

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

Кафедра Экономика и бизнес-развития

Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль) Экономическое образование

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**Увеличение доходов организации франчайзинговой сети на примере
пиццерии «Додо Пицца Тольятти»**

Выполнил студент
4 курса группы ЭО-401
очной формы обучения
Константинов Роман
Александрович

(подпись)

Научный руководитель
Державина Дина
Александровна, кандидат
экономических наук, доцент

(подпись)

Допустить к защите:

Заведующий кафедрой

(подпись)

(Ф.И.О.)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Тольятти

2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФРАНЧАЙЗИНГА И ЕГО РОЛЬ В УВЕЛИЧЕНИИ ДОХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ	10
1.1 Понятие франчайзинга и его основные принципы.....	10
1.2 Преимущества и недостатки франчайзинговой модели бизнеса	15
1.3 Основные факторы успеха франчайзинговой сети.....	21
1.4 Доходы и факторы на них влияющие.....	31
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «Тольятти»	34
2.1 Общая характеристика производственно-хозяйственной деятельности организации	34
2.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации	39
2.2.1 Обзор результатов деятельности организации.....	39
2.2.2 Динамика основных экономических показателей	42
2.2.3 Оценка стоимости чистых активов организации.....	45
2.2.4 Анализ финансовой устойчивости организации	46
2.2.5 Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств.....	50
2.2.6 Анализ ликвидности	52
2.2.7 Анализ рентабельности	54
2.2.8 Определение неудовлетворительной структуры баланса	58
2.2.9 Прогноз банкротства	59
2.3 Рекомендации по увеличению доходов организации и расчет экономической эффективности реализуемого мероприятия	62
2.4 Экономическая оценка предложенных мероприятий.....	77
ГЛАВА 3 ИЗУЧЕНИЕ ТЕМЫ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» В РАМКАХ ПРЕПОДАВАНИЯ ОБЩЕСТВОЗНАНИЯ В ШКОЛЕ.....	88
3.1 Анализ изучения темы на уроках обществознания	88
3.2 Разработка внеурочного занятия на тему: «Игра по расчетам франшизы Додо Пицца»	94

ЗАКЛЮЧЕНИЕ	104
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	107
ПРИЛОЖЕНИЯ	112

ВВЕДЕНИЕ

Франчайзинг – это эффективная стратегия развития бизнеса, которая позволяет организации увеличивать свои доходы путем привлечения партнеров для расширения своей сети. В рамках данного исследования рассмотрим пример успешной франчайзинговой сети пиццерий «Додо Пицца» в городе Тольятти. Целью данной работы является изучение экономических и методических аспектов увеличения доходов организации путем развития франчайзинговой сети на конкретном примере.

Пиццерии «Додо Пицца» широко известны своим качественным продуктом и высоким уровнем обслуживания, что способствует их популярности среди потребителей. Развитие франчайзинговой сети позволяет компании увеличивать географию присутствия и расширять аудиторию, что в свою очередь способствует увеличению доходов.

В ходе исследования будут рассмотрены различные аспекты управления франчайзинговой сетью пиццерий, такие как выбор партнеров, обучение персонала, маркетинговая стратегия, финансовое планирование и контроль качества. Анализ экономических показателей позволит выявить основные факторы, влияющие на увеличение доходов организации «Додо Пицца Тольятти».

Методический подход к развитию франчайзинговой сети также будет проанализирован с целью выявления оптимальных стратегий, которые способствуют увеличению эффективности бизнеса и максимизации прибыли компании. Результаты исследования позволят сделать выводы о перспективах увеличения доходов организации путем улучшения франчайзинговой деятельности.

Дополнительно можно провести сравнительный анализ успешных стратегий пиццерий «Додо Пицца» в других городах для выявления наиболее эффективных подходов к увеличению доходов. Также стоит изучить опыт конкурирующих франчайзинговых сетей пиццерий на рынке Тольятти для выявления конкурентных преимуществ и возможных угроз.

Изучение данной темы актуально для бизнеса и исследования в области маркетинга и управления. Понимание экономических и методических аспектов увеличения доходов в рамках франчайзинговой деятельности поможет не только компании «Додо Пицца Тольятти», но и другим организациям, стремящимся расширить свою сеть путем привлечения партнеров.

Систематизация и анализ полученных данных позволят выявить основные стратегии и тактики, которые могут привести к повышению доходов и улучшению финансового положения франчайзинговой сети. Рекомендации, вытекающие из данного исследования, помогут оптимизировать работу организации, увеличить эффективность бизнеса и укрепить позиции на рынке.

Таким образом, изучение экономических и методических аспектов увеличения доходов организации франчайзинговой сети пиццерий «Додо Пицца Тольятти» не только имеет практическое значение для данной компании, но и представляет интерес для широкого круга специалистов, занимающихся развитием бизнеса через франчайзинговые отношения.

Актуальность данной работы заключается в том, что в современных условиях развития экономики Российской Федерации франчайзинговые сети являются широко используемым видом предпринимательских связей и их успешное функционирование затрагивает множество компаний.

Объектом исследования является ООО «Тольятти», являющееся пиццерией Додо пицца.

Предмет исследования является производство-хозяйственная деятельность ООО «Тольятти».

Экономической целью выпускной квалификационной работы является определение путей повышения доходов ООО «Тольятти».

Для достижения данной цели нами были поставлены и комплексно решены следующие задачи:

- 1) изучить понятие и сущность франчайзинга;

- 2) исследовать методические подходы;
- 3) рассмотреть преимущества и недостатки франчайзинговой модели введения бизнеса и основные факторы успеха франчайзинговой сети
- 4) дать общую характеристику ООО «Тольятти».
- и провести анализ технико-экономических показателей;
- 5) разработать мероприятия, которые помогут увеличить доходы ООО «Тольятти».

Педагогической целью выпускной квалификационной работы является углубление знаний и навыков школьников по теме «Предпринимательская деятельность» путем разработки внеурочного занятия.

В работе были сформулированы следующие задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели:

- 1) изучить теоретические аспекты темы «Предпринимательская деятельность» в школьном курсе обществознания;
- 2) рассмотреть понятие, цели, задачи в образовательном процессе
- 3) разработка и проведение внеурочного занятия «Предпринимательская деятельность»

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

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя введение, три главы, заключение, список использованной литературы, приложения.

В первой главе рассмотрены теоретические аспекты франчайзинга, методические подходы к оценке франчайзинговой модели, а также основные факторы успеха франчайзинговой сети.

Вторая глава посвящена общей характеристике ООО «Тольятти», анализу ее основных технико-экономических показателей, а также внедрению

искусственного интеллекта внутри приложения пиццерии и организации мероприятий, способствующих привлечь и закрепить клиентов.

Третья глава посвящена изучению теоретических аспектов изучения темы «Предпринимательская деятельность» в школьном курсе обществознания; разработке и методическому сопровождению внеурочного занятия.

В заключении сформулированы основные выводы о проделанной работе.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФРАНЧАЙЗИНГА И ЕГО РОЛЬ В УВЕЛИЧЕНИИ ДОХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Понятие франчайзинга и его основные принципы

Франчайзинг – это вид коммерческой деятельности, который стал популярным в современном бизнесе благодаря своей эффективности и выгодам для обеих сторон – франчайзера и франчайзи. Этот бизнес-механизм предполагает передачу права на использование различных аспектов успешного бизнеса одной компании (франчайзера) другой компании или предпринимателю (франчайзи) на условиях, оговоренных в договоре [13].

Принципы франчайзинга основаны на сотрудничестве и взаимовыгодном партнерстве между франчайзером и франчайзи. Основным принципом является передача франчайзером права на использование своего бренда, бизнес-модели, технологий, опыта и ноу-хау франчайзи. Франчайзи, в свою очередь, обязуется следовать установленным стандартам и правилам, чтобы использовать предоставленные франчайзером ресурсы в своем бизнесе[9].



Рисунок 1 – Схема организации взаимодействия франчайзера и франчайзи

Важным принципом франчайзинга является финансовая составляющая. Франчайзи обычно обязан выплатить франчайзеру стартовый взнос за право на использование бренда и инфраструктуры, а также регулярные роялти за поддержку и обновление бизнес-модели. За счет этих платежей франчайзер поддерживает свою брендовую ценность и предоставляет франчайзи необходимые инструменты для успешного ведения бизнеса.

Технологическая и маркетинговая поддержка также играют важную роль в системе франчайзинга. Франчайзер обычно предоставляет франчайзи обучение, маркетинговые материалы, корпоративный стиль и другие ресурсы, которые помогают франчайзи достичь успеха в бизнесе. Такая поддержка позволяет снизить риск для франчайзи и обеспечить ему необходимые знания и инструменты для работы [13].

Франчайзинг является эффективной моделью бизнеса, позволяющей компаниям расширять свое присутствие на рынке за счет партнерства с другими предпринимателями. Эта форма бизнеса имеет свои преимущества, такие как возможность масштабирования, минимизация рисков и увеличение рентабельности. Однако, для успешной работы по принципам франчайзинга необходимо тесное сотрудничество и доверительные отношения между франчайзером и франчайзи, а также строгое соблюдение договорных обязательств и стандартов [9].

Еще одним важным принципом франчайзинга является стандартизация бизнес-процессов. Франчайзер разрабатывает детальные стандарты работы, которым должен следовать каждый франчайзи в своем бизнесе. Это позволяет обеспечить единообразие качества продукции или услуг, улучшить узнаваемость бренда и обеспечить надежность для потребителей. Стандартизация также упрощает обучение новых сотрудников и повышает эффективность работы франчайзи.

Еще одним важным аспектом франчайзинга является контроль за соблюдением стандартов. Франчайзер часто осуществляет контроль и поддерживает обратную связь с франчайзи, чтобы удостовериться, что

правила и стандарты соблюдаются. Это помогает поддерживать качество продукции или услуг на высоком уровне и обеспечивать единство стиля и имиджа бренда [9].

Необходимо также отметить значительные преимущества франчайзинга для франчайзи. Во-первых, это минимизация рисков. Франчайзинг позволяет начинающему предпринимателю воспользоваться узнаваемым брендом, проверенной бизнес-моделью и поддержкой франчайзера, что значительно снижает вероятность неудач. Во-вторых, франчайзинг предоставляет доступ к опыту и знаниям успешной компании, что облегчает старт и позволяет быстрее выйти на рентабельность.

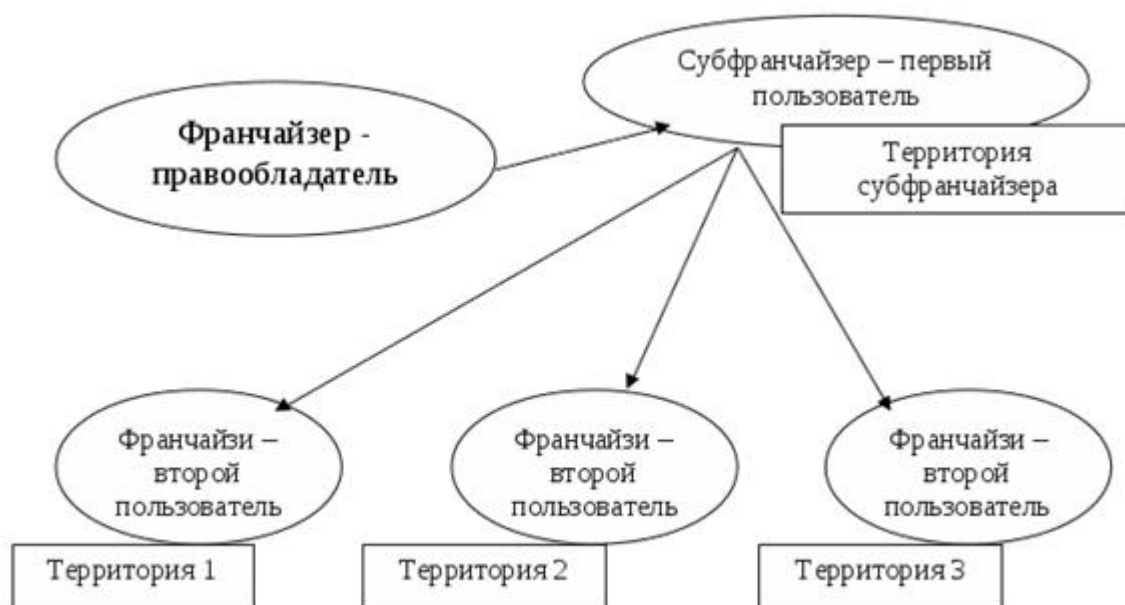


Рисунок 2 – Модель франчайзинга

Перейдем к следующему важному аспекту франчайзинга - маркетинговая стратегия. Одним из ключевых преимуществ франчайзинга является возможность использования уже узнаваемого бренда и успешной маркетинговой стратегии, разработанной франчайзером. Франчайзер обычно предоставляет франчайзи готовые маркетинговые материалы, рекламные кампании и стратегии, что помогает новому бизнесу быстрее завоевать доверие и привлечь клиентов. Таким образом, франчайзинг облегчает задачу продвижения продукции или услуг на рынке благодаря уже установленной репутации бренда [9].

Еще одним важным аспектом франчайзинга является возможность масштабирования бизнеса. Франчайзинг позволяет франчайзеру быстро расширять свою сеть за счет привлечения новых франчайзи, которые будут развивать бизнес на местах. Это помогает увеличивать присутствие бренда на рынке, расширять географию продаж и увеличивать доходы компании. В то же время франчайзи получают возможность воспользоваться проверенным бизнесом и увеличить свою прибыль за счет масштабирования [15].

Важно отметить, что успешный бизнес во многом зависит от взаимодействия между франчайзером и франчайзи. Четкое соблюдение договоренностей, открытость и взаимовыгодное сотрудничество позволяют обеим сторонам добиваться успеха и эффективно развивать бизнес. Поэтому важно выбирать надежных и профессиональных партнеров для сотрудничества в рамках франчайзинга.

В конечном итоге, франчайзинг представляет собой выгодную модель бизнеса, позволяющую как франчайзеру, так и франчайзи добиться успеха и роста. Он основан на принципах партнерства, стандартизации, поддержке и маркетинговой стратегии, которые способствуют эффективному функционированию бизнеса и созданию долгосрочных партнерских отношений. Внимательное соблюдение всех этих аспектов позволит достичь успеха и процветания как франчайзеру, так и франчайзи.

Еще одним важным аспектом успешного франчайзинга является финансовая стабильность и прозрачность. Франчайзер обычно предоставляет франчайзи подробную финансовую информацию о затратах, доходах, инвестициях и прочих финансовых аспектах бизнеса. Это помогает франчайзи оценить свои возможности и принять взвешенное решение о вступлении во франшизу. Также франчайзер может предоставить финансовую поддержку, например, по вопросам финансирования развития бизнеса, обеспечения оборотного капитала или приобретения оборудования [15].

Если у франчайзера уже есть успешные точки продаж, то он может предоставить франчайзи данные о прошлых доходах и затратах, что поможет

оценить потенциальную прибыль и риски нового бизнеса. Таким образом, финансовая прозрачность и поддержка являются важными элементами успешного франчайзинга, которые способствуют устойчивому развитию бизнеса и удовлетворению финансовых потребностей франчайзи[9].

Еще одним важным аспектом франчайзинга является инновационность и адаптивность. Рынок постоянно меняется, и успешные компании должны быть готовы к новым вызовам и трендам. Франчайзеры часто предоставляют франчайзи доступ к новым технологиям, методам продаж, продуктам или услугам, что позволяет им быть конкурентоспособными и эффективно адаптироваться к изменяющимся условиям рынка. Такая инновационность позволяет как франчайзеру, так и франчайзи расширять границы своего бизнеса, привлекать новых клиентов и укреплять свои позиции на рынке.

Еще одним важным аспектом успешного франчайзинга является финансовая стабильность и прозрачность. Франчайзер обычно предоставляет франчайзи подробную финансовую информацию о затратах, доходах, инвестициях и прочих финансовых аспектах бизнеса. Это помогает франчайзи оценить свои возможности и принять взвешенное решение о вступлении во франшизу. Также франчайзер может предоставить финансовую поддержку, например, по вопросам финансирования развития бизнеса, обеспечения оборотного капитала или приобретения оборудования [11].

Если у франчайзера уже есть успешные точки продаж, то он может предоставить франчайзи данные о прошлых доходах и затратах, что поможет оценить потенциальную прибыль и риски нового бизнеса. Таким образом, финансовая прозрачность и поддержка являются важными элементами успешного франчайзинга, которые способствуют устойчивому развитию бизнеса и удовлетворению финансовых потребностей франчайзи.

Еще одним важным аспектом франчайзинга является инновационность и адаптивность. Рынок постоянно меняется, и успешные компании должны быть готовы к новым вызовам и трендам. Франчайзеры часто предоставляют франчайзи доступ к новым технологиям, методам продаж, продуктам или

услугам, что позволяет им быть конкурентоспособными и эффективно адаптироваться к изменяющимся условиям рынка. Такая инновационность позволяет как франчайзеру, так и франчайзи расширять границы своего бизнеса, привлекать новых клиентов и укреплять свои позиции на рынке [22].

Итак, франчайзинг прежде всего основан на партнерстве, взаимовыгодных отношениях и совместном развитии бизнеса. Соблюдение всех вышеперечисленных аспектов - партнерства, стандартов качества, обучения и поддержки, маркетинга, финансовой стабильности и инноваций - поможет обеим сторонам получить успех и процветание в рамках франчайзинговой сети.

1.2 Преимущества и недостатки франчайзинговой модели бизнеса

Франчайзинг – это форма бизнеса, при которой одна компания (франчайзер) передает другой компании (франчайзи) право на использование своего бренда, товаров, технологий и бизнес-модели в обмен на определенные платежи и соблюдение установленных стандартов. Эта модель бизнеса имеет как преимущества, так и недостатки [22].

Преимущества.

Одним из основных преимуществ франчайзинга является быстрая расширяемость бизнеса. Благодаря тому, что франчайзи самостоятельно финансируют открытие и развитие новых точек продаж, франчайзеру не требуется большие капиталовложения для расширения сети. Это позволяет быстро увеличивать точки продаж и проникать на новые рынки.

Еще одним преимуществом франчайзинга является снижение операционных затрат за счет масштабирования бизнеса. За счет общих закупок товаров и материалов, проведения маркетинговых кампаний для всей сети и других действий, франчайзинговая сеть может получать существенные экономии на операционных расходах, что способствует увеличению прибыльности.

Кроме того, франчайзинг позволяет франчайзеру быстрее проникать на местный рынок за счет знания местных особенностей и потребностей франчайзи. Франчайзер получает доступ к местным ресурсам, связям и опыту, что существенно упрощает вхождение на новый рынок [23].

Еще одним значимым преимуществом франчайзинга является возможность использовать уже проверенную и успешную бизнес-модель. Франчайзер передает франчайзи свой опыт, ноу-хау и лучшие практики, что помогает новому предпринимателю избежать стандартных ошибок, сделать правильные решения и быстрее достичь успеха.

Другим важным аспектом франчайзинга является поддержка франчайзера. Обычно франчайзер предоставляет обучение, консультации, маркетинговую поддержку, доступ к поставщикам и другие услуги, которые помогают франчайзи успешно развивать свой бизнес. Это снижает риски для нового предпринимателя и увеличивает шансы на успех [28].

Однако стоит отметить, что франчайзинг не подходит для всех типов бизнеса. Некоторым компаниям может быть сложно адаптировать свою деятельность под формат франчайзинга, особенно если требуется высокий уровень индивидуализации услуг или продукции. Также важно учитывать, что успешность франчайзинга зависит от качества выбора франчайзи, и неправильный выбор партнера может негативно сказаться на репутации всей сети.

Еще одним важным преимуществом франчайзинга является доступ к технологическим инновациям и обновлениям. Франчайзер часто инвестирует в разработку новых технологий и методов работы, которые затем передаются франчайзи. Это позволяет сохранять конкурентное преимущество и быть на шаг впереди других участников рынка.

Еще одним важным преимуществом франчайзинга является сокращение времени и затрат на запуск бизнеса. Франчайзер предоставляет франчайзи готовый бизнес-план, помогает с выбором и оборудованием помещения, а также предоставляет необходимую документацию и

инструкции. Это позволяет новому предпринимателю быстрее начать работу и сэкономить время на разработке всех бизнес-процессов с нуля.

Еще одним преимуществом франчайзинга является возможность использовать синергию сети. Франчайзи получают доступ к общим ресурсам, опыту и знаниям других участников сети, что способствует обмену опытом и внедрению лучших практик. Это создает благоприятную среду для взаимного сотрудничества и роста бизнеса [28].

Еще одним важным преимуществом франчайзинга является сокращение времени и затрат на запуск бизнеса. Франчайзер предоставляет франчайзи готовый бизнес-план, помогает с выбором и оборудованием помещения, а также предоставляет необходимую документацию и инструкции. Это позволяет новому предпринимателю быстрее начать работу и сэкономить время на разработке всех бизнес-процессов с нуля.

Еще одним преимуществом франчайзинга является возможность использовать уже наработанные бизнес-процессы и систему управления. Франчайзер предоставляет франчайзи информацию о том, как эффективно управлять бизнесом, как запускать маркетинговые кампании, как обеспечивать качество обслуживания клиентов и другие важные аспекты. Это существенно сокращает время и усилия, необходимые для создания успешного бизнеса с нуля [27].

Недостатки.

Хотя франчайзинговая модель бизнеса имеет много преимуществ, есть и некоторые потенциальные недостатки, которые стоит учитывать при принятии решения о вступлении в франчайзинг:

1. Зависимость от франчайзера: Франчайзи обычно должны следовать установленным франчайзером стандартам и процедурам, что может снизить степень контроля над бизнесом.

2. Риски из-за действий других франчайзи: Негативные действия или проблемы, связанные с другими франчайзи в сети, могут повлиять на репутацию вашего бизнеса.

3. Расходы на вступление: Вступление в франчайзинг обычно требует значительных инвестиций, включая плату за право использования бренда, оборудование, рекламу и другие начальные расходы.

Важно учитывать, что франчайзинг требует значительных вложений средств на вход и регулярные выплаты франчайзеру. Этот финансовый барьер может быть недоступен для многих предпринимателей, особенно для стартапов и малых бизнесов.

4. Ограничения в управлении: Франчайзинговая модель может ограничивать возможности для творчества и самостоятельных бизнес-решений, поскольку франчайзер устанавливает определенные стандарты, которым необходимо следовать.

5. Риск неуспеха франчайзера: Если франчайзер столкнется с финансовыми проблемами или проблемами в своем бизнесе, это может повлиять на успех бизнеса франчайзи.

6. Конфликты интересов: Возможны разногласия между франчайзером и франчайзи относительно стратегических решений, маркетинговых кампаний и других важных аспектов бизнеса.

7. Ограниченные возможности для изменений: Франчайзер может иметь жесткие правила и стандарты, которые могут затруднить внедрение индивидуальных изменений или улучшений в бизнес-процессы франчайзи.

8. Риски утраты контроля над брендом: Несоблюдение стандартов качества и обслуживания с момента со стороны франчайзи может привести к ухудшению репутации всей сети и потере доверия со стороны клиентов.

9. Высокие комиссионные платежи: Франчайзер может взимать существенные комиссии за использование бренда, обучение и обслуживание, что может снизить прибыльность бизнеса франчайзи.

10. Ограниченные возможности для выхода из франчайзинга: Некоторые франчайзеры устанавливают жесткие условия для выхода из франчайзингового контракта, что может создать сложности для франчайзи в случае нежелания продолжать сотрудничество [15].

11. Необходимость строжайшего соблюдения стандартов: Для успешной работы в рамках франчайзинга необходимо строго соблюдать все стандарты и требования франчайзера, что может потребовать значительных усилий и ресурсов.

12. Среди недостатков франчайзинга можно выделить ограничения в свободе управления и принятии решений. Франчайзер устанавливает определенные стандарты и правила, которые франчайзи должны соблюдать, что может ограничивать творческий потенциал и самостоятельное принятие решений.

13. Также франчайзинг требует деления прибыли с франчайзи и выплаты роялти, что снижает чистую прибыль для франчайзера.

В целом, франчайзинговая модель бизнеса имеет свои преимущества и недостатки, и принятие решения о ее использовании должно быть обоснованным и основываться на конкретных целях и возможностях бизнеса. Подходящая франчайзинговая система способна существенно ускорить развитие компании и повысить ее конкурентоспособность, но требует внимательного анализа и выбора правильного партнера [29].

