

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Диверсификация деятельности предприятия на рынке мясной продукции (на
примере ООО «Руслан»)

Руководитель

_____ К.Э.Н., доцент
подпись, дата должност, ученая степень

Г.И. Никитина
инициалы, фамилия

Выпускник

подпись, дата

Р.Б.о. Сафаров
инициалы, фамилия

Абакан 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретическая часть. Теоретические аспекты диверсификации деятельности	8
1.1 Понятие и сущность диверсификации.....	8
1.2 Стратегия диверсификации.....	16
1.3 Развитие рынка колбасных изделий в России.....	20
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Руслан»	24
2.1 Характеристика предприятия.....	24
2.2 Анализ капитала.....	26
2.3 Анализ финансового состояния	32
2.4 Управленческий анализ.....	35
2.5 Заключительная оценка деятельности	38
2.6 Вопросы экологии.....	40
3 Проектная часть. Разработка проекта диверсификации деятельности мясного цеха	41
3.1 Обоснование проекта и расчет затрат на его реализацию	41
3.2 Расчет эффективности проекта	49
Заключение	59
Список использованных источников	62
Приложение А Бухгалтерский баланс за 2018 год	66
Приложение Б Отчет о финансовых результатах за 2018 год	
Иллюстрационный материал (слайды)	

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность, теоретическая важность и практическая значимость темы данной выпускной квалификационной работы не вызывают сомнения. Диверсификация производства – это одновременное развитие многих не связанных друг с другом видов производства, расширение ассортимента производимых изделий в рамках одного предприятия. Диверсификация применяется с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды и предотвращения банкротства.

Актуальность темы заключается в том, что на сегодняшний день диверсификация производства как форма организации производительных сил привлекла внимание, прежде всего практических работников в связи с демонополизацией российской экономики, расширением конкуренции. Но отечественной экономической наукой недостаточно изучены экономические, технологические и социальные аспекты данного явления. Теория не смогла предсказать возникновения многих трудностей, с которыми столкнулись предприятия, получив свободу выбирать любой вид деятельности, не запрещенный законодательством РФ. Являясь инструментом устранения диспропорций воспроизводства и перераспределения ресурсов, диверсификация производства и предпринимательской деятельности преследует различные цели и определяет направления реструктуризации экономики.

Поскольку ни отечественная экономическая теория, ни эмпирические исследования не дают нам достаточной информации для анализа, поскольку следующие утверждения основаны на известном в России мировом опыте. Механизм эффективного управления деятельностью должен способствовать повышению эффективности производства и стимулировать его развитие. На большинстве российских предприятий данному и наиболее важному аспекту уделяется недостаточное внимание.

Объектом исследования является организация по торговле мясом и мясными изделиями ООО «Руслан». Предметом исследования – оценка эффективности диверсификации деятельности.

Целью выпускной квалификационной работы является повышение эффективности производства ООО «Руслан» за счет его диверсификации деятельности – организации производства колбас с натуральными добавками.

Для достижения вышеуказанной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические основы диверсификации производства;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Руслан»;
- провести анализ возможностей организации производства на исследуемом предприятии;
- разработать проект по организации производства колбасных изделий на предприятии и оценить их эффективность.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы стали труды отечественных ученых-экономистов Н.П.Кондракова, Виханского О.С., В.В. Стояновой Е.В. и других ведущих экономистов. Также при написании работы использовались учебники и учебные пособия; инструктивно-методический материал, статьи периодической печати. Для решения вышеперечисленных задач также была использована годовая бухгалтерская отчетность ООО «Руслан» за 2018 год, приложения к бухгалтерскому балансу; нормативные документы предприятия.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Понятие и сущность диверсификации

В современной экономической литературе понятие «диверсификация» деятельности имеет различную научной точки зрения трактовку. Существует версия, что данный термин имеет общий корень с такими понятиями, как «дивергенция» – образование различий, обнаружение расхождений, «диверсия» – отклонение, отвлечение, «дивертикул» – дорога в сторону. Соответственно, со стороны этимологии понятие «диверсификация» – это изменение в сторону разнообразия. Поэтому диверсификацию можно представить, как:

1. Процесс, подразумевающий наличие изменяемого объекта, который характеризуется качественным единообразием.
2. Процесс, имеющий определенную целевую направленность на достижение разнообразия того, что существует в качестве объекта.

Поэтому в широком смысле под диверсификацией понимают расширение сфер деятельности, номенклатуры продукции, развитие финансового «портфеля» и тому подобное, что происходит в результате влияния внешней среды и с целью приспособления к новым условиям, сформированным данной средой.

В экономической практике диверсификацию классифицируют по двум направлениям, представленным на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 – Направления диверсификации

Из рисунка 1.1 видно, что выделены два направления диверсификации. Диверсификация производства имеет более широкую классификацию, которая представлена на рисунке 1.2.



Рисунок 1.2 – Классификация диверсификации производства

Дадим краткую характеристику направлений диверсификации производства, представленным на рисунке 1.2:

1. Диверсификация концентрическая – расширение ассортимента путем выпуска новых товаров в дополнение к существующим.
2. Горизонтальная диверсификация – пополнение своего ассортимента изделиями, которые никоим образом не связаны с выпускаемыми ныне, но могут вызвать интерес существующей клиентской базы. Данный вид диверсифи-

кации может быть охарактеризован как маркетинговый, поскольку базируется на удовлетворении нужд, потребностей и запросов целевого сегмента потребителей. Назовем ее горизонтально-сегментной.

3. Чистая (конгломератная) или латеральная диверсификация – пополнение ассортимента изделиями, не имеющими никакого отношения ни к применяемой фирмой технологии, ни к нынешним товарам и рынкам. Цель обычно состоит в обновлении своего портфеля.

4. Связанная диверсификация представляет собой новую область деятельности компании, связанную с существующими областями бизнеса (например, в производстве, маркетинге, материальном снабжении или технологии).

5. Несвязанная диверсификация – новая область деятельности, не имеющая очевидных связей с существующими сферами бизнеса. Выбор между этими типами диверсификации зависит от поставленных целей, например, достижения определенного уровня прибыльности или сравнения прибыльности при диверсификации и дополнительных затрат на управление. Связанная диверсификация предпочтительнее несвязанной, так как компания действует в более известной обстановке и меньше рискует.

6. Вертикальная диверсификация – интеграция хозяйственной деятельности вдоль цепочки образования стоимости, как вверх, так и вниз, так что одно звено питает другое.

7. Горизонтальная диверсификация – деятельность в нескольких областях, когда новое направление деятельности каким-либо образом связано с текущим, хотя некоторые предпочитают конгломерат несвязанных направлений деятельности.

8. Географическая диверсификация – выход в новый географический регион из-за ограниченных возможностей роста на местном рынке или в целях захвата глобального превосходства.

Для многих фирм современной России, функционирующих в условиях различных угроз как экономического, так и политического характера, характерно резкое изменение существующей специализации и даже профиля дея-

тельности. На практике также часто случается, что ошибки в процессе управления приводят к необходимости их экстренного исправления, а варианты этих действий могут быть направлены и в сторону диверсификации, которая не была предусмотрена в планах развития предприятия. В этом случае говорят о вынужденной и преднамеренной (плановой) диверсификации. Первая чаще всего носит неожиданный характер, выходит за рамки существующих на предприятии планов и стратегий его развития. Вторая, наоборот, предусматривается заранее, предполагает разработку соответствующих стратегий и опирается на них

Анализируя историю диверсификации, убеждаемся, что каждый последующий этап был шагом в достижении собственных целей производства и отличался изменением стратегических приоритетов в развитии предпринимательской деятельности.

Начало XX века ознаменовало переход к развитию и консолидации производственной структуры, созданной в период промышленного переворота. Эта новая полоса, продолжавшаяся до 30-х годов, получила название эпохи массового производства. Отрасли были четко разграничены и в большинстве своем имели хорошие перспективы роста. Соблазну перейти границы отрасли и заняться новым видом деятельности поддавались только самые предпримчивые фирмы.

Наиболее ощутимое развитие диверсификация получила в большинстве стран в середине 50-х годов XX столетия, когда впервые дало о себе знать (с разной остротой в отдельных странах) относительное исчерпание внутренних источников роста эффективности производства.

В эпоху массового потребления диверсификация стала главным предметом обсуждения, что связано, с одной стороны, с заметным снижением темпов роста по сравнению с предшествующими этапами, а с другой – стремлением коммерческих организаций устоять в условиях неравномерного экономического и политического развития стран.

Экономисты-ученые предлагают рассматривать горизонтальную и вертикальную диверсификации в различных направлениях. Для удобства представим

сравнительную характеристику данных направлений в виде матрицы в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Матрица направлений диверсификации

Показатели	Внутреннее развитие	Внешнее развитие
Горизонтальная диверсификация		
Рынок		
Концентрический	Разрабатывать продукты/услуги, которые служат одним и тем же покупателям на тех же самых рынках	Приобретать компании по производству продуктов/услуги, которые служат одним и тем же покупателям на тех же самых рынках
Конгломератный	Разрабатывать продукты/услуги, которые отличаются от существующих продуктов или рынков	Приобретать компании по производству товаров/услуг, обслуживающие других покупателей/рынки
Технология		
Концентрическая	Разрабатывать продукты/услуги, которые используют технологии, схожие с существующими	Приобретать компании, которые используют технологии, схожие с имеющимися
Конгломератная	Разрабатывать продукты/услуги, которые используют технологии, отличные от существующих	Приобретать компании, которые используют технологии, отличные от имеющихся
Вертикальная диверсификация		
Прямая	Развивать сеть сбыта для продажи потребителям имеющихся и связанных с ними продуктов или отличающихся продуктов	Приобретать сеть сбыта для продажи продуктов потребителям.
Обратная	Создать собственное подразделение снабжения для того, чтобы покрыть существующие потребности в материалах, сырье, полуфабрикатах и комплектующих	Приобретать компании, поставляющие сырье, материалы, полуфабрикаты и комплектующие

В случае рассмотрения диверсификации с точки зрения истории, то можно представить эволюцию диверсификации из четырех этапов, которые представлены на рисунке 1.3, и на каждом из них происходило становление таких основных элементов, как: товарный набор, отраслевой набор, набор отраслей и сфер деятельности, набор стран.

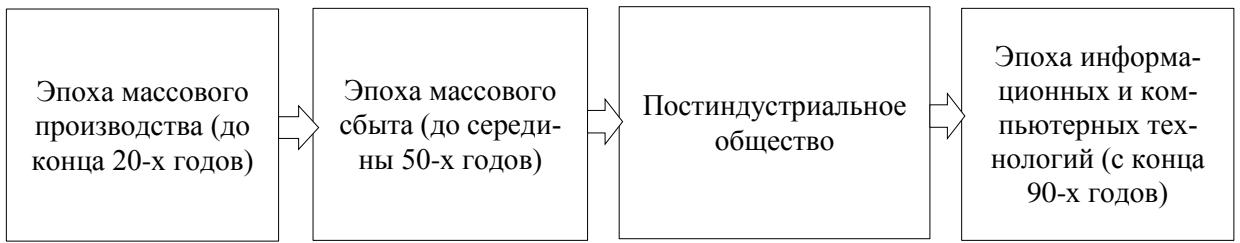


Рисунок 1.3 – Эволюция диверсификации

Эволюция диверсификации производства, представленная на рисунке 1.3, продолжается в наше время и на современном этапе существенная трансформация экономических, социальных и научно-технических условий деятельности организаций и предприятий коренным образом изменила требования к управлению основными бизнес-процессами.

Из всего вышеприведенного можно сделать вывод, что сущность диверсификации производства состоит в изменении положения вещей посредством расширения сфер деятельности предприятия, номенклатуры продукции и тому подобное.

