

**(ОБРАЩАЕМ ВНИМАНИЕ, ЧТО НЕКОТОРЫЕ ФРАГМЕНТЫ РАБОТЫ  
ИЗВЛЕЧЕНЫ ИЗ ДАННОГО ДОКУМЕНТА)**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
1 Управленческий раздел .....	5
1.1 История создания ООО «Компания Атлантик» и документы, регламентирующие ее деятельность .....	5
1.2 Организационно-правовая форма ООО «Компания Атлантик» .....	5
1.3 Стил ь и методы управления ООО «Компания Атлантик» .....	6
1.4 Функциональные обязанности менеджеров и специалистов различных уровней .....	8
1.5 Организация работы всех отделов и служб .....	8
1.6 Организация договорной работы .....	10
1.7 Организация технологии формирования услуг .....	11
1.8 Продвижение услуг .....	12
1.9 Особенности реализации услуг .....	13
Выводы и предложения по 1 разделу .....	13
2 Экономический раздел .....	16
2.1 Характеристика основных показателей деятельности ООО «Компания Атлантик» .....	16
2.2 Характеристика основных фондов ООО «Компания Атлантик» .....	17
2.3 Анализ оборотных средств ООО «Компания Атлантик» .....	17
2.4 Характеристика трудовых ресурсов ООО «Компания Атлантик» .....	18
2.5 Анализ и характеристика затрат ООО «Компания Атлантик» .....	18
2.6 Анализ выручки от реализации ООО «Компания Атлантик» .....	19
2.7 Анализ рентабельности ООО «Компания Атлантик» .....	21
2.9 Анализ финансового состояния ООО «Компания Атлантик» .....	21
Выводы и предложения по 2 разделу .....	21
3 Отчет по индивидуальному заданию. Основные предпосылки и тенденции развития международного туризма .....	22
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	23
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	24
Приложение А .....	25
Приложение Б .....	26
Приложение В .....	27
Приложение Г .....	28
Приложение Д .....	29
Приложение Е .....	30
Приложение Ж .....	31

Приложение З.....	32
Приложение И.....	32
Приложение К.....	33
Позиционирование на рынке труда.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Согласно учебному плану специальности 1-25-01-13 «Экономика и управление туристической индустрией», предусмотрена управленческо-экономическая практика, которая проходила Компания ООО «Компания Атлантик» (далее по тексту компания)» компания находится по адресу Республика Беларусь, Гродненская область, Гродненский район, Путришковский сельсовет, д. Пригодичи, Турбаза ООО «Фирма Верасень».

Объектом исследования является ООО «Компания Атлантик»

Целью управленческо-экономической практики является овладение практическими навыками и умениями, подготовка к самостоятельной профессиональной деятельности по специальности «Экономика и управление туристической индустрией».

Задачи практики:

- обучение практическим навыкам, и подготовка к самостоятельной профессиональной деятельности по избранной специальности;
- сбор фактического материала для написания курсовых, научных работ;
- освоение умений ставить цели, формулировать задачи индивидуальной и совместной деятельности, кооперироваться с коллегами по работе;
- формирование профессиональной позиции, мировоззрения, стиля поведения и освоение профессиональной этики;
- адаптация к реальным условиям работы в различных учреждениях и организациях;
- ознакомление с деятельностью конкретной организации туристической индустрии;
- изучение вопросов управления персоналом;
- изучение специфики деятельности, особенностей его продукта;
- ознакомление с системой анализа и планирования организации;
- приобретение практических навыков по созданию самой организации и продуктов, реализуемых в ней; заключения договоров с партнерами, потребителями и другими организациями индустрии туризма; продвижения и реализации услуг с использованием современных информационных технологий;
- изучение законодательных актов и нормативных документов, инструкций, положений и других документов, которыми руководствуются организации в своей деятельности;
- диагностика пригодности к профессиональной деятельности;
- участие в управленческой деятельности организации.

При написании отчета использовались учредительные документы, статистическая финансовая отчетность за 2023 г.

## **1 Управленческий раздел**

### **1.1 История создания ООО «Компания Атлантик» и документы, регламентирующие ее деятельность**

Компания УНП 591506866 была зарегистрирована в едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей 19 марта 2013 года.