Если рассматривать дополнительные аспекты франчайзинга, то стоит обратить внимание на такие важные моменты, как поддержка и обучение со стороны франчайзера. Хороший франчайзер предоставляет своим франчайзи обширную поддержку в виде обучения, маркетинговой поддержки, консультаций по управлению и операционной деятельности. Это помогает франчайзи успешно запустить и развивать свой бизнес, а также повышает шансы на успех [29].

Еще одним важным фактором в франчайзинге является узнаваемость бренда. Вступая во франшизу уже узнаваемого и успешного бренда, франчайзи получает преимущество в виде готовой клиентской базы, позитивного имиджа и установленной репутации. Это упрощает привлечение клиентов и способствует быстрому развитию бизнеса.

Следует также отметить, что франчайзинг может быть эффективной стратегией для расширения бизнеса как на региональном, так и на международном уровне. Благодаря франчайзингу компании могут быстро увеличивать свое присутствие на рынке и расширяться за счет ресурсов и усилий франчайзи[13].



Рисунок 3 – Основные разделы договора

Важным аспектом франчайзинга является также степень контроля со стороны франчайзера. Франчайзер предоставляет франчайзи доступ к своим брендам, процессам и стандартам, но при этом сохраняет определенную степень контроля над бизнесом. Это помогает поддерживать единообразие и качество продукции или услуг по всей сети франчайзи.

Кроме того, франчайзинг может быть более безопасным способом ведения бизнеса, по сравнению с открытием собственного стартапа. Получая поддержку франчайзера, франчайзи уменьшают риски неудачного бизнеса, так как оперируют проверенными и успешными методами работы [12].

Для франчайзи также важно отметить, что франчайзинг обычно предоставляет доступ к закупочной силе и позволяет экономить на себестоимости товаров или услуг. Франчайзер, благодаря объемам закупок по всей сети, может предложить более выгодные условия поставки материалов или товаров, что в свою очередь позволяет франчайзи снизить свои расходы и увеличить прибыль [18].

Таким образом, франчайзинг представляет собой эффективную модель бизнеса, которая обладает целым рядом преимуществ для вовлеченных сторон. Понимание основных принципов и особенностей франчайзинга помогает предпринимателям успешно развивать свой бизнес и достигать поставленных целей.

1.3 Основные факторы успеха франчайзинговой сети

Франчайзинговая система является одним из наиболее распространенных способов распространения бизнеса и может быть успешной, если соблюдены определенные факторы. Вот основные факторы успеха франчайзинговой сети:

1. **Качественный продукт или услуга:** Франчайзинговая сеть должна предлагать качественный и востребованный продукт или услугу, чтобы привлекать клиентов.

Успех франчайзинговой сети во многом зависит от выбора подходящих партнеров – франчайзи. Франчайзер должен проводить тщательный отбор кандидатов, учитывая их профессиональные навыки, опыт, финансовую состоятельность и предпринимательские качества. Качественная предварительная проверка позволит избежать потенциальных проблем и обеспечить успешное развитие бизнеса [21].

2. **Хорошо разработанная бизнес-модель:** Франчайзинговая система должна иметь четкие инструкции и стандартизированные процессы для всех франчайзи, чтобы обеспечить единообразие в предоставлении продукта или услуги.

Хорошо разработанная бизнес-модель в рамках франчайзинговой системы предполагает наличие четких инструкций, стандартизированных процессов и документов, которые помогают обеспечить единообразие в предоставлении продукта или услуги во всех точках сети. Это позволяет создать узнаваемый бренд, обеспечить высокий уровень качества обслуживания и продукции, а также эффективно управлять бизнесом на всех уровнях [27].

Четкие инструкции и стандартизированные процессы помогают новым франчайзи быстрее обучаться и запускать свой бизнес, а текущим франчайзи – соблюдать установленные стандарты и работать эффективнее. При этом бизнес-модель должна быть гибкой и адаптируемой к изменяющимся рыночным условиям, чтобы франчайзинговая сеть могла успешно развиваться и приспосабливаться к новым требованиям и вызовам [28].

Таким образом, хорошо разработанная бизнес-модель в франчайзинге играет важную роль в обеспечении единообразия деятельности всех участников сети, повышении степени удовлетворенности клиентов, увеличении прибыли и укреплении позиций бренда на рынке.

3. Поддержка франчайзи: Франчайзер должен обеспечивать своим франчайзи необходимой поддержкой, обучением, маркетинговой поддержкой и операционным сопровождением.

Франчайзер должен обеспечить качественное обучение новых владельцев франшизы, чтобы они были вооружены необходимыми знаниями и навыками для успешного управления бизнесом. Обучение может включать в себя знакомство с бизнес-процессами, стандартами обслуживания, маркетинговыми стратегиями, финансовым управлением и другими аспектами работы в рамках франшизы [18].

Помимо обучения, франчайзер должен предоставлять постоянную поддержку франчайзи на протяжении всего срока действия договора. Это может включать в себя консультации по управлению бизнесом, обновление бизнес-процессов, информационную поддержку, доступ к экспертам в

различных областях и другие виды помощи. Такая поддержка поможет франчайзи преодолевать трудности, развиваться и обеспечивать стабильный рост своего бизнеса.

Сотрудничество и открытая коммуникация между франчайзером и франчайзи также играют важную роль в успешном развитии франчайзинговой сети. Взаимодействие и обмен опытом позволяют учитывать потребности и мнения обеих сторон, что способствует построению доверительных отношений и эффективному управлению бизнесом [18].

Итак, обучение, поддержка и сотрудничество между франчайзером и франчайзи – важные компоненты успешного франчайзинга, способствующие развитию бизнеса, укреплению бренда и достижению общих целей.

4. Эффективное управление: Управление франчайзинговой сетью должно быть компетентным, профессиональным и ориентированным на достижение общих целей.

5. Маркетинг и реклама: Франчайзер должен продвигать бренд и поддерживать маркетинговые кампании для привлечения клиентов к франчайзинговой сети [20].

Важным аспектом успешного франчайзинга является поддержка маркетинга. Франчайзер должен предоставить франчайзи доступ к эффективным маркетинговым стратегиям, инструментам и материалам для продвижения бренда на рынке. Сильный бренд, правильно настроенная реклама, узнаваемый логотип и единая стильная концепция помогут привлечь клиентов, укрепить позиции на рынке и повысить прибыльность бизнеса [20].

Франчайзер может предлагать франчайзи готовые маркетинговые планы, рекламные кампании, шаблоны рекламных материалов, обучающие программы по продвижению бренда в социальных сетях и другие маркетинговые ресурсы. Также важно обеспечить согласованность маркетинговых кампаний между всеми франчайзи для создания единого восприятия бренда среди потребителей [20].

Франчайзи, в свою очередь, должны активно использовать предоставленные маркетинговые инструменты и стратегии для продвижения своего бизнеса. Важно адаптировать общие маркетинговые концепции под местные особенности и потребности целевой аудитории, чтобы добиться наилучших результатов в продвижении товаров или услуг.

Таким образом, совместные усилия франчайзера и франчайзи в области маркетинга могут способствовать привлечению новых клиентов, увеличению узнаваемости бренда и расширению аудитории, что в итоге приведет к увеличению прибыли и успеху всей франчайзинговой сети.

6. Контроль качества: Важно уделять особое внимание контролю качества продукции или услуги, чтобы обеспечить единообразие стандартов по всей сети.

Франчайзер должен разработать четкие стандарты и процедуры, которым должны следовать все франчайзи, чтобы обеспечить единообразие качества продукции или услуг, обслуживания клиентов и управления бизнесом. Стандартизация позволяет создать узнаваемый бренд, обеспечить единое клиентское обслуживание и облегчить управление сетью франчайзи.

Одним из способов обеспечения стандартизации процессов является разработка документации и руководств для франчайзи, которые содержат подробные инструкции по всем аспектам ведения бизнеса. Это может включать в себя описания процедур приема и обслуживания клиентов, менеджмента персонала, бухгалтерии, закупок товаров и многие другие операционные процессы [17].

Осуществление строгого контроля соответствия стандартам и регулярное обновление процедур помогут поддерживать высокие стандарты качества и эффективности в работе всех франчайзи. Такой подход способствует созданию единого облика сети, установлению доверительных отношений с клиентами и повышению конкурентоспособности на рынке [17].

Таким образом, стандартизация процессов играет важную роль в успешном развитии франчайзинговой сети, обеспечивая единообразие, качество и эффективность в работе всех ее участников.

7. Гибкость и адаптивность: Система франчайзинга должна быть гибкой и способной адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям и потребностям клиентов.

Гибкость и адаптивность являются ключевыми аспектами успешной франчайзинговой системы. В современном бизнесе рыночная конкуренция постоянно меняется, потребности клиентов эволюционируют, а внешние факторы могут оказывать влияние на бизнес-процессы. Поэтому важно, чтобы франчайзер и франчайзи были готовы к быстрым изменениям и были способны быстро реагировать на них [24].

Гибкость франчайзинговой системы позволяет адаптировать бизнес-модель, стандарты и процессы к изменяющимся условиям рынка, а также к особенностям локальных рынков, на которых действует каждый франчайзи. Например, изменения в потребностях и вкусах потребителей могут потребовать изменения в продукции или сервисе, а изменения законодательства или экономической обстановки могут потребовать корректировок в стратегии бизнеса [24].

Адаптивность франчайзинговой системы позволяет ей быть успешной на разных этапах развития бизнеса, в различных регионах или странах, а также в условиях переменной экономической ситуации. Кроме того, способность к адаптации помогает франчайзеру и франчайзи эффективно конкурировать на рынке, быстро внедрять новые идеи и инновации, привлекать и удерживать клиентов, развивать бренд и повышать прибыльность бизнеса.

Таким образом, гибкость и адаптивность являются важными принципами управления франчайзинговой сетью, которые позволяют ей успешно функционировать в меняющихся условиях и достигать высоких результатов в долгосрочной перспективе.

8. Система обратной связи и обучение: Важно, чтобы франчайзер предоставлял механизмы обратной связи и обучение для своих франчайзи. Это поможет улучшить процессы, исправить ошибки и обеспечить постоянное обучение персонала [23].

Аспектом успешного франчайзинга является обучение и поддержка франчайзи. Франчайзер должен обеспечить высококачественное обучение новых партнеров по всем аспектам ведения бизнеса: от операционных процессов и стандартов обслуживания до маркетинга и финансового управления. Регулярное обновление обучающих программ и консультационная поддержка помогут франчайзи успешно запуститься и развивать свой бизнес [21].

9. Финансовая прозрачность: Для успешного функционирования франчайзинговой сети необходимо, чтобы финансовые отчеты были прозрачными и доступными для всех участников. Это позволит франчайзи понимать свою прибыльность и эффективно управлять своим бизнесом.

10. Установленные стандарты качества: Франчайзинговая сеть должна иметь четко определенные стандарты качества, которые должны соблюдаться всеми франчайзи. Это поможет создать единообразие в обслуживании клиентов и укрепить бренд.

11. Развитие лояльности клиентов: Постоянное внимание к удовлетворенности клиентов и их лояльности поможет удерживать постоянную клиентуру и привлекать новых.

Продуктивный и эффективный бизнес франчайзинга не может обойтись без развития лояльности клиентов. Удовлетворенные и постоянные клиенты являются ценным активом для каждой франчайзинговой сети, так как они способствуют устойчивому среднему доходу, обеспечивают высокие уровни повторных продаж и рекомендаций новым клиентам [28].

Для развития лояльности клиентов в рамках франчайзинговой сети необходимо уделять особое внимание качеству обслуживания, соответствию ожиданиям клиентов, удовлетворенности полученными продуктами или

услугами, создавать уникальный опыт взаимодействия с брендом. Важно, чтобы каждая точка франчайзинговой сети следовала установленным стандартам качества и обслуживания, чтобы клиенты могли ощутить единообразие в предоставляемых услугах [30].

Программы лояльности, скидки, бонусные акции и специальные предложения также помогают привлечь внимание клиентов, удержать их и поощрить к повторным покупкам. Регулярное общение с клиентами через различные каналы коммуникации, получение обратной связи и оперативное реагирование на замечания или претензии также способствуют укреплению связи между брендом и клиентами[30].

Постоянное изучение потребностей и предпочтений клиентов, анализ рыночной ситуации и внимание к их обратной связи позволяют франчайзеру и франчайзи создавать ценные и востребованные продукты или услуги, что способствует укреплению и развитию лояльности клиентов.

Таким образом, развитие лояльности клиентов играет важную роль в успешном функционировании франчайзинговой сети, помогая привлекать новых клиентов, удерживать постоянную клиентуру и обеспечивать устойчивый рост бизнеса.

12. Анализ рынка и конкурентов: Важно постоянно отслеживать изменения на рынке и действия конкурентов, чтобы оперативно реагировать и принимать стратегические решения для развития бизнеса [21].

Анализ рынка и конкурентов - важная часть успешной стратегии управления франчайзинговым бизнесом. Понимание текущей ситуации на рынке позволяет франчайзеру и франчайзи принимать обоснованные решения, выстраивать эффективные маркетинговые стратегии и адаптировать свои продукты или услуги под актуальные требования потребителей.

При анализе рынка необходимо изучать тенденции развития отрасли, спрос на продукты или услуги, поведение потребителей, а также оценивать возможные угрозы и возможности для своего бизнеса. Информация о конкурентах, их сильных и слабых сторонах, используемых ими стратегиях и

тактиках поможет определить свои конкурентные преимущества и найти пути для увеличения доли на рынке [21].

Эффективный анализ рынка и конкурентов также позволяет выявить новые тренды, идеи для развития продуктового портфеля, оптимизировать ценообразование, сегментировать аудиторию и адаптировать маркетинговые кампании под конкретные потребности клиентов.

Оперативное реагирование на изменения внешней среды и действия конкурентов способствует укреплению позиций на рынке, повышению конкурентоспособности и обеспечивает долгосрочное успешное развитие франчайзинговой системы. Поэтому постоянный мониторинг и анализ рынка и конкурентов - ключевые факторы для эффективного управления франчайзинговым бизнесом [33].

13. Еще одним важным аспектом успеха франчайзинговой сети является эффективное управление рисками. В современном бизнесе существует множество факторов, способных повлиять на стабильность и прибыльность франчайзингового бизнеса. Поэтому франчайзеры и франчайзи должны совместно разрабатывать стратегии управления рисками, чтобы минимизировать негативные последствия возможных угроз.

14. Также стоит отметить важность построения долгосрочных отношений с франчайзи. Взаимное доверие, поддержка и понимание партнеров способствуют долгосрочному успеху бизнеса. Франчайзеры должны регулярно обмениваться опытом, проводить тренинги и консультации для франчайзи, чтобы помочь им развивать свои бизнесы.

15. Еще одним ключевым фактором успеха франчайзинговой сети является инновационное мышление. Быстрые изменения в технологиях, требованиях рынка и потребностях клиентов требуют постоянного стремления к усовершенствованию и внедрению новых идей. Франчайзеры и франчайзи должны быть готовы к изменениям и готовы адаптироваться к новым условиям [28].

Не стоит забывать о необходимости постоянного развития и инноваций. Быстрые изменения в бизнес-среде требуют постоянного обновления продукции, услуг и бизнес-процессов, что поможет франчайзинговой сети оставаться конкурентоспособной и успешной на рынке

16. Другим важным фактором успеха франчайзинговой сети является построение доверительных отношений между франчайзером и франчайзи. Прозрачность, честность и открытость в общении помогают создать благоприятную атмосферу сотрудничества и способствуют эффективной работе всей сети [11].

Очень важно формировать партнерские отношения между франчайзером и франчайзи на основе взаимного уважения и доверия. Открытый диалог, обмен опытом, взаимопонимание и поддержка в трудных ситуациях способствуют укреплению отношений и совместному достижению поставленных целей.

17. Также важно учитывать конкурентные преимущества франчайзинговой сети, такие как удобное расположение франчайзи, лояльные цены, высокое качество обслуживания и т.д. Понимание и использование этих преимуществ помогут привлечь больше клиентов и повысить прибыльность бизнеса [13].

18. Еще одним важным фактором является маркетинговая стратегия франчайзинговой сети. Франчайзер должен разрабатывать эффективные и инновационные маркетинговые концепции, которые помогут привлекать клиентов, повышать узнаваемость бренда и увеличивать продажи. Кроме того, важно проводить регулярные маркетинговые исследования для анализа потребностей рынка, конкурентов и тенденций потребительского поведения.

19. Также необходимо уделять внимание и поддержку развитию технологий внутри франчайзинговой сети. Цифровизация и автоматизация процессов позволяют снизить издержки, повысить эффективность работы и улучшить обслуживание клиентов. Поэтому франчайзеры должны инвестировать в развитие информационных технологий и обеспечивать

франчайзи доступом к современным системам управления, отчетности и маркетинговым инструментам.

20. Наконец, важным аспектом успеха франчайзинговой сети является поддержание единого корпоративного стиля и стандартов во всех точках франчайзинга. Это помогает сформировать единый образ бренда, обеспечить единообразное качество услуг и продукции, а также повысить узнаваемость компании среди потребителей [9].

21. Еще один важный аспект успешного франчайзинга – финансовое управление. Франчайзинг требует строгого контроля над финансами как со стороны франчайзера, так и со стороны франчайзи. Франчайзер должен предоставлять прозрачные финансовые отчеты и устанавливать четкие стандарты ведения бухгалтерии для франчайзи. Также важно устанавливать адекватные условия оплаты роялти и других сборов, чтобы не обременять франчайзи дополнительными финансовыми бременами.

С другой стороны, франчайзи должны эффективно управлять своими финансами, стремясь к рентабельности и устойчивому росту бизнеса. Они должны внимательно следить за финансовыми показателями, разрабатывать бюджеты, контролировать затраты и активно работать над увеличением прибыли. Важно также иметь финансовое планирование на будущее, чтобы успешно развивать свой бизнес и достигать поставленных целей [9].

Итак, финансовое управление играет ключевую роль в успехе франчайзингового бизнеса. Тщательное планирование, контроль затрат, анализ финансовых данных и соблюдение финансовых нормативов помогут обеим сторонам – франчайзеру и франчайзи, добиться финансовой стабильности и процветания своих предприятий.

Все эти аспекты взаимосвязаны и важны для обеспечения успешного развития франчайзинговой сети. Поэтому франчайзеры и франчайзи должны работать вместе, учитывать все ключевые аспекты и постоянно совершенствовать свой бизнес для достижения общих целей и успеха.

Таким образом, успешный франчайзинг требует внимания к множеству аспектов: от разработки стратегии и маркетинга до обучения франчайзи и поддержки партнерских отношений. Взаимодействуя по всем указанным направлениям, франчайзеры и франчайзи смогут построить процветающий и долговременный бизнес.

1.4 Доходы и факторы на них влияющие

Доходы - это сумма денег или стоимость товаров и услуг, которые поступают к человеку, предприятию или государству за определенный период времени. Доходы могут быть получены от различных источников, таких как заработная плата, проценты по вкладам, дивиденды, арендные платежи, продажа товаров или услуг, капитальные выгоды и т. д.

Доходы играют важную роль в жизни людей и экономике в целом, поскольку определяют уровень благосостояния и способность индивида удовлетворять свои потребности. Также доходы служат основой для оплаты налогов, инвестиций, сбережений и различных расходов. Важно иметь понимание о том, как формируются и распределяются доходы, чтобы эффективно управлять финансами и достигать своих финансовых целей[34].

Давайте рассмотрим основные факторы, влияющие на доходы:

1.Спрос и предложение на рынке труда: уровень оплаты труда напрямую зависит от спроса на определенные специалисты или работников. Если спрос на определенную профессию высок, то их заработная плата возрастает [35].

2.Уровень образования и навыки работников: люди с высшим образованием или специализированными навыками обычно получают более высокие доходы, чем те, у кого их нет. Обучение и повышение квалификации могут способствовать увеличению доходов.

3.Инфляция и курс валюты: уровень инфляции может влиять на покупательскую способность доходов. Кроме того, курс валюты также может

оказывать влияние на доходы в случае, если часть заработка получается в другой валюте.

4.Налоговая политика государства: размер налогов и их структура непосредственно влияют на величину доходов. Налоги могут значительно сокращать чистый доход, оставшийся у человека после уплаты налогов.

5.Экономическая конъюнктура: общее состояние экономики, уровень безработицы, инвестиции и другие факторы могут оказывать влияние на уровень доходов. В периоды экономического подъема доходы часто растут, а в периоды спада – наоборот [36].

6.Технологический прогресс: развитие современных технологий и автоматизация производства также оказывают влияние на уровень доходов. Некоторые профессии или отрасли могут терять рабочие места из-за автоматизации, в то время как другие могут требовать новых навыков и специализации.

7.Демографические факторы: структура населения, возрастные группы, уровень рождаемости и миграция также могут повлиять на доходы. Например, старение населения может привести к уменьшению числа работоспособного населения и повышению доходов в сфере ухода за пожилыми людьми [36].

8.Географические факторы: местоположение часто оказывает влияние на уровень доходов. Например, доходы могут отличаться в зависимости от региона или страны из-за разницы в ценовом уровне, уровне развития инфраструктуры и доступности рабочих мест.

9.Социальные и культурные факторы: образ жизни, ценности, культурные особенности и социальные неравенства также могут влиять на доходы. Например, в некоторых обществах существует дискриминация по различным признакам, что может сказываться на уровне заработной платы.

Изучая и учитывая все эти факторы, можно сделать вывод о том, что доходы являются сложным и многогранным понятием, которое зависит от множества различных влияющих факторов. Понимание этих факторов

позволяет лучше прогнозировать и управлять финансами, а также принимать обоснованные решения по повышению уровня доходов.

Можно сделать вывод о том, что франчайзинг – это эффективная модель бизнеса, которая позволяет предпринимателям с минимальными затратами использовать уже проверенный и успешный бренд, концепцию и бизнес-модель. Однако стоит помнить, что франчайзинг имеет как свои преимущества, так и недостатки.

Среди преимуществ можно выделить возможность быстрого старта бизнеса, поддержку франчайзера, обучение персонала, маркетинговую поддержку, а также возможность построить успешный бизнес на основе проверенной концепции.

С другой стороны, недостатки франчайзинга могут включать ограничения в управлении бизнесом, зависимость от франчайзера, расходы на вступление во франчайзинг и высокие комиссионные платежи, а также строгие стандарты и требования франчайзера.

Однако важно помнить о рисках и недостатках франчайзинга, таких как ограничения в управлении бизнесом, зависимость от франчайзера, комиссионные платежи, а также возможные конфликты интересов. Поэтому перед принятием решения о вступлении в франчайзинг необходимо тщательно изучить условия сотрудничества, оценить свои возможности и цели, а также подготовиться к работе в рамках определенных стандартов и требований.

Оптимальное решение о присоединении к франчайзингу должно основываться на анализе технических, финансовых, юридических и организационных аспектов этой модели бизнеса, чтобы обеспечить успешное и взаимовыгодное сотрудничество между франчайзером и франчайзи.

ГЛАВА 2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «Тольятти»

2.1 Общая характеристика производственно-хозяйственной деятельности организации

Ознакомление с историей создания предприятия, его учредительными документами и материалами по перспективам развития; миссия и главные цели деятельности предприятия.

Согласно данным ЕГРЮЛ, компания ООО «ТОЛЬЯТТИ» — или ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ТОЛЬЯТТИ» — зарегистрирована 19 августа 2015 года по адресу 443099, Самарская область, г. Самара, ул. Алексея Толстого, д. 122, кв. 27. Налоговый орган — межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №24 по Самарской области.

Реквизиты юридического лица — ОГРН 1156313044623, ИНН 6317108332, КПП 631701001. Регистрационный номер в ПФР — 077008106500, регистрационный номер в ФСС — 630702325163071. Организационно-правовой формой является «Общества с ограниченной ответственностью», а формой собственности — «Частная собственность». Уставный капитал составляет 10 тыс. руб.

Основным видом деятельности компании ООО «ТОЛЬЯТТИ» является «Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания». Компания также зарегистрирована в таких категориях ОКВЭД как «Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения», «Деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания», «Транспортная обработка грузов», «Производство кровельных работ», «Производство прочих отделочных и завершающих работ» и других.

Директор — Кутдусова Василя Ришатовна. Учредитель — Троян Мария Петровна. В 2024 году среднесписочная численность работников ООО «ТОЛЬЯТТИ» составила 83 человека.