Цели диверсификации деятельности менялись на каждом эволюционном этапе развития производства и в процессе изменения стратегических приоритетов коммерческой деятельности. Основные цели представим на рисунке 1.4.

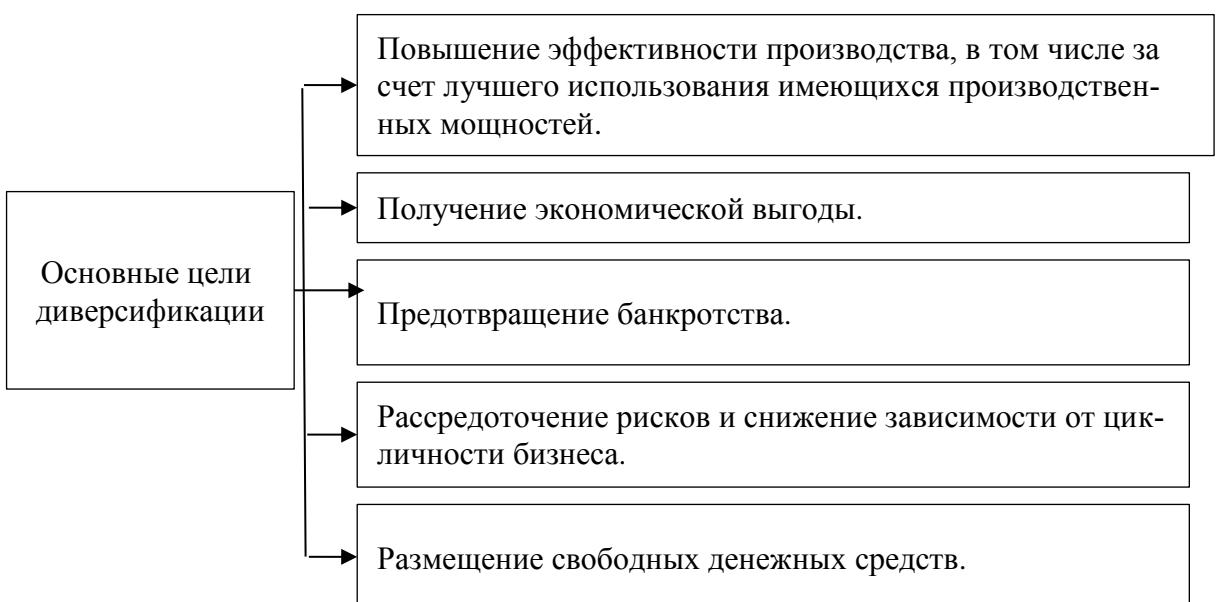


Рисунок 1.4 – Основные цели диверсификации

Важнейшими задачами любого действующего предприятия являются:

- получение дохода владельцем предприятия;
- обеспечение потребителя необходимыми для него товарами;
- обеспечение персонала заработной платой, нормальными условиями труда, возможностью профессионального роста;
- создание рабочих мест для населения, живущего в окрестностях предприятия; охрана окружающей среды; недопущение сбоев в работе предприятия.

Таким образом, роль диверсификации заключается в том, что она обеспечивает значительную устойчивость и стабильность работы предприятия, так как служит гарантом от рисков снижения спроса одного товара.

Что же касается задач диверсификации, то реализация каждой из вышеуказанных целей требует выполнения целого комплекса задач, среди которых основными являются:

- осуществить оценку недостатков существующего набора товаров и видов деятельности предприятия;
- выявить новые виды деятельности, к которым предприятию стоит перейти;
- осуществить реструктуризацию производства, системы управления, структуры собственности на базе существующего предприятия;
- выявить и задействовать скрытые ресурсы;
- расширить номенклатуру товаров и услуг;
- выйти на новые рынки, в том числе географические.

Эффективность функционирования предприятия в современных условиях, характеризующихся ужесточением конкуренции как в национальном, так и в глобальном масштабе, определяется его возможностями оперативного реагирования на изменения во внешней среде: изменения потребностей потребителей, действия конкурентов, изменения взаимоотношений с посредниками и поставщиками, изменения в макроокружении.

Анализ результатов многочисленных исследований позволяет выделить мотивы и цели, которые наиболее часто служат стимулами для расширения масштабов предпринимательской деятельности, что показано на рисунке 1.5.

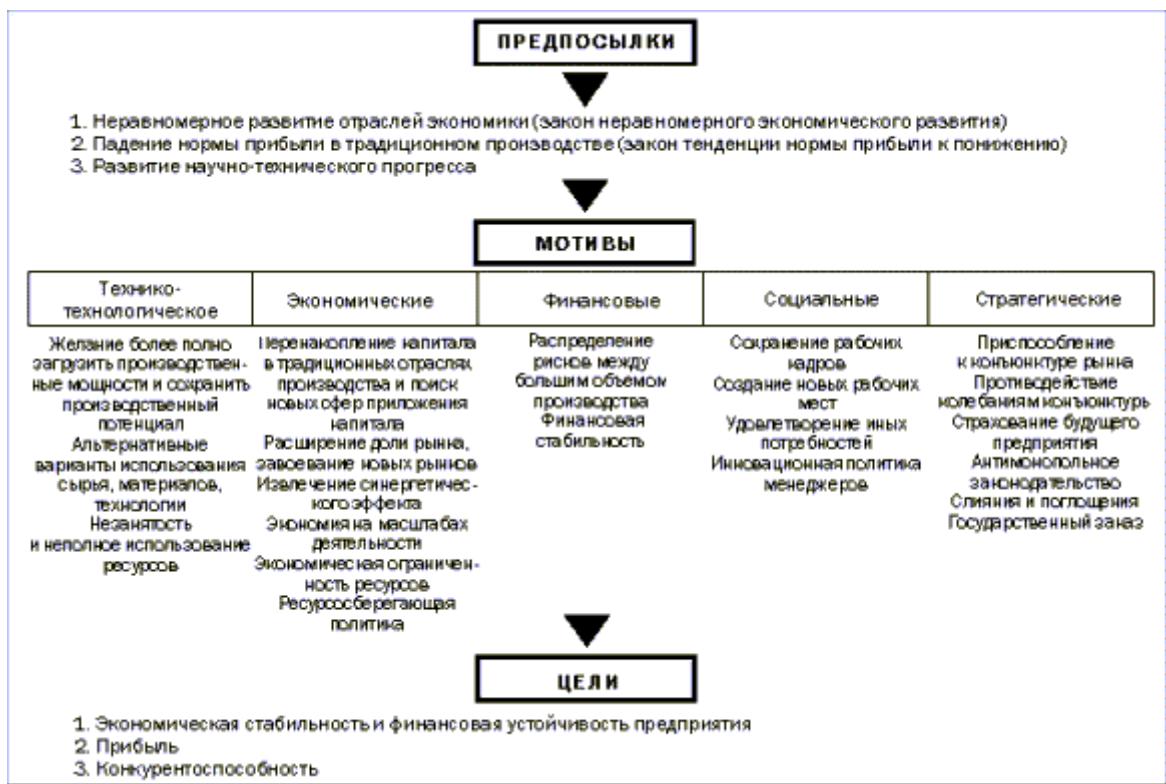


Рисунок 1.5 – Приоритет целей диверсификации

В целях сокращения издержек на поиск сфер приложения капитала и разработку перспективных стратегий диверсификации необходимо ответить на вопрос: почему равновеликие инвестиции, вложенные в различные отрасли и сферы деятельности, присваивают различные массы прибыли? Самое простое объяснение разницы потенциальной эффективности отраслей состоит в том, что исторически в различные отрасли экономики вложено неодинаковое количество и качество совокупного общественного труда. Накопленный капитал - основной, финансовый, интеллектуальный - в отраслях с высоким производственным потенциалом позволил удовлетворить потребительский спрос и свел норму прибыли к среднеотраслевой [5]. Высокая степень конкуренции, существование барьеров и самое главное – невысокая норма прибыли делают эту отрасль малопривлекательной для потенциальных инвесторов [7].

С точки зрения эволюции предприятия совокупность и величина признаков отличия остаются неизменными в определенный период времени. По мере удовлетворения потребностей, насыщения спроса, изменения вкусов и предпочтений потребителей меняются приоритеты в обществе.

1.2 Стратегия диверсификации

Лучше всего получается делать то, что уже умеешь и в чем разобрался. Специализация на каком-то одном направлении бизнеса дает неоспоримые преимущества. Нет необходимости распылять свои активы, зато есть возможность совершенствоваться без предела. Но только до тех пор, пока это работает. Дело в том, что любая внешняя среда является динамичной, и любой бизнес не может оставаться неизменным. Его нужно постоянно корректировать, ориентируясь на новые экономические и деловые тренды. Стратегия диверсификации – это освоение новых рынков сбыта, ассортимента продукции и услуг с целью снизить общий риск без ущерба для прибыльности, повысить запас прочности компании и ее гибкость. Любой бизнес, даже самый успешный, не может функционировать в неизменном виде сколь угодно долго. Однако существует важный прием, увеличивающий устойчивость бизнес модели и значительно уменьшающий риск критических убытков под влиянием изменившихся обстоятельств. Речь идет о диверсификации.

Существует 3 вида стратегии диверсификации:

1. Стратегия концентрической диверсификации базируется на поиске и использовании заключенных в существующем бизнесе дополнительных возможностей для производства новых товаров, продуктов, услуг, похожих на товары, продукты, услуги предприятия. Как правило, эти товары будут привлекать внимание новых групп клиентов.

2. Стратегия горизонтальной диверсификации предполагает поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, отличной от используемой. При этом новый товар или продукт должен быть ориентиро-

ван на прежних клиентов. Важным условием реализации данной стратегии является предварительная оценка предприятием собственных возможностей в производстве новых товаров, продуктов и услуг.

3. Стратегия конгломератной диверсификации состоит в том, что предприятие расширяется за счет производства технологически не связанных с прежней продукцией новых товаров и продуктов, которые реализуются на рынках. Эта стратегия — одна из самых сложных стратегий развития, так как ее успешное осуществление зависит от многих факторов: компетентности имеющегося персонала, сезонности в жизни рынка, наличия необходимых финансовых средств для внедрения инноваций, организации маркетинговых исследований, организации рекламной кампании и других факторов.

Более подробно плюсы и минусы диверсификации рассмотрены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Плюсы и минусы стратегии диверсификации

Минусы диверсификации	Плюсы диверсификации
Наличие проблем планирования и бюджетирования развития различных бизнес-направлений	Хорошая финансовая устойчивость компаний в случае кризисных явлений, рейдерских захватов
Плохая управляемость различных не связанных друг с другом направлений бизнеса	Возможность эффективного распределения денежных средств между направлениями с целью инвестирования в новые виды бизнеса
Риски инвестирования в убыточные направления бизнеса и компаний, что снизит общую прибыль и доходность компании	Появление ассортиментных преимуществ перед другими компаниями в связи с возможностью предложения новых услуг, товаров, расширенного ассортимента
Возникновение сложностей в централизации процессов и расчетов между различными бизнес-направлениями	Возможность заимствований между различными компаниями, направлениями

Современные черты диверсификации складывались в условиях сложнейшего развития под влиянием глобальных макро- и микроэкономических критериев. Глобальную эволюцию идей, начиная от манипуляций с ассортиментом товаров – к манипулированию набором стран, можно поместить в своеобразную формулу, элементами которой являются: товарный набор, набор в рамках целой отрасли, набор отраслей и сфер влияния, набор стран.

Соответственно, каждый последующий этап на пути к достижению цели диверсификации будет отличаться изменением приоритетов в дальнейшем развитии бизнеса.

Любая предлагаемая стратегия нуждается в специальных инструментах своей реализации. Комплекс этих инструментов позволяет в полной мере развивать компанию в условиях действия избранной нами стратегии. Он включает следующие группы инструментов:

- инструменты мониторинга;
- аналитические инструменты;
- оперативные инструменты;
- инструменты контроля.