Компания работает в сфере кейтеринге и ресторанного бизнеса. Активно проявляла динамичное развитие, адаптируясь к изменившимся требованиям рыночной среды, интегрируя последние технологические достижения, совершенствуя производственные процессы и расширяя ассортимент производимой продукции. Следует отметить, что в период кризиса компания продемонстрировала стабильный рост и продолжила свое развитие. Реализован переход от одного объекта общественного питания и магазина кулинарии к формированию сети розничных точек под брендом кулинария «Золотой теленок». (Приложение Ж, З)

В дополнение к этому, были успешно запущены два новых объекта общественного питания – бистро «Обед-буфет» и летняя терраса «Санвино», обновлены и расширены кондитерский и хлебобулочный цехи, налажена оптовая реализация продукции среди корпоративных клиентов. В настоящее время Компания сотрудничает с более чем 100 партнерами в городе Гродно. Последние изменения в руководстве Компании зарегистрированы 26.12.2023 – включенными изменения для юридического лица. 10 мая 2022 года Компанией был зарегистрирован товарный знак (Приложение Б) товары и услуги 29 кл. Компания не имеет задолженностей перед таможенными органами и ФСЗН. Компания владеет 14 торговыми объектами (6 из которых состоят в статусе исключенных). Не числится в реестре недобросовестных поставщиков. Не имеет ценных бумаг и не участвует в биржевых торгах. У Компании 16 сертификатов соответствия. В 2024 году Компания активно развивает бренд «Золотой телёнок»

### **1.2 Организационно-правовая форма ООО «Компания Атлантик»**

ООО «Компания Атлантик» является обществом с ограниченной ответственностью.

ООО является популярной формой предприятия для небольших и средних бизнесов из-за относительной простоты организации, гибкости в управлении и ограничения ответственности участников.

Ключевые особенности ООО:

1. Ограничение ответственности участников – это означает, что

участники общества отвечают по доле уставного капитала, который они внесли, и не несут персональной ответственности перед кредиторами компании.

2. Уставный капитал – установленный на момент создания компании размер, который делится на доли между участниками. Уставный капитал должен быть не менее минимального установленного законом.

3. Учредительные документы – основой деятельности ООО являются учредительные документы: устав и учредительный договор.

4. Органы управления – в ООО выделяются учредительное собрание, директор (или директор и коллегиальный исполнительный орган), ревизионная комиссия (при наличии).

5. Для регистрации ООО требуется заключить учредительный договор, подготовить устав, определить размер уставного капитала, зарегистрировать компанию.

### **1.3 Стиль и методы управления ООО «Компания Атлантик»**

Стиль и методы управления в организации играют ключевую роль в определении ее эффективности, успеха и развития. Стиль управления определяет общую философию и подход к управлению персоналом, исходя из которых формируются методы и приемы руководства. Стиль управления в Компании был определен мной как трансформационный: фокусируется на развитии и мотивации сотрудников.

Трансформационный стиль управления – это подход к руководству, который направлен не только на достижение целей и выполнение задач, но и на развитие сотрудников, стимулирование их лидерских качеств, мотивацию и участие в процессе принятия решений. Основой трансформационного стиля управления является влияние лидера на подчиненных через вдохновение, мотивацию и развитие их потенциала. Лидер в такой системе берет на себя роль наставника, курирующего развитие своих подчиненных, помогая им стать успешными и самостоятельными специалистами. Такой подход способствует созданию высокоэффективных и мотивированных команд, способных решать задачи на высоком уровне и адаптироваться к изменяющейся среде.

Руководитель работает с коллективом, чтобы помочь им достигнуть лучших результатов, руководствуясь вдохновляющим лидерством. Данный подход к управлению фокусируется на создании вдохновляющей атмосферы, развитии качественных отношений между руководителем и подчиненными, а также на поощрении роста и саморазвития сотрудников. Основной задачей трансформационного лидера является создание и поддержание увлечения и энергии в коллективе, а также привлечение сотрудников к общим целям компании. Это можно проследить по стилистике профиля Компании на сайте [rabota.by](http://rabota.by), там к потенциальным коллегам предлагают «стать частью единомышленников и профессионалов» (Приложение К).

ОСУ (организационно-структурное или организационно штатное управление) компании представляет собой систему управления персоналом и

ресурсами организации в соответствии с ее целями и задачами. ОСУ включает в себя организационные структуры, штатное расписание, положения о подразделениях и должностные инструкции. ОСУ направлено на обеспечение эффективного функционирования организации, оптимизацию трудовых процессов, распределение обязанностей и ответственности среди сотрудников, а также на создание благоприятного рабочего климата. Целью ОСУ является максимальная рациональность управления ресурсами и развитие потенциала персонала для достижения поставленных целей. В Компании гибкая система оформления трудовых отношений. Используются все непротиворечащие трудовому законодательству Республики Беларусь формы трудовых отношений. Формат работы гибридный. Сотрудники, занятые процессами администрирования часть работы выполняют удаленно по согласованию с руководством. Принцип построения ОСУ в Компании процессный. На мой взгляд, оптимально подходящий для средних растущих компаний со штатом (50–200 сотрудников). Процессный подход к построению организационной структуры в среднем бизнесе предполагает организацию работы компании вокруг бизнес-процессов, которые выполняются для достижения целей и удовлетворения потребностей клиентов. Данный подход позволяет управлять бизнес-процессами более эффективно, сосредотачивая внимание на потребностях клиентов, улучшении качества продукции или услуг, оптимизации производственных и операционных процессов.