Задание 2. Изучить структуру и систему управления предприятия, основные функции производственных, экономических и управленческих подразделений предприятия, должностные обязанности сотрудников подразделений (на местах проведения практики).

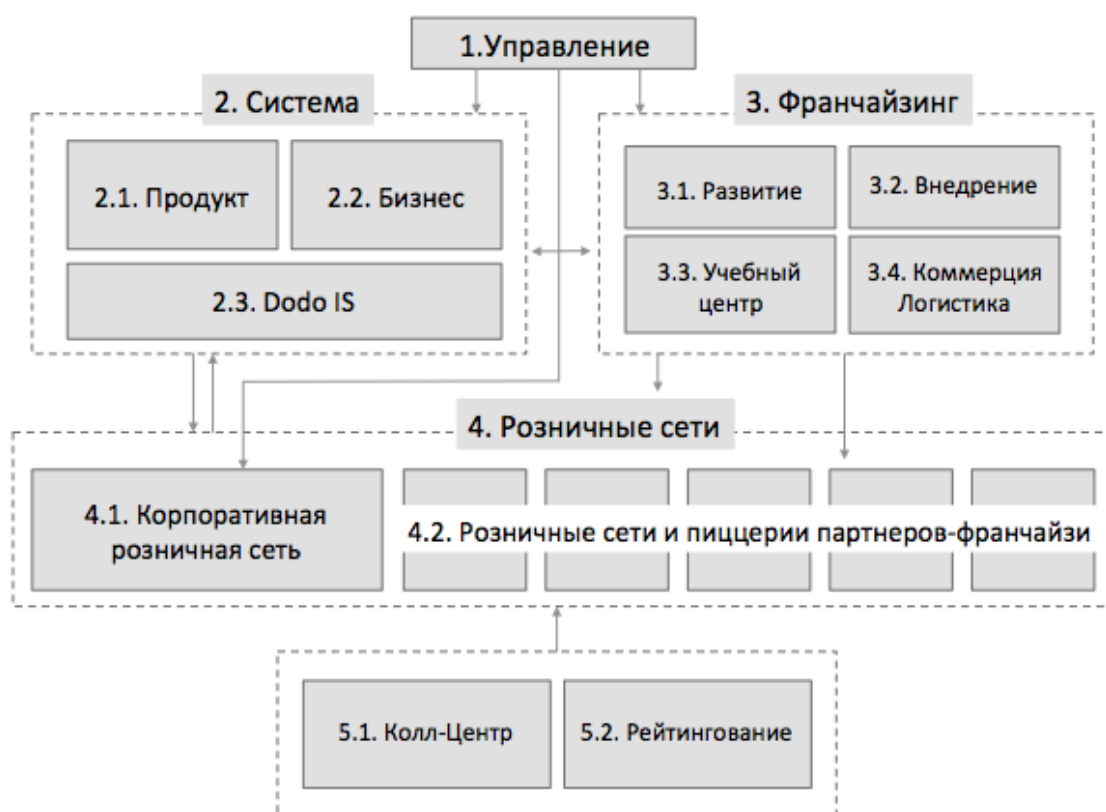


Рисунок 4 — Структура и система управления предприятия

1. Управление — общее управление Компанией, формирование стратегии, управление финансами — распределение ресурсов.

2. Система — создание Продукта и Бизнес-системы.

2.1. Продукт — создание Продукта, который мы предлагаем Клиентам на розничном рынке. Наш Продукт это взаимосвязанный комплекс, состоящий из бренда, формата — сервиса, продуктовой линейки, которую позволяет эффективно произвести наша производственная система, дизайна — интерьеров — атмосферы.

2.2. Бизнес — создание и развитие системы менеджмента, позволяющей производить качественный Продукт для Клиентов и генерировать прибыль.

2.3. Dodo IS — создание и поддержка Dodo IS, собственной информационной системы, позволяющей добиваться более стабильного качества Продукта и большей эффективности Бизнеса.

3. Франчайзинг — создание, развитие и поддержка бизнеса Партнеров, создающих Продукт.

3.1. Развитие — продажа франшизы, запуск бизнеса Партнеров, содействие Партнерам в развитии и привлечении инвестиций.

3.2. Внедрение — внедрение и контроль выполнения стандартов в розничных компаниях.

3.3. Учебный центр — обучение управленцев розничных компаний.

3.4. Коммерция и логистика — создание сетевой системы закупок и поставок.

4. Розничные сети — производство и продажа Продукта.

4.1. Корпоративная розничная сеть — пиццерии, принадлежащие нашей Компании. Это площадка для экспериментов и тестирования новых технологий. Место, где мы напрямую контактируем с розничными Клиентами. Кузница кадров и источник корпоративной культуры.

5. Контроллинг — объективный контроль качества Продукта, который производят розничные компании. Контроллинг напрямую подчиняется Управлению, чтобы исключить возможность влияния на оценку качества со стороны розничных компаний.

5.1. Колл-центр — прием заказов и обратной связи от Клиентов.

5.2. Рейтингование — составление Рейтинга Качества на основании проверок “тайных покупателей”, опросов колл-центра, проверок экспертов, анализа метрик информационной системы Dodo IS.

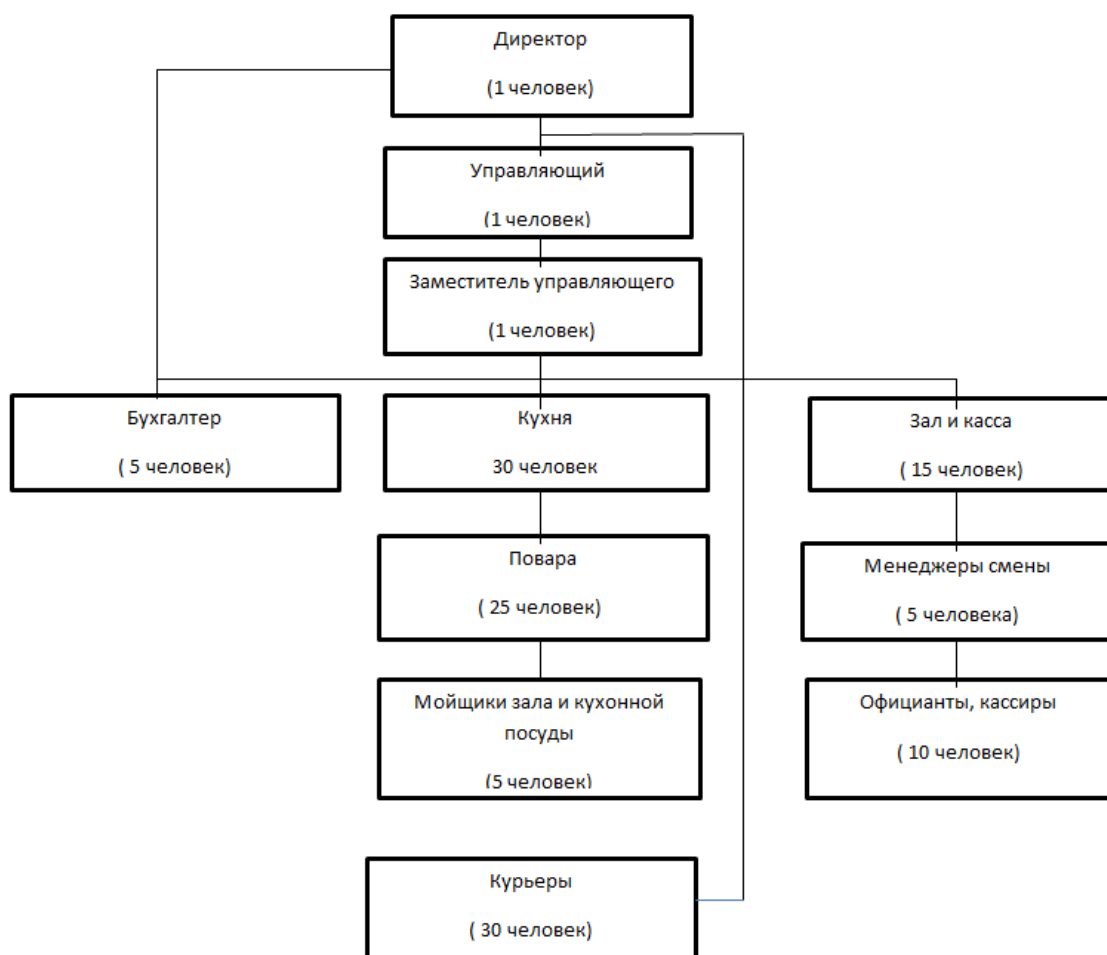


Рисунок 5 — Организационная структура управления кафе «Додо Пицца»

Основной вид деятельности организации: Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания (код по ОКВЭД 56.10).

Компания также зарегистрирована в таких категориях ОКВЭД как «Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения», «Деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания», «Транспортная обработка грузов», «Производство кровельных работ», «Производство прочих отделочных и завершающих работ» и других.

Рассмотрим структуру продаж пиццерии и представим ее в виде диаграммы, в которую входят 4 основных вида продукции: пицца, закуски, напитки и десерты.

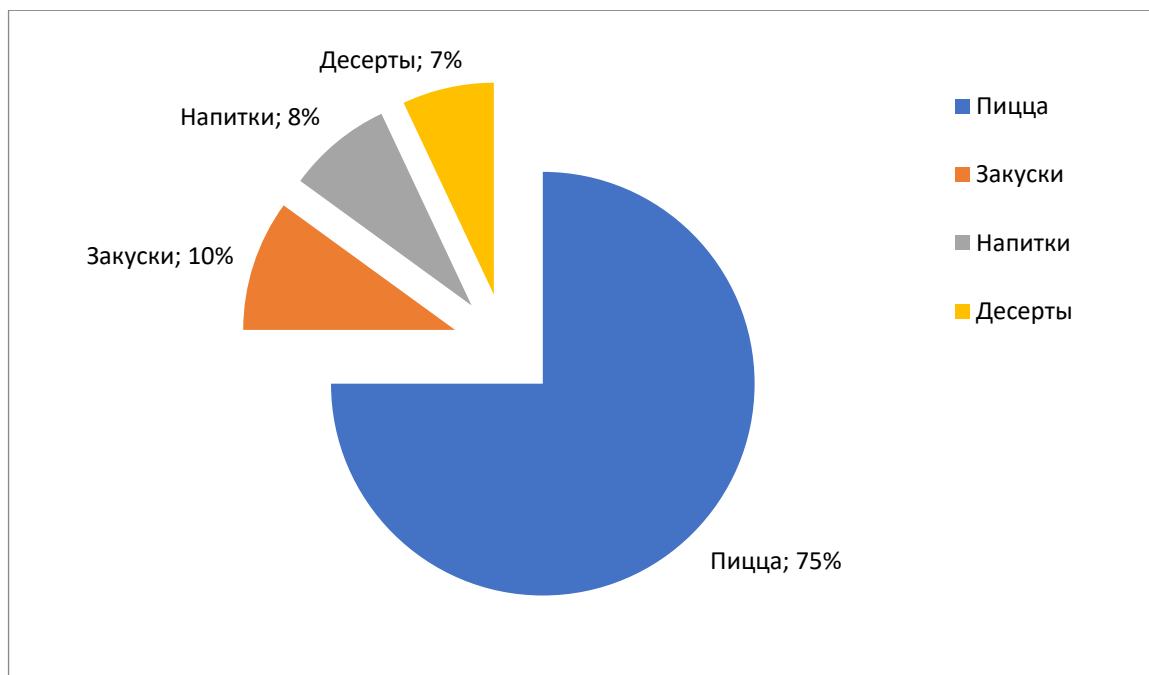


Рисунок 6 – Структура продаж пиццерии

По структуре продаж можно сделать следующие выводы на основе представленной диаграммы: самая крупная доля продаж, составляющая 75%, приходится на категорию "Пицца". Это говорит о том, что пицца является наиболее популярным продуктом среди представленных в ассортименте компании. Закуски занимают 10% долю продаж, что является существенно меньшим показателем по сравнению с пиццей, но все равно имеет свою долю в структуре продаж. Напитки составляют 8% общего объема продаж, что делает эту категорию менее значимой по сравнению с предыдущими двумя, но все еще важной частью портфеля продукции. Десерты занимают наименьшую долю в структуре продаж, всего 7%, что указывает на их наименьшую популярность среди представленных категорий. Таким образом, компания сфокусирована на продаже пиццы, которая является лидирующей категорией в их ассортименте, однако также предлагает клиентам закуски, напитки и десерты, чтобы удовлетворить широкий спектр потребностей. Важно учитывать данные о структуре продаж для оптимизации ассортимента и ускорения роста прибыли.

2.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации

2.2.1 Обзор результатов деятельности организации

В приведенной ниже таблице обобщены основные финансовые результаты деятельности ООО "ТОЛЬЯТТИ" за весь рассматриваемый период 2021-2023г.

Таблица 1 – Результаты деятельности за 2021 – 2023 гг.

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение показателя		Средне-годовая величина, тыс. руб.
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	тыс. руб. (гр.4 - гр.2)	± % ((4-2) : 2)	
1	2	3	4	5	6	7
1. Выручка	48 618	86 681	128 155	+79 537	+163,6	87 818
2. Расходы по обычным видам деятельности	41 672	76 239	112 832	+71 160	+170,8	76 914
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	6 946	10 442	15 323	+8 377	+120,6	10 904
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	2 270	-2 551	-3 072	-5 342	↓	-1 118
5. ЕВІТ (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	9 216	7 891	12 251	+3 034	+32,9	9 786
6. Проценты к уплате	22	191	105	+83	+4,8 раза	106
7. Налоги на прибыль (доходы)	1 183	1 994	2 747	+1 563	+132,1	1 975
8. Чистая прибыль (убыток) (5-6-7)	8 010	5 705	9 398	+1 387	+17,3	7 704

За последний год годовая выручка составила 128 155тыс. руб. За весь анализируемый период отмечен весьма значительный рост выручки – на 163,6%.

Значение прибыли от продаж за период 01.01–31.12.2023 составило 15 323 тыс. руб. За 3 года отмечен очень сильный рост финансового результата от продаж – на 120,6%.

Ниже на графике наглядно представлено изменение выручки и прибыли ООО "ТОЛЬЯТТИ" в течение всего анализируемого периода.

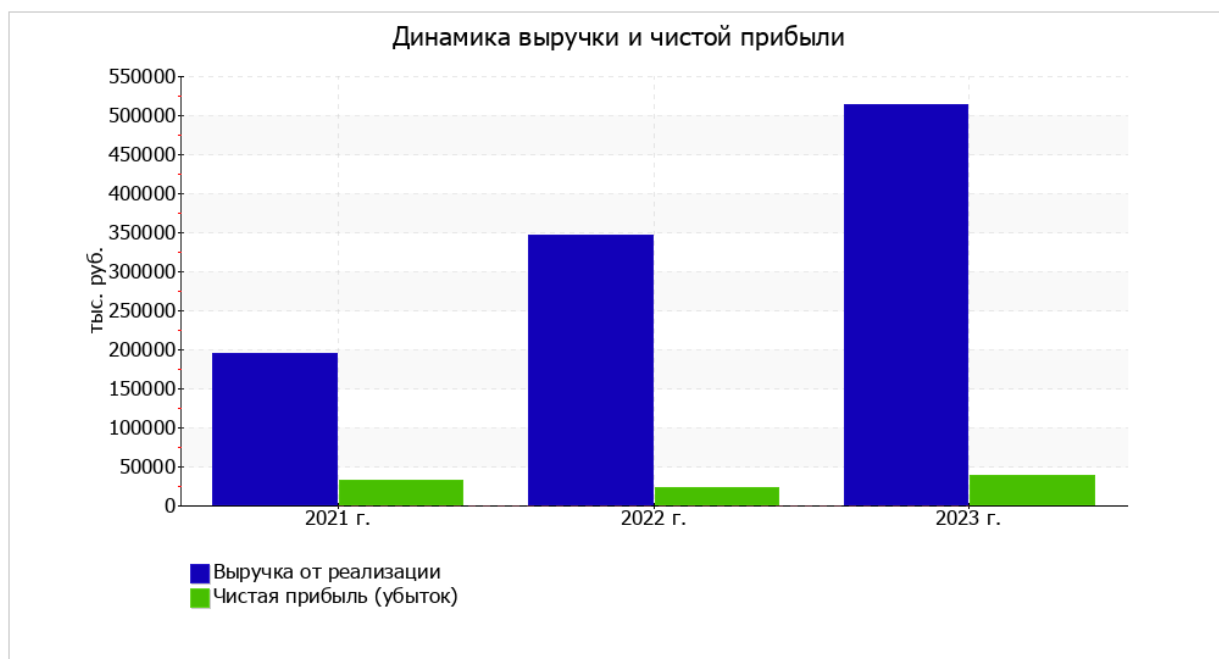


Рисунок 7 – Динамика выручки и чистой прибыли

Из рисунка 13 «Динамика выручки и чистой прибыли» можно сделать следующие выводы:

Выручка от реализации показывает стабильный и значительный рост с каждым годом, что может свидетельствовать о росте объемов продаж или цен на товары или услуги компании. Это является положительным сигналом и указывает на общий рост бизнеса.

Чистая прибыль остается относительно стабильной и значительно ниже показателей выручки от реализации. Это может указывать на то, что компания сталкивается с высокими издержками или другими факторами, которые снижают прибыльность деятельности.

Разрыв между выручкой от реализации и чистой прибылью показывает, что компания может испытывать затруднения в эффективном управлении издержками или другими финансовыми аспектами бизнеса.

Таким образом, анализ динамики выручки и чистой прибыли указывает на необходимость внимательного управления издержками и эффективным

планированием, чтобы обеспечить, что компания достигает максимальной прибыльности от своей деятельности.

Аналитический отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках).

Таблица 2 – Отчет о финансовых результатах.

Показатели	Значение	2021 г.	2022 г.	2023 г.
1	2	3	4	5
Выручка	значение, тыс. руб.	48 618	86 681	128 155
	изменение, тыс. руб.	x	+ 38 063	+41 474
	изменение, %	x	+78,3%	+47,8%
Расходы по обычной деятельности	значение, тыс. руб.	41 672	76 239	112 832
	изменение, тыс. руб.	x	+34 567	+ 36 592
	изменение, %	x	+83%	+48%
Проценты к уплате	значение, тыс. руб.	22	192	105
	изменение, тыс. руб.	x	+169	-85
	изменение, %	x	в +8,6 раза	-44,8%
Прочие доходы	значение, тыс. руб.	2 970	146	77
	изменение, тыс. руб.	x	-2 824	-69
	изменение, %	x	-95,1%	-47,5%
Прочие расходы	значение, тыс. руб.	700	2 697	3 149
	изменение, тыс. руб.	x	+1 997	+452
	изменение, %	x	в +3,9 раза	+16,8%
Налоги на прибыль	значение, тыс. руб.	1 183	1 994	2 747

(доходы)	изменение, тыс. руб.	x	+810	+753
	изменение, %	x	+68,5%	+37,8%
Чистая прибыль (убыток)	значение, тыс. руб.	8 010	5 705	9 398
	изменение, тыс. руб.	x	-2 305	+3 692
	изменение, %	x	-28,8%	+64,7%

Исходя из анализа таблицы, компания обеспечивает значительный рост выручки, но выявляются проблемы с управлением расходами и изменениями в других финансовых показателях. Для устойчивого роста и увеличения прибыли компании может потребоваться пересмотреть стратегию управления расходами и другими финансовыми аспектами.

2.2.2 Динамика основных экономических показателей

Анализ эффективности (экономических показателей) работы организации. Рассмотрим динамику основных экономических показателей.

Бухгалтерский баланс.

Таблица 3 — Динамика основных экономических показателей за 2020-2023гг.

Показатель	Ко д ст ат ы	Значение показателя						Изменение за анализируемый период	
		в тыс. руб.				в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.5- гр.2)	± % ((гр.5-гр.2) : гр.2)
		31.12.20 20	31.12.2 021	31.12.2 022	31.12.202 3	на начало анализир уемого периода (31.12.20 20)	на конец анализируе мого периода (31.12.2023)		
1		2	3	4	5	6	7	8	9
Актив									
Внеоборотн ые активы		280	408	726	712	1,4	1,6	+431	+153,9

Оборотные, всего		19 649	28 822	33 273	42 951	98,6	98,4	+23 582	+121,8
в том числе: запасы		1 103	1 430	1 263	2 667	5,6	6,1	+1564	+141,8
денежные средства и их эквиваленты		672	4 340	1 793	2 382	3,4	5,5	+1709	+3,5 раза
Пассив									
Собственный капитал		13 923	21 934	27 620	37 017	70,9	84,8	+23 094	+165,9
Долгосрочные обязательства		125	387	850	1 125	0,6	2,6	+1000	+8 раз
Краткосрочные обязательства*, всего		5 601	12 656	7624	5 521	28,5	12,6	-79	-1,4
в том числе: заемные средства		3 285	9085	2 254	—	16,7	—	-3 285	-100
Валюта баланса		19 649	35 001	37 056	43 663	100	100	+24 014	+122,2

Структура активов организации на 31 декабря 2023 г. характеризуется большой долей (98,4%) текущих активов и незначительным процентом внеоборотных средств. Активы организации за 3 последних года существенно увеличились (на 122,2%). Учитывая значительное увеличение активов, необходимо отметить, что собственный капитал увеличился еще в большей степени – на 165,9%. Опережающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов является положительным показателем.

На диаграмме ниже представлена структура активов организации в разрезе основных групп:

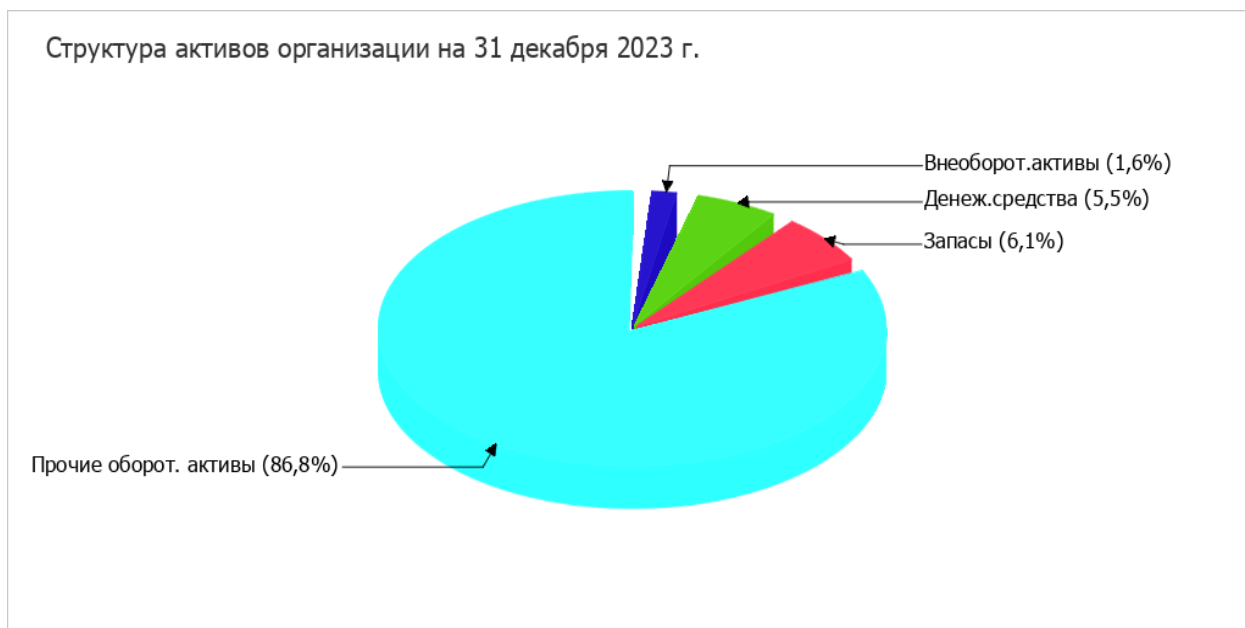


Рисунок 8 – Структура активов организации

Рост величины активов организации связан, в основном, с ростом следующих позиций актива бухгалтерского баланса (в скобках указана доля изменения статьи в общей сумме всех положительно изменившихся статей):

- финансовые и другие оборотные активы – 20 309 тыс. руб. (84,6%)
- денежные средства и денежные эквиваленты – 1 709 тыс. руб. (7,1%)
- запасы – 1 564 тыс. руб. (6,5%)

Одновременно, в пассиве баланса наибольший прирост наблюдается по строкам:

- капитал и резервы – 23 094 тыс. руб. (84,6%)
- кредиторская задолженность – 3 205 тыс. руб. (11,7%)

Среди отрицательно изменившихся статей баланса можно выделить «краткосрочные заемные средства» в пассиве (-3 353 тыс. руб.).

