [5].

Проблема – это центральный элемент технологии проблемного обучения, вокруг которого при использовании данной методики выстроен

образовательный процесс. В основе учебной проблемы лежит создание специальной ситуации, где обучающийся сталкивается с теоретической или практической задачей. Как отмечает В. Оконь, такая ситуация, будучи грамотно организованной, побуждает учащегося, руководствуясь внутренними потребностями и стремлением к преодолению трудностей, самостоятельно искать пути решения. В процессе такой активности ученик не только получает новые знания, но и формирует практический опыт исследовательской деятельности [45, с. 65].

Проблемное обучение, согласно концепции М. И. Махмутова, представляет собой особую форму развивающего образования, характеризующуюся интеграцией самостоятельной исследовательской активности обучающихся и освоения ими фундаментальных научных положений. Данная образовательная технология базируется на системном применении проблемных ситуаций и четком целеполагании в построении методической основы учебного процесса. Сущность данного подхода заключается в формировании у обучающихся способности к самостоятельному познанию, устойчивому интересу к образовательному процессу и развитию мыслительных операций, включая и креативные компетенции. Все эти качества формируются в ходе освоения научных знаний и практических методов деятельности на основе изученного материала, что обеспечивается посредством решения специально организованных проблемных ситуаций [37, с. 64]. Иными словами, в ходе применения технологии проблемного обучения учащиеся осуществляют самостоятельную деятельность по решению поставленных перед ними педагогом задач с целью получения новых знаний как в ходе данной работы, так и по её результатам, развивая при этом собственную мыслительную активность.

Из этого следует, что главный признак проблемного обучения заключается в том, что «учитель не даёт знания в готовом виде, а ставит учащихся в проблемные ситуации, которые требуют открытия, или усвоения, новых знаний о предмете, способах или условиях выполнения задания»

[36, с. 114]. Проблемная ситуация подразумевает собой интеллектуальное затруднение ученика; невозможность достигнуть цели известным ему способом побуждает к нахождению других путей решения. [15, с. 43].

Целевыми ориентациями технологии проблемного обучения являются приобретение ЗУН, нахождение, закрепление и углубление знаний учащимися в ходе работы, развитие познавательной и творческой деятельности, а также развитие самостоятельности, предприимчивости, умения решать поставленные перед учащимся проблемные ситуации, разработав ход разрешения задачи, подобрав для этого необходимые материалы и совершив нужную работу.

В отечественной педагогике учёные обычно выделяли три основные формы проблемного обучения:

1) изначально теоретический материал предоставляется учителем в форме лекции, а затем обучающимся предлагается для решения ряд проблемных ситуаций, где им необходимо использовать полученные знания на практике самостоятельно, выполняя упражнения воспроизводящего характера. Обычно данную форму обучения обозначают обычной несамостоятельной активностью;

2) предлагаемые учащимся вопросы подразумевают опору на прежние знания, однако чёткого ответа в уже изученном материале не содержится. Фактически предлагается совершение частично-поисковой деятельности – основываясь на вспомогательных фактах из изученного материала, учащиеся выстраивают свою деятельность таким образом, чтобы дойти до решения, преодолев некоторые затруднения в нехватке имеющегося материала. Такая форма проблемного обучения обычно используется при выполнении лабораторных работ, постановке экспериментов, где знания устанавливаются детьми благодаря не только усвоенной ими теоретической базе, но и проведению практических опытов. Такая форма проблемного обучения подразумевает полусамостоятельную активность;

3) учащиеся самостоятельно формулируют и ставят перед собой задачи, а затем разрабатывают ход решения проблемных ситуаций и достигают

результатов. Данный процесс контролируется педагогом без прямого его вмешательства. Эту форму проблемного обучения можно увидеть, например, при выполнении проектной деятельности. Другое название данной формы – самостоятельно-исследовательская деятельность.

Очевидно, что проблемное обучение не всегда может быть достаточно эффективно для применения в образовательном процессе. На практике методика, подразумевающая самостоятельное решение учащимися проблемных ситуаций, поставленных перед ними педагогом, создаёт для учащихся затруднения разных уровней, как и неоднозначно проявляющуюся у каждого из них познавательную активность [11, с. 32]. М. И. Махмутов, опираясь на данные обстоятельства, предложил классификацию проблемного обучения по содержанию поставленных перед учащимися задач:

- 1) научное творчество – теоретическое исследование, где в ходе решения проблемной ситуации учащиеся приходят к нахождению и открытию новых правил, законов;
- 2) практическое творчество – деятельность, предполагающая применение уже изученных знаний на практике, в новой ситуации;
- 3) художественное творчество – перенесение знаний в образы путём творческого изображения их в виде музыки, рисунков и т.п. [38, с. 212].

Каждый из видов, выделенных учёным, имеет сложную структуру и даёт разные результаты решения поставленных задач. Следует помнить о том, что каждый из них эффективен, если по итогам образовательного процесса учащиеся смогли усвоить и углубить новые знания, а также закрепить и улучшить свои умения и навыки, в особенности улучшить в аспектах познавательную деятельность, развить самостоятельность, предприимчивость.

По уровню включённости в продуктивную и творческую деятельность И. Я. Лернером и М. Н. Скаткиным была разработана классификация методов обучения самостоятельности и творчеству учащихся:

- 1) метод проблемного изложения, где учителем предоставляются знания, необходимые для решения задач, которые будут поставлены перед

учащимися, а также предоставляется алгоритм решения и объясняется, каким образом проблемная ситуация должна быть решена;

2) частично-поисковый, или эвристический метод, приобщающий учеников к самостоятельному решению поставленных перед ними задач через полусамостоятельную активность – в ситуации, где учащиеся обладают теми или иными знаниями, изученными ранее, которые могут помочь им в решении поставленной проблемы, но данных знаний для нахождения ответа не хватает, и приходится прибегнуть к дополнительной работе по теме, разработав ход решения проблемной ситуации;

3) репродуктивный метод, предполагающий предоставление обучающимся образца решения поставленной задачи. Это могут быть примеры как проблемных ситуаций, решенных неверно, где педагог указывает на совершённые ошибки, или же работа, выполненная корректно, дающая обучающимся пример правильного хода решения;

4) исследовательский метод, предполагающий лишь постановку проблемной ситуации педагогом вместе с учащимися. Формы и средства достижения правильного ответа на проблемную ситуацию подбираются самими учащимися; знания не сообщаются – подразумевается, что их необходимо добыть в ходе решения задачи. Участие педагога сводится к управлению процессом непосредственно решения поставленных задач [34, с. 112].

Методы, выделенные в данной квалификации, могут использоваться при проведении уроков в разных предметных областях и подбираться в зависимости от сложности материала, который необходимо освоить учащимся на предстоящем уроке, уровня познавательной деятельности, предприимчивости учеников и стремления их к получению новых знаний. Следует отметить, что если, например, метод проблемного изложения подразумевает значительную роль педагога в образовательном процессе как предоставляющего исходный материал для разрешения проблемной ситуации и направляющего учеников к правильному пути нахождения ответа, исследовательский же метод требует большего профессионализма педагога для

установления корректной задачи и правильного проведения деятельности на уроке, а также занимает значительно большее количество времени для решения задач, как и требует больше усилий со стороны учащихся.