Основные этапы построения организационной структуры Компании на современном этапе включают следующие шаги:

1. Идентификация бизнес-процессов. Необходимо выявить ключевые бизнес-процессы, которые определяют основные направления деятельности компании и влияют на ее успех.

2. Анализ и оптимизация. Проведение анализа существующих бизнес-процессов для выявления узких мест, неэффективных звеньев и возможностей для улучшения. Оптимизация процессов позволит увеличить производительность, снизить издержки и повысить качество продукции или услуг.

3. Определение ролей и ответственности. Необходимо четко определить роли и обязанности сотрудников в рамках бизнес-процессов, а также установить механизмы контроля и отчетности.

4. Построение организационной структуры. На основе выявленных бизнес-процессов определяется оптимальная организационная структура компании, которая будет сориентирована на выполнение целей и задач бизнеса.

5. Внедрение и мониторинг. После разработки организационной структуры необходимо провести процесс ее внедрения, обучения сотрудников и мониторинга результатов для дальнейшей коррекции и улучшения.

Процессный подход к построению организационной структуры в среднем бизнесе способствует повышению оперативности, эффективности и конкурентоспособности компании за счет оптимизации бизнес-процессов и сосредоточения усилий на удовлетворении потребностей клиентов.

## **1.4 Функциональные обязанности менеджеров и специалистов различных уровней**

Функциональные обязанности менеджеров и специалистов различных уровней определяются их ролями в Компании и уровнем ответственности. Основные функции менеджеров верхнего уровня включают стратегическое планирование, установление целей и руководство выполнением общих стратегических направлений компании. Они принимают ключевые решения, определяют стратегические приоритеты и обеспечивают развитие организации в соответствии с поставленными целями.

Менеджеры среднего звена чаще ответственны за операционное управление, обеспечивая эффективное выполнение бизнес-процессов и достижение операционных целей. Зачастую это контроль поставок и текущих договорных обязательств. На март 2024 года Компания вовлечена в несколько судебных процессов, основные обязательства по долгам представлены в (Приложении Г).

Специалисты на различных уровнях занимаются непосредственно конкретными направлениями деятельности. Их функциональные обязанности включают ежедневное обеспечение компании продуктом

## **1.5 Организация работы всех отделов и служб**

Структура ООО «Компания Атлантик» следующая:

1. Отдел продаж кейтеринговых услуг – отвечает за привлечение клиентов, заключение договоров и координацию заказов.
2. Отдел разработки меню – занимается созданием кейтеринговых меню, учетом пожеланий клиентов, требований качества и сезонных особенностей.
3. Отдел закупок и снабжения – занимается закупкой продуктов, посуды, упаковки и других необходимых материалов для проведения кейтеринговых мероприятий.
4. Отдел кулинарии – ответственен за приготовление блюд согласно составленным меню, контроль качества и организацию процесса готовки.
5. Отдел логистики и транспорта – обеспечивает транспортировку кейтеринговых заказов, контроль сроков доставки и обеспечение безопасности продуктов во время транспортировки.
6. Отдел обслуживания клиентов – занимается общением с клиентами, координацией заявок, решением возникающих проблем и обратной связью.
7. Отдел маркетинга и PR – занимается продвижением услуг кейтеринга, рекламной деятельностью, участием в выставках и мероприятиях.
8. Отдел финансов и бухгалтерии – отвечает за финансовое планирование,

учет расходов и доходов компании, подготовку отчетности и контроль финансовых показателей.

#### 9. Отдел контроля качества

Графиков работы отделов в компании:

##### 1. Отдел продаж кейтеринговых услуг:

- Понедельник-пятница: с 9:00 до 18:00, с возможностью гибкого графика для участия в мероприятиях и встречах с клиентами в удобное для них время.

- Суббота-воскресенье: выходные дни, с возможностью дежурства и обработки срочных запросов.

##### 2. Отдел разработки меню:

- Понедельник-пятница: с 8:00 до 17:00, график работы с учетом подготовки меню, тестирования новых блюд и рецептов.

- Суббота: дополнительный рабочий день для завершения подготовки к следующей неделе, при необходимости.

##### 3. Отдел закупок и снабжения:

- Понедельник-пятница: с 10:00 до 18:00, с возможностью ранних или поздних смен в зависимости от поставщиков и сезонных колебаний.

- Выходные дни: в зависимости от необходимости проведения инвентаризации и планирования закупок.

##### 4. Отдел кулинарии

Понедельник-воскресенье: с 6:00 до 15:00 (готовка для мероприятий с учетом времени на подготовку и организацию).

Также предусмотрены:

- вечерние смены нужны в случае проведения мероприятий вечером или в выходные дни.

- возможность дополнительных смен и гибкости в графике для обеспечения планов кейтеринга и стандартов качества блюд.

Отдел кулинарии играет ключевую роль в успешной работе, поэтому график работы должен быть организован таким образом, чтобы обеспечить высокое качество блюд и своевременное их предоставление клиентам.