Специфика инструментов, обеспечивающих стратегию диверсификации, состоит в том, что они призваны оценивать и практически обеспечивать основной экономический эффект от стратегии диверсификации, который заключается в ускорении и капитализации дальнейшего развития бизнеса, снижении совокупных рисков, а также снижении трансакционных издержек, обусловленных воздействием внешней среды.

Рассматривая вопросы практической реализации стратегий диверсификации, предлагаем использовать следующие методы диверсификации:

- расширение номенклатуры и ассортимента продукции;
- обновление (усовершенствование) продукции;
- охват новых сегментов рынка;
- территориальное расширение рынков;

- создание собственной сырьевой или сбытовой базы (с возможностью оказания услуг другим предприятиям);
- организация нового производства на имеющемся предприятии;
- создание новых предприятий (в том числе филиалов и дочерних предприятий);
- покупка действующих предприятий (конкурентов или не связанных с деятельностью собственного предприятия);
- объединение с другими предприятиями, слияние и поглощение;
- создание альянсов между предприятиями без перехода права собственности;
- приобретение долговых обязательств или производственных мощностей обанкротившихся предприятий.

На практике для диверсификации деятельности часто используется механизм недружественных поглощений, однако это в большей мере связано с началом формирования правовой и институциональной культуры предпринимательской деятельности.

Таким образом, диверсификацию деятельности предприятия целесообразно рассматривать как инструмент управления его развитием, причем виды диверсификации зависят от сферы деятельности, размеров, ресурсов и стратегических целей предприятия. Выбор направления и глубины (или степени) диверсификации, а также момента начала реализации избранной стратегии диверсификации зависит от стадии жизненного цикла продукции (согласно номенклатуре и ассортименту). Из комплекса методов диверсификации наиболее перспективным методом можно считать диверсификацию на основе аутсорсинга.

1.3 Развитие рынка колбасных изделий в России

Российский рынок колбасных изделий, деликатесов и полуфабрикатов из мяса является широким и многоаспектным: на нем присутствует большое количество различных производителей, а номенклатура каждого крупного мясного завода зачастую превышает 300 единиц готовой продукции.

К колбасным изделиям принято относить разнообразные колбасы, сосиски, деликатесы и паштеты из мяса, полуфабрикаты из мяса, ветчину и прочее. Для российских граждан вышеперечисленные продукты являются социально значимыми, занимая особое место в повседневном рационе питания наряду с такими продуктами, как фрукты, овощи, молочные изделия и хлеб.

Специфика современного российского рынка колбасных изделий такова, что основной его объем обеспечивает отечественный производитель, то есть российские предприятия. Объемы импорта и экспорта составляют небольшой процент рынка.

Согласно статистическим данным Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС), объем производства колбасных изделий в России, по итогам 2015 года, составил 2 445 080,1 тонны – это на 1,2% меньше, чем в 2014 году и на 0,3% больше по сравнению с 2010-м. Динамика производства колбасных изделий представлена на рисунке 1.6.

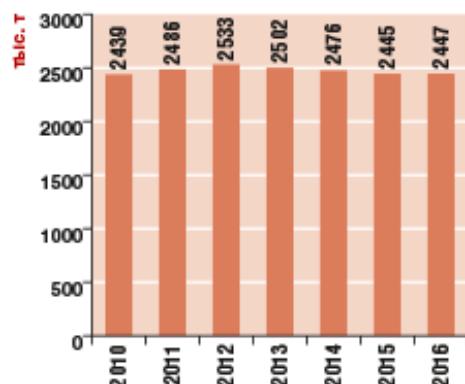


Рисунок 1.6 – Динамика производства колбасных изделий в России

На колбасном рынке России существует достаточно узкая специализация по товарным группам, но при этом каждая группа имеет свою целевую аудиторию и специфику развития. Во-первых, принято выделять продукцию «ежедневного спроса» (сосиски, сардельки, вареные колбасы и другие колбасные изделия) и продукцию «периодического потребления», спрос на которую растет в праздничные дни (деликатесы).

Таким образом, говоря о структуре спроса на российском колбасном рынке, следует отметить значительный перевес в пользу более дешевой продукции. При этом эксперты-аналитики прогнозируют усиление подобных тенденций в ближайшем будущем в силу снижения реальных доходов населения.

Еще одно немаловажное обстоятельство заключается в том, что большую часть рынка колбасных изделий занимают отечественные производители. Доля импорта в общем объеме внутреннего производства является незначительной. Объем импорта колбасных изделий в Россию в 2015 году составил 28 939 тонн в натуральном выражении (-43,0% к 2014 году). Динамика импорта колбасных изделий в Россию представлена на рисунке 1.7.

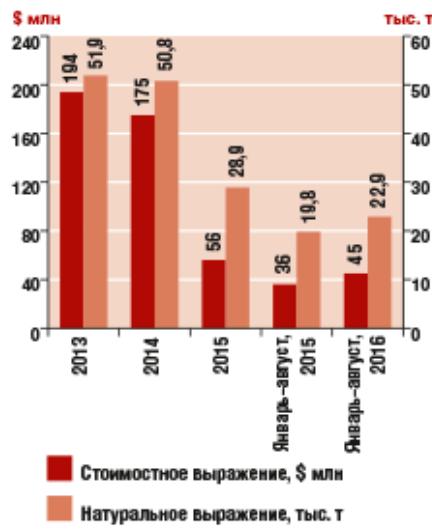


Рисунок 1.7 – Динамика объема импорта колбасных изделий в России

Благодаря сокращению на прилавках доли дорогих продуктов от европейских производителей сегодня у российского потребителя возникла возможность по-другому взглянуть на качество отечественной продукции. Как оказалось, и российские производители в состоянии выпускать достойную качественную премиальную продукцию.

За 2014-2018 гг. продажи колбасных изделий и мясных деликатесов на российском рынке снизились на 2,5%: с 2,50 до 2,44 млн. т. Рост показателя отмечался только в 2018 г – на 0,9% к уровню 2017 г. Основная причина падения продаж в 2015-2017 гг. – это стремление населения к экономии на фоне сниже-

ния реальных располагаемых доходов и общего роста цен. Кроме того, обесценивание национальной валюты и введение Россией продовольственного эмбарго в августе 2014 г привели не только к сокращению ассортимента и удешевлению зарубежных колбасных изделий и мясных деликатесов, но, самое главное, негативно отразились на стоимости зарубежного сырья, используемого отечественными производителями при выпуске колбас. В результате себестоимость производства мясных продуктов увеличилась, и, как следствие, цены на российские колбасные изделия и мясные деликатесы выросли.

Наиболее популярными видами колбасных изделий и мясных деликатесов в России являются фаршированные колбасные изделия. Так, в 2014-2018 гг на их долю приходилось в среднем 63,3% от совокупного объема продаж. При этом наибольшим спросом у населения пользовались вареные колбасы и сосиски, на долю которых приходилось 82,9% продаж фаршированной продукции. Второе место по данному показателю занимали копченые колбасные изделия, на долю которых приходилось порядка 26,5% рынка. При этом в среднем за период на полукопченые и варено-копченые колбасы приходилось 87,1% всех продаж копченых колбасных изделий. Третье место по объему продаж занимали мясные деликатесы – 6,7% рынка. Наибольшим спросом в этой категории пользовались продукты из свинины, на долю которых в среднем за период приходилось 57,0% продаж всех мясных деликатесов. Четвертое место в структуре продаж занимали колбасные изделия из термически обработанных ингредиентов – 3,4% рынка. Оставшиеся 0,1% продаж приходились на кровяные колбасные изделия.

В советские времена колбаса была действительно своеобразным показателем стабильности и достатка. Поэтому в годы становления новой российской экономики на территории РФ активно начали создаваться колбасные производства. На сегодняшний день на плаву остались только те, кто сумели зарекомендовать себя в качестве добросовестных производителей. И для многих потребителей колбаса до сих пор остается чуть ли не основным мясным блюдом в рационе.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО–ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «РУСЛАН»

2.1 Характеристика предприятия

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является ООО «Руслан», которое осуществляет свою деятельность с 2017 года на территории Республики Хакасия и юге Красноярского края.

Организация находится по юридическому адресу 655014, Республика Хакасия, город Абакан, улица Кадышева, дом № 61.

ООО «Руслан» – субъект малого предпринимательства, основным видом деятельности которого является оптовая торговля мясом и мясом птицы, включая субпродукты, а также последующая переработка на качественные готовые изделия.

Организация предлагает следующие виды продукции из мяса:

1. Торговля розничная мясом и мясными продуктами.
2. Производство порционных полуфабрикатов из говядины, свинины, баранины (антрекот, бифштекс, эскалоп и др.).
3. Мелкокусковые полуфабрикаты из говядины (бифстроганов, поджарка, азу, гуляш).
4. Прочие виды деятельности.

На рынке Республики Хакасия и юга Красноярского края расположены различные предприятия, которые отличаются друг от друга ассортиментом предлагаемых изделий из мяса и подходов к обслуживанию. Преимущество ООО «Руслан» заключается в том, что на предприятии ведется полный цикл переработки мяса своими силами, не привлекая посреднические компании, а также в возможности производства различных по объему заказов готовых изделий.

Управление предприятием осуществляется на базе линейно – функциональной организационной структуры, которая определена предприятием самостоятельно и представлена на рисунке 2.1.

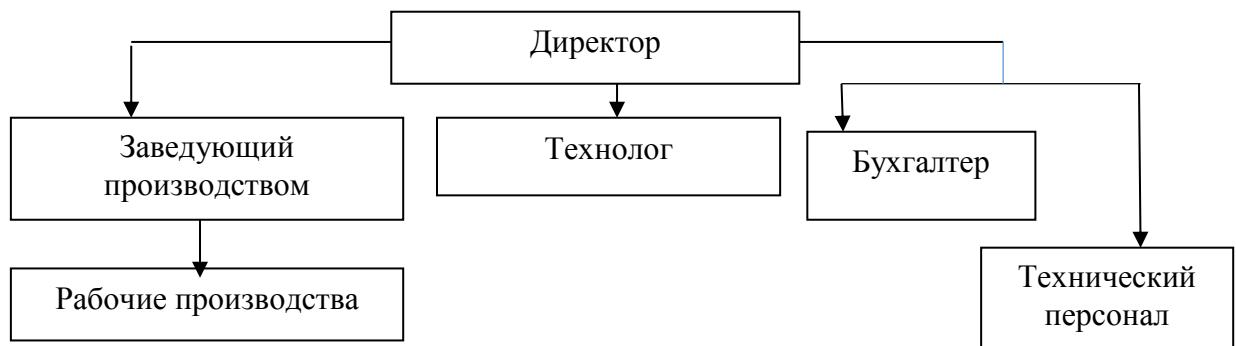


Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «Руслан»

Организационная структура является линейно-функциональной, так как все структурные подразделения подчиняются непосредственно директору, который является единоличным исполнительно-распорядительным органом. На предприятии имеется заведующий производством, который выполняет обязанности по обеспечению эффективной деятельности мясного цеха. Он осуществляет контроль и координацию текущей деятельности рабочих, принимает участие в подготовке приказов, смет, договоров и иных документов, связанных с основной деятельностью предприятия. Непосредственно директору подчиняет-

ся бухгалтер, который просчитывает заработную плату рабочим, заводит в систему расход и приход, определяет рентабельность производства, планирует будущие материальные затраты.

Среднесписочная численность работающих на предприятии в 2018 году – 21 человек. Предприятие активно сотрудничает с магазинами, а также с физическими лицами. По масштабам деятельности «Руслан» относится к числу малых предприятий, о чем свидетельствуют трудовые и финансовые показатели, которые представлены в следующих пунктах выпускной квалификационной работы.