Проблемное обучение в современном образовании имеет несколько разновидностей его проведения, и то, какую именно модель его использования выберет учитель для проведения урока, зависит от преимущественно преследуемых им частных целей. Например, учителем может быть выбрана или эвристическая беседа, или проблемная лекция, или исследовательский метод в зависимости от того, какая деятельность предполагается на занятии, какой материал и в каком виде преподнести предпочтительнее и легче для восприятия учениками. Если эвристическая беседа предполагает собой цепочку вопросов, каждый из которых исходит из предшествующего, задаваемых педагогом учащимся, то проблемная лекция несёт в себе подачу конкретного материала, необходимого учащимся для выполнения заданий; исследовательский же метод добывание знаний подразумевает как процесс, выполняемый учениками самостоятельно [17, с. 8].

Урок по обществознанию или экономике, разработанный в соответствии с технологией проблемного обучения, обычно имеет следующую структуру:

1. Создание проблемной ситуации – это введение противоречия, вопроса, вызывающее у учащихся соответствующую неоднозначную реакцию, связанную с затруднениями в ответе, нехваткой знаний для быстрого нахождения решения или расхождением во мнениях в ходе обсуждения вопроса. По сути является мотивационным этапом.

2. Формулировка учебной проблемы – это этап, в ходе которого учащиеся или сами, или благодаря помощи педагога определяют вопрос, над которым им будет необходимо поработать на уроке с целью получения нового знания.

3. Выдвижение гипотез – деятельность учащихся, характеризующаяся вынесением предположений – вероятных ответов на сформулированную проблемную ситуацию.

4. Актуализация знаний, предполагающая воспроизведение уже изученного материала, который может помочь в разрешении учебной проблемы. На этом этапе проясняется, какие знания могут быть полезны, каких необходимо достичь, что для этого нужно сделать.

5. Разработка плана, пути решения по выходу из затруднения, возникшего у учащихся, рассмотрение вариантов способов, предложенных ими для нахождения ответа.

6. Реализация плана, работа с материалом, оборудованием, обсуждение и т.д. Как следствие, открытие нового знания, которому сопутствует доказательство достоверности полученных фактов, применение знания на практике, формулирование выводов

7. Закрепление полученного знания в ходе решения практических задач. Применение его в новых ситуациях для лучшего усвоения и понимания. Также на этом этапе могут быть выяснены более «изящные» способы решения задач подобного характера.

8. Подведение итогов совершённой деятельности, обсуждение полученного знания, рефлексия. Выявление возможностей применения материала в дальнейшем, в других практических задачах и т.п. [14, с. 12].

Существуют различные методы постановки проблемных ситуаций на уроках, которые могут быть использованы в ходе построения урока по обществознанию или экономике:

— постановка проблемного вопроса, где ученикам предлагается поразмышлять над несколькими сторонами ситуации и прийти к какому-либо мнению («миф или реальность», «плюсы и минусы»);

— решение проблемной ситуации, подразумевающее дискуссию о последствиях возможных событий, проявлениях феноменов, нахождение фактов;

— становление проблемных задач по осознанию своей социальной роли, важности явлений и т.п.;

- предложение проанализировать несколько точек зрения, высказанных политическими деятелями, теоретиками, учёными, выбрать мнение, кажущееся учащемуся более правильным, и обосновать свою позицию;
- оценка известной личности, её роли;
- работа с текстом: анализ, ответы на поставленные вопросы, обсуждение смыслового контекста, сложившегося мнения;
- работа с видеофрагментами, кинокартинами: обозначение смысловой нагрузки, обсуждение увиденного, составление выводов [39, с. 88].

Таким образом, мы можем говорить о том, что применение технологии проблемного обучения – достаточно хороший способ преподавания обществознания и экономики в школе. Преимуществами использования данной методики является осознание учащимися знаний, которые они получают в ходе работы на уроке, так как добывание материала происходит самостоятельно, с высокой мотивацией учеников в виде стремления прийти к ответу; более того, благодаря совершению подобной деятельности у учащихся развиваются предприимчивость, самостоятельность, критическое мнение и творческий подход к решению проблемных ситуаций. Подкрепляется это осознанностью в пользе получения знаний, возможности обсуждения различных ответов на вопросы не только исходя из уже изученного материала или представления ситуаций, но и житейского опыта, осознания возможных событий, явлений, в которых учащиеся или уже принимают участие, или могут столкнуться в дальнейшем. Также происходит развитие коммуникативных навыков учащихся – а это одна из целей, которая связана с изучением гуманитарных предметов.

3.3 Разработка урока по теме «Экономика фирмы» с использованием методов технологии проблемного обучения

Изучение экономики фирмы представляет собой важный аспект образовательного процесса, поскольку оно помогает учащимся понять основные принципы функционирования бизнеса и его влияние на экономику в

целом. В условиях современного рынка, где предпринимательская деятельность становится все более актуальной, знание финансовых показателей и структуры издержек является необходимым для формирования финансовой грамотности и предпринимательского мышления.

Внедрение технологии проблемного обучения в уроки экономики позволяет создать активную учебную среду, где учащиеся не просто усваивают теоретические знания, но и развивают критическое мышление, аналитические способности и навыки работы в команде. Этот подход способствует более глубокому осмыслению экономических понятий и их практического применения, что делает изучение экономики не только актуальным, но и жизненно важным не только для будущих экономистов, но и для учащихся, которые впоследствии выберут для себя другой путь, но также останутся активными гражданами, задействованными так или иначе в экономической области.

Подробно разработанный нами урок в виде технологической карты представлен в Приложении Г. Его цель – сформировать представление учащихся о принципах функционирования фирмы, финансовых показателях фирмы, выяснить сущность видов издержек и их значение для оценки деятельности фирмы.

Поставлены следующие задачи:

1. Развивающие: способствовать развитию критического и аналитического мышления у учащихся, закреплять умение проводить причинно-следственные связи и делать выводы на основе проведённой мыслительной деятельности; развитию самостоятельности, а также правильного отношения к обществу и сфере экономики, развитию собственной финансовой грамотности.

2. Воспитательные: воспитание у учащихся сознательной дисциплины, выполнения работы от начала до конца, придерживаясь установленного плана, работы как в группе, так и самостоятельно, умения

объяснить и аргументировать свою точку зрения, а также осознание важности экономических знаний в повседневной жизни.

3. Дидактические: изучение главной цели деятельности фирмы, выведение и усвоение учащимися понятий «выручка фирмы», «прибыль фирмы», «издержки фирмы», «рентабельность», усвоение различных видов прибыли, понимание взаимосвязи изученных явлений и значения для функционирования фирмы как экономического агента.