##### 5. Отдел логистики и транспорта:

- График работы в зависимости от расписания мероприятий, доставок заказов и требований клиентов, возможно сменное дежурство.

##### 6. Отдел обслуживания клиентов

- Понедельник-пятница: с 9:00 до 18:00, с возможностью гибкости в графике для обработки входящих заявок, консультаций клиентов и организации заказов.

Также предусмотрены

- работа в выходные дни при наличии мероприятий.

- дежурство в периоды повышенной загрузки или проведения крупных мероприятий.

Отдел обслуживания клиентов играет важную роль в поддержании связи с заказчиками, принятии заказов, координации работы на мероприятиях и обеспечении высокого уровня сервиса для клиентов. Гибкий график работы позволит команде эффективно реагировать на потребности клиентов,

обеспечивать оперативное решение возникающих вопросов и максимально удовлетворять требования заказчиков.

7. Отдел качества и контроля, бухгалтерия, администрация:

- Понедельник-пятница: с 9:00 до 17:00, с возможностью проведения проверок на мероприятиях и в офисе, а также гибким графиком для мониторинга качества продукции.

Деятельность отделов ООО «Компания Атлантик» взаимосвязана и направлена на достижение запланированных показателей и обеспечение эффективной бесперебойной работы организации.

## **1.6 Организация договорной работы**

Под договорной работой на ООО «Компания Атлантик» понимаются ме работа или услуги, которые оказываются на основе заключенных договоров между сторонами. Это означает, что условия выполнения работы, сроки, стоимость и другие детали определяются специально заключенным договором между заказчиком и исполнителем.

Ключевые аспекты договора Компании:

1. Определение услуг:

- Во всех договорах четко определены виды услуг, которые компания предоставляет (например, банкетное обслуживание, фуршеты, кофе-брейки и т. д.), а также условия их предоставления, количество гостей, меню, декорации и другие детали.

2. Сроки и место проведения мероприятия:

- точные даты и время проведения мероприятия, а также место его проведения, согласования логистического обеспечения.

3. Условия отмены и штрафы:

- Все договоры содержат условия отмены заказа со стороны клиента или компании, а также размеры штрафов при отмене или изменении заказа в определенные сроки до даты мероприятия.

4. Оплата и условия оплаты:

- В договоре обязательно стоимость услуг, сроки оплаты, форму оплаты и условия возможного изменения стоимости в зависимости от объема услуг или дополнительных запросов клиента.

Для обеспечения защиты интересов всех сторон в договорной работе компании обычно спецификации, которые уточняют условия сделки, что в свою очередь обеспечивает четкое выполнение обязательств по работе или услугам.

Компания заключается порядка 25-30 договоров в месяц в рамках своей деятельности. Вот некоторые из наиболее распространенных типов договоров:

1. Договор на оказание кейтеринговых услуг:

- Этот договор определяет условия предоставления кейтеринговых услуг клиенту. В нем указываются объем и вид услуг, стоимость, сроки и другие

условия, которые оговариваются между компанией по кейтерингу и заказчиком.

2. Договор аренды оборудования:

- договор аренды оборудования, определяющий условия аренды, сроки, стоимость и ответственность сторон.

3. Договор на поставку продуктов:

- Для закупки продуктов и ингредиентов для приготовления блюд компания заключает договор на поставку. В договоре указываются условия поставки, качество продукции, сроки и т.д.

4. Договор сотрудничества с другими учреждениями:

- Компания заключает договоры с ресторанами, кафе, отелями и другими заведениями о сотрудничестве в рамках проведения мероприятий.

5. Договор официантского обслуживания:

- предоставляя услуги обслуживания на мероприятиях, компания заключает договор официантского обслуживания, где определяются условия работы персонала, их количество, стоимость и другие детали.

## **1.7 Организация технологии формирования услуг**

Компания предоставляет широкий спектр услуг для своих клиентов в зависимости от их потребностей и предпочтений.

Перечислим основные услуги:

1. Банкетное обслуживание – подразумевает организацию и проведение банкетов различных масштабов, включая свадьбы, корпоративные мероприятия, юбилеи и другие торжественные события.

2. Фуршеты – сервировка разнообразных закусок, канапе, праздничных блюд и напитков на стоячих мероприятиях, конференциях, презентациях и других мероприятиях.

3. Кофе-брейки – предоставление кофе, чая, закусок, десертов для конференций, семинаров и других деловых мероприятий.

4. Выездное обслуживание – организация кейтеринга на открытых площадках, в загородных домах, офисах клиентов или любых других местах по запросу заказчика.

5. Кейтеринг для специальных мероприятий – например, тематические вечеринки, выпускные вечера, свадебные ужины, барбекю-вечеринки и другие нестандартные события.

6. Дегустационные мероприятия – организация кулинарных мастер-классов, винных дегустаций, beer-pairing и других мероприятий с акцентом на пробу вкусов и напитков.

7. Индивидуальное меню и тематическое оформление – разработка персонализированных меню и декораций, учет пожеланий клиентов и создание уникальной атмосферы для каждого мероприятия.