2.2 Анализ капитала

Под активами понимается капитал, вовлеченный предприятием в основную деятельность и рассматриваемый с позиции его состава и размещения. Цель анализа активного капитала – выявить особенности структуры капитала по составу и размещению, определить динамику изменения статей активов и оценить эффективность использования имущества. Анализ капитала преследует достижение двух целей: дать оценку качества и достоверности отчетности; ознакомиться с финансовым состоянием исследуемого предприятия.

Для проведения финансового анализа используем формы отчетности за 2018 год: «Бухгалтерский баланс» (Приложение А) и «Отчет о финансовых результатах» (Приложение Б). Результаты внешнего анализа представим данные в виде таблицы 2.1.

Таблица 2.1 – Анализ структуры баланса, 2018 г.

Актив	Сумма, тыс. руб.	%	Пассив	Сумма, тыс. руб.	%
1	2	3	4	5	6
Внеоборотные активы	-	-	Собственный капитал	596,0	52,3
Оборотные активы	1 139,0	100,0	Заемный капитал	543,0	47,7
Баланс	1 139,0	100,0	Баланс	1 139,0	100,0

Анализ структуры баланса, состояние активов и пассивов которого представлены в таблице 2.1, показал, что предприятие относится к сфере малых, так как валюта его баланса составляет 1 139 тыс. руб. В 2018 году активный капитал предприятия на 100 % состоит из оборотных активов. На предприятии в структуре пассивов большую долю составляет собственный капитал – 52,3 %. Собственные средства предприятия частично покрывают оборотный капитал. Удельный вес заемного капитала составляет 47,7 %, что подтверждает финансовую независимость от заемных средств.

Для оценки масштабов деятельности предприятия, необходимо рассчитать коэффициент деловой активности ($K_o^{общ}$) по формуле 2.1:

$$K_o^{общ} = \frac{Bp}{Б}, \quad (2.1)$$

где Bp – выручка от продаж;

$Б$ – валюта баланса.

Рассчитаем коэффициент деловой активности за 2018 год.

$$K_o^{2018} = \frac{4452}{1139} = 3,9$$

Деловая активность за 2018 год составила 3,9. Это показывает, что на 1 рубль вовлеченных средств приходится 3,9 рубля выручки. При этом стоит отметить, что выручка от продаж в 2015 году составила 4 452 тыс. рублей, валюта баланса 1 139 тыс. рублей, то есть Выручка от продаж $> 0,5$ Баланса ($4\ 452 > 596$), поэтому можно сделать вывод о высокой деловой активности капитала предприятия.

Структура основного капитала – это доля каждой из групп в их общей стоимости. Здания и сооружения обеспечивают условия для основной деятельности

ности предприятия, а машины и оборудование непосредственно участвуют в создании продукции. На этой основе основной капитал подразделяется на активную и пассивную части.

Актив баланса содержит сведения о размещении капитала, имеющегося в распоряжении предприятия, о вложении его в конкретное имущество и материальные ценности, о расходах на осуществление деятельности и об остатках собственных денежных средств. Для анализа активного капитала используется форма № 0710001 «Бухгалтерский баланс». В процессе анализа активов предприятия необходимо изучить изменения в их составе, структуре и дать им соответствующую оценку. Рассмотрим показатели структуры и динамики активов ООО «Руслан» в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Структура и динамика активов, тыс. руб.

Актив	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего активов, в том числе:	657,0	100,0	1 139,0	100,0	482,0	73,4
оборотные активы, из них:	657,0	100,0	1 139,0	100,0	482,0	73,4
материальные	275,0	41,9	386,0	33,9	111,0	40,4
финансовые	382,0	58,1	753,0	66,1	371,0	97,1

Представленный в таблице 2.2 актив баланса позволяет дать оценку имущества, находящегося в распоряжении ООО «Руслан». В 2018 году в активах предприятия был размещен капитал на сумму 1 139 тыс. руб., общая сумма которого с 2017 года увеличилась на 73,4 %. Увеличение произошло за счет оборотного капитала, в основном за счет финансовых оборотных активов, что положительно характеризует предприятие с финансовой точки зрения. Внеоборотные активы отсутствуют.

В процессе хозяйственной деятельности предприятию необходимо уделять должное внимание анализу обрачиваемости и эффективности оборотных средств. Оборотные средства участвуют в процессе обращения и обеспечивают непрерывность производственного цикла, который каждый раз начинается с

денежных средств, авансируемых в текущие запасы и затраты на производство товаров и выполнение работ (услуг). Финансовое положение предприятия зависит от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в деньги. Как известно, особой мобильностью обладают оборотные средства. Структура и динамика оборотных активов предприятия представлена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Показатели структуры и динамики оборотных активов

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы, всего, в том числе:						
Запасы	275,0	41,9	386,0	33,9	111,0	40,4
Дебиторская задолженность	382,0	58,1	648,0	56,9	266,0	69,6
Денежные средства	0,0	0,0	105,0	9,2	105,0	100,0

По данным таблицы 2.3 видно, что в 2018 году величина оборотных активов увеличилась на 73,4 %. При этом капитал неравномерно распределен по стадиям кругооборота: значительная доля оборотных средств отвлечена дебиторами (56,9 %), существенный объем капитала размещен в запасах (33,9 %), наименьшую долю занимают денежные средства (9,2 %). Результаты расчетов оборачиваемости оборотных активов представим в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Расчет показателей оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонения
Выручка от продаж, тыс. руб.	2 796,0	4 452,0	1 656
Средние остатки оборотных средств, тыс. руб.	657,0	1 139,0	482
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	4,3	3,9	-0,3
Длительность одного оборота, дней	85,8	93,4	8

По данным таблицы 2.4 видно, что сумма краткосрочных текущих активов увеличилась с 2 796 тыс. руб. в 2018 году до 4 452 тыс. руб. в 2017 г. В течение 2018 года активы обернулись 3,9 раза, проявив активную оборачиваемость. Длительность прохождения средств по fazам кругооборота составила в 2018 году 93,4 дня. Основными составляющими текущих активов на протяжении всего анализируемого периода являются запасы, денежные средства, дебиторская задолженность. Анализ дебиторской задолженности представим в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ дебиторской задолженности

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность	382,0	648,0	266,0	69,6

Анализ структуры дебиторской задолженности, представленный в таблице 2.5, позволяет увидеть, что доля дебиторской задолженности в 2018 году увеличилась на 69,6 %, или 266 тыс. руб. в абсолютном выражении.

Формирование капитала предприятия происходит как за счет собственных, так и за счет заемных источников финансирования. Целью анализа пассивного капитала является выявление его структурных особенностей. Следовательно, определим, за счет каких источников формируется капитал ООО «Руслан». Показатели структуры и динамики пассивов представлены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Структура и динамика пассивов, тыс. руб.

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего источников, в том числе	657,0	100,0	1 139,0	100,0	482,0	73,4
собственных	485,0	73,8	596,0	52,3	111,0	22,9
заемных, из них:	172,0	26,2	543,0	47,7	371,0	215,7
краткосрочных	172,0	100,0	543,0	100,0	371,0	215,7

По данным таблицы 2.6 можно сделать вывод о том, что структура капитала в 2018 году положительно характеризуется тем, что собственные средства занимают большую часть 52,3 %, они превышают объем заемных средств, равный 47,7 %, чем снижают риск предпринимательской деятельности.

Финансовое состояние предприятия – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени. Оно характеризуется системой показателей, выступающих в качестве инструмента аналитической работы, с помощью которых оценивается количественная характеристика с ее качественной определенностью. Для определения финансовой устойчивости предприятия и ее анализа, необходимо определить в какой степени запасы и затраты обеспечены источниками, предназначенными для их формирования (таблица 2.7).

Таблица 2.7 – Показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования

Показатели	2017 г.	тыс. руб.	2018 г.
Собственный капитал	485,0	596,0	
Внеоборотные активы	0	0	
Собственные оборотные средства	485,0	596,0	
Долгосрочные пассивы	0	0	
Собственные и долгосрочные источники	485,0	596,0	
Краткосрочные кредиты и займы	0	0	
Общая величина основных источников	485,0	596,0	
Общая величина запасов и затрат	275,0	386,0	
Излишек (+) или недостаток (-) СОС	210,0	210,0	
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников	210,0	210,0	
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников	210,0	210,0	

Из данных таблицы 2.7 видно, что ООО «Руслан» имеет устойчивое финансовое положение, так как запасы и затраты обеспечены собственными источниками финансирования.

Анализ финансового состояния основан на расчете показателей:

1. Показатели финансовой устойчивости (коэффициент независимости, удельный вес собственных средств, соотношения собственных и заемных средств, удельный вес дебиторской задолженности, удельный вес собственных и долгосрочных займов).

2. Показатели платежеспособности (коэффициент абсолютной ликвидности, общий коэффициент покрытия и коэффициент ТМЦ).

3. Показатель деловой активности (общий коэффициент оборачиваемости, оборачиваемость запасов, оборачиваемость собственных средств, производительность).

Проведем расчет коэффициентов и представим результаты в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Анализ коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	Нормативное значение
Коэффициент автономии	0,7	0,5	-0,2	$\geq 0,5$
Коэффициент обеспеченности запасов	1,8	1,5	-0,2	$\geq 0,6$
Коэффициент обеспеченности оборотных средств	0,7	0,5	-0,2	$\geq 0,1$
Коэффициент маневренности	1,0	1,0	0,0	$\geq 0,3$

Анализ данных таблицы 2.8 показал, что все коэффициенты финансовой устойчивости удовлетворяют нормативным значениям. Таким образом, можно сделать вывод, что у данного предприятия устойчивое финансовое состояние, запасы и затраты обеспечены источниками капитала.

2.3 Анализ финансового состояния

Потребность анализа ликвидности баланса возникает связи с необходимостью оценки платежеспособности предприятия. В таблице 2.9 приведена группировка статей баланса для анализа его ликвидности.

Таблица 2.9 – Группировка статей баланса для анализа его ликвидности

тыс. руб.

Актив	2017 г.	2018 г.	Пассив	2017 г.	2018 г.
Наиболее ликвидные активы, А nl	-	105,0	Наиболее срочные обязательства, П ns	172,0	543,0
Быстро реализуемые активы, А br	382,0	648,0	Краткосрочные обязательства, П ks	-	-
Медленно реализуемые активы, А mp	275,0	386,0	Долгосрочные обязательства, П dc	-	-
Трудно реализуемые активы, А tr	-	-	Постоянные пассивы, П post	485,0	596,0
Баланс	657,0	1 139,0	Баланс	657,0	1 139,0

Оценить ликвидность ООО « Руслан», которую нельзя признать абсолютной, можно, сопоставив данные таблицы 2.9, так как соблюдаются не все следующие пропорции: А nl > П ns 105 < 543; А br > П ks 648 > 0; А mp > П dc 386 > 0; А tr < П post 0 < 596.

На предприятии выполняются все равенства, кроме одного. Таким образом, баланс предприятия можно признать ликвидным. Для определения характера ликвидности следует провести расчет коэффициентов ликвидности, результат которого представлен в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2017г.	2018г.	Нормативные значения	
			Отечественные	Зарубежные
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,0	0,2	≥ 0,1	≥ 0,2
Коэффициент критической ликвидности	0,7	1,4	≥ 0,7-0,8	≥ 1,5
Коэффициент текущей ликвидности	3,8	2,1	≥ 1,2-1,5	≥ 2,0

Проведя анализ данных таблицы 2.10, можно сделать вывод о том, что за 2018 год лишь 2 % долговых обязательств могут быть погашены за счет денежных средств. Срочные обязательства предприятия обеспечены ликвидными активами на 140 %. Коэффициент текущей ликвидности соответствует нормативным значениям и составляет 2,1, но стоит отметить, что он снизился по сравнению с 2017 годом почти в 2 раза.