Ход урока по теме «Экономика фирмы» включает несколько последовательных этапов, каждый из которых направлен на активное вовлечение учащихся в процесс изучения.

Урок начинается с приветствия и создания позитивной атмосферы, слова о важности изучаемой сегодня темы. Учитель задает вопросы, чтобы пробудить интерес учащихся к предстоящему занятию: «Что вы знаете о фирмах? Каковы их цели?». Учащиеся активно участвуют в обсуждении, также высказывая свои предположения о содержании урока.

В ходе дальнейшей беседы учащиеся вспоминают ранее изученные темы, связанные с экономикой и функционированием фирм. Педагог ставит перед учащимися вопрос, какую цель преследует предприятие в процессе совершения своей деятельности. Обсуждение проходит в формате «мозгового штурма», где каждый может высказать свое мнение. Далее учитель вводит проблемную ситуацию, формулируя ключевой вопрос: «Как именно понять, что фирма успешно функционирует?». Учащиеся обсуждают этот вопрос в группах, выдвигая различные гипотезы и идеи. Педагог направляет дискуссию, помогая учащимся уточнить формулировки и записать проблему урока, из которой в дальнейшем ученикам удаётся сформулировать тему сегодняшнего занятия; затем совместно определяется цель урока и план работы в соответствии с учебником.

В ходе основного этапа учитель предлагает учащимся парами работать с учебником и раздаточными материалами. Каждый из учеников получает задания, которые включают определение целей фирмы, расчет выручки и

прибыли, анализ видов издержек и их влияние на финансовые результаты. Педагог наблюдает за работой, позволяя ученикам самостоятельно изучить материал в ходе подробной и структурированной работе с ним, и помогает в случае возникновения вопросов или затруднений. Несколько страниц раздаточного материала, предоставляемого на уроке в рамках изучения нового материала, представлено на рисунке 17.

§ 9. Экономика фирмы

Главная функция фирмы:

1. Финансовые показатели прибыли

Фирма использует _____, земельные, капитальные и _____ ресурсы, превращая их в товары и услуги. Этот процесс называется _____.

Q – _____ – общее количество товаров или услуг, произведённых фирмой в единицу времени.

P – _____ – количество денег, которое продавец хочет получить, а покупатель готов заплатить за товар или услугу.

Выручка фирмы – это _____

$R = \quad \times$

Издержки фирмы – это _____

Прибыль фирмы – это _____

Прибыль =

☒ Если **Выручка > Издержки**,
то _____

☒ Если **Выручка < Издержки**,
то _____

Рисунок 17 – Раздаточный материал для урока по теме «Экономика фирмы»

В рамках первичного закрепления изученных знаний учитель предлагает учащимся решить практические задачи: первая – на определение эффективности работы предприятия (слайд с данной задачей представлен на рисунке 18), вторая – на понимание значения разных видов издержек в плане их определения и графически, третья – на практическое понимание того, какими способами предприятие может улучшить эффективность своей деятельности. В результате учащиеся не только закрепляют теоретические знания, но и развивают практические навыки работы с материалом благодаря решению

реалистичных задач, отражающих ситуацию, которая вполне может происходить на современном предприятии.

Практическое задание №1

В компании "ЭкоТехника" работают три цеха, которые производят различные виды экологически чистых товаров:

Цех 1 производит многоразовые бутылки для воды.
Цех 2 производит эко-сумки.
Цех 3 производит бамбуковые зубные щётки.

Каждый цех имеет свои затраты на производство, количество произведённой продукции и цену продажи. Необходимо рассчитать для каждого цеха выручку, прибыль и рентабельность. Также нужно определить, какой цех работает эффективнее.

Цех	Затраты (тыс. руб.)	Количество продукции (шт.)	Цена за единицу (руб.)
Цех 1 (Бутылки)	300	7000	50
Цех 2 (Эко-сумки)	200	5000	40
Цех 3 (Зубные щётки)	250	6000	45

Рисунок 18 – Практическая задача №1 из презентации к уроку на тему
«Экономика фирмы»

В завершение урока, после обобщения изученного и совершения выводов, проводится рефлексия.

Проведённый урок оказывается интересным для учащихся 10-го класса, так как представляет собой абсолютное вовлечение каждого из учеников в работу с материалом в ходе решения поставленных перед ними задач. В ходе всего урока каждый из учеников может высказать свои предположения на ту или иную тему, относящуюся к теме, – будь то общая беседа в начале занятия, раскрывающая значение материала, который предстоит изучить на занятии, работа в парах с теоретическим изучением, практическое применение знаний, подведение итогов или рефлексия.

Проведение урока по теме «Экономика фирмы» с использованием методики проблемного обучения способствует глубокому и осмысленному

усвоению знаний, стимулируя развитие критического мышления и аналитических навыков у учащихся. Активное вовлечение в обсуждение реальных экономических проблем, формулирование гипотез и аргументация позиции позволяет не просто получить теоретические сведения, но и развить умение применять их на практике, что важно для формирования финансовой грамотности и предпринимательского мышления.

Кроме того, проблемное обучение способствует развитию самостоятельности, ответственности и коммуникативных навыков через групповую работу и обмен мнениями. Такой подход создает благоприятную учебную среду, повышает мотивацию и позволяет учителю дифференцировать процесс обучения, учитывая индивидуальные потребности учащихся. В итоге данный формат урока делает изучение экономической темы не только эффективным, но и значимым для дальнейшего личностного и профессионального роста учеников.

Таким образом, в рамках третьей главы нами было изучено применение технологии проблемного обучения в рамках разработки урока по теме «Экономика фирмы» в старших классах. В ходе анализа содержания учебно-методических комплексов по экономике для 10-11 классов, рекомендуемых к использованию Министерством Просвещения РФ, мы пришли к выводу о том, что представленные пособия в рамках изучения основ экономической деятельности предприятия охватывают важные аспекты, такие как финансовые показатели фирмы, понятия выдержки и прибыли, виды издержек и рентабельность, что способствует развитию аналитических навыков и критического мышления у старшеклассников не только как у будущих специалистов в сфере экономики, но и как у участников современного экономического общества.

Применение технологии проблемного обучения в процессе изучения данной темы позволяет создать активную учебную среду, где учащиеся не только усваивают теоретические знания, но и развивают навыки работы в команде, самостоятельности и ответственности. В ходе урока, организованного

по принципам проблемного обучения, учащиеся сталкиваются с реальными экономическими ситуациями, что побуждает их к формулированию гипотез, обсуждению и аргументации своих мнений.

Разработанный нами урок по теме «Экономика фирмы» демонстрирует, как проблемное обучение может быть интегрировано в образовательный процесс, обеспечивая дифференцированный подход к обучению, который учитывает индивидуальные потребности и интересы учащихся. В ходе работы с учебником и раздаточными материалами, учащиеся получают возможность самостоятельно исследовать финансовые показатели фирмы, рассчитывать выручку и прибыль, а также анализировать виды издержек и их влияние на финансовые результаты. Это не только углубляет их понимание экономических понятий, но и развивает практические навыки, которые могут быть применены в реальных жизненных ситуациях.