Организация технологии формирования услуг включает в себя несколько этапов, которые компании могут использовать для эффективного

предоставления услуг клиентам. Общий обзор этапов создания и организации услуг:

1. Консультация с клиентом:

- Первым этапом формирования услуг является встреча с клиентом и обсуждение его потребностей, пожеланий, бюджета, а также мероприятия, на котором требуется предоставить услуги. Важно точно понять все детали мероприятия для того, чтобы спланировать соответствующее меню, количество порций и обслуживание.

2. Разработка индивидуального меню:

- Специалисты кулинарного отдела компании разрабатывают индивидуальное меню с учетом предпочтений клиента, типа мероприятия, особенностей гостей и других факторов. Меню может быть как стандартным, так и уникальным, в зависимости от запросов клиента.

3. Закупка продуктов:

- После утверждения меню начинается этап закупки продуктов. Компания заключает договоры с поставщиками, закупает качественные продукты, необходимые для приготовления блюд, и следит за их свежестью и качеством.

4. Приготовление блюд:

- Опытные повара и шеф-повара компании приготавливают блюда в соответствии с утвержденным меню, следя за высоким качеством и кулинарными технологиями по техкартам.

5. Обслуживание мероприятия:

- На день мероприятия команда компании обеспечивает профессиональное обслуживание гостей, сервировку блюд и напитков, контроль за качеством предоставляемых услуг. Персонал компании работает согласно заранее разработанным планам и согласованным с клиентом деталям обслуживания.

6. Послепродажное обслуживание:

- После мероприятия компания проводит анализ успешности предоставленных услуг, собирает обратную связь от клиента и анализирует, что можно улучшить в будущем. Также компания заинтересована в долгосрочном сотрудничестве с клиентом, поэтому готова обсуждать новые проекты и мероприятия (Приложение Е).

## **1.8 Продвижение услуг**

Вот несколько основных инструментов, которые помогают продвигать услуги компании.

1. Качественный веб-сайта и активное присутствие в социальных сетях. Онлайн-присутствие является ключевым для привлечения клиентов к услугам кейтеринга. Компания имеет информативный и привлекательный веб-сайт, на котором представлены услуги, меню, отзывы клиентов, контактные данные и примеры работ (Приложение А)

2. Организация рекламной кампании. Компания организывает

рекламные акции, скидки и специальные предложения также могут помочь привлечь новых клиентов и увеличивать средний чек. (Приложение Д)

3. Проведение мероприятий и дегустаций. Компания организует дегустации блюд, презентации новых меню и участие в различных мероприятиях или выставках, чтобы продемонстрировать качество и разнообразие услуг вашей компании.

## **1.9 Особенности реализации услуг**

Когда речь идет о реализации услуг, есть несколько ключевых особенностей, которые отличают компанию.

1. Индивидуальный подход, компания считает важным предлагать клиентам индивидуальные решения и гибкие условия, учитывая их потребности, бюджет и предпочтения.

2. Меню и кулинарные решения: меню в компании построено на модульном комплексном принципе, поэтому его можно комбинировать и заменять линии подачи. (Приложение И)

3. Профессионализм и качество обслуживания. В компании высокие стандарты обслуживания, обученный и дружелюбный персонал, а также аккуратное оформление блюд, высокий уровень сервиса и внимание к деталям.

4. Гибкость и быстрая реакция. Пожалуй, ключевой особенностью компании является ее способность быстро реагировать на изменения или дополнительные запросы клиентов, чтобы предложить наилучшие решения. Почти для всех мероприятий создаются дублирующее меню и резервные порции.

5. Техническое оснащение. Компания не арендует, а имеет собственное оборудование для проведения мероприятий, начиная от посуды и столовых приборов, заканчивая оборудованием для приготовления и хранения блюд.

6. Соблюдение стандартов безопасности и гигиены. Компания успешно проходит плановые проверки надзорных органов (Приложение В)

## **Выводы и предложения по 1 разделу**

После рассмотрения всех перечисленных пунктов, можно сделать следующие выводы:

1. ООО «Атлантик» имеет четко выстроенную историю создания, а также документы, которые регламентируют ее деятельность. Это свидетельствует о профессионализме и организованности компании, что способствует доверию со стороны клиентов и партнеров.

2. Организационно-правовая форма предоставляет преимущества в плане защиты интересов участников и управления компанией. Это создает благоприятные условия для развития и процветания бизнеса.

3. Стиль и методы управления способствуют эффективной работе коллектива и достижению поставленных целей. Грамотное управление повышает производительность и способствует успеху компании.

4. Функциональные обязанности менеджеров и специалистов различных уровней четко определены, что обеспечивает эффективное взаимодействие внутри организации и позволяет каждому сотруднику четко понимать свою роль.

5. Организация работы всех отделов и служб компании способствует синхронизации процессов и эффективному выполнению поставленных задач. Это обеспечивает стабильность и эффективность деятельности компании.