За весь анализируемый период произошел стремительный рост собственного капитала – на 165,9% (до 37 017 тыс. руб.).

2.2.3 Оценка стоимости чистых активов организации

Таблица 4 - Оценка стоимости чистых активов организации.

Финансовый показатель	31.12.2023	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020
Чистые активы ¹	37 017	27 619	21 912	13 923
Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более)	0.85	0.77	0.62	0.71
Коэффициент текущей ликвидности (норма: 1,5-2 и выше)	0.9	0.4	0.5	0.3



Рисунок 9 – Динамика чистых активов

Наглядное изменение чистых активов представлено на рисунке 9. Имеющаяся величина чистых активов положительно характеризует финансовое положение, полностью удовлетворяя требованиям нормативных актов к величине чистых активов организации. К тому же необходимо отметить увеличение чистых активов в течение анализируемого периода. Превышение чистых активов над уставным капиталом и в то же время их увеличение за период говорит о хорошем финансовом положении организации по данному признаку.

2.2.4 Анализ финансовой устойчивости организации

Таблица 5 - Основные показатели финансовой устойчивости организации.

Показатель	Значение показателя				Изменени е показател я (гр.5-гр.2)	Описание показателя и его нормативное значение
	31.12.202 0	31.12.202 1	31.12.202 2	31.12.202 3		
1	2	3	4	5	6	7
1. Коэффициент автономии	0,71	0,62	0,77	0,85	+0,14	Отношение собственного капитала к общей сумме капитала. Нормальное значение: 0,45 и более (оптимальное 0,55-0,7).
2. Коэффициент финансового левериджа	0,23	0,41	0,08	--	-0,23	Отношение заемного капитала к собственному. Нормальное значение: не более 1,22 (оптимальное 0,43-0,82).
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,7	0,76	0,83	0,86	+0,16	Отношение собственных оборотных средств к оборотным активам. Нормальное значение: 0,1 и более.
4. Индекс постоянного актива	0,02	0,01	0,02	0,02	—	Отношение стоимости внеоборотных активов к величине собственного капитала организации.
5. Коэффициент покрытия инвестиций	0,71	0,63	0,76	0,87	+0,16	Отношение собственного капитала и долгосрочных

						обязательств к общей сумме капитала. Нормальное значение: 0,75 и более.
6. Коэффициент маневренности собственного капитала	0,98	0,98	0,97	0,98	—	Отношение собственных оборотных средств к источникам собственных средств. Нормальное значение для данной отрасли: 0,15 и более.
7. Коэффициент мобильности имущества	1	0,82	0,89	0,98	-0,02	Отношение оборотных средств к стоимости всего имущества. Характеризует отраслевую специфику организации.
8. Коэффициент обеспеченности запасов	12,36	15,05	21,29	13,61	+1,25	Отношение собственных оборотных средств к стоимости запасов. Нормальное значение: не менее 0,5.
9. Коэффициент краткосрочной задолженности	0,97	0,97	0,89	0,83	-0,14	Отношение краткосрочной задолженности к общей сумме задолженности.

Коэффициент автономии организации на 31 декабря 2023 г. составил 0,85. Данный коэффициент характеризует степень зависимости организации от заемного капитала. Полученное здесь значение говорит о

неоправданно высокой доли собственного капитала в общем капитале; организация слишком осторожно относится к привлечению заемных денежных средств. За весь рассматриваемый период имело место заметное повышение коэффициента автономии, составившее +0,14.

Ниже на диаграмме наглядно представлено соотношение собственного и заемного капитала организации:

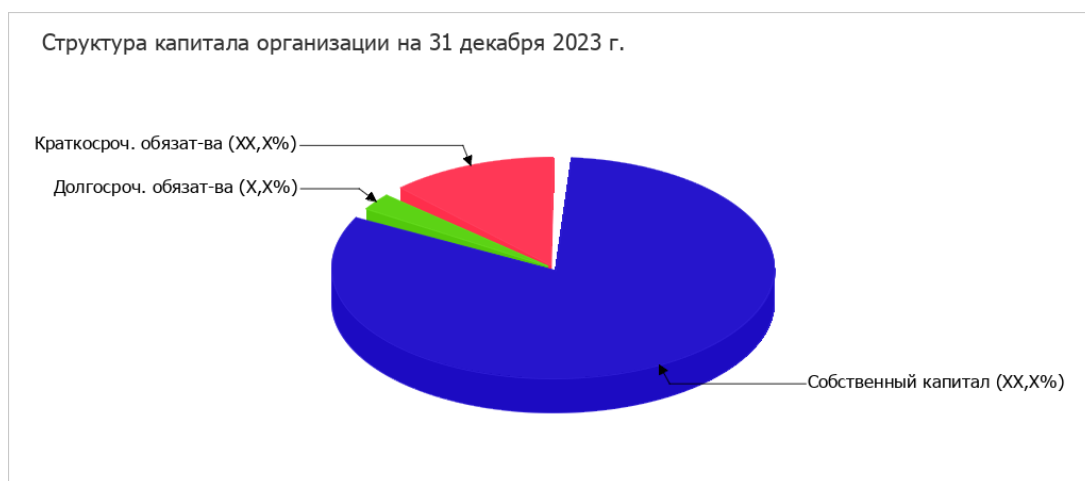


Рисунок 10 – Структура капитала организации

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами по состоянию на 31.12.2023 равнялся 0,86; это значительно (на 0,16) больше, чем на начало анализируемого периода. По состоянию на 31.12.2023 коэффициент демонстрирует очень хорошее значение. Значения коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами в течение всего анализируемого периода соответствовали нормальным.

В течение анализируемого периода имело место существенное повышение коэффициента покрытия инвестиций до 0,87 (+0,16). Значение коэффициента по состоянию на 31.12.2023 полностью соответствует нормативному значению. В течение всего периода наблюдалось разнонаправленное изменение показателя; значения показателя находились в диапазоне от 0,63 до 0,87.

На 31.12.2023 коэффициент обеспеченности материальных запасов составил 13,61. За весь анализируемый период имело место заметное

повышение коэффициента обеспеченности материальных запасов на 1,25. В течение всего рассматриваемого периода коэффициент укладывался в установленный норматив. На 31.12.2023 значение коэффициента обеспеченности материальных запасов можно характеризовать как полностью укладывающееся в норму.

По коэффициенту краткосрочной задолженности видно, что величина краткосрочной кредиторской задолженности организации значительно превосходит величину долгосрочной задолженности. При этом за весь рассматриваемый период доля долгосрочной задолженности выросла в 8 раз с показателя 125 тыс. руб. в 2020 году до 1125 тыс. руб. в 2023 году.

На следующем графике наглядно представлена динамика основных показателей финансовой устойчивости ООО «ТОЛЬЯТТИ»:

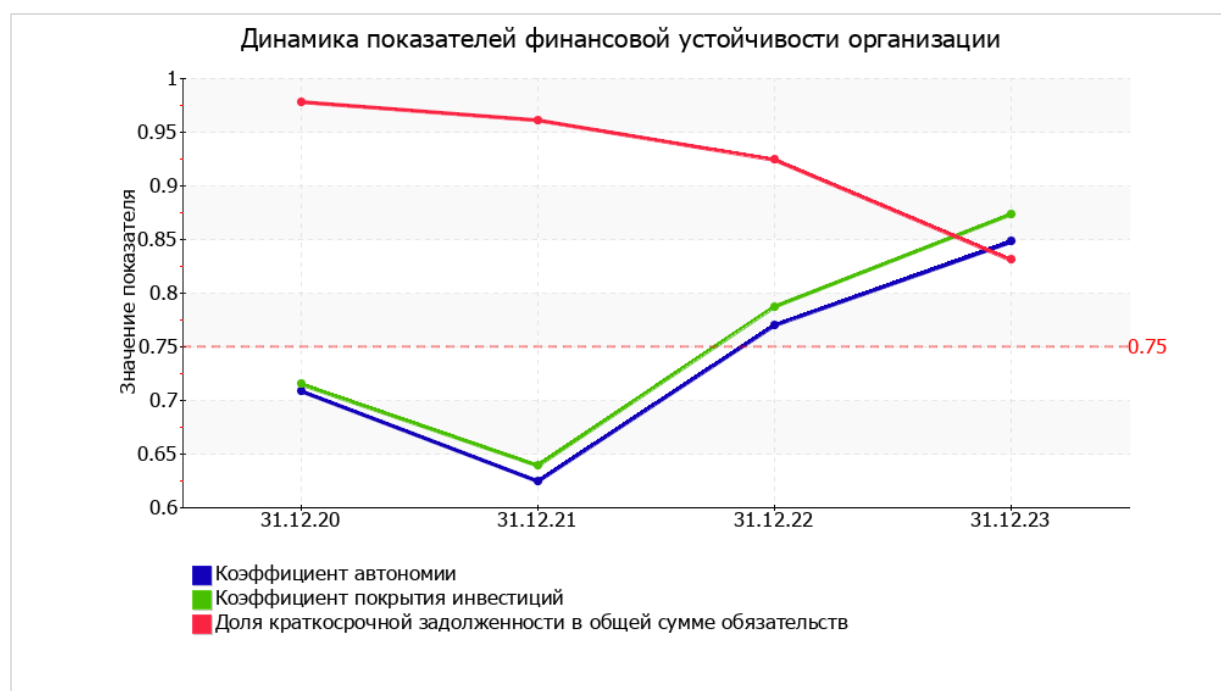


Рисунок 11 – Динамика показателей финансовой устойчивости

Исходя из рисунка 11, можно сделать выводы, что коэффициент автономии (отражает долю собственных средств в общей сумме активов) увеличивается с течением времени, что может говорить о росте финансовой независимости организации.

Коэффициент покрытия инвестиций (отражает способность организации покрывать свои инвестиции) также показывает положительную динамику и увеличивается со временем, что свидетельствует о стабильности финансов.

Доля краткосрочной задолженности в сумме обязательств (показывает долю краткосрочных обязательств в общей сумме обязательств) снижается на протяжении рассматриваемого периода, что указывает на уменьшение риска, связанного с краткосрочными обязательствами.

Общий тренд говорит о повышении финансовой устойчивости организации за период с 2020 по 2023 год. Таким образом, можно сказать, что организация улучшает свои финансовые показатели и становится более устойчивой со временем.

2.2.5 Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств

Таблица 6 - Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств.

Показатель собственных оборотных средств (СОС)	Значение показателя		Излишек (недостаток)*			
	на начало анализируемо го периода (31.12.2020)	на конец анализируемо го периода (31.12.2023)	на 31.12.202 0	на 31.12.202 1	на 31.12.202 2	на 31.12.202 3
1	2	3	4	5	6	7
СОС ₁ (рассчитан без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	13 643	36 304	+12 539	+20 071	+25 606	+33 637
СОС ₂ (рассчитан с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу, NetWorkingCapital)	12 517	37 429	+12 664	+20 584	+26 231	+34 762
СОС ₃ (рассчитанн	17 052	37 429	+15 949	+29 669	+28 485	+34 762

ые с учетом как долгосрчных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)						
--	--	--	--	--	--	--

По всем трем вариантам расчета на 31 декабря 2023 г. наблюдается покрытие собственными оборотными средствами имеющихся у организации запасов, поэтому финансовое положение по данному признаку можно характеризовать как абсолютно устойчивое. При этом нужно обратить внимание, что все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов в течение анализируемого периода улучшили свои значения.

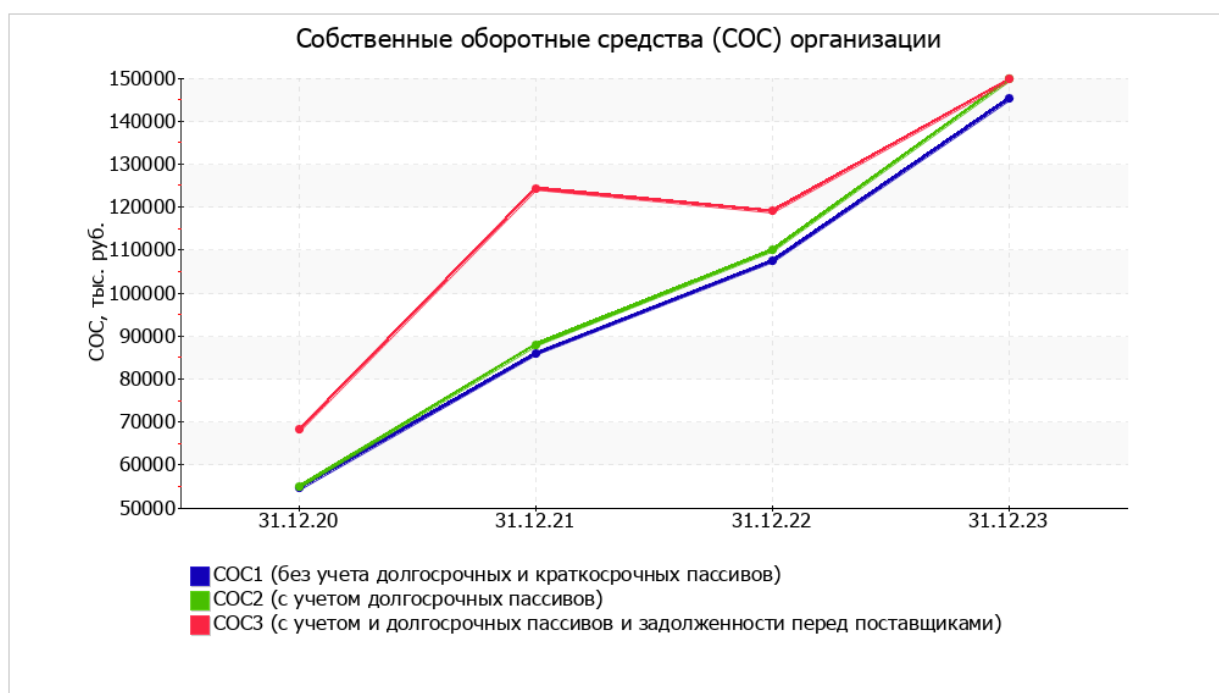


Рисунок 12 – Собственные оборотные средства организации

Из рисунка 12 «Собственные оборотные средства (СОС) организации» видно, что все три сценария (СОС1, СОС2, СОС3) демонстрируют положительное изменение текущих активов с течением времени. Все линии показывают восходящий тренд, причем заметное увеличение активов наблюдается ближе к концу периода, когда даты находятся ближе к 31.12.23.

Таким образом, организация в целом увеличивает свои собственные оборотные средства в течение анализируемого периода, что может свидетельствовать о благоприятной финансовой динамике и росте активов компании.

2.2.6 Анализ ликвидности

Таблица 7 – Анализ ликвидности.

Показатель ликвидности	Значение показателя				Изменение показателя (гр.5 - гр.2)	Расчет, рекомендованное значение
	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2023		
1	2	3	4	5	6	7
Коэффициент текущей (общей) ликвидности	3,50	2,27	4,34	8,22	+4,72	Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: не менее 2.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,11	0,34	0,23	0,43	+0,32	Отношение денежных средств и их эквивалентов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: не менее 0,2.

На последний день анализируемого периода (31.12.2023) коэффициент текущей ликвидности имеет значение, соответствующее норме (8,22 при нормативном значении не менее 2). За 3 года коэффициент вырос на 4,72. В течение рассматриваемого периода имело место разнонаправленное изменение коэффициента текущей ликвидности (как увеличение, так и уменьшение); максимальное значение составило 8,22, минимальное – 2,27.

Соответствующим норме, как и предыдущий коэффициент, оказался коэффициент абсолютной ликвидности (0,43 при норме не менее 0,2). При этом в течение анализируемого периода коэффициент абсолютной ликвидности вырос на 0,32.

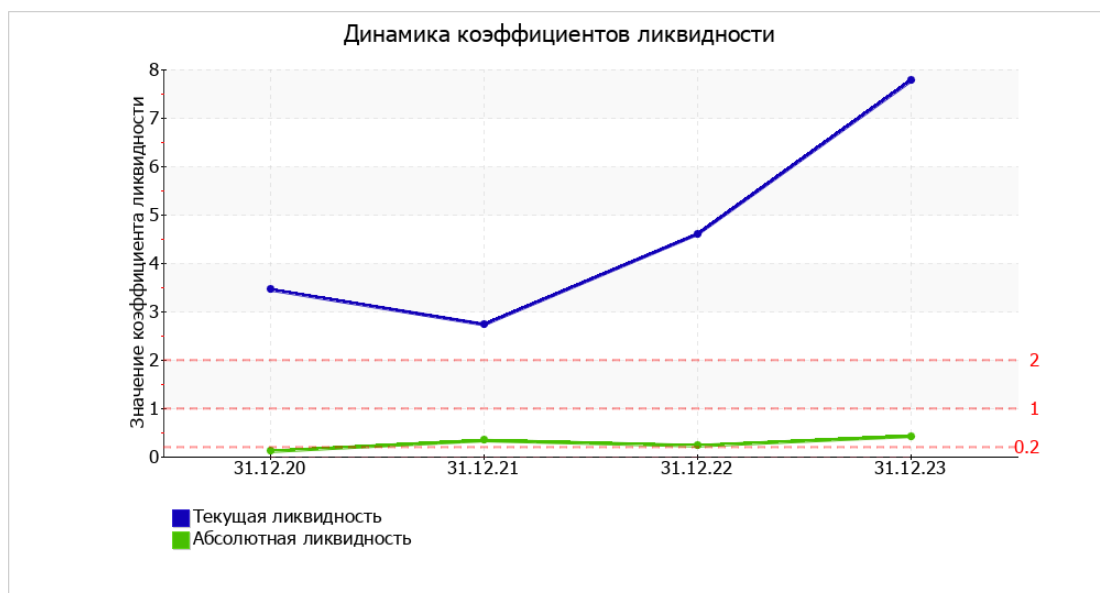


Рисунок 13 – Динамика коэффициентов ликвидности

Из рисунка 13 «Динамика коэффициентов ликвидности» можно сделать следующие выводы:

Текущая ликвидность показывает изменчивые колебания за период с 31.12.20 по 31.12.23, начиная с резкого спада и последующего роста. Это может указывать на то, что у компании возникли временные проблемы с текущей ликвидностью, которые затем были преодолены или компенсированы.

Абсолютная ликвидность сохраняет относительную стабильность во времени, не подвергаясь значительным изменениям. Это может свидетельствовать о том, что у компании есть устойчивые ресурсы для покрытия своих обязательств в краткосрочной перспективе.

Горизонтальные пунктирные линии и красная пунктирная линия на графике служат для обозначения определенных значений или уровней, что помогает визуализировать динамику изменения коэффициентов ликвидности.

Таким образом, анализ динамики коэффициентов ликвидности говорит о том, что компания сталкивалась с некоторыми финансовыми колебаниями, но в целом ее позиция по ликвидности остается стабильной и управляемой.

2.2.7 Анализ рентабельности

Таблица 8 – Анализ рентабельности.

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)			Изменение показателя	
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	коп., (гр.4 - гр.2)	± % ((4-2) : 2)
1	2	3	4	5	6
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: не менее 5%.	14,3	12	12	-2,3	-16,3
2. Рентабельность продаж по ЕВІТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	19	9,1	9,6	-9,4	-49,6
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: 3% и более.	16,5	6,6	7,3	-9,2	-55,5
Справочно: Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг)	16,7	13,7	13,6	-3,1	-18,5
Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: 1,5 и более.	414,2	41,2	115,8	-298,4	-72

За период с 01.01.2023 по 31.12.2023 организация получила прибыль как от продаж, так и в целом от финансово-хозяйственной деятельности, что и обусловило положительные значения всех трех представленных в таблице показателей рентабельности.

За последний год организация по обычным видам деятельности получила прибыль в размере 12 копеек с каждого рубля выручки от реализации. Однако имеет место отрицательная динамика рентабельности обычных видов деятельности по сравнению с данным показателем за 2021 год (-2,3 коп.).

Показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕВІТ) к выручке организации, за

последний год составил 7,3%. Это значит, что в каждом рубле выручки ООО "ТОЛЬЯТТИ" содержалось 7,3 коп.прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

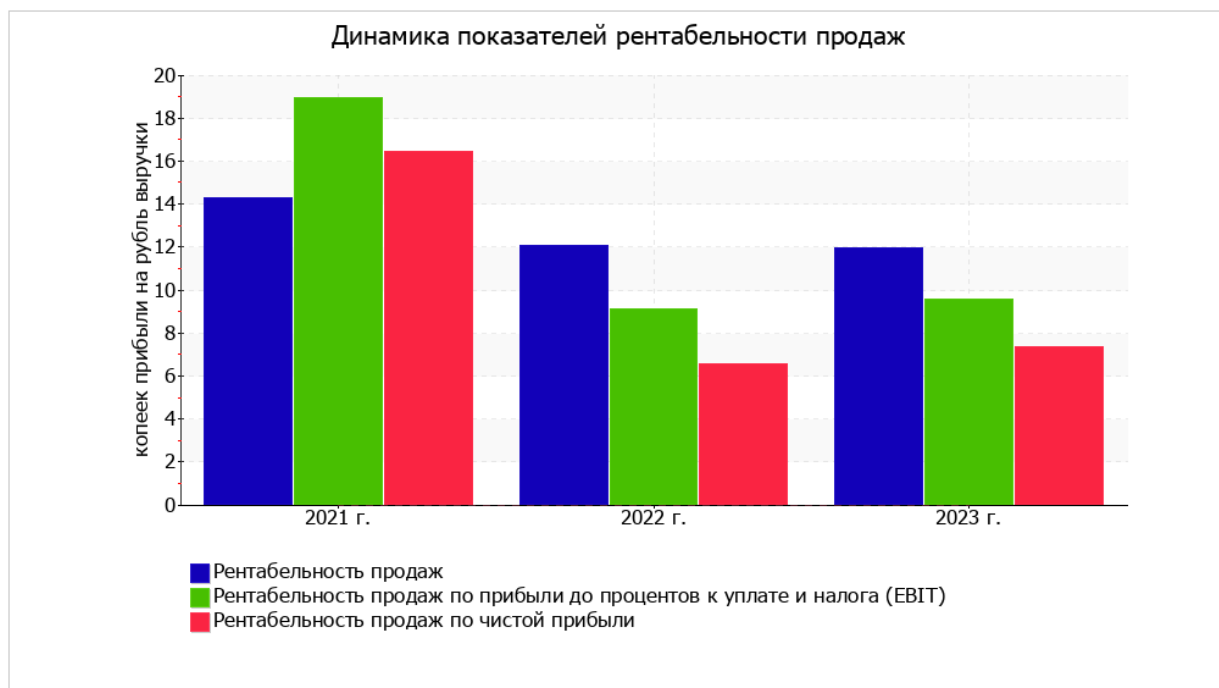


Рисунок 14 – Динамика показателей рентабельности продаж

Исходя из рисунка 14 «Динамика показателей рентабельности продаж» за период с 2021 по 2023 год, можно сделать следующие выводы:

Рентабельность продаж:

Рентабельность продаж снижается с 2021 по 2023 год, что может указывать на уменьшение прибыльности с увеличением выручки.

Рентабельность продаж по прибыли до процентов и налога (ЕВІТ):

Уровень рентабельности продаж по показателю ЕВІТ также показывает некоторое снижение, особенно заметное к концу периода.

Рентабельность продаж по чистой прибыли:

Рентабельность продаж по чистой прибыли также снижается, но в целом остается относительно более стабильной по сравнению с другими показателями.

Таким образом, общая тенденция на графике указывает на ухудшение рентабельности продаж и показателей прибыльности компании с течением времени.

Основные показатели рентабельности, а также показатель EBIT (прибыль до вычета налогов и процентов к уплате), за последние годы можно проследить на графике и в таблице:

Таблица 9 - Основные показатели рентабельности.

Финансовый показатель	2023	2022	2021	2020
EBIT	48 581	30 799	36 777	27 114
Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	12%	12%	14.3%	19.4%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	29%	23%	45%	31%
Рентабельность активов (ROA)	23.6%	16.1%	29.3%	25.5%

Рентабельность использования вложенного в предпринимательскую деятельность капитала представлена в следующей таблице.

Таблица 10 – Рентабельность использования капитала.