Важным аспектом является то, что проблемное обучение способствует формированию у учащихся осознанного отношения к изучаемому материалу. Учащиеся не просто запоминают теоретические знания, но и учатся применять их на практике, что является необходимым для формирования финансовой грамотности и предпринимательского мышления. В результате учащиеся становятся более подготовленными к активному участию в экономической жизни общества, что является одной из главных целей современного образования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экономическая эффективность деятельности предприятия является ключевым показателем, определяющим его способность успешно функционировать в условиях высокой конкуренции и динамичных изменений на рынке, достигая максимально возможных лучших результатов при минимально возможных затратах. Повышение экономической эффективности не только обеспечивает улучшение финансовых результатов деятельности предприятия, но и обеспечивает конкурентоспособность фирмы на рынке, что критически важно для выживания и развития бизнеса в современных условиях экономики. В связи с этим, исследование путей повышения экономической эффективности становится важной задачей для компаний, стремящихся к успешным результатам своей деятельности и обеспечению стабильного развития бизнеса.

В рамках выпускной квалификационной работы была проведена комплексная оценка экономической эффективности деятельности ООО «Титан С», а также разработан урок по теме «Экономика фирмы» для старших классов с использованием технологии проблемного обучения, в рамках которого учащиеся знакомятся с основами деятельности коммерческого предприятия. Работа состоит из трех глав, каждая из которых освещает ключевые аспекты исследования.

В первой главе были рассмотрены теоретические основы экономической эффективности деятельности предприятия. В ходе изучения многогранных определений авторов, изучавших экономическую эффективность, мы пришли к выводу о том, что данное понятие в общем виде представляет собой категорию экономической науки, показатель, демонстрирующий способность предприятия получать полезный результат от своей деятельности, характеризующийся улучшением качества или количества реализуемой продукции и получаемой от неё выручки, с несением при этом как можно меньших затрат. Универсальная классификация факторов, влияющих на экономическую эффективность,

опирается на внутренние и внешние процессы, так или иначе влияющие на работу предприятия.

В результате анализа литературы нами были определены ключевые показатели, позволяющие оценить эффективность работы предприятия. В данную систему включены показатели производительности труда, показатели использования основных и оборотных средств, а также показатели рентабельности. Экономическая эффективность является ключевым аспектом управления деятельностью предприятия, и ее оценка необходима для принятия обоснованных решений о распределении ресурсов или внедрении инноваций с целью улучшить финансовое состояние фирмы.

В соответствии с задачами, подразумевающимися экономической целью работы, во второй главе нами был проведен анализ деятельности предприятия ООО «Титан С», включая оценку тенденций основных технико-экономических и финансовых показателей за 2022-2024 годы. Выявлены основные проблемы, с которыми сталкивается компания: уменьшение выручки на 10,67% в 2024 году по сравнению с прошлым годом, стабильно низкие показатели чистой прибыли (например, в 2024 году она составила лишь 0,75 тыс. руб.), и низкие показатели рентабельности, демонстрирующие недостаточную эффективность управления затратами. На основе проведенного анализа были выявлены проблемы, связанные с низкой диверсификацией клиентской базы, и предложены мероприятия для улучшения состояния компании, а именно проведение рекламной кампании в социальных сетях и введение в ассортимент запчастей для автомобилей китайского производства, спрос на которые активно возрастает в настоящее время. Экономически было обосновано, что эти мероприятия смогут привести к увеличению выручки и прибыли, а также улучшению финансового состояния предприятия и повышению экономической эффективности деятельности предприятия.

В третьей главе, в рамках достижения педагогической цели работы, нами был разработан урок на тему «Экономика фирмы» с использованием технологии проблемного обучения. В соответствии с поставленными задачами

нами были проанализированы рекомендованные учебные пособия по экономике для 10-11 классов, определено место данной темы в каждом из представленных УМК, выявлены ключевые аспекты, которые должны быть освещены в процессе изучения материала. Разработанный нами урок, основанный на использовании технологии проблемного обучения, предполагающий самостоятельную работу с представленной учебной проблемой как на основе уже имеющегося опыта, так и при работе с новым материалом, включил в себя активные методы работы, направленные на развитие критического мышления и аналитических навыков учащихся. Так как проблемное обучение позволяет создать активную учебную среду, где учащиеся не только усваивают теоретические знания, но и развивают навыки работы в команде, самостоятельность и ответственность, в рамках применения данной методики на уроках экономики этот подход может быть эффективным для формирования финансово грамотных граждан, способных принимать обоснованные решения в современных условиях.

Таким образом, цели выпускной квалификационной работы достигнуты. В ходе работы мы проанализировали экономическую эффективность ООО «Титан С» через призму основных технико-экономических показателей, а также ключевых показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия, на основе данных 2022-2024 года, предложив впоследствии несколько мероприятий, в ходе внедрения которых фирма может улучшить своё состояние и работать эффективнее, а также разработали урок на тему «Экономика фирмы», в рамках которого осуществляется усвоение учащимися главной цели деятельности коммерческого предприятия и раскрывается оценка его состояния через расчёт некоторых влияющих на результат его деятельности показателей. Поставленные нами задачи выполнены последовательно и в должной мере.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации. От 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 26.02.2024) // СПС «Консультант плюс»: сайт. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ — (дата обращения: 15.12.2024). — Текст: электронный.
2. Приказ Министерства Просвещения РФ от 21.09.2022 №858 «Об утверждении федерального перечня учебников, допущенных к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования организациями, осуществляющими образовательную деятельность и установления предельного срока использования исключённых учебников»: документ. — URL: <http://fpu.edu.ru/uploads/files/873b41e86b55044f2c596d64a47a1fd9.pdf> — (дата обращения 27.04.2025). — Текст: электронный.
3. Приказ Министерства Просвещения РФ от 31.05.2021 №287 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования» (с изменениями на 8 ноября 2022 года): документ. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/607175848> — (дата обращения 10.12.2024). — Текст: электронный.
4. Федеральная рабочая программа ООО по обществознанию от Министерства Просвещения РФ: документ. — URL: https://sch86-saranpaul.gosuslugi.ru/netcat_files/userfiles/obrazovatel_nye_standarty/foop/Federalnaya_rabochaya_programma_Obschestvoznanie_OOO.pdf (дата обращения 10.12.2024). — Текст: электронный.
5. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования // Министерство образования и науки Российской Федерации. URL: <https://минобрнауки.рф/документы/922>. — (дата обращения: 25.04.2025). — Текст: электронный.
6. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. 26.07.2019) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»:

[Электронный ресурс] — URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (дата обращения 12.12.2024). — Текст: электронный.

7. Федеральный Закон № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8.02.1998 г. (ред. от 02.07.2021). // СПС «Консультант плюс»: сайт. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/. — (дата обращения: 20.12.2024). — Текст: электронный.

8. Абрютина, М. С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М. С. Абрютина, А. В. Грачев. — Москва: Дело и сервис; Издание 3-е, перераб. и доп., 2022. — 272 с.