6. Организация договорной работы способствует установлению прозрачных и взаимовыгодных отношений с клиентами, что способствует построению долгосрочных партнерств.

7. Организация технологии формирования услуг позволяет компании быть конкурентоспособной, предлагая клиентам качественные и гибкие решения.

8. Продвижение услуг компании создает осведомленность о предлагаемых услугах и способствует привлечению новых клиентов и поддержанию отношений.

9. Особенности реализации услуг позволяют компании создавать уникальные и индивидуальные решения для каждого клиента, что способствует их удовлетворенности и лояльности.

В целом, все вышеперечисленные аспекты и особенности деятельности свидетельствуют о качественной и профессиональной работе компании, что способствует ее успеху и развитию.

Исходя из данных выводов о деятельности компании, можно сформулировать ряд рекомендаций.

1. Развитие бренда: компания может сосредоточить усилия на развитии своего бренда и повышении узнаваемости среди целевой аудитории. Это поможет привлечь больше клиентов и укрепить позиции на рынке.

2. Расширение ассортимента услуг: анализ спроса рынка и потребностей клиентов позволит компании определить новые направления для развития и расширить свою линейку услуг, что способствует увеличению доходов.

3. Инвестиции в инновации: внедрение новых технологий и инновационных подходов в работе компании позволит повысить эффективность процессов и улучшить качество услуг.

4. Развитие партнерских отношений: установление долгосрочных партнерств с надежными поставщиками и партнерами позволит компании расширить свои возможности и предложения для клиентов.

5. Маркетинговые кампании: проведение целенаправленных маркетинговых акций и рекламных кампаний поможет привлечь новых клиентов и увеличить узнаваемость компании.

6. Повышение квалификации сотрудников: обучение и развитие персонала способствует улучшению качества услуг и повышению профессионализма коллектива.

Применение указанных рекомендаций позволит компании свои позиции на рынке, привлечь больше клиентов и обеспечить стабильный рост и развитие бизнеса.

## 2 Экономический раздел

### 2.1 Характеристика основных показателей деятельности ООО «Компания Атлантик»

Характеристика основных фондов предприятия включает в себя несколько основных аспектов, таких как оценка их состояния, эффективности использования и амортизации.

1. Оценка состояния основных фондов предприятия включает в себя оценку их финансовой стоимости на определенный момент времени. Для этого необходимо провести инвентаризацию основных фондов и определить их стоимость с учетом износа и текущего рыночного состояния.

2. Эффективность использования основных фондов оценивается путем анализа показателя рентабельности инвестиций (ROI), который позволяет определить, сколько прибыли приносит каждая единица инвестиций в основные фонды. Также важным показателем является коэффициент оборачиваемости основных фондов, который показывает, как быстро предприятие использует свои основные фонды для получения прибыли.

3. Амортизация основных фондов представляет собой процесс постепенного списания стоимости основных фондов на протяжении их срока эксплуатации. Амортизация позволяет учесть износ и уменьшение стоимости основных фондов со временем. Важно контролировать процесс амортизации и правильно распределять износ по каждому элементу основных фондов с учетом их физической и моральной устареваемости.

Все перечисленные аспекты являются важными для эффективного управления основными фондами предприятия и обеспечения их долгосрочной устойчивости и развития.

Для предоставления характеристики основных показателей деятельности ООО «Компания Атлантик» можно рассмотрим следующие ключевые моменты:

1. Выручка: выручка компании является одним из важнейших показателей ее деятельности. Она позволяет оценить общий объем продаж товаров или услуг за определенный период времени.

2. Прибыль: прибыль представляет собой разницу между выручкой и затратами компании на производство, обслуживание, административные расходы и прочие издержки. Этот показатель отражает финансовое состояние и эффективность деятельности организации.

3. Объем продаж: объем продаж говорит о количестве товаров или услуг, реализованных компанией за определенный период времени. Этот показатель является важным критерием оценки эффективности маркетинговых и продажных стратегий.

4. Себестоимость продукции или услуг: себестоимость отражает затраты компании на производство товаров или предоставление услуг. Это основной фактор, влияющий на рентабельность бизнеса.

5. Количество клиентов: количество клиентов компании показывает

интерес к ее продукции или услугам, а также эффективность маркетинговых и продажных стратегий.

К сожалению, не удалось получить доступ к необходимым документам в полном объеме.

Однако можно произвести некоторые расчеты.

Рассчитаем амортизацию для оборудования стоимостью 325 743 рубля 15 копеек и сроком службы 5 лет по линейному методу.

1. Начальная стоимость оборудования: 325 743 рубля 15 копеек

2. Срок службы оборудования: 5 лет

Теперь рассчитаем ежегодную амортизацию:

Годовая амортизация = (Начальная стоимость - Остаточная стоимость) /  
Срок службы

1. Остаточная стоимость — это нулевая, так как мы предполагаем, что оборудование будет амортизировано до нуля за 5 лет.