Показатель рентабельности	Значение показателя, %			Изменение показателя (гр.4 - гр.2)	Расчет показателя
	2021 г.	2022 г.	2023 г.		
1	2	3	4	5	6
Рентабельность собственного капитала (ROE)	45	23	29	-16	Отношение чистой прибыли к средней величине собственного капитала. Нормальное значение: 18% и более.
Рентабельность активов (ROA)	29,3	16,1	23,6	-5,7	Отношение чистой прибыли к средней стоимости активов. Нормальное значение: 12% и более.
Прибыль на задействованный капитал (ROCE)	41	27	32	-9	Отношение прибыли до уплаты процентов и налогов (EBIT) к собственному капиталу и долгосрочным обязательствам.

За последний год каждый рубль собственного капитала организации обеспечил чистую прибыль. Снижение рентабельности собственного капитала за весь рассматриваемый период составило –16%. За последний год значение рентабельности собственного капитала характеризуется как исключительно хорошее.

Рентабельность активов за последний год составила 23,6%, что на 5,7% меньше значения за 2021 год. Значения рентабельности активов в течение всего рассматриваемого периода укладывались в установленный норматив.

На следующем графике наглядно представлена динамика основных показателей рентабельности активов и капитала организации.

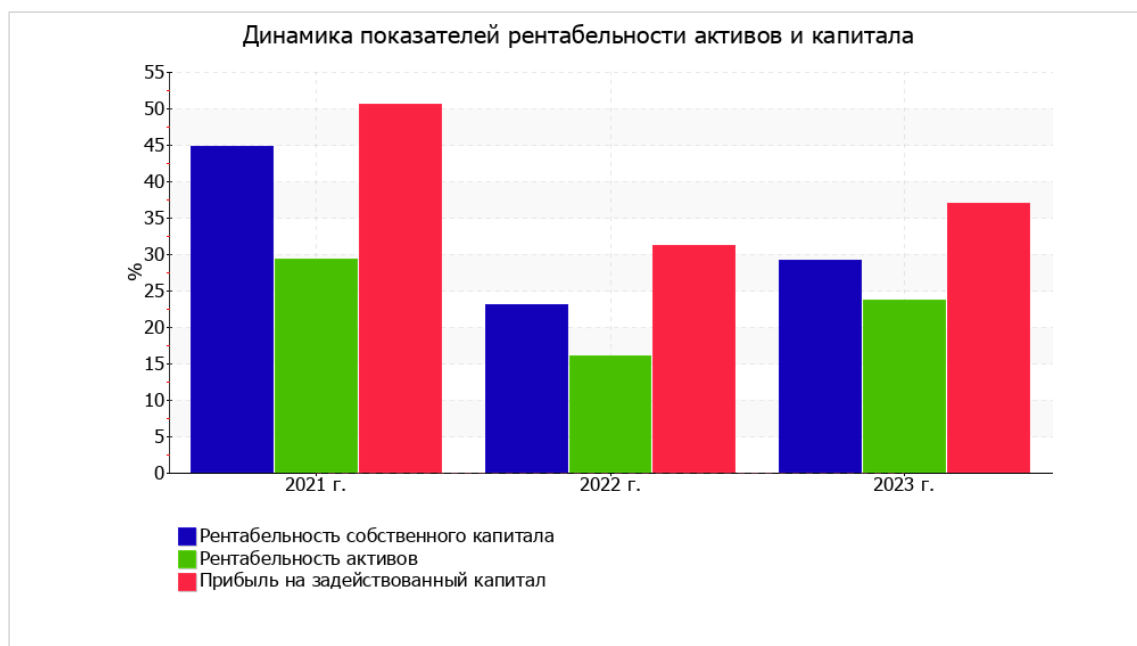


Рисунок 15 – Динамика показателей рентабельности активов и капитала

Исходя из рисунка 15 «Динамика показателей рентабельности активов и капитала» за три года (2021, 2022, 2023), можно сделать следующие выводы:

Рентабельность собственного капитала (голубые столбцы):

Рентабельность собственного капитала снижается с 2021 по 2023 год, что может указывать на уменьшение эффективности использования собственных средств и собственного капитала компании.

Рентабельность активов (зеленые столбцы):

Рентабельность активов также показывает снижение от 2021 к 2023 году, что может указывать на ухудшение эффективности использования активов компании для генерации прибыли.

Прибыль на задействованный капитал (красные столбцы):

Прибыль на задействованный капитал, напротив, показывает повышение с 2021 по 2023 год, что может свидетельствовать о более эффективном использовании капитала для генерации прибыли.

Таким образом, компания может столкнуться с проблемами в эффективности использования своих собственных средств и активов, что приводит к снижению рентабельности собственного капитала и активов. Однако, увеличение прибыли на задействованный капитал может указывать на улучшение в использовании капитала.

2.2.8 Определение неудовлетворительной структуры баланса

В следующей таблице рассчитаны показатели, содержащиеся в методике Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве) (Распоряжение N 31-р от 12.08.1994; к настоящему моменту распоряжение утратило силу, расчеты приведены в справочных целях).

Таблица 11 – Структура баланса.

Показатель	Значение показателя		Изменение (гр.3-гр.2)	Нормативное значение	Соответствие фактического значения нормативному на конец периода
	на начало периода (31.12.2022)	на конец периода (31.12.2023)			
1	2	3	4	5	6
1. Коэффициент текущей ликвидности	4,61	7,78	+3,17	не менее 2	соответствует
2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,77	0,85	+0,08	не менее 0,1	соответствует
3. Коэффициент утраты платежеспособности	x	4,29	x	не менее 1	соответствует

Анализ структуры баланса выполнен за период с начала 2023 года по 31.12.2023 г.

Поскольку оба коэффициента на последний день анализируемого периода (31.12.2023) оказались в пределах допустимых норм, в качестве

третьего показателя рассчитан коэффициент утраты платежеспособности. Данный коэффициент служит для оценки перспективы утраты организацией нормальной структуры баланса (платежеспособности) в течение трех месяцев при сохранении имевшей место в анализируемом периоде динамики первых двух коэффициентов. Значение коэффициента утраты платежеспособности (4,29) указывает на низкую вероятность значительного ухудшения показателей платежеспособности ООО «ТОЛЬЯТТИ» в ближайшие три месяца.

2.2.9 Прогноз банкротства

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является Z-счет Альтмана, который рассчитывается по следующей формуле (применительно к ООО "ТОЛЬЯТТИ" взята 4-факторная модель для частных непроизводственных компаний):

$$Z\text{-счет} = 6,56T_1 + 3,26T_2 + 6,72T_3 + 1,05T_4, \text{ где}$$

Таблица 12–Прогноз банкротства.

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2023	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
1	2	3	4	5
T ₁	Отношение оборотного капитала к величине всех активов	0,86	6,56	5,62
T ₂	Отношение нераспределенной прибыли к величине всех активов	0,85	3,26	2,76
T ₃	Отношение ЕВІТ к величине всех активов	0,28	6,72	1,89
T ₄	Отношение собственного капитала к заемному	5,57	1,05	5,85
Z-счет Альтмана:				16,12

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Альтмана составляет:

- 1.1 и менее – высокая вероятность банкротства;
- от 1.1 до 2.6 – средняя вероятность банкротства;
- от 2.6 и выше – низкая вероятность банкротства.

Для ООО "ТОЛЬЯТТИ" значение Z-счета на 31.12.2023 составило 16,12. Это означает, что вероятность банкротства ООО «ТОЛЬЯТТИ» незначительная.

Другая модель прогноза банкротства предложена британскими учеными Р. Таффлером и Г. Тишоу. Модель Таффлера была разработана по результатам тестирования модели Альтмана в более поздний период и включает четыре фактора:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4, \text{ где}$$

Таблица 13 - Модель прогноза банкротства Р. Таффлером и Г. Тишоу.

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2023	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
1	2	3	4	5
X ₁	Прибыль до налогообложения / Краткосрочные обязательства	2,2	0,53	1,17
X ₂	Оборотные активы / Обязательства	6,46	0,13	0,84
X ₃	Краткосрочные обязательства / Активы	0,13	0,18	0,02
X ₄	Выручка / Активы	2,94	0,16	0,47
Итого Z-счет Таффлера:				2,5

Вероятность банкротства по модели Таффлера:

- Z больше 0,3 – вероятность банкротства низкая;
- Z меньше 0,2 – вероятность банкротства высокая.

В данном случае значение итогового коэффициента составило 2,5, поэтому вероятность банкротства можно считать низкой.

Другой методикой диагностики возможного банкротства предприятий, адаптированной для условий российской экономики, является модель Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова. Данная пятифакторная модель выглядит следующим образом:

$$R = 2K_1 + 0,1K_2 + 0,08K_3 + 0,45K_4 + K_5, \text{ где}$$

Таблица 14– Диагностика банкротства Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова.

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2023	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
1	2	3	4	5

K ₁	Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,85	2	1,69
K ₂	Коэффициент текущей ликвидности	7,78	0,1	0,78
K ₃	Коэффициент оборачиваемости активов	3,22	0,08	0,26
K ₄	Коммерческая маржа (рентабельность реализации продукции)	0,12	0,45	0,05
K ₅	Рентабельность собственного капитала	0,29	1	0,29
Итого (R):				3,07

Согласно модели Сайфуллина-Кадыкова, при значении итогового показателя $R < 1$ вероятность банкротства организации считается высокой, если $R > 1$, то вероятность низкая. В данном случае значение итогового показателя составило 3,07. Это значит, что вероятность банкротства мала, финансовое положение организации можно считать устойчивым.

Выводы по результатам анализа. Оценка ключевых показателей.

Ниже обобщены ключевые финансовые показатели ООО «ТОЛЬЯТТИ» за весь анализируемый период

Среди показателей, исключительно хорошо характеризующих финансовое положение и результаты деятельности организации, можно выделить следующие:

- чистые активы превышают уставный капитал, к тому же они увеличились за анализируемый период;
- значение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами, равное 0,86, можно характеризовать как вполне соответствующее нормальному;
- полностью соответствует нормальному значению коэффициент текущей (общей) ликвидности;
- полностью соответствует нормальному значению коэффициент абсолютной ликвидности;
- опережающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов организации;

- коэффициент покрытия инвестиций имеет хорошее значение
- абсолютная финансовая устойчивость по величине излишка собственных оборотных средств;
- за 2023 год получена прибыль от продаж (15 323 тыс. руб.), более того наблюдалась положительная динамика по сравнению с предшествующим годом (+4 881 тыс. руб.);
- чистая прибыль за последний год составила 9 398 тыс. руб. (+3 692 тыс. руб. по сравнению с предшествующим годом).

С хорошей стороны финансовое положение и результаты деятельности организации характеризуют такие показатели:

- доля собственного капитала неоправданно высока
- хорошая рентабельность активов (за период 01.01–31.12.2023).

С негативной стороны результаты деятельности организации характеризуют такие показатели:

- значительное падение прибыльности продаж
- значительное падение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕВІТ) на рубль выручки ООО «ТОЛЬЯТТИ» за период с 01.01.2021 по 31.12.2021).

2.3 Рекомендации по увеличению доходов организации и расчет экономической эффективности реализуемого мероприятия

Проанализировав деятельность организации ООО «Тольятти», можно предложить несколько способов по увеличению доходов организации. Первый из них – это внедрение искусственного интеллекта внутри приложения «Додо Пицца» для создания рецепта идеальной пиццы. Данное внедрение будет помогать клиенту сделать выбор и попробовать что-то новое и необычное для себя. Тем самым данное внедрение привлечет клиентов, соответственно увеличится интерес к пиццерии и возрастет выручка.

Мероприятие №1. Внедрение искусственного интеллекта в мобильное приложение «ДОДО ПИЦЦА».

Разработка искусственного интеллекта (ИИ) для создания рецепта «идеальной пиццы» включает в себя ряд этапов, которые охватывают сбор данных, обучение модели, тестирование и оптимизацию. Вот как это может быть выполнено:

1. Определение «идеальной пиццы».

Перед тем, как приступить к разработке, важно определить, что подразумевается под понятием «идеальной пиццы». Для этого следует провести опрос целевой аудитории, чтобы выяснить их предпочтения по вкусу, текстуре, видам топпингов и другим аспектам. Также полезно изучить популярные рецепты пиццы, чтобы выявить наиболее важные компоненты, которые делают пиццу по-настоящему вкусной и привлекательной для потребителей. Этот подход позволит создать продукт, который будет идеально соответствовать ожиданиям и предпочтениям целевой аудитории.

2. Сбор и анализ данных.

Следующий шаг — сбор данных. Для успешной разработки идеальной пиццы важно провести сбор и анализ данных. При этом данные могут включать в себя различные рецепты пиццы из разных источников, информацию о их популярности, отзывы пользователей о вкусе и качестве, а также детальную информацию о ингредиентах, их пропорциях и способах приготовления.

Собирая данные о рецептах пиццы, можно выявить общие тенденции в использовании определенных ингредиентов и сочетаний, а также оценить их популярность среди потребителей. Отзывы пользователей могут дать ценные подсказки относительно вкусовых предпочтений и оценки качества уже существующих продуктов.

Информация о способах приготовления и времени выпекания позволит оптимизировать процесс производства и создать рецепт, который не только вкусен, но и легко воспроизводим. Важно учесть все аспекты при анализе данных, чтобы создать идеальный продукт, который будет соответствовать потребностям и предпочтениям целевой аудитории.

После сбора данных о различных рецептах пиццы, их популярности и отзывах пользователей, необходимо провести анализ этих данных. Анализ данных позволит выявить общие тенденции, узнать какие ингредиенты и сочетания наиболее популярны, а также определить ключевые особенности успешных рецептов пиццы.

Помимо этого, важно проанализировать информацию о способах приготовления пиццы и времени выпекания. Это позволит определить оптимальные технологические решения для того, чтобы обеспечить высокое качество и вкус готового продукта.

Кроме того, анализ данных об отзывах пользователей поможет выявить их предпочтения, узнать, что им нравится в пицце, а что, наоборот, вызывает недовольство. Это ценная информация, которая поможет сделать новый продукт более привлекательным для целевой аудитории.

Таким образом, сбор и анализ данных являются важным шагом в разработке идеальной пиццы, поскольку помогают понять предпочтения потребителей и создать продукт, который будет соответствовать их ожиданиям и стать настоящим хитом на рынке.

3. Подготовка данных.

а) Данные должны быть очищены и организованы для обучения модели ИИ. Это может включать удаление дубликатов, обработку пропущенных значений и нормализацию данных.

б) Подготовка данных для обучения модели искусственного интеллекта — это важный этап, который включает в себя несколько шагов, таких как очистка данных и их организация. Давайте подробнее разберем этот процесс:

в) Удаление дубликатов: Первым шагом в подготовке данных является идентификация и удаление дубликатов. Дубликаты могут исказить результаты анализа данных и обучения модели, поэтому важно избавиться от них.

г) Обработка пропущенных значений: Другим важным шагом является обработка данных с пропущенными значениями. Это может включать в себя

заполнение пропусков средними или медианными значениями, удаление соответствующих строк или столбцов, либо использование специальных методов заполнения в зависимости от типа данных и контекста.

д) Нормализация данных: Нормализация данных заключается в приведении значений к единому масштабу, что позволяет улучшить процесс обучения модели и повысить ее эффективность. Например, при обучении модели нейронной сети нормализация помогает избежать проблем с расхождением признаков.

е) Преобразование данных: Иногда требуется преобразовать данные для того, чтобы они были более удобны для модели. Например, это может включать в себя преобразование категориальных признаков в числовой формат для использования в модели.

Важно помнить, что качество модели и ее способность предсказывать зависит от качества подготовленных данных. Поэтому правильная подготовка данных играет ключевую роль в успешном обучении и применении модели искусственного интеллекта.

4. Выбор алгоритма.

Для разработки рецепта идеальной пиццы можно использовать несколько подходов, включая нейронные сети, машинное обучение с учителем и без учителя, а также алгоритмы рекомендаций. Например, сверточные нейронные сети могут быть полезны для анализа изображений пиццы, а сети LSTM или GRU могут обрабатывать текстовые данные о рецептах.

Выбор правильного алгоритма для разработки идеальной пиццы зависит от конкретных целей проекта, доступных данных и характеристик исследуемой задачи. Давайте рассмотрим некоторые из возможных подходов к выбору алгоритма:

а) Нейронные сети: Современные нейронные сети, такие как сверточные нейронные сети (CNN) и рекуррентные нейронные сети (RNN) с LSTM или GRU блоками, могут быть мощным инструментом для анализа

изображений пиццы (например, для распознавания состава пиццы на фото) и текстовых данных (для обработки описаний рецептов или отзывов). Нейронные сети позволяют извлекать сложные зависимости из данных и применяются успешно в задачах обработки естественного языка и компьютерного зрения.

б) Машинное обучение с учителем: Если у нас есть размеченные данные (например, с информацией о популярности различных видов пиццы или предпочтениях пользователей), то алгоритмы машинного обучения с учителем, такие как классификация или регрессия, могут быть эффективными. По таким данным можно строить модели прогнозирования популярности пиццы или оптимальный состав рецепта.

в) Машинное обучение без учителя: В случае отсутствия размеченных данных можно обратить внимание на алгоритмы машинного обучения без учителя для кластеризации данных или поиска скрытых закономерностей. Например, методы кластеризации могут помочь выделить группы и типы пиццы на основе их характеристик.

г) Алгоритмы рекомендации: Если целью является создание рекомендательной системы для выбора оптимального рецепта пиццы для конкретного пользователя, то алгоритмы рекомендации, такие как коллаборативная фильтрация или содержательные методы, могут быть использованы для предложения персонализированных рекомендаций.

Выбор алгоритма зависит от специфики задачи, доступности данных и вычислительных ресурсов. Важно провести анализ данных и эксперименты с различными подходами, чтобы выбрать наиболее эффективный и подходящий в данном случае метод.

5. Обучение модели.

На этом этапе модель обучается на собранных данных. Важно использовать разделение данных на обучающую и тестовую выборки, чтобы проверить эффективность модели.

Создание кулинарных рецептов с использованием машинного обучения не является часто встречающейся задачей, особенно если речь идет о генерации рецептов пищи. Основной трудностью, как обычно бывает при работе с такими технологиями, было получение и обработка датасета. Программа будет извлекать информацию автоматически из крупных кулинарных сайтов. Большинство этих сайтов публикуют рецепты пользователями, что приводит к разнообразным ошибкам в тексте, усложняя процесс.

Исходный сборник программы будет содержать около 300 тысяч рецептов и около тысячи уникальных ингредиентов. Для обучения нейронной сети на рецептах требуется представить их в математическом виде. Рецепты будут описываться как набор векторов ингредиентов, сформированных с помощью алгоритма Skip-GramNegativeSampling (SGNS) — варианта word2vec, который анализирует совместные встречаемости слов в контексте.

Для генерации новых рецептов будет применяться две рекуррентные нейронные сети. Можно предположить, что в общем пространстве рецептов существует подпространство, отвечающее за рецепты пищи, и для обучения нейросети созданию новых пицц нужно было обнаружить это подпространство. Успех будет достигнут после многократного прохождения рецептов пицц через две рекуррентные нейронные сети.

После успешного создания рецептов пищи в модель нужно будет добавлен критерий молекулярной сочетаемости, основанный на исследованиях ученых из университетов США и Кембриджа. Исследование показало, что лучше всего сочетаются ингредиенты, имеющие максимальное количество общих молекулярных пар. С учетом этого при создании рецепта нейронная сеть будет отдавать предпочтение ингредиентам с схожей молекулярной структурой.

Известными компонентами традиционного рецепта пиццы можно назвать такие ингредиенты, как сыр, моцарелла, оливковое масло, лук,

томаты, чеснок, соль, соус, перец, вода, панировка, орегано, мука, базилик и тесто. Эти продукты играют важную роль в приготовлении этого блюда.

Подход оценки модели.

В терминах валидации представлена методика проверки соответствия характеристик производства изделия с установленными правилами и стандартами качества. Результаты такого анализа должны подтверждать соответствие товара требованиям, а основная цель, а именно производство продукции высокого качества, должна быть достигнута.

Специально разработанная модель взаимодействия ингредиентов (см. Рис.12), чтобы облегчить процесс создания новых рецептов пиццы в будущем.

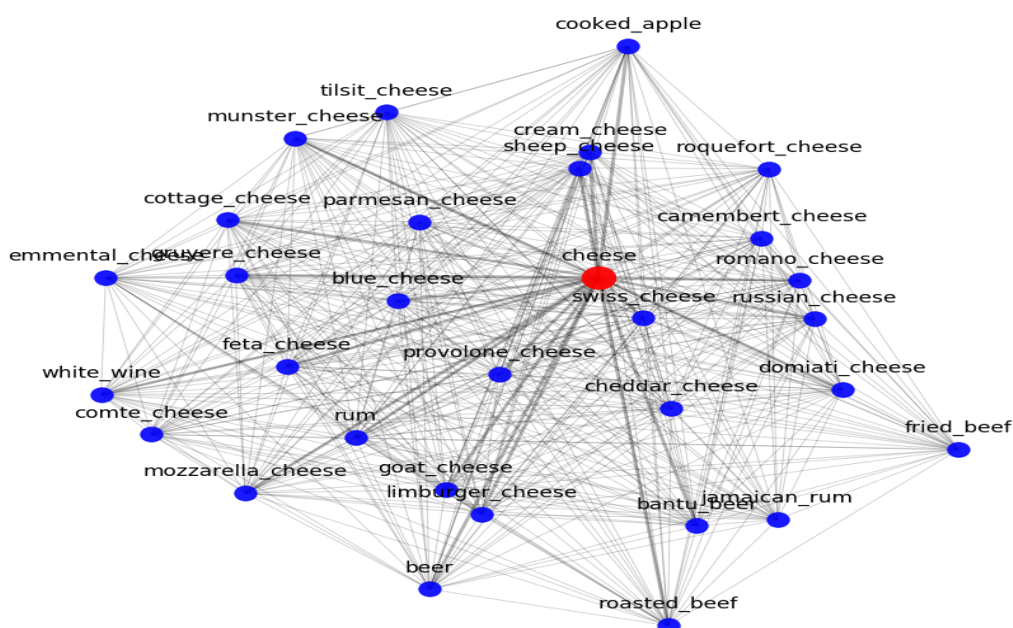


Рисунок 16 – Схема взаимодействия ингредиентов

6. Тестирование и оптимизация.

После обучения модель тестируется на новых данных. Это помогает оценить, насколько хорошо модель может генерировать рецепты пиццы, которые будут соответствовать определению «идеальной». Возможно,

потребуется провести несколько итераций обучения и тестирования для оптимизации модели.

После того, как модель была обучена на доступных данных, важным шагом является тестирование модели на новых данных. Это необходимо для оценки обобщающей способности модели и ее способности генерировать рецепты пиццы, которые соответствуют заданным критериям идеальной пиццы.

Тестирование модели может проводиться на различных наборах данных, которые не использовались при обучении. Это позволит оценить, насколько хорошо модель справляется с новыми данными и не переобучилась на обучающей выборке. Важно учитывать разнообразие данных, чтобы модель была способна генерировать разнообразные и качественные рецепты пиццы.

Проведение нескольких итераций обучения и тестирования может потребоваться для оптимизации модели. В ходе этих итераций можно вносить изменения в алгоритмы, параметры модели или данные, чтобы достичь лучших результатов и улучшить качество генерируемых рецептов.

Оптимизация модели может включать в себя такие шаги, как подбор оптимальных параметров, улучшение качества данных, добавление новых признаков или использование более сложных алгоритмов машинного обучения. Целью оптимизации является создание модели, которая будет точно и качественно генерировать идеальные рецепты пиццы на основе входных данных.

Таким образом, тестирование и последующая оптимизация модели играют важную роль в создании идеального рецепта пиццы с использованием алгоритмов машинного обучения.

7. Генерация рецепта.

Как только модель будет оптимизирована, она может быть использована для генерации рецептов. ИИ может предложить ингредиенты и их пропорции, а также методы приготовления, на основе изученных данных.

Генерация рецептов с использованием искусственного интеллекта - это увлекательная и перспективная область, которая позволяет создавать новые и интересные кулинарные рецепты, основываясь на анализе уже существующих данных. Как только модель будет оптимизирована и протестирована, ее можно использовать для генерации уникальных рецептов пиццы.