Показатели эффективности рассчитываются исходя из полученных предприятием финансовых результатов. Финансовый результат – это результат, превышающий доход предприятия над его расходом (прибыль или убыток). Показатели финансовых результатов деятельности предприятия сведем в таблице 2.11.

По данным таблицы 2.11 можно сделать выводы о том, что на результат деятельности ООО «Руслан» важнейшее воздействие оказала выручка от продаж, которая увеличилась на 59,2 %, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятия.

Таблица 2.11 – Показатели финансовых результатов

Показатели	2017 г.,	2018 г.,	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	2 796,0	4 452,0	1 656,0	59,2
Валовая прибыль (убыток)	2 796,0	4 452,0	1 656,0	59,2
Коммерческие расходы	2 321,0	4 341,0	2 020,0	87,0
Прибыль (убыток) от продаж	475,0	111,0	-364,0	-76,6
Прибыль (убыток) до налогообложения	475,0	111,0	-364,0	-76,6
Текущий налог на прибыль	95,0	22,0	-73,0	-76,6
Чистая прибыль (убыток)	380,0	89,0	-291,0	-76,6

Также эффективность деятельности предприятия характеризуют показатели рентабельности. Система показателей рентабельности многообразна, считаем более значимые из них и представим их в таблице 2.12. Показатель рентабельности продаж снижается по той причине, что темпы роста затрат опережают темпы роста выручки. Произошло изменение ассортимента продаж.

Таблица 2.12 – Показатели рентабельности

процент

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	Отклонения
Рентабельность продаж	17,0	2,5	-14,5
Рентабельность активов	72,3	9,7	-62,6
Рентабельность собственного капитала	97,9	18,6	-79,3

Анализируя данные таблицы 2.12, можно сделать вывод о том, что можно отметить общую тенденцию к снижению всех показателей рентабельности. Рентабельность продаж показывает, что снизилась доля прибыли в выручке от продаж с 17,0 % до 2,5 %. Рентабельность активов показывает, сколько прибыли получает предприятие на каждый рубль, вложенный в имущество (каждый рубль капитала предприятия приносит 9,7 руб. прибыли). Отсутствие тенденций к росту показателей рентабельности свидетельствует о снижении эффективности работы предприятия в целом.

2.4 Управленческий анализ

Управленческий анализ представляет собой систему учета, планирования, контроля, анализа доходов (расходов) и результатов хозяйственной деятельности в необходимых аналитических аспектах, оперативного принятия различных управленческих решений в целях оптимизации финансовых результатов деятельности предприятия в перспективе. Главная цель данного анализа – оценка эффективности деятельности предприятия и выявление пути ее повышения, оценка результатов производственной деятельности. Важно проанализировать ход выполнения производственных планов с целью прогнозирования возможных результатов, а также провести анализ производства и реализации продукции с целью оперативного воздействия на ход деятельности предприятия.

В управленческом анализе будет дана характеристика обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами (таблица 2.13). Штат сотрудников ООО «Руслан» полностью укомплектован. Сотрудники имеют достаточную квалификацию и образование для своевременного и качественного выполнения своих обязанностей. Общая численность персонала в 2018 году снизилась на 12,50 % за счет численности рабочих производства. Основной задачей

предприятия является обеспечение потребителей качественным мясом и готовыми изделиями из него.

Таблица 2.13 – Структура и динамика персонала

Наименование	2017 г.		2018 г.		Отклонение	
	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
Директор	1	4,17	1	4,76	0,00	0,00
Заведующий производством	1	4,17	1	4,76	0,00	0,00
Технолог	1	4,17	1	4,76	0,00	0,00
Бухгалтер	1	4,17	1	4,76	0,00	0,00
Рабочие производства	15	62,50	13	61,90	-2,00	-13,33
Технический персонал	5	20,83	4	19,05	-1,00	-20,00
Всего	24	100	21	100	-3,00	-12,50

Из данных таблицы 2.13 видно, что штат сотрудников ООО «Руслан» полностью укомплектован. Сотрудники имеют достаточную квалификацию и образование для своевременного и качественного выполнения своих обязанностей. Общая численность персонала в 2018 году снизилась на 12,50 % за счет численности рабочих производства и технического персонала.

Обеспеченность предприятия необходимыми трудовыми ресурсами в полном объеме, их оптимальное использование, высокий уровень производительности труда имеют большое значение для увеличения объемов продаж и повышения эффективности деятельности предприятия. От обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят объем и своевременность выполнения заказов потребителей, эффективность использования оборудования, себестоимость, прибыль и другие экономические показатели. Управление трудовыми ресурсами направлено на эффективное использование существующего кадрового потенциала, а также на его развитие, в наибольшей степени подготовленного к реализации стратегии развития предприятия, а также рационального решения текущих проблем.

Выручка от продаж является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, состояние производительности труда. Она

показывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства. Поэтому важно иметь информацию, от реализации какого вида продукции, предприятие получает наибольший эффект. Структура выручки от продаж представлена в таблице 2.14

Таблица 2.14 – Структура выручки от продаж ООО «Руслан»

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж, в том числе:	2 796,0	100,0	4 452,0	100,0	1 656,0	59,2
мясо в живом весе	757,0	27,1	1089,0	24,5	332,0	43,8
крупнокусковые полуфабрикаты	1 259,0	45,0	1756,0	39,4	497,0	39,5
мелкокусковые полуфабрикаты	358,0	12,8	690,0	15,5	332,0	92,8
прочие полуфабрикаты	422,0	15,1	918,0	20,6	496,0	117,3

Как видно из данных таблицы 2.14, выручка от продаж в 2018 году увеличилась на 59,2 %, большую долю в которой занимают продажи крупнокусковые полуфабрикаты и мясо в живом весе. В 2,2 раза увеличились продажи мелкокусковых полуфабрикатов.

Используя сведения о численности работающих на предприятии и о выручке от продаж, можно рассчитать производительность труда. Таким образом, можно посчитать, сколько выручки приносит предприятие в тот или иной период. Производительность труда за год по предприятию можно рассчитать по формуле 2.2.

$$\Pi T = \frac{B}{P}, \quad (2.2)$$

где В – выручка от продаж;

Р – среднесписочная численность работников за год.

Рассчитаем производительность труда для исследуемого предприятия.

$$ПТ^{2017} = \frac{2796}{44} = 63,5 \text{ тыс. руб.}$$

$$ПТ^{2018} = \frac{4452}{41} = 108,6 \text{ тыс. руб.}$$

Исходя из расчетов, получается, что за 2018 год работы каждый работник принес в среднем 108,6 тыс. руб. прибыли. Производительность труда в 2018 году выросла на 71,0 %, что положительно сказывается на деятельности предприятия.

Проблема оплаты труда – это один из важнейших вопросов на предприятии. От успешного решения данного вопроса во многом зависит как повышение эффективности производства, так и рост благосостояния работников предприятия, благоприятный социально-психологический климат в коллективе.

Рассмотрим показатели средней заработной платы на предприятии и сравним их со средними показателями по республике и стране. Данные о средней заработной платы представлены в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Средняя заработная плата на предприятии

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
			Сумма, тыс. руб.	%
ООО «РУСЛАН»	25,3	26,2	0,9	3,6
Республика Хакасия	30,8	32,0	1,2	3,9
Российская Федерация	38,0	42,5	4,5	11,8

Из данных таблицы 2.15 видно, что средняя заработная плата на всех уровнях в 2018 году по сравнению с 2017 годом увеличилась. Средняя заработная плата на предприятии ниже, чем по региону и стране. Этот показатель может стать острой проблемой на предприятии, поэтому руководству следует принять меры по улучшению благосостояния работников.

2.5 Заключительная оценка деятельности

В результате анализа финансово – хозяйственной деятельности предприятия было установлено, что она имеет устойчивое финансовое положение, но при этом наметилась тенденция к снижению всех показателей рентабельности.

По данным бухгалтерской отчетности за 2018 год ООО «Руслан» следует отнести к категории малых, так как валюта баланса составила 1 139 тыс. руб., что подтверждает и среднесписочная численность работающих на предприятии, она составила 21 человек.

Анализ размещенного капитала показал, что в 2018 году исследуемое предприятие разместило 100 % привлеченных в производственно-хозяйственную деятельность средств в оборотные активы. В 2018 году на предприятии в структуре пассивов большую долю составляет собственный капитал, его доля 52,3 %, а вес заемного капитала составил 47,7 %, что подтверждает финансовую независимость предприятия от заемного капитала.

Выручка от продаж в 2018 году увеличилась на 59,2 %, или 1 656 тыс. рублей в абсолютном выражении.

Важнейшее воздействие на результат деятельности оказала прибыль от продаж, которая уменьшилась на 76,6 %, что свидетельствует о снижении эффективности деятельности предприятия.

В 2018 году следует отметить общую тенденцию к снижению всех показателей рентабельности, но в целом деятельность предприятия можно признать рентабельной.

Проведенный управленческий анализ предприятия показал, что штат работников для осуществления основной деятельности в 2018 году укомплектован

ван в полном объеме. А основные финансовые показатели говорят о том, что у потребителей есть спрос на производимую продукцию.

В результате можно сделать вывод о значимости такого анализа. Не работая на этом предприятии, есть возможность оценить потенциал предприятия, спрогнозировать стратегию его дальнейшего развития, предложить возможные пути выхода из создавшейся ситуации.

Руководитель же, ведущий свою деятельность на предприятии, просто обязан производить финансовый анализ, и уже непосредственно участвуя в хозяйственной деятельности находить более рациональные и эффективные пути развития производства.

2.6 Вопросы экологии

Экологическое состояние территории Хакасии в настоящее время можно определить, как критическое. Интенсивно загрязняется окружающая среда. Поэтому проблема охраны окружающей среды приобретает в настоящее время особую остроту. Необдуманное, неправильное вмешательство в природу, нерациональное использование природных ресурсов, ведет к нежелательным, а часто к необратимым процессам в окружающей среде.

Производственная и хозяйственная деятельность ООО «Руслан» сопровождается системой мероприятий, направленных на рациональное использование, охрану природных ресурсов, на защиту природной среды от загрязнения и разрушения. А именно, предотвращается попадание отходов производства в подземные воды; все отходы собираются и вывозятся в специально отведенное место; регулярно проводится уборка территории и производится вывоз мусора.

Вместе с тем руководство по вопросам охраны окружающей среды не уделяет достаточного внимания, можно отметить ряд недостатков: территория предприятия не озеленяется, не производится посадка цветущих растений; в хозяйстве нет плана по улучшению охраны окружающей среды.

Руководству предприятия необходимо разработать план мероприятий по улучшению охраны окружающей среды и изыскать источники финансирования природоохранных мероприятий.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЯСНОГО ЦЕХА

3.1 Обоснование проекта и расчет затрат на его реализацию

Сегмент функциональных колбасных изделий считается недостаточно развитым как в Хакасии, так и в России. Его рыночный потенциал предприятиям мясного производства предстоит освоить. На рынке колбасных и мясных изделий появляется все больше продуктов, соответствующих требованиям здорового питания. Колбасные изделия становятся узкоспециализированными.

Структура производства колбасных изделий города Абакана в 2017 году представлена на рисунке 3.1.