2.  $(325\,743 \text{ руб. } 15 \text{ коп.}) / 5 = 65\,148 \text{ руб. } 63 \text{ коп.}$  в год

Таким образом, ежегодная сумма амортизации для оборудования стоимостью 325 743 рубля 15 копеек и сроком службы 5 лет составляет 65 148 рублей 63 копейки. Каждый год эта сумма будет списываться до полной амортизации оборудования к концу 5-летнего срока.

## **2.2 Характеристика основных фондов ООО «Компания Атлантик»**

Средняя ежемесячная выручка каждого из трех объектов компании в 2023 году составила 6 689 рублей 87 копеек. В таком случае может быть рассчитана общая ежемесячная выручка с трех объектов:

$6\,689 \text{ руб. } 87 \text{ коп.} \times 3 = 20\,069 \text{ руб. } 61 \text{ коп.}$

По оценкам имеющихся данных издержки составляют 35% от общей выручки, можем рассчитать прибыль таким образом:

Общая выручка: 20 069 рублей 61 коп.

Издержки (35% от общей выручки):  $20\,069 \text{ руб. } 61 \text{ коп.} \times 0.35 = 7\,024 \text{ руб. } 37 \text{ коп.}$

Прибыль = Общая выручка - Издержки

Прибыль = 20 069 руб. 61 коп. - 7 024 руб. 37 коп.

Прибыль = 13 045 рублей 24 коп.

Таким образом, в данном случае прибыль составляет 13 045 рублей 24 копейки в месяц. Это означает, что ваш бизнес приносит прибыль после покрытия издержек.

## **2.3 Анализ оборотных средств ООО «Компания Атлантик»**

1. Оборачиваемость оборотных средств:

Выручка за месяц: 20 069,61 руб.

Средние оборотные средства:  $(32\ 000\ \text{руб.} + 8\ 000\ \text{руб.}) / 2 = 20\ 000\ \text{руб.}$   
Оборачиваемость оборотных средств =  $20\ 069,61\ \text{руб.} / 20\ 000\ \text{руб.} \approx 1,00$   
раз

Полученное значение показывает, что оборотные средства компании оборачиваются примерно один раз за месяц.

2. Оборотный капитал:

Оборотные средства:  $32\ 000\ \text{руб.} + 8\ 000\ \text{руб.} = 40\ 000\ \text{руб.}$

Текущие обязательства (зарплата): Данные о точной сумме текущих обязательств отсутствуют.

Оборотный капитал = Оборотные средства - Текущие обязательства

При предоставлении суммы текущих обязательств можно будет вычислить оборотный капитал компании.

Важно отметить, что отсутствие данных о задолженности и точной сумме текущих обязательств ограничивает возможность провести полный анализ оборотных средств

## **2.4 Характеристика трудовых ресурсов ООО «Компания Атлантик»**

К сожалению, количественно измеримых данных о характере трудовых ресурсов в динамике получить не удалось.

Однако можно оценить качественные.

В компании работает около 110 сотрудников, распределенных по различным подразделениям.

Средний возраст сотрудников компании составляет 34 года, что указывает на определенную стабильность и баланс между молодыми специалистами и опытными кадрами. Высшее образование имеют 68% сотрудников, что свидетельствует о высоком уровне образования в коллективе. Также 73% сотрудников имеют профильное образование, что говорит о соответствии квалификации с требованиями работы в компании.

Такая структура и состав трудовых ресурсов ООО "Компания Атлантик" олицетворяют качественный и профессиональный подход к оказанию услуг в сфере кейтеринга, а также способствуют развитию компании и укреплению ее позиций на рынке.

Мотивация для сотрудников выражается в ежемесячных и ежеквартальных премиях, вознаграждениях, возможности профессионального и карьерного роста, оплачиваемое обучение для сотрудников.

В компании выстроена эффективная система оплаты труда с использованием фиксированных и переменных компонентов. Использован комплексный подход, учтены особенности расположения компании, а также и психологические и мотивационные факторы персонала.

## **2.5 Анализ и характеристика затрат ООО «Компания Атлантик»**

Рассмотрим пример расчета затрат на производство продукции с учетом предоставленных данных.

1. Сырьевые материалы: 2 354
2. Зарплата производственных работников: 3 816
3. Накладные расходы: 989

Общие затраты на производство будут равны сумме всех этих затрат:

2 354 (сырьевые материалы) + 3 816 (зарплата производственных работников) + 989 (накладные расходы) = 7 159

Итак, общие затраты на производство продукции в данном случае составляют 7 159. Эта сумма включает в себя основные категории расходов, которые необходимы для производства продукции или услуг.

Рассчитаем маржинальность продуктов по следующей формуле:

Маржинальность = Цена продажи - Себестоимость

Маржинальность = 8746 - 7159 = 1587

Таким образом, маржинальность продуктов, при данных, составляет 1587. Это означает, что от продажи каждого продукта компания получает прибыль в размере 1587 либо 22.8%.