Искусственный интеллект может предложить различные варианты ингредиентов, их пропорции и методы приготовления, основываясь на знаниях и шаблонах, выявленных из данных обучения. Модель может создавать рецепты, которые могут быть как классическими, так и экспериментальными, в зависимости от того, какие данные ей были предоставлены.

При генерации рецептов модель может учитывать различные факторы, такие как сочетаемость ингредиентов, их вкусовые качества, калорийность, текстуру и другие аспекты, чтобы создать сбалансированные и аппетитные блюда. Это позволяет модели создавать уникальные и оригинальные рецепты, которые могут быть интересными для поваров, кулинаров или любителей кулинарии.

Важно помнить, что генерация рецептов с помощью искусственного интеллекта не исключает творческого элемента человеческого вмешательства. Человек может адаптировать и доработать сгенерированные рецепты, добавляя свой опыт, вкусовые предпочтения и экспертные знания, чтобы сделать блюда еще лучше.

Таким образом, генерация рецептов с помощью искусственного интеллекта открывает новые возможности для творчества и инноваций в кулинарии, предлагая новые варианты блюд и вдохновляя на создание новых кулинарных шедевров.

8. Тестирование рецепта в реальной жизни.

Последний шаг — это приготовление пиццы по сгенерированному ИИ рецепту и получение обратной связи от настоящих людей. Это позволит понять, насколько хорошо ИИ справился с задачей и что можно улучшить.

Тестирование сгенерированного искусственным интеллектом рецепта в реальной жизни является важным этапом, чтобы оценить качество и адекватность предложенной моделью пиццы. При приготовлении пиццы по рецепту, сгенерированному ИИ, важно учесть несколько аспектов:

а) Соблюдение инструкций: Важно точно следовать инструкциям и методике приготовления, предложенным моделью. Это позволит оценить, насколько понятными и логичными являются указания ИИ.

б) Оценка вкусовых качеств: Важно оценить вкус и аромат приготовленной пиццы. Рецепт должен создавать вкусный и сбалансированный продукт, который радует гурманов.

в) Оценка текстуры и внешнего вида: Пицца должна иметь сочную начинку, аппетитный вид и хрустящее тесто. Эти аспекты также важны для оценки качества рецепта.

г) Адаптация и коррекция: Важно понимать, что ИИ не всегда может учесть индивидуальные предпочтения или особенности приготовления. Поэтому важно готовить равный приготовления и, при необходимости, вносить корректировки в рецепт.

Полученная обратная связь от людей, попробовавших пиццу, поможет понять, насколько удачным был рецепт, и выявить возможные улучшения. Это позволит совершенствовать модель генерации рецептов, делая ее более точной, адекватной и приятной для готовки настоящими поварами.

Таким образом, тестирование рецепта в реальной жизни играет важную роль в развитии и улучшении модели генерации рецептов, давая возможность адаптировать и улучшать ее на основе реального опыта и обратной связи пользователей.

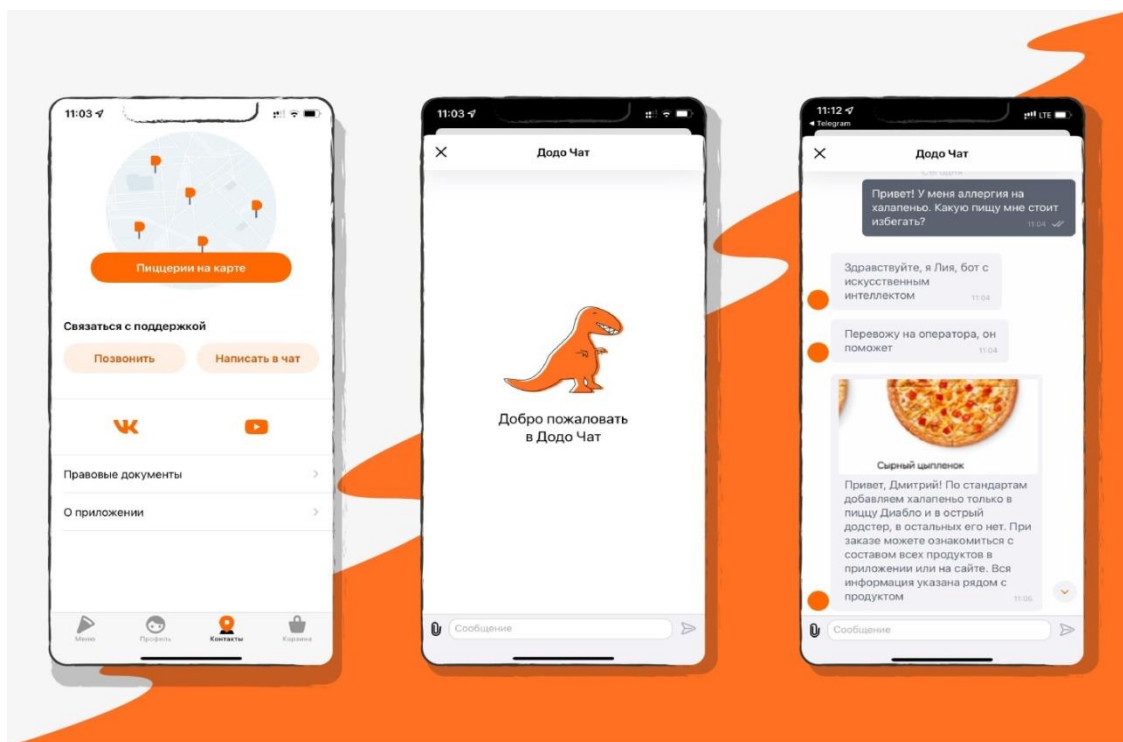


Рисунок 17 – Чат с искусственным интеллектом внутри приложения

Разработка ИИ для создания рецепта «идеальной пиццы» — это сложный процесс, который требует тесного взаимодействия между кулинарами, разработчиками и потребителями. Несмотря на технические вызовы, такой подход может привести к созданию уникальных и вкусных рецептов пиццы.

В результате нейронная сеть научится создавать рецепты пиццы. Подстраивая коэффициенты, нейронная сеть может производить как классические рецепты, такие как Маргарита или Пепперони, так и необычные рецепты.

Мероприятие №2. Проведение семейных мероприятий в течение года.

Поскольку 2024 год является годом семьи, в честь этого предлагается ввести в пиццерию дни, когда дети со своими родителями смогут самостоятельно готовить пиццу в определенной тематике праздника с поварами-инструкторами. Благодаря данному мероприятию получится организовать семейный досуг, укрепить семейные ценности и культуру совместного времяпровождения, а также данное мероприятие окажет положительное влияние на пиццерию в плане экономического

составляющего, а также еще повысит интерес клиентов и создаст уютную и дружелюбную атмосферу в заведении. Это не только развлечет гостей, но и добавит интерактивности в посещение пиццерии.

План Мастер-класса по приготовлению пиццы:

1. Подготовка к мастер-классу:

- Закупить все необходимые ингредиенты для приготовления пиццы: тесто, соус, начинки, сыр и т.д.

- Подготовить кухонное оборудование: доски, ножи, формы для выпечки.

- Создать подробный план мастер-класса и график действий.

2. Участники мастер-класса:

- Определить количество участников и возрастную категорию (дети, взрослые или смешанная группа).

- Разработать регистрационную форму для участников.

3. Проведение мастер-класса:

- Предварительно объяснить участникам правила и порядок работы.

- Продемонстрировать шаги приготовления теста и сознательно включить клиентов в процесс.

- Пригласить повара или шеф-повара для демонстрации техники и тонкостей приготовления пиццы.

4. Практическая часть мастер-класса:

- Разделить участников на группы и назначить ответственных за разные этапы приготовления пиццы.

- Позволить участникам выбирать начинки для своей пиццы.

- Сделать процесс интерактивным и веселым, поощрять участников к креативности.

5. Выпекание и дегустация:

- Помочь участникам собрать свои пиццы и отправить в печь.

- Во время выпечки провести интересные мастер-классы или игры.

- Предложить участникам оценить и обсудить результаты своей работы после дегустации пиццы.

6. Подарки и сертификаты:

- Подготовить сертификаты участникам мастер-класса.
- Возможно, предоставить участникам сувениры или подарки за участие.

7. Фотосессия и обратная связь:

- Предложить фотосессию участникам с их готовыми пиццами.
- Спросить обратную связь у участников для улучшения будущих мероприятий.

Такой детальный план поможет организовать успешный и интересный мастер-класс по приготовлению пиццы, который понравится как детям, так и взрослым, и добавит интерактивности в посещение пиццерии. Для данного мероприятия был разработан календарь на год.

Таблица 15- План на год для Мастер-классов по приготовлению пиццы.

Период	Название мастер-класса	Описание мастер-класса
1. Январь-Февраль	Пицца с традиционными начинками	- Организация мастер-класса для детей и взрослых, на котором учат готовить классическую пиццу с пепперони, грибами, помидорами, и сыром моцарелла. - Проведение мастер-класса в формате группового занятия с разъяснением каждого этапа приготовления. - Предложение участникам выбирать из различных соусов и теста для создания уникального вкуса. - Приготовление рождественской пиццы.

2. Март-Апрель	Весенние варианты пиццы	- Организация мастер-класса с акцентом на весенние начинки, такие как свежие овощи, зелень и легкие соусы. - Включение элементов творчества: участники смогут оформлять свои пиццы цветами и рисунками из еды. - Реклама мероприятия с упором на использование свежих и сезонных ингредиентов. - Приготовление пиццы в честь Пасхи
3. Май-Июнь	Фестивальная неделя с разнообразием начинок	- Проведение недельного фестиваля мастер-классов с различными начинками от мясных до вегетарианских и экзотических. - Приглашение гостевых поваров для демонстрации уникальных рецептов пиццы. - Организация конкурсов среди участников и награждение лучших творений.
4. Июль-Август:	Летние тематические пиццы	- Создание мастер-классов с летними тематиками, такими как пицца с морскими продуктами, фруктами или BBQ начинками. - Организация мастер-классов на природе или на открытой террасе с возможностью использования грилля или печи. - Приготовление пиццы в честь праздника любви и верности
5. Сентябрь-Октябрь	Праздничные и осенние варианты пиццы	- Проведение мастер-классов с осенними начинками, такими как тыква, грибы, клюква и специи. - Включение элементов осенних

		праздников в декорации и начинках пицц. - Проведение конкурсов на самую оригинальную осеннюю пиццу среди участников.
6. Ноябрь-Декабрь	Праздничные пиццы и новогодние мастер-классы	- Организация мастер-классов с праздничными начинками, такими как копченая курица, телятина, клюква и другие праздничные лакомства. - Проведение новогодних мастер-классов с украшением пиццы фигурками из теста и начинками, символизирующими праздничные атрибуты. - Проведение тематических мастер-классов как подготовка к новогодним и рождественским праздникам.

Подобный годовой план для мастер-классов по приготовлению пиццы позволит создать разнообразное и интересное мероприятие, которое будет привлекать как детей, так и взрослых, и разнообразить посещение пиццерии.

Подводя итог можно сделать вывод, что внедрение идеи семейных мероприятий в пиццерию – это бизнес-стратегия, направленная на расширение клиентской базы и укрепление отношений с постоянными посетителями. Основная цель данного подхода - создание привлекательной и комфортной среды, которая мотивирует семьи чаще посещать заведение, при этом получая яркие и положительные эмоции.

Привлечение новых клиентов с помощью семейных мероприятий происходит по нескольким каналам. Во-первых, проведение тематических вечеров, мастер-классов по приготовлению пиццы для детей или праздничных мероприятий на территории пиццерии делает заведение заметным и интересным местом для семейного отдыха. Такие мероприятия

часто освещаются в социальных сетях, блогах, что привлекает внимание новых людей, которые могут стать постоянными клиентами.

Укрепление отношений с постоянными гостями реализуется через создание атмосферы заботы и уникальности предлагаемых услуг. Семейные мероприятия могут интегрироваться в программы лояльности, где посещение семейных дней накапливает бонусы или скидки. Такие инициативы не только стимулируют повторные визиты, но и способствуют формированию эмоциональной привязанности к месту.

Создание уютной атмосферы достигается через продуманное оформление интерьера, адаптацию пространства под нужды семей с детьми (детские стульчики, игровые зоны), разработку специального детского меню. Это делает пиццерию не просто местом для приема пищи, но и подходящим пространством для семейного досуга.

Наконец, посещение пиццерии превращается в запоминающийся опыт для всей семьи благодаря сочетанию качественного сервиса, вкусной пищи и увлекательного досуга. Посетители, особенно дети, помнят положительные эмоции, связанные с участием в интерактивных забавах и мероприятиях, что повышает вероятность их регулярного возвращения в пиццерию.

Таким образом, внедрение семейных мероприятий в деятельность пиццерии может стать эффективным способом повышения доходов заведения, расширения клиентской базы и укрепления его позиций на местном рынке. Это позволяет не только увеличивать прибыль, но и формировать устойчивое сообщество лояльных клиентов.

2.4 Экономическая оценка предложенных мероприятий.

На основе данных сайта (<https://livotyping.com/ru/razrabotka-prilozheniya-s-iskusstvennym-intellektom>) стоимость интеграции искусственного интеллекта в мобильное приложение «Додо пицца» составляет примерно 3 000 000 руб.

Стоимость и сроки разработки приложения с искусственным интеллектом

В среднем разработка такого приложения стоит 3-4 млн рублей:

- аналитика и проектирование – 500 тысяч;
- дизайн – 420 тысяч;
- разработка бэкенда – от 500 тысяч;
- разработка функциональности – 1 млн 600 тысяч.

Рисунок 18 – Сайт со стоимостью разработки ИИ

Таблица 16– Стоимость разработки искусственного интеллекта.

Название деятельности	Стоимость
Аналитика и проектирование	500 тыс.руб
Дизайн	400 тыс. руб
Разработка бэкенда	500 тыс. руб
Разработка функциональности	1 млн 600 тыс.руб
Итого	3 млн.

В результате проведенного мероприятия произойдет прирост выручки предприятия ООО «Тольятти» (Додо пицца). Такое увеличение связано с повышением узнаваемости организации, активностью покупателей, увеличением интереса к нововведению внутри пиццерии.

Рассчитаем предполагаемый прирост выручки от внедрения мероприятий, используя показатель выручки ООО «Тольятти» (Додо Пицца) за 2023 г. По мнению экспертов сайта (https://m.lenta.ru/news/2023/05/18/pribyl_ot_ii/) маржинальность подобных мероприятий составляет от 15% до 30%. Для расчетов возьмем самый пессимистичный исход 15%.

При 15%: $128\,155 \text{ тыс.руб} \times 15\% = 19\,223,25 \text{ тыс.руб}$

Рассчитаем экономический эффект по формуле 1:

$$EEф = П - З, (1)$$

где Π – прирост выручки, полученный от мероприятий,
тыс. руб.; $З$ – затраты на мероприятия, тыс. руб.

При 15% $EE\phi$: $19\,223,25 \text{ тыс.руб} - 3\,000 \text{ тыс.руб} = 16\,223,25 \text{ тыс.руб}$

Далее рассчитаем экономическую эффективность мероприятия по формуле 2:

$$EE\varepsilon = EE\phi / З \quad (2)$$

При 15% $EE\varepsilon$: $16\,223,25 \text{ тыс.руб} / 3\,000 \text{ тыс.руб} = 5,40$

Согласно типовой методике оценки эффективности мероприятий в отношении определения экономической эффективности вложений нормативный коэффициент установлен на уровне не ниже 1.

Исходя из расчетов, можно делать вывод, что данный показатель находится в пределах нормы и соответствует хорошим результатам от проведения рекламных мероприятий.

Далее проведём расчёт окупаемости мероприятия по формуле 3:

$$O = З / EE\phi \quad (3)$$

При 15% $O = 3\,000 \text{ тыс.руб} / 19\,223,25 \text{ тыс.руб} = 0,15 \text{ года}$

Таким образом, мы рассмотрели ситуацию, когда темп прироста выручки составил 15% . При 15% окупаемость составляет 0,15 года(2 месяца). При приросте выручки на 15% ООО «Тольятти» получит прибыль в размере 19 223,25 тыс.руб.

Подводя итог, данное мероприятие положительно повлияет на деятельность пиццерии. Использование искусственного интеллекта в приложении для приготовления идеальной пиццы открывает широкие возможности для кулинарного творчества и повышает удовлетворение от готовки. Благодаря ИИ пользователи могут получить доступ к множеству оригинальных рецептов, разработанных на основе анализа больших объемов данных, экспертного опыта и предпочтений пользователей.

Алгоритмы искусственного интеллекта способны предлагать уникальные и креативные комбинации ингредиентов, учитывая пожелания пользователей, их предпочтения к вкусу, аллергии и диетические ограничения. Это помогает создавать персонализированные рецепты, подходящие для каждого конкретного пользователя.

Использование искусственного интеллекта в приложении для приготовления идеальной пиццы значительно повлияет на успех и прибыльность пиццерии. Внедрение ИИ в процесс приготовления пиццы может принести следующие выгоды:

1. **Повышение качества продукции:** Искусственный интеллект способен анализировать данные и создавать оптимальные рецепты пиццы с учетом предпочтений клиентов. Это повысит качество продукции и удовлетворенность клиентов.

2. **Оптимизация процесса приготовления:** AI может дать рекомендации по оптимальным параметрам пиццы, таким как температура и время готовки, чтобы добиться идеального вкуса. Это ускорит процесс готовки и повысит эффективность работы кухни.

3. **Персонализация предложений:** Благодаря искусственному интеллекту пиццерия сможет предлагать клиентам индивидуальные рецепты, учитывая их предпочтения и аллергии. Это создаст дополнительные возможности для продаж и привлечет больше постоянных клиентов.

4. **Анализ и прогнозирование спроса:** ИИ может анализировать данные о предпочтениях клиентов и трендах в индустрии, что поможет пиццерии принимать более обоснованные решения по ассортименту и маркетингу.

В целом, использование искусственного интеллекта в приложении для приготовления пиццы имеет потенциал повысить уровень обслуживания, увеличить лояльность клиентов и увеличить выручку пиццерии за счет улучшения качества продукции, оптимизации процессов и персонализации сервиса.

Экономическая эффективность мероприятия №2.

Семейные мероприятия являются важным видом деятельности предприятий. Мероприятие по совместному приготовлению пиццы привлекает гостей разного возраста и способствует созданию уютной атмосферы для семейного времяпровождения.

Действующие лица, такие как ведущий-повар и аниматоры, играют важную роль в успешном проведении мероприятий и привлечении посетителей. Цена мероприятия для гостей и маржинальность определяют финансовую эффективность данного вида деятельности.

Важно также обратить внимание на количество мероприятий в год и количество гостей, посещающих их. Эти параметры напрямую влияют на общую прибыль от семейных мероприятий.

Общий анализ показывает, что семейные мероприятия могут быть успешным и прибыльным направлением бизнеса, привлекающим постоянную аудиторию и обеспечивающим хорошие финансовые показатели.

Таблица 17–Расчет эффективности семейных мероприятий в течение года.

Вид мероприятия	Содержание мероприятия	Действующее лицо	Цена мероприятия для гостей	Маржинальность	Кол-во мероприятий в год	Кол-во гостей	Доходы с мероприятий	Расходы на мероприятия	Прибыль
Семейные мероприятия	Совместное приготовление пиццы детей и родителей	Ведущий - повар Аниматоры	1200 руб.	40%	24	16	460800	276480	184320

Данная таблица представляет собой расчет эффективности семейных мероприятий, в частности мероприятия по совместному приготовлению пиццы детьми и родителями. Действующим лицом на мероприятии является ведущий-повар и аниматоры. Стоимость мероприятия для гостей составляет 1200 рублей, маржинальность равна 40%. В год проводится 24 мероприятия. Мероприятия будут проходить 2 раза в месяц, когда самое спокойное время

днем на каждом из которых присутствует 16 гостей. Они будут проходить в основном зале пиццерии.

Исходя из этой информации, доходы с мероприятий достигают 460 800 рублей в год, расходы на мероприятия составляют 276 480 рублей, тогда как прибыль от семейных мероприятий превышает 184 320 рублей.

Общая экономическая эффективность мероприятий, предложенных в главе 2.

Экономическая эффективность мероприятий, предложенных в главе 2 данной работы рассчитывается без учета фактора времени по следующим общим экономическим показателям:

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

Таблица 18 – Исходные данные для расчета экономической эффективности мероприятий для компании ООО «Тольятти».

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Буквенное обозначение	Числовое значение
1	Объем доходов организации до внедрения мероприятия	рублей	Op_1	128 155 000
2	Объем доходов организации после внедрения мероприятия	рублей	Op_2	147 839 050
3	Прирост объёмов доходов организации за счет реализации мероприятия	рублей	$\Delta B = Op_2 - Op_1$	19 684 050
4	Затраты связанные с проведением мероприятий	рублей	З	3 276 480

В затраты связанные с проведением мероприятий входит: внедрение искусственного интеллекта – 3 000 000руб, расходы на проведение семейных мероприятий –276 480 руб.

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

$$\text{Эф} (\Delta\Pi) = \Delta B - З \quad (3.1)$$

где Эф (ΔП) – годовой экономический эффект (прирост прибыли), руб.;

ΔВ – прирост выручки за счет реализации мероприятия, руб.;

З – затраты на мероприятие – 3 276 480руб.

ΔВ = 147 839 050 - 128 155 000 = 19 684 050руб.

Эф = ΔВ – З = 19 684 050 – 3 276 480руб = 16 407 570 руб.

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

Срок окупаемости мероприятия определяется по формуле:

$$T_{\text{ок}} = З / \Delta В \quad (3.2)$$

где З – затраты на мероприятие, руб.;

ΔВ – прирост выручки (прибыли) за счет реализации мероприятия, руб./год (период).

$T_{\text{ок}} = З / \Delta В = 3\,276\,480 / 16\,407\,570 = 0,19$ года или 72 дня (0,19*365 дней)

Данным расчетом подтверждается окупаемость мероприятия за 72 дня от начала его реализации.

Сведем рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемого мероприятия в таблицу:

Таблица 19 – Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятий.

Мероприятия	Затраты, рублей	Дополнительная выручка, рублей	Годовой эффект, рублей	Срок окупаемости мероприятий, год
Внедрение искусственного интеллекта в приложение, проведение семейных	3 276 480	19 684 050	16 407 570	0,19

вечеров				
---------	--	--	--	--

Из данных таблицы 20 видно, что затраты на реализацию мероприятия окупаются в течении 72 дней.

Таблица 20– Основные технико-экономические показатели проекта до и после внедрения мероприятий.

Показатель	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Изменения (±) абсолютные	Изменения (±) отн.,% (темп прироста)
1	2	3	4 = 3-2	5=4:2*100
1. Выручка от реализации, руб.	128 155 000	147 839 050	19 684 050	15
2. Себестоимость продаж, руб.	112 832 000	116 108 480	3 276 480	2,9
3. Валовая прибыль (убыток) стр.3=стр.1-стр.2	15 323 000	31 730 570	16 407 570	107
4. Численность персонала, чел.	83	83	0	100
5. Выручка на одного работника (производительность труда), руб./чел. стр.5=стр.1/стр.4	1 544 000	1 781 193,37	237 193,37	15
6. Рентабельность продаж, % стр.6=стр.3/стр.1*100	11,95	21,46	9,51	79,58

После внедрения мероприятий в компании значительно увеличилась выручка от реализации, составив 147 839 050рублей, что на 15% превышает показатель до внедрения мероприятий, а именно на 19 684 050рублей. Это

свидетельствует о росте эффективности деятельности компании в этом направлении.

Себестоимость продаж также увеличилась, но в меньшей степени, на 2,9%, что означает, что компания стала более эффективно расходовать ресурсы.

Валовая прибыль значительно выросла на 107%, составив 31 730 570 рублей. Это связано с повышением объема выручки и уменьшением себестоимости продаж.

Численность персонала осталась неизменной на уровне 83 человек, что отражает оптимальное использование трудовых ресурсов.

Выручка на одного работника значительно возросла, на 15%, достигнув 1 781 193,37 рублей. Это свидетельствует о повышении производительности труда в результате внедренных мероприятий.

Рентабельность продаж выросла в 1,79 раза и составила 21,46%. Этот показатель отражает эффективность использования ресурсов компании и ее способность генерировать прибыль от реализации товаров.

Таким образом, внедрение мероприятий позволило компании значительно увеличить выручку, улучшить показатели эффективности и производительности труда, что положительно сказалось на ее финансовом состоянии и конкурентоспособности.