9. Алиева, А. Х. Ключевые аспекты использования социальных сетей для бизнес-модели B2B / А. Х. Алиева // Журнал прикладных исследований. — 2021. — №6. — С. 719—724.

10. Амбацуров, А. А. 1000 терминов рыночной экономики / А. А. Амбарцумов, Ф. Ф. Стерликов; Гос. ком. Рос. Федерации по высш. образованию, Междунар. фонд "Культ. инициатива" (Фонд Дж. Сороса, США). — Москва: КРОН-пресс, 1993. — 299 с.

11. Бабанский, Ю. К. Избранные педагогические труды / сост. М. Ю. Бабанский; авт. вступ. ст. Г. Н. Филонов, Г. А. Победоносцев, А. М. Моисеев ; авт. коммент. А. М. Моисеев ; Акад. пед. наук СССР. — Москва: Педагогика, 1989. — 558 с.

12. Бариленко, В. И. Экономический анализ: учебник / В. И. Бариленко, О. В. Ефимова, М. Н. Ермакова ; под ред. В. И. Бариленко. — Москва: КноРус, 2022. — 381 с.

13. Белый, Е. М. Экономика предприятия: учебное пособие / Е. М. Белый, Ю. С. Алексеев, Л. Ю. Зимина, А. А. Байгулова. — Москва: Издательство «Русайнс», 2015. — 172 с.

14. Богданова, В. Ю. Принцип проблемности в моделировании современного урока в начальной школе / В. Ю. Богданова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. — 2019. — №1. — С. 5—21.

15. Бондаревский, В. Б. Воспитание интереса к знаниям. — Тула: Приок. кн. изд-во, 1968. — 145 с.
16. Борисюк, Н. К. Экономическая эффективность предприятия: понятие, способы определения, особенности повышения / Н. К. Борисюк, Л. А. Солдатова, Т. Г. Масюкова. // Интеллект: Инновации. Инвестиции. — 2018. — №8 (21). — С. 57—65.
17. Ваганова, О. И. Технология проблемного обучения в профессиональном образовании / О. И. Ваганова, К. А. Максимова, М. А. Карпова // Карельский научный журнал. — 2019. — Т. 8, № 4 (29). — С. 7—10.
18. Гайдук, В. И. Экономика фирмы (предприятия) / В. И. Гайдук, Е. А. Шибанихин. — Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина, 2020. — 161 с.
19. Гольдштейн, Д. В. Экономическая эффективность межпроизводственного сотрудничества: социальные аспекты / Д. В. Гольдштейн. — Саратов, 2002. — 167 с.
20. Гоник, Г. Г. Рентабельность и пути ее повышения / Г. Г. Гоник, Р. Н. Даренский // Colloquium-journal. — 2020. — №13 (65). — С. 128—130.
21. Гузей, В. А. Основы анализа хозяйственной деятельности организации : учебное пособие / В. А. Гузей. — Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2021. — 92 с.
22. Демченко, З. А. Экономическая эффективность предприятия: понятие, сущность, показатели, способы определения / З. А. Демченко, Е. И. Быковский // Наука XXI века. — 2016. — С. 141—145.
23. Друкер, П. Ф. Эффективный руководитель / П. Ф. Друкер ; пер. с англ. О. Чернявской. — М. : Манн, Иванов и Фербер : Эксмо, 2013. — 232 с.
24. Ефремова, Т. Ф. Вселенная / Т. Ф. Ефремова. // Современный толковый словарь русского языка: В 3 т. — Москва: АСТ, Астрель, Харвест, 2006. — Т. 3 : Р—Я. — 974 с.

25. Калиева, О. М. Факторы, влияющие на экономическую эффективность деятельности предприятия / О. М. Калиева, Н. В. Лужнова, М. И. Дергунова, М. С. Говорова. // Инновационная экономика : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). — Казань : Бук, 2014. — С. 93-96.
26. Калуцкая, Е. К. Обществознание. Реализация ФГОС основного общего образования : методическое пособие для учителя / Е. К. Калуцкая, О. А. Французова. — Москва: ФГБНУ «Институт стратегии развития образования РАО», 2022. — 138 с.
27. Киреев, А. П. Экономика: учебник для 10–11 классов общеобразовательных организаций (углубленный уровень) / А. П. Киреев. – 7-е изд. стереотип. — Москва: ВИТА-ПРЕСС, 2022. – 256 с.
28. Коган, А. Б. Теоретические аспекты эффективности экономических систем / А. Б. Коган, Н. П. Болдарева // Вестн. ОГУ. — 2016. — № 8. — С. 45—55.
29. Королёва, Г. Э. Экономика : 10–11-е классы : учебник для учащихся общеобразовательных учреждений. / Г. Э. Королёва, Т. В. Бурмистрова. — 11-е изд., стер. — Москва: Просвещение, 2023. — 223 с.
30. Косолапова, В. М. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник / В. М. Косолапова, В. А. Свободин. — М. : Дашков и К, 2020. — 248 с.
31. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. В. Кузин. — 15-е изд. — М. : Питер, 2022. — 848 с.
32. Курочкина, С. А. Использование проблемных форм и методов в процессе обучения экономике в школе / С. А. Курочкина, Е. В. Осокина // Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XX междунар. студ. науч.-практ. конф. — 2018. — № 9 (20). — С. 169—175.

33. Кучеренко, В. Сущность понятия экономической эффективности предприятия / В. Кучеренко. // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2018. — №3.
34. Лернер, И. Я. Дидактика средней школы / Под ред. М.Н. Скаткина. — М., Педагогика. 1982. — 186 с.
35. Масюкова, Т. Г. «Эффективность» как важнейшая характеристика деятельности предприятия / Т. Г. Масюкова // Роль науки в развитии общества. — 2015. — № 1. — С. 173—175.
36. Матюшкин, А. М. Проблемные ситуации в мышлении и обучении / А. М. Матюшкин. — Москва: Педагогика, 1972. — 206 с.
37. Махмутов, М. И. Организация проблемного обучения в школе / М. И. Махмутов. — Москва: Просвещение, 1977. — 240 с.
38. Махмутов М. И. Проблемное обучение : основные вопросы теории / М. И. Махмутов. — Москва: Педагогика, 1975. — 364 с.
39. Мельникова, Е.Л. Проблемный урок, или Как открывать знания с учениками: Пособие для учителя. — Москва: АПК и ПРО, 2012. — 166 с.
40. Митрофанова, И. А. Повышение экономической эффективности деятельности предприятия на основе оптимизации системы налогообложения : монография / И. А. Митрофанова, М. И. Кузьмина, А. А. Башлаев. — Москва: Директ-Медиа, 2017. — 110 с.
41. Мухина, И. А. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / И. А. Мухина. — 2-е. изд., стер. — Москва: Флинта, 2017. — 320 с.
42. Наминова, К. А. Современное состояние страхования рисков сельскохозяйственных организаций с государственной поддержкой в России / К. А. Наминова // Апробация. — 2016. — № 7 (46). — С. 100—105.
43. Нечаева, С. Н. Экономическая эффективность предприятия: критерии и показатели оценки / С. Н. Нечаева. // Проблемы современной экономики (Новосибирск). — 2019. — №15.
44. Оборина, О. Е. Экономическая эффективность: понятие и сущность / О. Е. Оборина. // Молодой ученый. — 2020. — № 23 (313). — С. 427—429.