## **2.6 Анализ выручки от реализации ООО «Компания Атлантик»**

Выручка организации – это сумма денежных средств, которые она получила от реализации своей продукции или услуг за определенный период времени. Анализ выручки является важным инструментом для понимания финансового состояния компании и ее эффективности в деле генерации дохода.

При анализе выручки организации можно учитывать следующие аспекты:

1. Темпы роста выручки: оценка динамики изменения выручки за определенные периоды позволяет судить о темпах развития компании и ее потенциале для увеличения доходов.

2. Структура выручки: важно анализировать, какие продукты или услуги приносят наибольшую долю выручки организации. Это поможет выявить наиболее успешные направления бизнеса.

3. Клиентская база: изучение клиентской базы по различным критериям (новые клиенты, постоянные клиенты, крупные заказчики и т.д.) поможет определить источники выручки и понять, где следует сосредоточить усилия для увеличения доходов.

4. Анализ маржинальности: важно учитывать не только абсолютный объем выручки, но и затраты, связанные с ее генерацией. Это позволит оценить рентабельность бизнеса и эффективность управления.

Проведение анализа выручки позволяет выявить сильные и слабые стороны бизнеса, определить стратегические направления для развития и принять обоснованные управленческие решения.

Для проведения более детального анализа выручки организации обычно

изучаются следующие данные:

1. Финансовые отчеты: данные из финансовых отчетов компании, такие как отчет о прибылях и убытках, баланс и отчет о движении денежных средств, помогут оценить общий объем выручки, затраты, а также другие финансовые показатели.

2. Данные о выручке по периодам: информация о выручке за различные периоды времени (месяцы, кварталы, годы) позволит провести динамический анализ и оценить темпы роста или спада выручки.

3. Данные о продуктах или услугах: информация о продуктах или услугах компании, их ценообразовании, объемах продаж, а также доле каждого продукта или услуги в общей выручке.

4. Данные о клиентах: анализ выручки по клиентам, клиентским группам, рынкам или регионам поможет выявить ключевых клиентов, источники выручки и возможности для увеличения продаж.

5. Данные о конкурентах: сравнение выручки организации с конкурентами в отрасли может помочь понять позицию компании на рынке и выявить конкурентные преимущества или недостатки.

По имеющимся данным можно провести анализ маржинальности. Это процесс изучения и оценки маржинальности продуктов или услуг компании, то есть способности организации генерировать прибыль от их производства и продажи. Маржинальность представляет собой разницу между ценой продажи продукта и себестоимостью его производства. Анализ маржинальности позволяет понять, сколько прибыли приносит каждый продукт или услуга, а также оценить их вклад в общую прибыль компании.

При проведении анализа маржинальности учитываются следующие аспекты:

1. Расчет себестоимости продукции или услуги: необходимо определить все затраты, связанные с производством или предоставлением продукта или услуги, включая материальные затраты, затраты на труд, накладные расходы и прочие операционные расходы.

2. Определение цены продажи: цена продажи продукта или услуги должна быть установлена таким образом, чтобы покрывать все издержки и приносить прибыль.

3. Расчет маржинальности: уровень маржинальности рассчитывается как разница между ценой продажи продукта и его себестоимостью. Этот показатель позволяет оценить, насколько эффективно компания управляет своими затратами и реализует продукцию.

4. Анализ маржинальности по продуктам или услугам: важно оценить маржинальность каждого продукта или услуги компании, чтобы выявить наиболее прибыльные и менее прибыльные ассортиментные позиции.

5. Принятие управленческих решений: на основе анализа маржинальности можно принимать решения о ценообразовании, управлении затратами, оптимизации производственных процессов и развитии наиболее прибыльных направлений бизнеса.

Анализ маржинальности позволяет компаниям оптимизировать свою

деятельность, улучшить финансовые показатели и повысить конкурентоспособность на рынке.

Рассчитаем маржинальность продуктов по следующей формуле:

Маржинальность = Цена продажи - Себестоимость

Маржинальность = 8746 - 7159 = 1587

Таким образом, маржинальность продуктов, при данных данных, составляет 1 587 Это означает, что от продажи каждого продукта компания получает прибыль в размере либо 22.8%. Маржинальность в 22.8% можно считать хорошим показателем. Это означает, что компания имеет хорошую способность генерировать прибыль от продажи своих продуктов. Чем выше процент маржинальности, тем больше прибыли компания получает от каждой продажи, что является показателем успешности и эффективности её бизнеса.

## **2.7 Анализ рентабельности ООО «Компания Атлантик»**

## **2.9 Анализ финансового состояния ООО «Компания Атлантик»**

## **Выводы и предложения по 2 разделу**

### **3 Отчет по индивидуальному заданию. Основные предпосылки и тенденции развития международного туризма**

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**















**Приложение 3**  
**Приложение И**