Таким образом, во второй главе была дана общая характеристика ООО «Тольятти» Додо пицца и проанализированы основные технико-экономические показатели деятельности организации. Также были разработаны два мероприятия для улучшения эффективности предприятия, которые окажут положительное влияние.

Внедрение новых технологий и организация мероприятий могут иметь значительное влияние на деятельность и развитие пиццерии. Рассмотрим подробно два предложенных варианта.

1. Внедрение искусственного интеллекта в приложение пиццерии

Позитивные аспекты:

- Улучшение обслуживания клиентов: ИИ может анализировать предпочтения клиентов и предлагать персонализированные меню или акции, что повысит их удовлетворенность и лояльность.

- Оптимизация работы: ИИ может помочь в управлении запасами и планировании графика работы персонала, снижая затраты и повышая эффективность.

- Аналитика и инсайты: Сбор и анализ данных о продажах и покупательском поведении помогут лучше понимать рынок и принимать обоснованные решения.

- Маркетинг и реклама: Автоматизация маркетинговых кампаний на основе данных, собранных ИИ, может увеличить их эффективность.

Негативные аспекты:

- Затраты на внедрение: Разработка и интеграция ИИ в приложение потребует начальных вложений и, возможно, регулярных обновлений.

- Сложности с принятием: Некоторые клиенты или сотрудники могут скептически относиться к искусственному интеллекту, что потребует времени и ресурсов на обучение и адаптацию.

2. Внедрение семейных мероприятий в течение года

Позитивные аспекты:

- Привлечение новой аудитории: Организация семейных мероприятий может привлечь семьи с детьми, которые станут регулярными клиентами.

- Укрепление сообщества: Мероприятия могут способствовать объединению местного сообщества и повышению узнаваемости бренда.

- Разнообразие доходов: Дополнительные мероприятия могут создать новые источники дохода, например, платные мастер-классы по приготовлению пиццы.

- Маркетинговый эффект: Семейные мероприятия могут быть отличным контентом для социальных сетей и других платформ, улучшая маркетинговую стратегию.

Негативные аспекты:

- Увеличение расходов: Организация мероприятий требует дополнительных затрат на планирование, инвентарь и возможно найм аниматоров или других специалистов.

- Управленческая нагрузка: Организация и проведение регулярных мероприятий могут увеличивать нагрузку на управленческий и обслуживающий персонал.

Оба подхода имеют свои преимущества и риски. Интеграция ИИ может кардинально изменить взаимодействие с клиентами и внутренние процессы, делая бизнес более эффективным и ориентированным на потребителя. Семейные мероприятия усиливают социальную составляющую бизнеса, способствуя укреплению связей с местным сообществом и увеличению лояльности клиентов. Внедрение обоих направлений потребует значительных усилий и ресурсов, но при правильном подходе может дать заметный положительный эффект.

ГЛАВА 3 ИЗУЧЕНИЕ ТЕМЫ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» В РАМКАХ ПРЕПОДАВАНИЯ ОБЩЕСТВОЗНАНИЯ В ШКОЛЕ

3.1 Анализ изучения темы на уроках обществознания

Современная система образования в России тесно связана с экономическим развитием общества. Новый образовательный стандарт, ФГОС, уделяет этому вопросу значительное внимание. Как подтверждают закон «Об Образовании» и ФГОС, важно, чтобы учащиеся учились не только получать знания, но и развивать навыки, которые помогут им успешно адаптироваться в условиях рыночной экономики. Это отражается в выборе образовательных тематик, включая изучение предметов, таких как «Обществознание» и «Экономика».

Для принятия обоснованных решений в реальной жизни всем гражданам необходимы экономические знания и навыки в области управления собственностью, выбора способов сбережения и других аспектов экономических взаимоотношений. Обучение в общеобразовательных школах способствует развитию способности анализировать экономическое поведение с учетом формирования у школьников экономических убеждений и этических принципов экономической деятельности.

Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования направлен на развитие общей культуры, личностного роста учащихся, их саморазвития, формирование навыков самостоятельности и самосовершенствования. Он также способствует развитию творческих и физических способностей учащихся, а также сохранению и укреплению их здоровья.

Обществознание является обязательным предметом, который помогает обучающимся развивать ключевые компетенции в области финансовой грамотности и устойчивого развития общества. Понимание экономики играет важную роль, так как это помогает понять принципы функционирования

экономических систем и рынков, влияние различных факторов на экономическую активность и благосостояние государства. «Экономика» как часть предмета «обществознание» формирует у учащихся навыки в области экономической и финансовой грамотности.

Для успешной реализации программы основного общего образования необходимо создание подходящих условий в образовательных учреждениях. Эти условия должны обеспечивать участие обучающихся в образовательной программе и успешное ее прохождение. Среди ключевых моментов - формирование функциональной грамотности учащихся, что позволит им эффективно решать учебные и жизненные задачи на основе знаний и навыков. Для дальнейшего успеха в образовании и профессиональной деятельности важно овладеть ключевыми компетенциями, которые являются основой для того, чтобы справиться с современными вызовами.

В современном мире знания в области экономики становятся неотъемлемой частью образования. Изучение экономики в рамках предмета обществознания способствует формированию экономической культуры и экономического мышления у учащихся. Программа курса «Экономика» на базовом уровне направлена на усвоение основ экономической теории, развитие навыков анализа общественных и политических событий с экономической точки зрения, воспитание ответственности за экономические решения, а также готовность использовать полученные знания о функционировании рынка труда, секторе малого предпринимательства и индивидуальной трудовой деятельности для определения профессионального пути.

Для изучения темы «Предпринимательская деятельность» необходимо анализировать учебники по обществознанию для 8-11 классов и соотносить их с текущими требованиями ФГОС и изменениями в новом ФГОС, особенно обращая внимание на раздел «Экономика» и уделенное ему значение в контексте рассмотрения данной темы. Также важно проанализировать

учебники по экономике для 10-11 классов, чтобы полноценно освоить предмет и понять его важность в контексте общего образования.

Таблица 21 – Содержание главы 4 «Экономика», Л.Н. Боголюбов, 8 класс.

Параграф	Название темы
18	Экономика и ее роль в жизни общества
19	Главные вопросы экономики
20	Рыночная экономика
21	Производство – основа экономики
22	Предпринимательская деятельность
23	Роль государства в экономике
24	Инфляция и семейная экономика
25	Банковские услуги
26	Страховые услуги
27	Рынок труда и безработица
28	Современный работник

Из таблицы 21 видно, что в данном учебнике тема «Предпринимательская деятельность» изучается в отдельном параграфе. Содержание этого параграфа начинается с определения предпринимательства и его роли в экономике, также рассматриваются признаки и функции предпринимательства. Во второй части обсуждаются цели фирмы, основные организационно-правовые нормы, а также понятие индивидуального предпринимателя. Третья часть посвящена определению малого предпринимательства. Материал параграфа структурирован и логично представлен, после каждой части предлагаются вопросы для закрепления знаний, приводятся интересные факты, приводятся документы и ситуации. Следует отметить, что в данном параграфе не хватает наглядного материала.

Далее был проанализирован учебник по обществознанию для 8 класса в редакции К.В. Сорвина. Этот учебник содержит обширный раздел по экономике, состоящий из трех глав и 18 параграфов. Тема «Предприятие в рыночной экономике» рассматривается во второй главе учебника. Первая

часть параграфа посвящена сравнению понятий «фирма» и «предприятие», вторая часть - организационно-правовым нормам, а третья - малым предприятиям. Параграф сопровождается множеством иллюстраций и диаграмм, что способствует визуализации и лучшему пониманию материала.

В обновленной версии учебника по обществознанию Р.С. Гринберга для 10 класса 2020 года содержится обширный теоретический материал об экономике общества. Глава 4 полностью посвящена разделу «Экономика», который включает в себя 20 тем. Тема «Бизнес и предпринимательство. Экономика фирмы. Менеджмент. Маркетинг» рассматривается в двух параграфах 31-32.

Первая часть параграфов содержит анализ различных типов предприятий, определение понятия бизнеса, индивидуального предпринимательства и фирмы. Во второй части параграфов исследуются вопросы выручки, издержек, прибыли, а также представлена формула рентабельности. Последующая часть посвящена видам издержек: постоянным и переменным. В этих параграфах недостаточно схем и наглядного материала. Тема «Бизнес и предпринимательство. Экономика фирмы. Менеджмент. Маркетинг» весьма подробно рассматривается, представлены вопросы и задания для закрепления усвоенного материала.

В учебнике по обществознанию Л.Н. Боголюбова для 11 класса особое внимание уделено изучению экономической сферы в рамках первой главы. Давайте рассмотрим темы этой главы, представленные в таблице 17.

Таблица 22 - Глава 1 «Экономическая жизнь общества».

Параграф	Название темы
1	Роль экономики и жизни общества
2	Экономика: наука и хозяйство
3	Экономический рост и развитие
4	Рыночные отношения в экономике
5	Фирма в экономике
6	Правовые основы предпринимательской деятельности
7	Слагаемые успеха в бизнесе
8	Экономика и государство
9	Финансы в экономике
10	Занятость и безработица

11	Мировая экономика
12	Экономическая культура

В параграфе «Правовые основы предпринимательской деятельности» изучаются определения предпринимательства, предпринимательских правоотношений, и способностей предпринимателя. Во второй части этого параграфа рассматриваются основные организационно-правовые нормы, присутствует схема субъектов предпринимательской деятельности. Третья часть параграфа посвящена процессу открытия бизнеса. Следует отметить, что в учебнике также освещается тема «Фирма в экономике», которая тесно связана с темой «Правовые основы предпринимательской деятельности», что позволяет учащимся более глубоко понимать значения фирмы и предпринимательства в экономике.

Рассмотрим учебник по экономике для 10-11 классов автора Хасбулатова Р.И. В этом учебнике освещаются такие аспекты как экономика как наука и хозяйство, экономическая система государства, конкуренция, спрос и предложение. Также рассматривается роль государства в современной экономике, основные макроэкономические показатели, фирма и ее функции, а также основы финансовой грамотности, международная торговля и проблемы глобализации.

Глава 12 данного учебника называется «Фирма - главное звено в рыночной экономике» и включает две темы: «Фирмы и их задачи» и «Виды издержек». Тема «Фирмы и их задачи» рассматривает определения фирмы, предпринимательства, предпринимателя, и субъектов предпринимательства. Правовые формы предпринимательства представлены в виде схемы. Во второй части параграфа описываются разновидности фирм, от малых до крупных предприятий. Кроме того, рассматривается концепция франчайзинга и процесс страхования бизнеса.

Подводя итог, все учебники, рассмотренные нами, полностью соответствуют Федеральному государственному образовательному стандарту основного и среднего общего образования, предоставляя необходимый

минимум теоретических концепций и практических заданий для углубленного понимания и закрепления учебного материала. В учебных пособиях представлен значительный объем теоретического материала, разнообразные схемы и рисунки, и задания для самопроверки студентов. Для стимуляции интереса учеников к учебному процессу, повышения активности, и более эффективного усвоения материала, рекомендуется использовать практико-ориентированные задания как средство формирования профессионально значимых умений и навыков. Таким образом, разработка практикума по теме «Предпринимательская деятельность» будет актуальным и полезным шагом для улучшения учебного процесса.

Важно отметить, что изучение правовых основ предпринимательской деятельности является ключевым для понимания основных принципов функционирования современной экономики. Предпринимательство сегодня играет важную роль в развитии общества, способствуя экономическому росту, инновациям и созданию новых рабочих мест.

Правовые аспекты предпринимательской деятельности включают в себя знание законов, регулирующих процессы создания и ведения бизнеса, права и обязанности предпринимателей, а также механизмы защиты их интересов. Понимание основ правового регулирования предпринимательской деятельности позволяет предпринимателям избегать непредвиденных юридических проблем и обеспечивать стабильную и эффективную работу своего бизнеса.

Учебники по экономике для 10-11 классов не только предоставляют теоретические сведения, но и способствуют формированию у учащихся практических навыков и умений, необходимых для успешного осуществления предпринимательской деятельности. Разнообразные примеры, задания и кейсы помогают студентам применить полученные знания на практике и развить свои аналитические и решения задач навыки.

Таким образом, изучение правовых основ предпринимательства в рамках учебного процесса не только способствует формированию

общекультурных компетенций у учащихся, но и подготавливает их к успешному функционированию в современном экономическом и деловом окружении.

Изучение правовых аспектов предпринимательской деятельности в школьном курсе экономики имеет целый ряд преимуществ. Во-первых, оно способствует формированию у школьников базовых знаний о законах и нормах, регулирующих бизнес-процессы. Это позволяет им более глубоко понимать механизмы организации и управления предпринимательской деятельностью.

Во-вторых, изучение правовых основ предпринимательства развивает у школьников критическое мышление и аналитические способности. Они учатся анализировать юридическую информацию, принимать обоснованные решения, оценивать риски и соответствовать требованиям законодательства при ведении своего дела в будущем.

Кроме того, знание правовых норм и правил в области предпринимательства помогает учащимся быть более ответственными и осознанными потребителями, понимать свои права и обязанности как граждане и предприниматели.

Таким образом, включение темы «Правовые основы предпринимательской деятельности» в учебный план по экономике для старших классов школы имеет важное значение для формирования у школьников комплексных знаний о бизнес-среде, помогает им развивать ключевые навыки для успешной профессиональной деятельности и создания собственного бизнеса в будущем.

3.2 Разработка внеурочного занятия на тему: «Игра по расчетам франшизы Додо Пицца»

Для организации внеурочного мероприятия по игре по расчетам франшизы Додо Пицца можно провести следующие этапы:

1.Объяснение концепции франшизы Додо Пицца ее особенностей:
Провести небольшой вводный семинар или презентацию, в которой учащиеся узнают о том, что такое франшиза, как работает бизнес Додо Пицца, какие условия сотрудничества предлагает данная компания.

Стоит рассказать детям, что франшиза Додо Пицца– это сотрудничество между владельцем франшизы (франчайзи) и самой компанией Додо Пицца. Франшиза – это вид бизнеса, при котором право на использование фирменного имени, товарных знаков, технологии и ноу-хау передаются франчайзи на условиях лицензии. Особенностью франшизы Додо Пицца является то, что она дает возможность предпринимателям открыть пиццерию под известным брендом с уникальной концепцией и технологиями при минимальных рисках и поддержке со стороны франчайзера.

Проведение вводного семинара или презентации по концепции франшизы Додо Пицца поможет учащимся более подробно изучить процесс сотрудничества с данной компанией. В рамках такого мероприятия можно рассказать о следующих ключевых аспектах:

История и концепция Додо Пицца: Раскрыть историю создания компании Додо Пицца, ее ценности, миссию и основные принципы работы.

Технологии и процессы: Познакомить учащихся с особенностями и инновационными технологиями, которые применяются в Додо Пицца, а также с процессами приготовления пиццы и организации работы пиццерии.

Условия сотрудничества: Подробно рассказать о финансовых условиях, возможных инвестициях, оборудовании, обучении персонала, маркетинговой поддержке, а также о правилах и порядке работы в рамках франшизы.

Преимущества и риски: Выделить основные преимущества занятия франшизным бизнесом, а также предостеречь об основных рисках и трудностях, с которыми предприниматель может столкнуться.

Такое вводное мероприятие позволит учащимся более глубоко погрузиться в мир франшизного бизнеса и ознакомиться с особенностями сотрудничества с известной компанией Додо Пицца.

2.Расчеты и финансовая игра: Разделить участников на группы и предложить им смоделировать открытие франшизы Додо Пицца. Учащиеся могут проанализировать стартовые инвестиции, рассчитать затраты на оборудование, аренду помещения, закупку продуктов, оплату персонала, маркетинговые расходы и т.д.

Ниже представлен подробный план действий для проведения такой игры:

А) Расчет стартовых инвестиций: Первым шагом участники должны определить необходимые стартовые инвестиции для открытия франшизы Додо Пицца. Это включает в себя расходы на покупку оборудования, аренду помещения, закупку товаров, оплату услуг и т.д.

Б) Расчет ежемесячных затрат: Участники должны разработать план ежемесячных затрат, необходимых для нормального функционирования пиццерии. Это включает затраты на аренду, заработную плату сотрудникам, закупку продуктов, коммунальные платежи, налоги и прочие операционные расходы.

В) Прогнозирование выручки: Участники должны разработать прогноз по выручке от продаж пиццы на основе изучения рынка, конкурентов, а также маркетинговых стратегий. Это позволит им оценить потенциальную прибыль и рентабельность бизнеса.

Г) Игровой процесс: Участники должны имитировать работу владельцев пиццерии, принимая решения о закупке ингредиентов, ценообразовании, маркетинге, управлении персоналом и т.д. В конце каждого периода (недели, месяца) участники должны делать финансовый отчет о своей деятельности.

Д) Работа с бюджетом: Предложить участникам разработать бюджет на определенный период времени (например, месяц), включающий все статьи расходов и доходов. Участники должны следить за своими расходами, сравнивать их с запланированными и анализировать причины отклонений.

Е) Управление капиталом: Попросите участников принимать решения о распределении капитала между различными инвестиционными проектами или стратегиями развития пивцрии. Это поможет им понять принципы управления капиталом и рисков.

Ж) Маркетинг и продажи: Проведите рекламные акции или специальные предложения в рамках игры, чтобы участники могли оценить эффективность маркетинговых действий на привлечение клиентов и увеличение продаж.

З) Кризисное управление: Симулируйте кризисные ситуации (например, ухудшение рыночных условий, отставка ключевого сотрудника, проблемы с поставками и т.д.) и попросите участников разработать стратегию выхода из них, минимизируя потери для бизнеса.

И) Анализ результатов: По завершении игры провести анализ финансовых результатов каждой группы. Обсудить успешные стратегии, ошибки, полученный опыт и уроки для будущего.

К) Обмен опытом: По завершении финансовой игры предложите участникам поделиться своими наблюдениями, опытом и уроками, которые они извлекли из игры. Обсудите, какие аспекты бизнеса были наиболее сложными, интересными или неожиданными для каждой группы.

Такая финансовая игра поможет учащимся лучше понять сложности и особенности управления бизнесом, развить аналитические и финансовые навыки, а также почувствовать на практике, что такое предпринимательство с открытием собственного предприятия. Эта финансовая игра не только поможет учащимся изучить финансовые аспекты бизнеса, но и развить командные навыки, умение принимать решения в условиях неопределенности и креативное мышление. Она позволит участникам погрузиться в реалии предпринимательства и приобрести ценный опыт для будущих профессиональных задач.

3.Принятие решений: Участникам предлагается принимать решения по различным аспектам бизнеса, таким как выбор локации, ценообразование,

управление персоналом, маркетинговые стратегии и другие ключевые аспекты управления франшизным бизнесом.

Принятие решений в рамках финансовой игры по открытию франшизы Додо Пицца является одним из ключевых этапов, который позволяет участникам погрузиться в реалии управления бизнесом и оценить последствия своих действий. Давайте разберем подробнее, как можно организовать этот этап игры:

А) Выбор локации: Участникам предлагается выбрать оптимальное место для открытия пиццерии, учитывая такие факторы, как плотность населения, конкуренты, трафик и т.д. Участники должны обосновать свой выбор и рассмотреть возможные риски и преимущества.

Б) Ценообразование: Участникам необходимо определить оптимальные цены на пиццу и другие продукты, учитывая издержки производства, конкурентное окружение, ценовую политику конкурентов и ожидания клиентов. Решение о ценообразовании влияет на маржинальность и прибыльность бизнеса.

В) Управление персоналом: В рамках игры участникам могут быть предложены ситуации, связанные с управлением персоналом, например, конфликты между сотрудниками, необходимость провести тренинги или мотивационные программы. Участники должны принимать решения, направленные на создание эффективной команды и обеспечение высокого уровня обслуживания.

Г) Маркетинговые стратегии: Участникам предлагается разработать маркетинговые стратегии для привлечения новых клиентов и удержания старых. Это может включать в себя выбор каналов продвижения, акций и рекламных компаний. Участники должны анализировать эффективность своих маркетинговых решений и корректировать их при необходимости.

Принятие решений в рамках финансовой игры поможет участникам развить способность анализировать информацию, оценивать альтернативы и принимать обоснованные решения в условиях неопределенности. Каждый

аспект управления бизнесом вносит свой вклад в общий успех франшизы, поэтому участники смогут применить свои навыки и знания для достижения оптимальных результатов.

4. Обсуждение результатов и выводы: По завершении игры можно провести обсуждение принятых решений, выявить наиболее эффективные стратегии, обсудить возможные риски и вывести основные уроки из проведенной финансовой игры.

По завершении финансовой игры по открытию франшизы Додо Пицца очень важно провести обсуждение принятых участниками решений и извлечь полезные выводы из этого опыта. Вот некоторые ключевые моменты, которые могут быть рассмотрены в результате обсуждения:

А) Анализ результатов: Участники могут пройти через основные показатели производительности своей франшизы, такие как прибыль, доходы, издержки, маржинальность и другие. Это позволит оценить эффективность принятых решений и выделить успешные стратегии.

Б) Выявление успешных стратегий: В ходе обсуждения можно выделить стратегии, которые принесли наибольший успех и помогли достичь поставленных целей. Участники могут обменяться опытом и лучшими практиками для дальнейшего применения.

В) Обсуждение рисков: Важно также обсудить возможные риски, с которыми столкнулись участники во время игры, и способы их минимизации или управления. Это поможет участникам лучше подготовиться к реальным вызовам бизнеса.

Г) Извлечение уроков: Обсуждение принятых решений и их результатов позволит участникам извлечь ценные уроки и наработки для дальнейшего развития своих управленческих навыков. Эти уроки могут быть полезными при принятии решений в реальной жизни.

Обсуждение результатов и выводов после завершения финансовой игры поможет участникам лучше понять процесс управления бизнесом, научиться извлекать уроки из своих ошибок и улучшить свои навыки принятия

решений. Такой анализ поможет участникам стать более компетентными и успешными в будущем.

Были разработаны практические задания для внеурочного мероприятия для 9-11 классов.

Задание 1.

Рассчитать расходы для открытия новой пиццерии.

Таблица 23 – План расходов при открытии пиццерии.

<u>Категория</u>	<u>Расход</u>
Аренда	
Банковские комиссии	
Вентиляция	
Вывески/фасад	
Вывоз мусора	
Доставка и хранение	
Интернет	
Коммуналка	
Мебель	
Обмеры	
<u>Оборудование</u>	
Паушальный взнос	
Проектирование	
Ремонтные работы	
Софт	
<u>Стройматериалы</u>	
Хозинвентарь и материалы	
Юридические расходы	
Бухгалтерское обслуживание	
Маркетинг	
Обучение	
Печатные материалы	
Первый закуп	
ЗП и налоги	
Командировки персонала	
Прочее	
Операционный убыток	
ИТОГО	

Задание 2.

Заполнить таблицу ожидаемого дохода за первый год работы.

Таблица 24 – Доходы пиццерии в первый год работы.

Месяц /Год	Янв-23	Февр-23	Март-23	Апр-23	Мая-23	Июн-23	Июл-23	Авг-23	Сен-23	Окт-23	Нояб-23	Дек-23	Итого
Кол-во заказов	7 840	7 015	7 973	7 792	9 654	8 582	8 285	8 727	9 022	10 323	10 226	10 767	106 206
Доставка	3 119	2 867	3 018	2 751	3 023	2 720	2 666	2 554	2 808	3 518	3 734	4 056	36 834
Зал	4 721	4 148	4 955	5 041	6 631	5 862	5 619	6 173	6 214	6 805	6 492	6 711	69 372
Доставка (РУБ)	2 122 683	1 959 430	2 078 164	1 870 565	2 139 346	1 954 296	1 916 510	1 852 532	2 085 726	2 448 978	2 518 300	2 970 623	25 917 153
Зал (РУБ)	1 774 522	1 515 881	1 768 598	1 777 977	2 170 683	2 172 879	2 090 188	2 211 315	2 085 513	2 047 081	2 020 336	2 100 691	23 735 664
Продажи итог (РУБ)	3 897 205	3 475 311	3 846 762	3 648 542	4 310 029	4 127 175	4 006 698	4 063 847	4 171 239	4 496 059	4 538 636	5 071 314	49 652 817
Чистая прибыль	1 167 361	1 042 593,3	1 154 028,6	1 094 562,6	1 293 008,	1 238 152,5	1 202 009,4	1 219 154,1	1 251 371,7	1 348 817,7	1 361 590,8	1 521 394,2	14 895 845,1

Задание 3.