45. Оконь, В. Основы проблемного обучения : Пер. с пол. — Москва: Просвещение, 1968. — 208 с.
46. Перфильева, П. А. Инновационные методы преподавания экономики / П. А. Перфильева. // Молодой ученый. — 2023. — № 32 (479). — С. 170—172.
47. Портер, М. Э. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер ; пер. а англ. Е. Калинина. — 4-е, изд. — Москва: Альпина Паблишер, 2016. — 716 с.
48. Савицкая, Г. В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты : монография / Г. В. Савицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 291 с.
49. Савицкая, Г. В. Показатели финансовой эффективности предпринимательской деятельности: обоснование и методика расчета / Г. В. Савицкая. // Экономический анализ: теория и практика. — 2012. — №39. —С. 14—22.
50. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. — 15-е изд., испр. и доп. — Москва: Инфра- М, 2023 — 585 с.
51. Самуэльсон, П. Э. Экономика / П. Э. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус ; пер. с англ. О. Л. Пелявского. — 18-е изд. — Москва: Вильямс, 2010. — 1358 с.
52. Страхова, О. П. О методах организации управления / О. П. Страхова // Менеджмент в России и за рубежом. — 2016. — №5. — С. 25—29.
53. Фомина, Ю. В. Способы сокращения издержек и увеличения прибыли в российских компаниях / Ю. В. Фомина // Новая наука: От идеи к результату. — 2019. — № 1—1. — С. 157—159.
54. Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского обществ : учебник / А. М. Фридман. — 8-е изд., стер. — Москва: Дашков и К, 2023. — 656 с.

55. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2025. — 208 с.

56. Хасбулатов, Р. И. Экономика : 10—11 классы : базовый и углублённый уровни : учебник / Р. И. Хасбулатов. — 2-е изд., стереотип. — Москва: Дрофа, 2020. — 304 с.

57. Цыкал, Л. В. Управление дебиторской задолженностью организации с целью улучшения её финансового состояния / Л. В. Цыкал, О. В. Федорова // Экономика и социум. — 2017. — №4 (35). — С. 1520—1526.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2024 г.

Организация	Общество с ограниченной ответственностью "ТИТАН С"	Форма по ОКУД	0710001		
Идентификационный номер налогоплательщика		Дата (число, месяц, год)	31	12	2024
Вид экономической деятельности	Торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, кроме деятельности агентов	по ОКПО	51858486		
Организационно-правовая форма / форма собственности	Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность	ИНН	6382084593		
Единица измерения:	в тыс. рублей	по ОКВЭД 2	45.31.1		
Местонахождение (адрес)	445004, Самарская обл, г.о. Тольятти, г Тольятти, проезд Посадский, двлд. 29	по ОКОПФ / ОКФС	12300	16	
Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту	☐ ДА ☒ НЕТ	по ОКЕИ	384		
Наименование аудиторской организации/фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального аудитора					
Идентификационный номер налогоплательщика аудиторской организации/индивидуального аудитора		ИНН			
Основной государственный регистрационный номер аудиторской организации/индивидуального аудитора		ОГРН/ОГРНИП			

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2024 г.	На 31 декабря 2023 г.	На 31 декабря 2022 г.
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	-	-	-
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	-	-	-
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	-	-	-
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	-	-	-
	Дебиторская задолженность	1230	1 264	806	676
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	-	-	-
	Прочие оборотные активы	1260	13	23	3
	Итого по разделу II	1200	1 277	829	679
	БАЛАНС	1600	1 277	829	679

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2024 г.	На 31 декабря 2023 г.	На 31 декабря 2022 г.
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	-	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	2	2	1
	Итого по разделу III	1300	12	12	11
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	-	-	-
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	-	-	-
	Кредиторская задолженность	1520	1 265	818	669
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	1 265	818	669
	БАЛАНС	1700	1 277	829	679

Руководитель _____
(подпись)

Логвиненко Михаил Михайлович
(расшифровка подписи)

11 февраля 2025 г.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

11.02.2025 18:04:44
Сертификат: 70 8A 40 4B 69 B7 0E 7F BB 09 EA 97 BB E2 CD FC
Владелец: Мокаровский Евгений Владимирович, МЕЖРАЙОННАЯ
ИНСПЕКЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ
№ 15 ПО САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ, НАЧАЛЬНИК
Действителен: с 24.07.2024 по 17.10.2025

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

11.02.2025 17:29:05
Сертификат: 02 86 AE B2 00 C0 B0 06 BD 42 E3 7F E9 6C E0 11 C9
Владелец: ЛОГВИНЕНКО МИХАИЛ МИХАЙЛОВИЧ, ООО "ТИТАН
С", ДИРЕКТОР
Действителен: с 20.11.2023 по 20.02.2025

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах за Январь - Декабрь 2024 г.

		Форма по ОКУД		Коды		
		Дата (число, месяц, год)		0710002		
Организация Общество с ограниченной ответственностью "ТИТАН С"		по ОКПО		31	12	2024
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН		51858486		
Вид экономической деятельности Торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, кроме деятельности агентов		по ОКВЭД 2		6382084593		
Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКОПФ / ОКФС		45.31.1		
Единица измерения: в тыс. рублей		по ОКЕИ		12300	16	
				384		

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2024 г.	За Январь - Декабрь 2023 г.
	Выручка	2110	30 204	33 811
	Себестоимость продаж	2120	(29 037)	(32 746)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	1 167	1 065
	Коммерческие расходы	2210	(1 035)	(1 052)
	Управленческие расходы	2220	-	-
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	132	13
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	82	-
	Проценты к уплате	2330	(200)	-
	Прочие доходы	2340	-	-
	Прочие расходы	2350	(12)	(12)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	2	1
	Налог на прибыль	2410	-	-
	в том числе:			
	текущий налог на прибыль	2411	-	-
	отложенный налог на прибыль	2412	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	2	1

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2024 г.	За Январь - Декабрь 2023 г.
	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	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	2	1
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель

Логвиненко Михаил Михайлович

(расшифровка подписи)

11 февраля 2025 г.

 ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ 11.02.2025 18:04:44 Сертификат: 70 8A 40 4B 69 B7 0E 7F BB 09 EA 97 BB E2 CD FC Владелец: Мокаровский Евгений Владимирович, МЕЖРАЙОННАЯ ИНСПЕКЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ № 15 ПО САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ, НАЧАЛЬНИК Действителен: с 24.07.2024 по 17.10.2025	 ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ 11.02.2025 17:29:05 Сертификат: 02 86 AE B2 00 C0 B0 06 BD 42 E3 7F E9 6C E0 11 C9 Владелец: ЛОГВИНЕНКО МИХАИЛ МИХАЙЛОВИЧ, ООО "ТИТАН С", ДИРЕКТОР Действителен: с 20.11.2023 по 20.02.2025
--	---

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Технологическая карта урока с использованием технологии проблемного обучения

Гаврилёс Елизаветы Андреевны

Предмет: экономика.

Тема: «Экономика фирмы»

Класс: 10.

Тип урока по главной дидактической цели: комбинированный урок.

Цель урока: сформировать представление учащихся о принципах функционирования фирмы, финансовых показателях фирмы, выяснить сущность постоянных, переменных, общих, средних издержек и их значения для оценки деятельности фирмы.

Задачи урока:

Развивающие: способствовать развитию критического и аналитического мышления у учащихся, закреплять умение проводить причинно-следственные связи и делать выводы на основе проведённой мыслительной деятельности; развитию самостоятельности, а также правильного отношения к обществу и сфере экономики, развитию собственной финансовой грамотности.

Воспитательные: воспитание у учащихся сознательной дисциплины, выполнения работы от начала до конца, придерживаясь установленного плана, работы как в группе, так и самостоятельно, умения объяснить и аргументировать свою точку зрения, а также осознание важности экономических знаний в повседневной жизни.

Дидактические: изучение главной цели деятельности фирмы, выведение и усвоение учащимися понятий «выручка фирмы», «прибыль фирмы», «издержки фирмы», «рентабельность», усвоение различных видов прибыли, понимание взаимосвязи изученных явлений и значения для функционирования фирмы как экономического агента.

Ресурсы:

1. Информационные (УМК)

Рабочая программа по предмету «Экономика» для 10-11 классов составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования и Примерной программы основного общего образования при использовании линии учебно-методических комплексов программы «Экономика» (10-11 классы) для общеобразовательных учреждений под редакцией Г. Э. Королёвой, Т. В. Бурмистровой.

Учебник: Королёва, Г. Э. Экономика : 10–11-е классы : учебник для учащихся общеобразовательных учреждений. / Г. Э. Королёва, Т. В. Бурмистрова. — 11-е изд., стер. — М.: Просвещение, 2023. — 223 с.

2. Технические

Средства ТСО: мультимедийный видеопроектор, персональные ПК (для работы с Интернет-ресурсами в локальной сети).

Наглядность: слайдовая презентация с анимацией, раздаточный материал, учебник.

ЭОР (электронные образовательные ресурсы): презентация «Экономика фирмы»

Этап занятия	Содержание этапа занятия	Деятельность педагога	Деятельность обучающихся	Планируемые результаты		
				Метапредметные результаты (УУД)	Предметные	Личностные
1 этап Мотивационный	Эмоциональная, психологическая и мотивационная подготовка учащихся к усвоению изучаемого материала. Формирование учебной мотивации у обучающихся.	Приветствует учащихся, просит подготовить рабочее место. Добрый день, ребята. Рада видеть вас на сегодняшнем уроке экономики. Сегодня мы с вами затронем интересную тему, которая касается каждого человека, который так или иначе связан с экономической сферой и должен понимать, в чём суть работы любой существующей организации.	Приветствуют учителя и друг друга. Слушают учителя. Обсуждают свои предположения относительно содержания предстоящего урока.	-самоопределение (Л); -смыслообразование (Л); -внутренняя позиция школьника (Л); -учебно-познавательная мотивация (Л); -планирование учебного сотрудничества (К)	Обозначение актуальности темы.	Формирование мотивации учебной деятельности.
2 этап Актуализация знаний	Беседа, работа с раздаточным материалом.	В современном мире фирмы являются основными звеньями экономики – именно они производят товары и услуги, которые мы	Слушают учителя.	-учебно-познавательный интерес (Л); -построение логической цепи рассуждений (П);	Анализируют полученные результаты с экономичес	Осознание себя как элемента экономической сферы с

		используем в повседневной жизни. Вы уже знакомы с понятием фирмы. Но давайте подумаем, ради чего вообще существует каждая фирма? Какую главную цель преследует предприятие в своей деятельности с точки зрения предпринимателя? Подумайте несколько минут и запишите ответы на листочках, которые вам раздали. Какие ответы у вас получились? Как вы думаете, как фирма может понять, выполняет ли она свою деятельность полноценно или испытывает затруднения?	Заполняют подготовленный раздаточный материал. Отвечают на заданный учителем вопрос: «получение прибыли», «улучшение качества жизни», «создание рабочих мест», «развитие инноваций», «продажа товаров» и т.д. Обсуждают полученные результаты, анализируют и дописывают подходящие ответы. Предлагают варианты ответов, испытывают затруднения.	-построение речевых высказываний (П); -внутренняя позиция школьника (Л); -активное участие в решении поставленных вопросов (П); -взаимодействие с другими участниками образовательного процесса (К); -волевая саморегуляция (Р).	кой точки зрения. Анализируют понятийный аппарат, которым обладают в рамках данного предмета.	экономической точки зрения. Проявление интереса к изучаемому предмету. Понимание важности изучения экономики для применения в реальной жизни.
3 этап Выявление проблемной ситуации	Совместное обсуждение, постановка проблемной ситуации. Формулирован	Мы услышали довольно много предложенных ответов, но, кажется, не смогли прийти к единому мнению. Так какую же проблему нам предстоит	Предлагают в ходе рассуждения различные формулировки выявленной проблемы. Обсуждают наиболее лучшие из предложенных вариантов.	-учет разных мнений, координирование в сотрудничестве разных позиций (К); -учебно-	Определение проблемной ситуации, темы урока.	Проявление эмоционального отношения к

	ие темы урока на основе предложения гипотез.	решить сегодня? Давайте попробуем определить формулировку поставленной перед нами сегодня ситуации, над которой мы будем работать на уроке. Организует работу учащихся, помогая подобрать лучший вариант определения движущей урока. Как вы думаете, сталкивались ли мы с понятиями, являющимися ответами на первый вопрос, ранее? Давайте для этого обратимся к недавно пройденным темам.	Записывают в тетрадь сформулированную проблемную ситуацию: «Как понять, что предприятие успешно совершает свою деятельность?» Вспоминают изученный материал по разделу «Экономика и человек. Экономика фирмы»: главные вопросы экономики, формы организации бизнеса, понятие фирмы. Приходят к неизученным понятиям показателей фирмы, которые были затронуты ранее, называют тему, обобщив ответы: «Экономика фирмы».	познавательная мотивация (Л).		познавательной деятельности.
4 этап Целеполагание	Постановка цели деятельности на уроке. Составление	Как думаете, какова цель сегодняшнего урока, если она основана на поставленной перед нами проблемной ситуации?	Формулируют цель урока – сформировать представление о принципах функционирования фирмы, финансовых показателей	-мотивационная основа учебной деятельности (Л); -постановка учебной задачи (Р);	Формирование цели деятельности и и планирован	Проявление эмоционального отношения