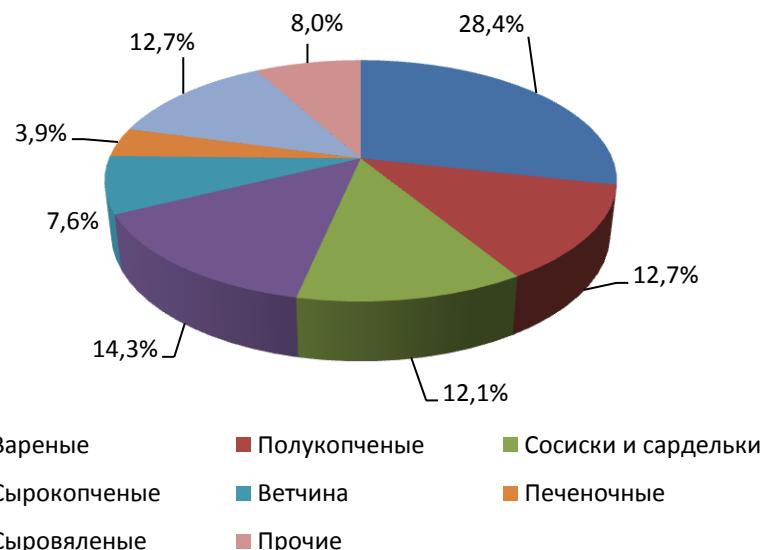


Рисунок 3.1 – Структура производства колбасных изделий г. Абакана в 2017 году

Из рисунка 3.1 видно, что рынок колбасных изделий г. Абакана разнообразен. По статистическим данным можно сделать вывод о том, что большую долю в производстве колбасных изделий занимают вареные виды колбас – 28,4 %. Наименьшую – прочие виды, к которым относятся шпик, полусухие колбасы и другие виды. Колбасы с натуральными добавками входят в наименьшую группу.

С каждым годом на рынке продуктов питания повышается спрос на колбасные изделия для здоровья. В связи с этим руководство предприятия мясной продукции ООО «Руслан» приняло решение о диверсификации деятельности. Предлагается производить колбасные изделия с функциональными ингредиентами, а также заменить искусственные добавки на натуральные растительные. Наиболее перспективными функциональными ингредиентами для таких мясных продуктов являются пищевые волокна и минеральные вещества.

Потенциальными потребителями предлагаемой новой продукции являются жители городов Черногорск и Абакан (общее население указанных городов составляет около 246 тыс. человек). Прогнозировать то, что новые виды колбасных изделий приобретет каждый житель вышеперечисленных населенных пунктов, будет непрофессионально. Поэтому перспективность выпуска новых видов колбас подтверждается результатами изучения предпочтений среди постоянных потребителей и единовременных заказчиков продукции ООО «Руслан», которые были получены в результате опроса.

Для определения спроса на колбасы в рамках выпускной квалификационной работы проведен опрос потенциальных потребителей. В ООО «Руслан» имеется база данных с телефонами и электронными адресами покупателей и заказчиков, которые уже приобретали мясную продукцию и готовые изделия из мяса. Поэтому опрос был проведен в телефонном режиме и электронном виде. Для этого анкета рассыпалась по электронным адресам постоянных потребите-

лей и единовременных заказчиков (16 человек), а своими силами был проведен телефонный опрос (38 клиентов). Из 54 опрошенных у 42 возникло желание попробовать новые виды колбас с натуральными добавками. Основные результаты анкетирования представлены в таблице 3.1. По данным таблицы можно сделать вывод о том, что спрос на новые виды колбасы в городах Абакан и Черногорск будет. Также новые изделия по своему качеству имеют большую вероятность завоевать рынки и других населенных пунктов Республики Хакасия и юга Красноярского края.

Таблица 3.1 – Результаты опроса потенциальных потребителей колбасы

Вопрос	Полученные результаты
1. Приобретаете ли Вы колбасные изделия для ежедневного рациона питания?	Да – 39 человек Нет – 15 человек
2. Хотели бы Вы попробовать новые виды колбас с натуральными добавками?	Да – 42 человека Нет – 12 человек
3. Какие качества колбас имеют для Вас наибольшее значение? (можно отметить 1 вариант)	Вкус – 21 человек Наличие натуральных добавок – 27 человек Упаковка (натураильная или нет) – 6 человек
4. Какую сумму единовременно Вы готовы потратить на колбасы?	До 150 руб. – 4 человека от 150 до 350 тыс. руб. – 37 человек от 350 до 550 тыс. руб. – 9 человек Более 550 руб. – 2 человека

В таблице 3.1 представлены результаты опроса потенциальных клиентов ООО «Руслан» – физических лиц. Но в настоящее время уже налажены связи и имеются предварительные договоренности о поставке новых видов колбасы в магазины города и 2 кафе. Прогнозные показатели объемов производства колбасы сформированы исходя из потребности в данных видах колбасы у потенциальных клиентов. Структура заказов в соответствии с договорами с магазинами и кафе (колбаса 2 видов в равном количестве) представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Прогноз объемов продаж новых видов колбасы на 2 прогнозных года

Наименование	1 прогнозный год	2 прогнозный год
Кафе «Афина»	490,0 кг	520,0 кг

Кафе «Кира»	498,0 кг	510,0 кг
Магазин «Восточный»	860,0 кг	875,0 кг
Магазин «Володарский»	870,0 кг	870,0 кг
Магазин «Фортуна»	655,0 кг	690,0 кг
Магазин «Калина»	680,0 кг	697,0 кг
Физические лица	747,0 кг	1 118,0 кг
Всего	4 800,0 кг	5 280,0 кг

Прогноз на 2 года, представленный в таблице 3.2, также учитывает и производственные мощности предприятия, поэтому объемы производства на второй прогнозный год увеличиваются лишь на 10,0 %.

ООО «Руслан» располагает необходимыми производственными площадями. Характеристика производственных площадей представлена в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Характеристика производственных площадей

Показатели	Характеристика
Территория предприятия	Асфальтирована. Подъезд для транспорта.
Ремонт помещения	Площади отремонтированы с учетом требований СанПиН
Панели стен в цехе	Облицованы плиткой и окрашены масляной краской светлых тонов на высоту 2 м. Расстояние от стен до оборудования 0,6 – 0,7 м, расстояние между машинами не менее 500 мм. Ширина основных проходов 2,5 м, расстояние между выступающими частями оборудования 0,8 – 1,0 м.
Освещение	Искусственное освещение. Светильники имеют защитную решетку (сетку), исключающую возможность выпадения лампы из светильника.
Хранение	Подготовка и хранение припасов, материалов, пищевых компонентов производиться в отдельных помещениях

Площади помещения для производства вареных колбас с натуральными добавками позволяют разместить все технологическое оборудование таким образом, чтобы к нему был свободный доступ работников цеха. Между оборудованием сформированы свободные проходы.

Для производства вареной колбасы с натуральными добавками потребуется приобрести оборудование, которое представлено ниже.

1. В первую очередь из профессионального оборудования необходимо приобрести Куттер ELECTROLUX K45, который представлен на рисунке 3.2 и предназначен для измельчения всех сортов мяса и подходит для небольшого

мясного цеха, который стремится расширить спектр опций в стадии подготовки продуктов. Применяется для изготовления всех видов колбас, сарделек, сосисок.



Рисунок 3.2 – Куттер ELECTROLUX K45

Указанная на рисунке 3.2 модель куттера обладает рядом преимуществ:

1. Функция гомогенизации.
2. Крышка закреплена на корпусе из нержавеющей стали.
3. В прозрачную крышку встроено магнитное защитное устройство.
4. Дополнительное отверстие в крышке для добавления ингредиентов в процессе работы.
5. Управление куттером производится с помощью плоской и водонепроницаемой электронной контрольной панели.
6. Импульсный режим для фрагментации больших кусков перед гомогенизацией.

Детали и узлы, контактирующие с продуктом, а также обшивка выполнены из нержавеющей стали. Куттер K45 легко поддается чистке, оснащен двумя независимыми двухскоростными двигателями для приведения в движения режущих дисков и резервуара для продуктов. Оснащен вакуумным резервуаром, аварийным тормозом и звукоизоляционным покрытием.

2. Вакуумный шприц модель СХ-1149 «Идир», который предназначен для набивки различных колбасных оболочек фаршем при производстве варенных

колбас с натуральными добавками. Встроенная система перекрута оболочки в автоматическом режиме и система дозировки исходного сырья позволяют выпускать порционные колбасные изделия. Режим работы шприца и температуры продукции задаются с помощью пульта управления – контроллер, в памяти которого хранится до 100 программ-рецептов. Вакуумный шприц, который необходимо приобрести представлен на рисунке 3.3.



Рисунок 3. 3 – Вакуумный шприц модель CX-1149 «Идир»

Для наилучшей очистки бункера шприц оснащен спиральным очистителем. Соответствует требованиям ЕС по технике безопасности.

3. Термокамера Ellermatic K6H33. Это многофункциональный агрегат для варки и копчения. Приобретается для горячего и холодного копчения, копчения во влажной среде. Модель представлена на рисунке 3.4.



Рисунок 3.4 – Термокамера Ellermatic K6H33

Представленная на рисунке 3.4 термокамера это универсальный агрегат для кулинарной обработки колбасных изделий. Установка включает в себя комбинированные установки и установки варки. Вся установка изготовлена полностью из высокосортной нержавеющей стали и полностью изолирована по кругу для максимального сохранения тепла. В системе управления устройства возможно записать в память до 7 программных шагов, которые посредственно обрабатываются. Эта система управления имеет следующие преимущества: температура управление, влажность, рабочее время, предвыборное время, дельта-варка и другое. Все данные можно без проблем изменить во время работы, причем без изменения основной программы.

4. Дымогенератор Меркел-56. Дымогенератор, представленный на рисунке 3.5, обеспечивает оптимальную подачу дыма. Достижение крайне низких температур копчения, приводит к оптимальной ароматизации продукции.



Рисунок 3.5 – Дымогенератор Меркел-56

На участке мясопереработки и изготовления колбас с натуральными добавками предлагается использовать оболочки для вареных колбас искусственные полиамидные – «Амиф-Т». Для предлагаемых в работе видов изделий диаметр оболочки составляет 65 мм. Закупка данной оболочки будет вестись через интернет-закупку в г. Новосибирск.

Виды и характеристика вспомогательного оборудования представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Характеристика вспомогательного оборудования

Наименование оборудования	Характеристика
Волчок КИР-1	Предназначен для нарезки бескостного мяса всех сортов крупного и мелкого в зависимости от состава режущего оборудования.
Стол	Рабочее место обвалщика. Высотой 100 – 110 см и шириной 150 – 160 см. По обе стороны длины стола прикрепляют доски, изготовленные из твердого дерева.
Весы	Предназначены для использования в технологических процессах.
Ножи	Лезвия длиной 9 – 12 см. Рукоятка обвалочного ножа несколько увеличена и превышает длину лезвия. Нож для жиловки имеет значительно большую длину лезвия по сравнению с рукояткой.

При использовании представленного выше оборудования в готовых колбасных изделиях максимально сохраняются витамины, микроэлементы, питательная ценность, цвет, вкус и природный аромат.

Инвестиционные затраты на реализацию проекта диверсификации деятельности мясного цеха представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Инвестиционные затраты

Статья	Затраты, руб.
Куттер ELECTROLUX K45	51 890,00
Вакуумный шприц модель CX-1149 «Идир»	14 866,00
Термокамера Ellermatic K6H33	377 300,00
Дымогенератор Меркел-56	17 450,00
Волчок КИР-1	3 900,00
Стол	17 600,00
Весы	4 320,00
Ножи	2 700,00
Всего	490 026,00

Инвестиционные затраты на диверсификацию деятельности мясного цеха несет учредитель цеха в общей сумме 490 026,00 рублей. На выше представленном оборудовании планируется осуществлять выпуск 2 видов колбас с возможностью расширения ассортимента в будущем:

1. Колбаса вареная «Люкс» с миндалем.
2. Колбаса вареная «Эффектная» с арахисом.

Расчет себестоимости колбасных изделий и эффективности предлагаемого в работе проекта представим в следующем пункте выпускной квалификационной работы.