Заполнить пустые столбики в таблице «результаты деятельности организации».

Таблица 25–Результаты деятельности организации.

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение показателя		Средне-годовая величина, тыс. руб.
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	тыс. руб. (гр.4 - гр.2)	± % ((4-2) : 2)	
1	2	3	4	5	6	7
1. Выручка	48 618	86 681	128 155			
2. Расходы по обычным видам деятельности	41 672	76 239	112 832			
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	6 946	10 442	15 323			
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	2 270	-2 551	-3 072			
5. ЕВИТ (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	9 216	7 891	12 251			
6. Проценты к уплате	22	191	105			

7. Налоги на прибыль (доходы)	1 183	1 994	2 747			
8. Чистая прибыль (убыток) (5-6-7)	8 010	5 705	9 398			

Задание 4.

Рассчитать сумму выплат роялти от доходов организации.

Предусмотрен роялти в размере 3,5 %- 5 % от выручки плюс НДС(20%). Франчайзи платят роялти с месячной выручки. К сумме выплат добавляется НДС. В первый год работы роялти 3,5%. Во второй год и далее — 5%.

Также в компании введен обязательный маркетинговый сбор, составляющий 3% от выручки франчайзи. Целью этого сбора является развитие бренда и создание национальной пицца-сети. Средства из этого фонда направляются на федеральную рекламу, что позволяет охватывать аудиторию по всей стране.

Таблица 26 - Расчет выплат по франшизе.

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Показатель выплат		Общая сумма выплат по франшизе
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Роялти+ НДС	Маркетинговый сбор	
1	2	3	4	5	6	7
1. Выручка	48 618	86 681	128 155			

Такое мероприятие поможет учащимся лучше понять принципы франшизного бизнеса, научиться анализировать финансовые данные и принимать обоснованные решения в предпринимательской сфере.

Участие в финансовой игре по открытию франшизы Додо Пицца действительно может значительно помочь учащимся в понимании основ франшизного бизнеса, а также развитию ключевых навыков, необходимых для успешного управления бизнесом. Вот какие преимущества могут получить учащиеся участвуя в таком мероприятии:

Понимание принципов франшизного бизнеса: Финансовая игра предоставляет возможность учащимся погрузиться в реальные ситуации управления франшизой, изучить основные принципы работы франшизы и узнать, как оптимально управлять таким видом бизнеса.

Анализ финансовых данных: Участие в игре позволяет учащимся на практике изучить финансовые показатели бизнеса, умение анализировать финансовые данные, распределять ресурсы и принимать обоснованные решения на основе финансовых показателей.

Развитие предпринимательских навыков: Участвуя в финансовой игре, учащиеся могут развить навыки предпринимательства, такие как управление рисками, принятие стратегических решений, планирование бизнес-процессов и взаимодействие с командой.

Практический опыт: Участие в мероприятии позволяет получить ценный практический опыт в управлении бизнесом, что поможет учащимся лучше подготовиться к реальным вызовам предпринимательской деятельности в будущем.

Таким образом, участие в финансовой игре по открытию франшизы Додо Пицца может быть отличной возможностью для учащихся получить практические навыки управления бизнесом, а также лучше понять основы франшизного бизнеса и финансового анализа.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе обсуждаются как теоретические, так и практические вопросы, связанные с увеличением доходов франчайзинговой организации. Эта комбинация теории и практики позволяет более глубоко изучить и понять основные аспекты франчайзинга с точки зрения теории, а также рассмотреть их применение и эффективность на практике. Такой комплексный подход способствует более полному анализу и оценке франчайзинговой модели в контексте работы.

В условиях активно развивающихся рыночных отношений франчайзинг представляет собой эффективную стратегию для масштабирования бизнеса и расширения географического покрытия. Франчайзинговая модель позволяет быстро выйти на новые рынки за счет использования сторонних предпринимателей, которые заинтересованы в развитии бренда. Это сокращает риски для франчайзера и позволяет ему сосредоточиться на улучшении продукта или услуги. Кроме того, франчайзинг способствует созданию стабильных отношений между франчайзором и франчайзи, обеспечивая взаимную выгоду и совместное развитие бизнеса.

В первой главе работы были изучены теоретические основы франчайзинга и его значимая роль в увеличении доходов организации. В ходе анализа были рассмотрены следующие аспекты: Понятие франчайзинга и его основные принципы, что позволило лучше понять суть этой бизнес-модели и механизмы функционирования франчайзинговой системы. Преимущества и недостатки франчайзинговой модели бизнеса, что позволило вам провести анализ плюсов и минусов данного подхода к развитию бизнеса и оценить его эффективность в конкретной ситуации. Основные факторы успеха франчайзинговой сети, где выявлены ключевые аспекты, которые оказывают влияние на успешное развитие и функционирование франчайзингового бизнеса.

Вторая глава исследования посвящена анализу и оценке деятельности организации на примере ООО «Тольятти». В этой главе была рассмотрена

общая характеристика производственно-хозяйственной деятельности предприятия, его экономические показатели, а также проведен анализ основных технико-экономических показателей его деятельности. Также рассматривается общая характеристика деятельности ООО «Тольятти» и экономические показатели. Еще глава включает в себя анализ стоимости чистых активов организации, финансовой устойчивости, ликвидности, рентабельности, неудовлетворительной структуры баланса, а также прогноз банкротства. А также были предложены рекомендации по увеличению доходов организации и расчет экономической эффективности реализуемых мероприятий.

После внедрения мероприятий в компании значительно увеличилась выручка от реализации, составив 147 839 050 рублей, что на 15% превышает показатель до внедрения мероприятий, а именно на 19 684 050 рублей. Это свидетельствует о росте эффективности деятельности компании в этом направлении.

Себестоимость продаж также увеличилась, но в меньшей степени, на 2,9%, что означает, что компания стала более эффективно расходовать ресурсы.

Валовая прибыль значительно выросла на 107%, составив 31 730 570 рублей. Это связано с повышением объема выручки и уменьшением себестоимости продаж.

Численность персонала осталась неизменной на уровне 83 человек, что отражает оптимальное использование трудовых ресурсов.

Выручка на одного работника значительно возросла, на 15%, достигнув 1 781 193,37 рублей. Это свидетельствует о повышении производительности труда в результате внедренных мероприятий.

Рентабельность продаж выросла в 1,79 раза и составила 21,46%. Этот показатель отражает эффективность использования ресурсов компании и ее способность генерировать прибыль от реализации товаров.

Таким образом, внедрение мероприятий позволило компании значительно увеличить выручку, улучшить показатели эффективности и производительности труда, что положительно сказалось на ее финансовом состоянии и конкурентоспособности.

Третья глава исследования посвящена изучению темы "Предпринимательская деятельность" в рамках преподавания обществознания и экономики в школе. В первой части главы был проведен анализ того, как изучается тема "Предпринимательская деятельность" на уроках обществознания и экономики. Проанализированы методы преподавания, использование учебных материалов, вовлечение учащихся в практические задания и обсуждения, а также оценку их знаний и понимания этой темы.

Во второй части главы было разработано внеурочное занятие на тему: "Игра по расчетам франшизы Додо Пицца". Занятие предполагает использование интерактивных методов обучения, направленных на развитие у учащихся навыков предпринимательства и понимание принципов управления бизнесом. Целью этого занятия является не только углубление знаний о предпринимательстве, но и практическое применение полученных знаний в игровой форме, что способствует активной и интересной работе с учебным материалом.

Эта глава позволила проанализировать эффективность методов преподавания темы "Предпринимательская деятельность" и разработать инновационные подходы к обучению предпринимательству с использованием интерактивных занятий на примере игры по расчетам франшизы Додо Пицца. Она призвана стимулировать учащихся к более глубокому пониманию и интересу к предпринимательской деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс РФ. Часть первая. От 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023) // СПС «Консультант плюс»: сайт. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/. – (дата обращения: 04.05.2024). – Текст: электронный.

2. Налоговый кодекс РФ. Часть первая. От 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. От 18.03.2023) // СПС «Консультант плюс»: сайт. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/. – (дата обращения: 04.05.2024). – Текст: электронный.

3. Федеральный Закон № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8.02.1998 г. (ред. От 16.04.2022). // СПС «КонсультантПлюс»: сайт. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/. – (дата обращения: 04.05.2023). – Текст: электронный.

4. Федеральный Закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. (ред. 17.02.2023) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: сайт. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/. – (дата обращения: 04.05.2023). – Текст: электронный.

5. Министерство Просвещения РФ: сайт. – URL: <https://edu.gov.ru/> – (дата обращения: 06.05.2024).

6. Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (ред. от 19.04.2019) // СПС «КонсультантПлюс»: сайт. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/. – (дата обращения: 06.05.2023). – Текст: электронный.

7. 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->

(датаобращения10.05.2024).

8. Федеральная рабочая программа ООО пообществознанию от Министерства Просвещения РФ:документ.–URL:https://sch86-saranpaul.gosuslugi.ru/netcat_files/userfiles/obrazovatel_nye_standarty/foop/Federalnaya_rabochaya_programma_Obschestvoznanie_OOO.pdf–

(датаобращения30.05.2024).

9. Иванова Е.А. Управление финансовой деятельностью франчайзинговой сети пиццерий: теория и практика // Финансовый менеджмент. - 2022. - Т. 11, № 1. - С. 45-56.

10. Петров Н.С. Развитие стратегий маркетинга для увеличения доходов в сети пиццерий франчайзингового бренда: опыт «Додо Пицца Тольятти» // Маркетинговый журнал. - 2021. - Том 16, № 3. - С. 78-88.

11. Кузнецова О.И. Эффективное управление персоналом как ключ к успешному функционированию франчайзинговой сети пиццерий: анализ практики «Додо Пицца Тольятти» // Управление персоналом. - 2020. - № 4. - С. 22-31.

12. Сидорова М.А. Инновационные подходы в организации финансового планирования и контроля в сети франчайзинговых пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Финансовый учет и аудит. - 2021. - Т. 8, № 2. - С. 67-77.

13. Григорьев А.П. Улучшение качества обслуживания и продукции в франчайзинговой сети пиццерий: опыт «Додо Пицца Тольятти» // Управление качеством и сервисом. - 2022. - Т. 13, № 1. - С. 39-48.

14. Лебедева Е.И. Внедрение инновационных технологий в процессы производства и обслуживания в сети пиццерий франчайзингового бренда: практические аспекты на примере «Додо Пицца Тольятти» // Инновации и управление. - 2021. - Т. 9, № 3. - С. 55-63.

15. Козлов А.Н. Анализ факторов, влияющих на финансовую устойчивость франчайзинговой сети пиццерий: особенности

функционирования организации «Додо Пицца Тольятти» // Управление финансовыми ресурсами. - 2020. - № 1. - С. 18-27.

16. Гаврилова О.С. Повышение эффективности операционного управления в сети пиццерий франчайзингового бренда: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Производственное управление и логистика. - 2021. - Т. 10, № 2. - С. 60-70.

17. Михайлов В.И. Разработка механизмов стимулирования и мотивации персонала в сети франчайзинговых пиццерий: практические аспекты «Додо Пицца Тольятти» // Управление персоналом. - 2022. - Том 17, № 4. - С. 85-95.

18. Новикова Е.П. Технологические инновации как инструмент повышения эффективности производства в сети франчайзинговых пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Технологии и производство. - 2021. - Т. 12, № 3. - С. 49-58.

19. Волков Д.М. Оптимизация логистических процессов в сети франчайзинговых пиццерий: анализ опыта «Додо Пицца Тольятти» // Логистика и управление цепями поставок. - 2020. - Т. 9, № 1. - С. 32-41.

20. Павлова А.К. Разработка маркетинговой стратегии привлечения и удержания клиентов в сети пиццерий франчайзингового бренда: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Маркетинг и реклама. - 2021. - Т. 14, № 2. - С. 70-79.

21. Иванов Д.А. Анализ особенностей франчайзинговой модели бизнеса в сфере общественного питания на примере сети пиццерий «Додо Пицца Тольятти» // Стратегическое управление. - 2020. - Т. 11, № 3. - С. 41-50.

22. Смирнов П.В. Факторы, влияющие на успешное развитие франчайзинговой сети пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Стратегический анализ. - 2022. - Т. 15, № 1. - С. 88-97.

23. Ковалева Е.С. Роль информационных технологий в управлении франчайзинговой сетью пиццерий: анализ практики «Додо Пицца Тольятти»

// Информационные технологии и управление. - 2021. - Том 16, № 4. - С. 62-72.

24. Дорофеев Г.В. Увеличение трафика и конверсии сайта франчайзинговой сети пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Цифровой маркетинг. - 2020. - № 2. - С. 27-36.

25. Тимофеева А.М. Оценка эффективности рекламных кампаний в сети франчайзинговых пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Реклама и связи с общественностью. - 2021. - Т. 13, № 3. - С. 55-64.

26. Куликов А.Г. Экологические аспекты управления франчайзинговой сетью пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Экологический менеджмент. - 2022. - Т. 14, № 2. - С. 49-58.

27. Соколова Л.Н. Конкурентные преимущества франчайзинговой сети пиццерий: анализ стратегий компании «Додо Пицца Тольятти» // Управление стратегическим развитием. - 2020. - Т. 11, № 4. - С. 72-81.

28. Никитин С.И. Финансовые инновации и инвестиционное развитие франчайзинговой сети пиццерий: практические рекомендации на примере «Додо Пицца Тольятти» // Финансовые рынки и инвестиции. - 2021. - Т. 12, № 1. - С. 33-42.

29. Жуков А.В. Актуальные проблемы управления брендом в франчайзинговой сети пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Управление инновациями и брендом. - 2022. - Т. 15, № 3. - С. 68-77.

30. Артемьева Е.Д. Внедрение программ лояльности для увеличения доли регулярных клиентов в сети франчайзинговых пиццерий: практические аспекты на примере «Додо Пицца Тольятти» // Управление клиентскими отношениями. - 2021. - Т. 14, № 4. - С. 41-50.

31. Степанов К.П. Исследование рынка общественного питания и конкурентного окружения франчайзинговой сети пиццерий: анализ рыночной стратегии «Додо Пицца Тольятти» // Менеджмент и маркетинг. - 2020. - Т. 9, № 3. - С. 55-64.

32. Романова Н.А. Участие всоциальных программ для увеличения

узнаваемости и репутации франчайзинговой сети пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Корпоративная ответственность. - 2022. - Т. 13, № 2. - С. 46-55.

33. Васильева О.С. Цифровизация процессов обслуживания и управления в сети франчайзинговых пиццерий: опыт компании «Додо Пицца Тольятти» // Цифровые технологии в бизнесе. - 2021. - Т. 16, № 1. - С. 50-59.

34. Андреева, Е. В. Доходы населения и их социальная дифференциация в условиях рыночной экономики / Е. В. Андреева. – М.: Высшая школа экономики, 2018. – 312 с.

35. Васягина, Н. В. Экономика благосостояния: доходы, распределение и социальная справедливость / Н. В. Васягина. – СПб.: Питер, 2019. – 240 с.

36. Григорьев, Л. М. Экономика и доходы населения: тенденции и перспективы / Л. М. Григорьев, Т. М. Малева. – М.: Издательство «Экономика», 2020. – 354 с.

37. Иванченко, А. П. Социально-экономические факторы доходов населения в современной России / А. П. Иванченко. – Новосибирск: Сибирское научное издательство, 2017. – 289 с.

38. Колесникова, И. В. Доходы населения и факторы их формирования / И. В. Колесникова. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 198с.

39. Обществознание: 11 класс: учебник / Л.Н. Боголюбов, Н.И. Городецкая и др.- М.:Просвещение,2017.-337с.

40. Обществознание: 8 класс: учебник / К.В. Сорвин, Е.А. Давыдова, Т.В.Кулакова,О.Д.Фёдоров.–2-еиздание,пересмотр.–М.:Дрофа,2021.–253с.

41. Обществознание: 8 класс: учебник / Л.Н. Боголюбов, Н.И. Городецкая и др.; М.:Просвещение,2019.- 272с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 1 — Пицца выпускаемая компанией «Додо Пицца»

Наименование товара (пиццы)	Виды	Изображение
Пицца-конструктор	В основе увеличенная порция моцареллы и фирменный томатный соус, а другие ингредиенты можно выбрать на свой вкус	
Сырный цыпленок	смесь сыров чеддер и пармезан, соус альфредо, цыпленок, моцарелла, сырный соус, томаты и чеснок.	
Диабло	колбаски чоризо, острый перчик халапеньо и пикантный соус барбекю.	

Колбаски Барбекю	с ярким вкусом соуса Барбекю и пикантными колбасками Чоризо	
ДодоМикс	Она состоит из сегментов с вкусами пицц «Песто», «Карбонара», «Четыре сыра», «Ветчина и Сыр», и всё это на нежном соусе Альфредо.	
Аррива	Цыплёнок, острая чоризо, соус бургер, сладкий перец, красный лук, томаты, моцарелла, соус ранч, чеснок	
Пицца из половинок	Возможность собрать пиццу из двух разных.	
Песто	Соус песто, сливочный соус, цыплёнок, кубики брынзы, томаты черри, моцарелла.	

Сырная	Увеличенная порция моцареллы, томатный соус	
Карбонара	Бекон, сыры чеддер и пармезан, моцарелла, томаты черри, лук, чеснок, сливочный соус, итальянские травы.	
Пепперони	Пикантная пепперони, увеличенная порция моцареллы, томатный соус.	
Ветчина и сыр	Ветчина, увеличенная порция моцареллы, сливочный соус.	
Овощи и грибы	Итальянские травы, томатный соус, кубики брынзы, шампиньоны, сладкий перец, красный лук, моцарелла, маслины, томаты.	

Ветчина и грибы	Ветчина, шампиньоны, увеличенная порция моцареллы, томатный соус.	
Чизбургер-пицца	Мясной соус болоньезе, моцарелла, красный лук, соленые огурчики, томаты, соус бургер.	
Цыпленок барбекю	Цыпленок, соус барбекю, томатный соус, красный лук, моцарелла, бекон.	
Четыре сыра	Увеличенная порция моцареллы, смесь сыров чеддер и пармезан, сыр блючиз, сливочный соус.	
Мясная	Цыпленок, ветчина, пикантная пепперони, томатный соус, острая чоризо, моцарелла.	

Цыпленок ранч	Цыпленок, ветчина, соус ранч, моцарелла, томаты, чеснок.	
Четыре сезона	Увеличенная порция моцареллы, ветчина, пикантная пепперони, кубики брынзы, томаты, шампиньоны, томатный соус, итальянские травы.	
Двойная пепперони	Пикантная пепперони, увеличенная порция моцареллы, томатный соус.	
Маргарита	Увеличенная порция моцареллы, томаты, итальянские травы, томатный соус.	

Таблица 2 — Выпускаемые закуски «Додо Пицца»

Наименование товара (закуски)	Вид	Изображение
-------------------------------	-----	-------------

Додстер Острый	Горячая закуска с острым цыпленком, перцем халапеньо, солеными огурчиками, томатами, моцареллой и соусом барбекю в тонкой пшеничной лепешке.	
Грибной Стартер	Горячая закуска с шампиньонами, моцареллой и соусом ранч в тонкой пшеничной лепешке.	
Мясной Стартер	Горячая закуска с митболами из говядины, томатами, моцареллой и пикантным соусом чипотле в тонкой пшеничной лепешке.	
Куриные кусочки	Сочное куриное филе в хрустящей панировке, большая порция.	

Куриные крылья	Куриные крылья со специями и ароматом копчения, большая порция.	
Ланчбокс с куриными кусочками	Горячий сытный обед из нежных куриных кусочков, картофеля из печи с итальянскими травами и сырного соуса.	
Ланчбокс с крыльями барбекю	Обед из куриных крыльев со специями и ароматом копчения, картофеля из печи с итальянскими травами и соуса барбекю.	
Додстер классический	Закуска с цыпленком, томатами, моцареллой, соусом ранч в тонкой пшеничной лепешке.	

Картофель из печи	Запеченный картофель с итальянскими травами.	
----------------------	---	--

Таблица 3 — Ассортимент десертов в «Додо Пицца»

Наименование товара(десерты)	Вид	Изображение
Чизкейк Нью- Йорк	Классический американский творожный десерт.	
Сырники с малиновым вареньем	Нежные сырники, приготовленные в печи, с малиновым вареньем, 2 или 4 шт.	
Бруслетики	Горячие сладкие рулетики с натуральной брусникой, политые сгущенным молоком, 16 шт.	

Рулетики с корицей	Горячие сладкие рулетики с пряной корицей и сахаром, 16 шт	
Фондан	Два десерта с хрустящей корочкой и топлёной шоколадной начинкой.	

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица 1 - Динамика основных экономических показателей

Показатель	Ко д ст ат би	Значение показателя						Изменение за анализируемый период	
		в тыс. руб.				в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.5- гр.2)	± % ((гр.5-гр.2) : гр.2)
		31.12.20 20	31.12.20 021	31.12.20 022	31.12.202 3	на начало анализир уемого периода (31.12.20 20)	на конец анализируе мого периода (31.12.2023)		
1		2	3	4	5	6	7	8	9
Актив									
Внеоборотные активы		280	408	726	712	1,4	1,6	+431	+153,9
Оборотные, всего		19 649	28 822	33 273	42 951	98,6	98,4	+23 582	+121,8
в том числе: запасы		1 103	1 430	1 263	2 667	5,6	6,1	+1564	+141,8
денежные средства и их эквиваленты		672	4 340	1 793	2 382	3,4	5,5	+1709	+3,5 раза
Пассив									
Собственный капитал		13 923	21 934	27 620	37 017	70,9	84,8	+23 094	+165,9
Долгосрочные обязательства		125	387	850	1 125	0,6	2,6	+1000	+8 раз
Краткосрочные обязательства*, всего		5 601	12 656	7624	5 521	28,5	12,6	-79	-1,4
в том числе: заемные средства		3 285	9085	2 254	—	16,7	—	-3 285	-100
Валюта баланса		19 649	35 001	37 056	43 663	100	100	+24 014	+122,2

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица 2 - Результаты деятельности

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение показателя		Средне-годовая величина, тыс. руб.
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	тыс. руб. (гр.4 - гр.2)	± % ((4-2) : 2)	
1	2	3	4	5	6	7
1. Выручка	48 618	86 681	128 155	+79 537	+163,6	87 818
2. Расходы по обычным видам деятельности	41 672	76 239	112 832	+71 160	+170,8	76 914
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	6 946	10 442	15 323	+8 377	+120,6	10 904
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	2 270	-2 551	-3 072	-5 342	↓	-1 118
5. ЕВІТ (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	9 216	7 891	12 251	+3 034	+32,9	9 786
6. Проценты к уплате	22	191	105	+83	+4,8 раза	106
7. Налоги на прибыль (доходы)	1 183	1 994	2 747	+1 563	+132,1	1 975
8. Чистая прибыль (убыток) (5-6-7)	8 010	5 705	9 398	+1 387	+17,3	7 704

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Аналитический отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках)

Таблица 3– Отчет о финансовых результатах.

Показатели	Значение	2021 г.	2022 г.	2023 г.
1	2	3	4	5
Выручка	значение, тыс. руб.	48 618	86 681	128 155
	изменение, тыс. руб.	x	+ 38 063	+41 474
	изменение, %	x	+78,3%	+47,8%
Расходы по обычной деятельности	значение, тыс. руб.	41 672	76 239	112 832
	изменение, тыс. руб.	x	+34 567	+ 36 592
	изменение, %	x	+83%	+48%
Проценты к уплате	значение, тыс. руб.	22	192	105
	изменение, тыс. руб.	x	+169	-85
	изменение, %	x	а в +8,6 раз	-44,8%
Прочие доходы	значение, тыс. руб.	2 970	146	77
	изменение, тыс. руб.	x	-2 824	-69
	изменение, %	x	-95,1%	-47,5%
Прочие расходы	значение, тыс. руб.	700	2 697	3 149
	изменение, тыс. руб.	x	+1 997	+452
	изменение, %	x	а в +3,9 раз	+16,8%
Налоги на прибыль (доходы)	значение, тыс. руб.	1 183	1 994	2 747
	изменение,	x	+810	+753

	тыс. руб.			
	изменение, %	х	+68,5%	+37,8%
Чистая прибыль (убыток)	значение, тыс. руб.	8 010	5 705	9 398
	изменение, тыс. руб.	х	-2 305	+3 692
	изменение, %	х	-28,8%	+64,7%