	плана работы на уроке.	Давайте составим план нашего занятия. Помните о том, что мы должны последовательно изучить материал сегодняшней темы, затронув и сами представленные понятия, и их экономическую сущность. Чтобы составить правильно план нашей работы, воспользуемся учебником (§9). Он же станет вашим помощником сегодня.	фирмы, выяснить значение постоянных, переменных, общих, средних издержек и их значения для рассмотрения деятельности фирмы. Составляют общими усилиями под руководством учителя примерный план работы на уроке, пользуясь учебником: 1. Познакомиться с главной функцией фирмы. 2. Изучить финансовые показатели фирмы: понятия «выручка», «издержка», «прибыль», их взаимосвязь. 3. Рассмотреть понятие рентабельности и определить её значение для оценки деятельности предприятия. 4. Изучить виды издержек прибыли (постоянные, переменные), их графическое изображение. Изучить понятие фактора времени и его влияния на издержки. 5. Выявить значение	-формулирование и аргументация своего мнения и позиции в коммуникации (К); -учет разных мнений, координирование в сотрудничестве разных позиций (К).	ие её на уроке.	к учебно-познавательной деятельности.
--	------------------------	--	--	---	-----------------	---------------------------------------

			показателя средних издержек. 6. Определить, от чего зависит прибыль и как можно улучшить результат работы фирмы.			
5 этап Открытие новых знаний	Использование презентации «Экономика фирмы», учебников, раздаточного материала и других средств информации.	Итак, для проработки сегодняшней темы я предлагаю вам различные задания. Вы будете работать парами со своим соседом. Вы можете пользоваться различными материалами, опираться на уже изученные знания, на свой опыт, рассуждать, анализировать информацию различными способами. Раздаёт материал с заданиями по теме: «Экономика фирмы». 1. Сформулируйте главную цель деятельности фирмы. 2. Дайте определения выручки и прибыли фирмы. Запишите формулы расчёта	Работают в парах, пользуясь предоставленной презентацией, учебником, дополнительными источниками информации. Последовательно отвечают на поставленные вопросы, обсуждая варианты, анализируя информацию, пользуясь теоретическим материалом. Дают определения заданным терминам, отвечают на вопросы, прорабатывают задания, вписывают ответы в специальные поля, дают развёрнутые ответы на вопросы, требующие рассуждения, составляют схемы.	- учебно-познавательный интерес (Л); - смыслообразование (Л); - анализ, синтез, сравнение, обобщение, аналогия (П); - подведение под понятие (П); - использование знаково-символических средств (П); - определение основной и второстепенной информации (П);	Общеучебные – умеют структурировать знания; дополняют и расширяют имеющиеся знания о социальных статусах и ролях. Общеучебные – осуществляют поиск нужной информации и в	Проявление интереса к новому учебному материалу; выражение положительного отношения к процессу познания

		данных показателей. 4. Дайте определение коэффициента рентабельности и запишите его формулу. 5. Заполните схему: «Виды издержек фирмы» (с примерами). Что такое общие издержки? 6. Определите значение средних издержек. Запишите их формулы для каждого из видов. 7. Определите зависимость прибыли от количества произведённой продукции и соотношения цены товара и средних издержек, продолжив высказывания.			учебнике; логические – пользуются алгоритмом в работе.	
6 этап Первичное закрепление знаний	Обеспечение осмысленного усвоения и закрепления знаний	Итак, теперь давайте решим несколько заданий, связанных с изученной нами сегодня темой. Первое задание – решить задачу, в которой описана работа трёх цехов: указаны затраты, количество	Учащиеся проводят осмысление ранее изученного, выполняют задания, предложенные педагогом.	-постановка познавательной цели (П); - познавательная инициатива (Р); -построение логической цепи рассуждений (П);	Общеучебные – самостоятельно осуществляют поиск необходимой	Понимают значение знаний для человека и принимают его.

		продаваемой продукции и цена. Рассчитать для каждого цеха выручку, прибыль, рентабельность, решить, какой цех работает эффективнее. Второе задание – это работа с разными видами издержек. Есть шесть названий издержек: общие (постоянные, переменные, общие) и средние (средние постоянные, средние переменные, средние общие). К каждому виду нужно подобрать график и определить зависимость каждого вида от количества выпускаемой продукции. Третье – описание предприятия, эффективность работы которого снижается. Обсуждение рекомендаций. Организует работу по решению практических		-использование знаково-символических средств (П); -планирование учебного сотрудничества (К); -формулирование и аргументация своего мнения и позиции в коммуникации (К); -самостоятельная адекватная оценка правильности результатов действия, внесение необходимых корректив (Р); -адекватное использование речи для планирования и регуляции своей деятельности (К)	информаци и.; логические – осуществля ют поиск существенн ой информаци и (из материалов учебника, по воспроизве дению в памяти). Прогнозиру ют результаты уровня усвоения изучаемого материала.	
--	--	---	--	---	---	--

		заданий для закрепления полученных знаний. Преподаватель обращает внимание, что при выборе ответов нужно обратиться к материалу, пройденному на уроке.				
7 этап Подведение итогов	Обобщение полученных на уроке сведений. Включение их в систему знаний.	Выставляет оценки по итогам работы на уроке, комментирует проведённую деятельность учащихся. Произносит вывод по пройденному материалу, обозначая важность его изучения в рамках курса экономики.	Получают оценки от учителя. Анализируют свою работу на уроке.	-самостоятельная адекватная оценка правильности результатов действия, -переоценка результатов работы (Р).	Осмысливают результаты работы.	Понимают значение знаний для человека и принимают его.
8 этап Рефлексия	Заключение. Совместное осмысление результатов деятельности.	Ребята, наш урок подходит к концу. Подведем итог работы на уроке, ответив на вопросы. – Сегодня я узнал ... – Было интересно ... – Я понял, что ... – Я приобрёл ... – Я научился ... – Мне стоит быть внимательнее с ...	Отвечают на вопросы учителя, дают оценку своей работе на уроке и отмечают ценность изученного материала.	-внутренняя позиция школьника (Л); -самооценка на основе критерия успешности (Л); -рефлексия способов и условий действия (П); -эмпатия (Л); -адекватное понимание причин	Осмысливают результаты работы.	Ценностно-смысловая ориентация .

		– Эти знания пригодятся мне для ...		успеха / неуспеха в учебной деятельности (Л); -контроль и оценка процесса и результатов деятельности (П); -формулирование и аргументация своего мнения (К); -планирование учебного сотрудничества (К)		
9 этап Информация о Д/З	Объяснение содержания домашнего задания	В качестве домашнего задания я предлагаю вам ещё раз изучить §9, а также решить задачу на подсчёт издержек, выручки, прибыли и рентабельности. Благодарю вас за работу и жду на следующем занятии!	Записывают домашнее задание.		Получают возможность научиться отработать пройденный материал самостоятельно.	Проявление интереса к изучаемой теме.