3.2 Расчет эффективности проекта

В условиях современного рынка на первое место выдвигаются показатели эффективности деятельности предприятия: прибыль, рентабельность. Данные показатели имеют принципиальное значение. И важную роль при их достижении играет спрос на готовую продукцию. Спрос на вареные колбасы носит постоянный характер. По статистическим данным в настоящее время потребитель уделяет много внимания приобретению именно полезной продукции. Рассчитаем калькуляцию себестоимости на предлагаемые к выпуску виды вареной колбасы. Смета затрат на основные ингредиенты для производства колбасы вареной «Люкс» с миндалем представлена в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Затраты на ингредиенты для производства вареной колбасы «Люкс» с миндалем (10 кг/смену)

Наименование сырья	Количество сырья	Цена сырья, руб./ед.	Стоимость сырья, руб.
Говядина жилованная высшего сорта	2,16	145,0	313,2
Свинина жилованная нежирная	1,72	159,5	274,3
Филе куриное	3,28	109,3	358,5
Молоко сухое цельное	0,17	69,1	11,7
Миндаль	1,03	365,0	376,0
Соль поваренная пищевая	0,18	6,2	1,1
Сахар-песок	0,02	22,9	0,5
Нитрит натрия	0,001	57,5	0,1

Клипса	44	0,2	10,1
Петля	11	0,2	2,0
Этикетка	22	0,5	10,8
Оболочка полимерная	22	3,4	75,2
Итого за смену	-	-	1 433,5
Итого в месяц (20 смен)	-	-	28 669,7

Расчет экономических показателей:

1. Затраты на потребление электроэнергии при производстве вареной колбасы «Люкс» с миндалем рассчитаем по формуле 3.1:

$$Z_{\text{э}} = \Pi_{\text{э}} * \text{Ц}, \quad (3.1)$$

где $Z_{\text{э}}$ – затраты на потребление электроэнергии;

$\Pi_{\text{э}}$ – потребляемая электроэнергия технологического оборудования;

Для производства вареной колбасы «Люкс» с миндалем:

$\Pi_{\text{э}} = 7,8 \text{ кВт/смену}$

Ц – отпускная цена электроэнергии за 1 кВт;

$\text{Ц} = 2,71 \text{ руб./кВт}$

$$Z_{\text{э}} = 7,8 * 2,71 = 21,14 \text{ руб.}$$

Затраты на электроэнергию при производстве 10 кг колбасы в смену составляет: $21,14 * 10 = 211,40 \text{ руб.}$

За месяц (в среднем цех работает 20 смен в месяц): $211,40 * 20 = 4 227,60 \text{ руб.}$

2. Стоимость воды, используемой на технологические цели, рассчитывается по формуле 3.2.

$$Z_{\text{в}} = N * Q * P, \quad (3.2)$$

где $Z_{\text{в}}$ – затраты на использование воды;

N – количество часов в 1 смену;

Q – объем потребляемой воды в 1 смену, м³;

$Q = 1,5 \text{ м}^3$;

$P = 8,5 \text{ руб.}$ – тариф на 1 м³ воды;

Вода на технологические цели:

$$Z_B = 1 * 1,5 * 8,5 = 12,75 \text{ руб.}$$

За месяц (в среднем цех работает 20 смен в месяц): $12,75 * 20 = 255,00 \text{ руб.}$

3. Расчет заработной платы:

Средняя заработка работников мясного цеха производства колбасных изделий – 19 600 руб./мес.

Количество рабочих занятых на основных операциях – 3 человека.

Заработка плата при производстве 10 кг составляет в среднем 2 940 руб./смену.

В среднем за месяц при производстве 200 кг составит: $2 940 * 20 = 58 800,00 \text{ руб./мес.}$

Себестоимость производства колбасы вареная «Люкс» с миндалем в месяц представлена в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Себестоимость производства колбасы вареная «Люкс» с миндалем (200 кг) в месяц

Наименование	Сумма затрат, руб.
Затраты на сырье	28 669,7
Электроэнергия	4 227,6
Вода	255,0
Заработка плата работников с начислениями	58 800,0
Отчисления на социальные нужды	17 757,6
Амортизация	3 878,4
Всего	113 588,3

Из таблицы 3.7 видно, что себестоимость производства колбасы с миндалем «Люкс» в месяц составит 113 588,3 руб. Соответственно, что себестоимость 1 кг составит – 567,9 руб.

Производство функциональных мясных продуктов с натуральными добавками является новым перспективным направлением для современной мясо-перерабатывающей отрасли. Возрастающий интерес к так называемой вкусной и «здоровой пище» обуславливает необходимость производства продуктов, которые не только удовлетворяют физиологические потребности организма в питательных веществах и энергии, но и оказывают профилактическое и лечебное действие. Такие продукты называют функциональными. К таким продуктам можно причислить предлагаемые к выпуску виды колбас.

Смета затрат на основные ингредиенты для производства колбасы вареной «Эффектная» с арахисом представлена в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Смета затрат на основные ингредиенты для вареной колбасы «Эффектная» с арахисом (10 кг/смену)

Наименование сырья	Количество сырья	Цена сырья, руб./ед.	Стоимость сырья, руб.
Говядина жилованная высшего сорта	2,6	145,0	377,0
Свинина жилованная нежирная	1,34	159,5	213,7
Филе куриное	2,28	109,3	249,2
Молоко сухое цельное	0,19	69,1	13,1
Арахис	1,64	320,0	524,8
Соль поваренная пищевая	0,18	6,2	1,1
Сахар-песок	0,03	22,9	0,7
Нитрит натрия	0,001	57,5	0,1
Клипса	44	0,2	10,1
Петля	11	0,2	2,0
Этикетка	22	0,5	10,8
Оболочка полимерная	22	3,4	75,2
Итого за смену	-	-	1 477,8
Итого в месяц (20 смен)	-	-	29 556,8

Расчет экономических показателей:

2. Затраты на потребление электроэнергии при производстве вареной колбасы «Эффектная» с арахисом рассчитаем по формуле 3.1

$$\Pi_1 = 6,9 \text{ кВт/смену}$$

Ц – отпускная цена электроэнергии за 1 кВт;

$$\text{Ц} = 2,71 \text{ руб./кВт}$$

$$З_Э = 6,9 * 2,71 = 18,69 \text{ руб.}$$

Затраты на электроэнергию при производстве 10 кг колбасы в смену составляет: $18,69 * 10 = 186,99$ руб.

За месяц (в среднем цех работает 20 смен в месяц): $186,99 * 20 = 3\ 739,80$ руб.

3. Стоимость воды, используемой на технологические цели, рассчитывается по формуле 3.2.

$$З_В = 1 * 1,5 * 8,5 = 12,75 \text{ руб.}$$

За месяц (в среднем цех работает 20 смен в месяц): $12,75 * 20 = 255,00$ руб.

4. Расчет заработной платы:

Средняя заработная плата работников мясного цеха производства колбасных изделий – 19 600 руб./мес.

Количество рабочих занятых на основных операциях – 3 человека.

Заработка плата при производстве 10 кг составляет в среднем 2 940 руб./смену.

В среднем за месяц при производстве 200 кг составит: $2\ 940 * 20 = 58\ 800,00$ руб./мес.

Себестоимость производства колбасы вареная «Эффектная» с арахисом в месяц представлена в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Себестоимость производства колбасы вареная «Эффектная» с арахисом (200 кг) в месяц

Наименование	Сумма затрат, руб.
Затраты на сырье	29 556,8
Электроэнергия	3 739,8
Вода	255,0
Заработка плата работников с начислениями	58 800,0
Отчисления на социальные нужды	17 757,6
Амортизация	3 878,4
Всего	113 987,0

Из таблицы 3.9 видно, что себестоимость производства колбасы с арахисом «Эффектная» в месяц составит 113 987,0 руб. Соответственно, что себестоимость 1 кг составит – 569,9 руб.

Себестоимость продукции – это важный показатель деятельности предприятия. Выбор метода расчета себестоимости и распределения затрат может оказаться одним из ключевых факторов правильности управленческих решений. Рассмотрим, как реализация проекта по диверсификации отразится на деятельности всего предприятия.

В современных условиях функционирования предприятия значение прибыли огромно. Стремление к получению прибыли ориентирует предприятие на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, а также снижение затрат на ее производство. Это важнейший показатель эффективности и финансовый итог деятельности организации. Прибыль является основой для расчета рентабельности предприятия. Учет прибыли предприятия тоже имеет огромное значение, так как от этого зависит вся деятельность предприятия, заинтересованность сотрудников в ее повышении, инвестиционная привлекательность предприятия.

Цены на новые виды колбас с учетом рентабельности 18,0% представлены в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Цены на новые виды колбас

Наименование	Цена, руб.
Колбаса вареная с миндалем «Люкс»	670,1
Колбаса вареная «Эффектная» с арахисом	672,5

План выручки с учетом прогнозных показателей производства новых видов колбас представлен в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – План продаж новой продукции, руб.

Наименование	1 прогнозный год	2 прогнозный год
Колбаса вареная с миндалем «Люкс»	1 543,9	1 698,3
Колбаса вареная «Эффектная» с ара-	1 678,6	1 846,4

хисом		
Всего	3 222,5	3 544,7

Показатели по основным видам деятельности в прогнозе не меняются. В расчете прогноза учитываем показатели деятельности за 2018 год и прогнозные показатели по новым видам продукции. Предполагается, что в прогнозном году произойдет снижение коммерческих расходов за счет того, что предприятие откажется от аренды больших складских помещений, так как в прогнозном году приступит к производству готовых изделий из мяса, большие помещения сдержать невыгодно с точки зрения экономики. Поэтому коммерческие расходы снизятся на сумму аренды складских помещений в размере 1 044,0 тыс. руб. в год. Составим прогноз параметров эффективности, результаты представим в таблице 3.12.

Таблица 3.12 – Финансовый план, тыс. руб.

Показатели	2018 г.	1 год реализации проекта	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	4 452,0	7 674,5	3 222,5	72,4
Себестоимость продаж	-	2 730,9	2 730,9	100,0
Валовая прибыль (убыток)	4 452,0	4 943,6	491,6	11,0
Управленческие расходы	-	1 107,6	1 107,6	100,0
Коммерческие расходы	4 341,0	3 297	-1 044,0	-24,0
Прибыль (убыток) от продаж	111,0	539,0	428,0	385,6
Текущий налог на прибыль	22,0	107,8	85,8	390,0
Чистая прибыль (убыток)	89,0	431,2	342,2	384,5

Из таблицы 3.12 видно, что производство новых видов продукции значительным образом улучшило финансовые результаты деятельности мясного цеха. Так, чистая прибыль в 1 год реализации проекта увеличилась в 3,8 раза по сравнению с 2018 годом.

Проведем расчет срока окупаемости капитальных затрат по формуле 3.3.

$$\text{Срок окупаемости} = \frac{\text{Капитальные затраты}}{\text{Прибыль от дополнительно реализ. продукции}} \quad (3.3)$$

Дополнительно полученная прибыль в год от реализации новых видов колбасных изделий составит 342,2 тыс. руб. В месяц дополнительная прибыль – 28,5 тыс. руб. Подставляем исходные данные (затраты на приобретение оборудования и прибыль в месяц, полученную в результате реализации колбасы) в формулу 3.3 и получаем, что срок окупаемости будет равен:

$$490,026 / 28,5 = 17 \text{ месяцев}$$

Срок окупаемости предложенных мероприятий составит 1 год и 5 месяцев.

Составив отношение капитальных затрат к выручке, которая будет получена дополнительно от реализации проекта диверсификации деятельности, получим, что данный проект окупится за 1 год и 5 месяцев.

Эффективность деятельности предприятия характеризуется показателями его рентабельности. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты деятельности предприятия, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами.

Рассчитаем рентабельность основной деятельности предприятия по формуле 3.4.

$$P_{oc.d} = \text{Пр прод} / C * 100,0 \% \quad (3.4)$$

где Прод – прибыль от продаж;

С – себестоимость продукции.

Рассчитаем рентабельность продаж предприятия по формуле 3.5.

$$P_{oc.d} = \text{Пр прод} / Вр прод * 100,0 \% \quad (3.5)$$

где Пр прод – прибыль от продаж;

Вр прод – выручка от продаж.

Рассчитаем показатели рентабельности основной деятельности и продаж в первый прогнозный год:

$$P_{ос.д\ 1\ прогноз.год} = 642,5 / 2\ 954,9 * 100,0 \% = 21,7 \%$$

$$P_{прод\ 1\ прогноз.год} = 642,5 / 7\ 938,4 * 100,0 \% = 8,1 \%$$

Рассчитаем рентабельность основной деятельности и продаж предприятия, результаты представим в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – Рентабельность основной деятельности и продаж

Показатели	2018 г.	1 год реализации проекта	процент Отклонения
Рентабельность продаж	2,5	7,0	4,5
Рентабельность основной деятельности	-	19,7	19,7

Из таблицы 3.13 видно, что показатели рентабельности в 1 год реализации проекта увеличиваются. Реализация проекта диверсификации деятельности повлечет за собой повышение финансовой устойчивости и эффективности деятельности предприятия, расширение круга заказчиков, повышение конкурентоспособности предприятия за счет больших объемов и высокого качества, получение максимального дохода, стабильное финансовое состояние, решение социальных проблем и повышение технического уровня производства.

В результате диверсификации деятельности показатели прибыли будут увеличиваться. Внедрение новых видов колбас позволит занять рыночную нишу рынка мясной продукции Республики Хакасия в стратегической перспективе. Таким образом, обозначенные цели достигнуты, поставленные задачи решены.

При повышенном спросе на предложенные к выпуску виды колбас, можно будет увеличить производство, то есть месячная и, соответственно, годовая прибыль от их реализации возрастут.

В ходе данной выпускной квалификационной работы были сделаны выводы, представленные ниже. ООО «Руслан» одно из перспективно развивающихся предприятий в отрасли мясного производства. Во времена жесткой конкуренции предприятию необходимо расширять ассортимент путем диверсификации деятельности, предлагать продукты с высокими качественными характеристиками. Таким образом, внедрение на предприятие новых видов колбасных изделий с натуральными добавками является актуальным.

Для ООО «Руслан» выбран и обоснован ассортимент новых видов колбасных изделий. Предлагаемые новые виды колбасных изделий с растительными ингредиентами представлены такими видами как:

- колбаса «Люкс» с миндалем»;
- колбаса «Эффектная» с арахисом».

Анализ мер охраны окружающей среды и безопасности жизнедеятельности при производстве колбас на ООО «Руслан» показал, что производство предлагаемых видов изделий не повлечет вредного воздействия на экологию, а соблюдение мер безопасности с оборудованием гарантирует работникам безопасную работу.

Произведен расчет экономической эффективности производства колбасных изделий с растительными ингредиентами. Представленный расчет прогнозирует успешность предлагаемой разработке. Расчет показывает, что производство колбасных изделий с растительными ингредиентами является рентабельным.

Таким образом, для ООО «Руслан» имеются ряд предложений:

- внедрить в производство три новых вида колбасных изделий с растительными ингредиентами, что позволит расширить ассортимент предприятия, привлечет нового потребителя, интересующегося данной продукцией;
- заключить договоры с магазинами для сбыта данного вида продукции;

- в дальнейшем рассмотреть возможность расширения производства и увеличения объемов производства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе изучены теоретические аспекты расширения производства путем диверсификации деятельности. Эффективность расширения сферы деятельности характеризуется сравнительно небольшим кругом показателей. Но на каждый такой показатель оказывает влияние целая система факторов. Знание факторов производства, умение определять их влияние на принятые показатели эффективности позволяют воздействовать на уровень показателей посредством управления факторами, создать механизм поиска резервов.

В заключение, изучив теоретические и практические аспекты повышения прибыли предприятия путем диверсификации деятельности на примере конкретного хозяйствующего субъекта, следует сформулировать ряд выводов.

ООО «Руслан» – субъект малого и среднего предпринимательства, основным видом деятельности которого является комплексная обработка мяса: это заготовка мяса, а также последующая переработка на качественные полуфабрикаты.

Анализ структуры баланса данного предприятия показал, что ООО «Руслан» относится к сфере малых, так как валюта его баланса составляет 1 139 тыс. руб. В 2018 году активный капитал предприятия на 100 % состоит из оборотных активов. На предприятии в структуре пассивов большую долю составляет собственный капитал – 52,3 %. Собственные средства предприятия частично покрывают оборотный капитал. Удельный вес заемного капитала составляет 47,7 %, что подтверждает финансовую независимость от заемных средств.

Анализ коэффициентов финансовой устойчивости показал, что все коэффициенты финансовой устойчивости удовлетворяют нормативным значениям. Таким образом, можно сделать вывод, что у данного предприятия устойчивое финансовое состояние, запасы и затраты обеспечены источниками капитала.

Баланс предприятия можно признать ликвидным. Расчет коэффициентов ликвидности позволил сделать вывод о том, что за 2018 год лишь 2 % долговых обязательств могут быть погашены за счет денежных средств. Срочные обязательства предприятия обеспечены ликвидными активами на 140 %. Коэффициент текущей ликвидности соответствует нормативным значениям и составляет 2,1, но стоит отметить, что он снизился по сравнению с 2017 годом почти в 2 раза.

На результат деятельности ООО «Руслан» важнейшее воздействие оказала прибыль от продаж, которая увеличилась на 59,2 %, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятия.

Проведенный анализ выявил общую тенденцию к снижению всех показателей рентабельности. Рентабельность продаж показывает, что снизилась доля прибыли в выручке от продаж с 17 до 2. Рентабельность активов показывает, сколько прибыли получает предприятие на каждый рубль, вложенный в имущество (каждый рубль капитала предприятия приносит 10 руб. прибыли). Отсутствие тенденций к росту показателей рентабельности свидетельствует о снижении эффективности работы предприятия в целом.

Управленческий анализ предприятия показал, что штат работников для осуществления основной деятельности в 2018 году укомплектован в полном объеме. А основные финансовые показатели говорят о том, что у потребителей есть спрос на производимую продукцию.

Таким образом, в рамках данной выпускной квалификационной работы были выявлены проблемы финансово-хозяйственной деятельности ООО «Руслан». Наиболее острой является проблема снижения доходности данного хозяйствующего субъекта.

Для разрешения выявленной проблемы руководству ООО «Руслан» предлагается на данном этапе провести диверсификацию деятельности за счет выпуска двух новых видов колбасных изделий: колбаса вареная с миндалем и арахисом. Анализируемое предприятие имеет опыт производства готовых изделий

из мяса, квалифицированный персонал и сложившиеся партнерские связи для реализации изготовленной продукции.

Также следует отметить, что предлагаемые мероприятия по расширению ассортимента производимой продукции ООО «Руслан», являются перспективными и обоснованными как с позиции имеющихся производственных возможностей, наличия сырья, так и с позиции перспектив сбыта новых видов колбас в условиях конкуренции.

Для запуска производственного процесса, будут наняты новые работники в численности 6 человек. Инвестиционные затраты на реализацию предлагаемого мероприятия составят 490,03 тыс. руб. Срок окупаемости средств, вложенных в проект, составит 17 месяцев.

Показатели рентабельности ООО «Руслан», согласно прогнозируемым результатам производственно-хозяйственной деятельности также существенно возрастают, что свидетельствуют о целесообразности реализации на практике мероприятий, разработанных и предлагаемых в рамках данной выпускной квалификационной работы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

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

11. Гурьянов, С. Х. Справочник экономиста по труду / С. Х. Гурьянов, И. А. Поляков, К. С. Ремизов. – М. : Издательство экономической литературы, 2013. – 288 с.
12. Жиделева, В. В. Экономика предприятия / В. В. Жиделева, Ю. Н. Каптейн. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 136 с.
13. Кантор, Е. Л. Экономика предприятия / Е. Л. Кантор, Г.А. Маховикова, В. Е. Кантор. – М. : Книга по Требованию, 2016. – 224 с.
14. Клочкова, Е. Н. Экономика организации : Учебник для СПО / Е.Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 447 с.
15. Кнышова, Е. Н. Экономика организации : Учебник / Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова. – М. : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
16. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) : Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В. В. Коршунов. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 407 с.
17. Коробкин, А. З. Экономика организации отрасли : Учебное пособие / А. З. Коробкин. – Минск : Изд-во Гревцова, 2013. – 288 с.
18. Лопарева, А. М. Экономика организаций (предприятия) : Учебно-методический комплекс / А. М. Лопарева. – М. : Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 400 с.
19. Максимова В. Ф. Экономическая теория / В. Ф. Максимова. – М. : Юрайт, 2014. – 580 с.
20. Николаева И. П. Экономическая теория / И. П. Николаева. – М. : Дашков и Ко, 2012. – 328 с.
21. Осипова, И. В. Экономика организации (предприятия) (для бакалавров) / И.В. Осипова, Е .Б. Герасимова. – М. : КноРус, 2013. – 280 с.
22. Раствор, Ю. И. Экономика организации (предприятия) : Учебное пособие / Ю.И. Раствор, С. А. Фирсова. – М. : КноРус, 2013. – 280 с.
23. Сажина М. А., Чибриков Г. Г. Экономическая теория / М.А. Сажина, Г. Г. Чибриков. – М. : Форум, 2011. – 608 с.

24. Сафонов, Н. А. Экономика организации (предприятия) : Учебник для ср. спец. учебных заведений / Н. А. Сафонов. – М. : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 256 с.
25. Слагода, В. Г., Сибикин М. Ю. Экономическая теория / В.Г. Слагода, М. Ю. Сибикин. – М. : Форум, 2014. – 368 с.
26. Тарануха, Ю. В. Микроэкономика / Ю.В. Тарануха. – М. : КноРус, 2013. – 608 с.
27. Туган-Барановский, М. И. Русская фабрика в прошлом и настоящем / М.И. Туган-Барановский. – М. : РГГУ, 2014. – 495 с.
28. Чайников, В. В. Экономика предприятия (организации) : Учебное пособие / В.В. Чайников, Д. Г. Лапин. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 439 с.
29. Черутова, М. И. Экономика предприятия / М. И. Черутова, О. С. Ковалевская, О. К. Слинкова. – М. : Гиорд, 2015. – 176 с.
30. Чечевицына, Л. Н. Экономика организаций: Учебное пособие / Л.Н. Чечевицына, Е. В. Чечевицына. – Рн/Д : Феникс, 2013. – 382 с.
31. Экономика предприятия. Учебное пособие. – М. : Новое знание, 2014. – 672 с.
32. Экономическая теория / Под ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е. А. – М.: АСА, 2014. – 848 с.

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 32 наименования.

Один экземпляр сдан на кафедру.

« » 2019 г.
дата

(подпись)

(Ф.И.О.)

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра**

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой ЭиМ
Г. И. Никитина
подпись инициалы, фамилия
« 11 » 06 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 Менеджмент
код – наименование направления

Диверсификация деятельности предприятия на рынке мясной продукции (на примере ООО «Руслан»)
тема

Руководитель

Г. И. Никитина
подпись, дата 11.08.19 доцент, к. э. н. должность, ученая степень

Г. И. Никитина
инициалы, фамилия

Выпускник

Р. Б. о. Сафаров
подпись, дата 11.06.19

Р. Б. о. Сафаров
инициалы, фамилия

Абакан 2019