

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

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ А.В.Григорьев

« ____ » _____ 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

38.03.01.04 Мировая экономика

Оценка эффективности мероприятий по совершенствованию
внешнеэкономической деятельности предприятия строительной индустрии
(на примере ООО «Завод современных материалов»)

Руководитель _____ канд. экон. наук, доцент А.А. Третьяков

Выпускник _____ Г.А. Кулешова

Нормоконтролер _____ О.С. Костоварова

Красноярск 2019

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

Институт экономики, управления и природопользования
Кафедра международных экономических отношений

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ А.В.Григорьев

« ____ » _____ 2019 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студентке Кулешовой Галине Александровне

Группа ЭЭ15-01Б-МЭ Направление (специальность) 38.03.01 Экономика
Профиль 38.03.01.04 «Мировая экономика»

Тема выпускной квалификационной работы: «Оценка эффективности мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности предприятия строительной индустрии на примере ООО «Завод современных материалов»»

Утверждена приказом по университету №_____ от _____

Руководитель ВКР: А.А. Третьяков

Исходные данные для ВКР:

- информация компании ООО «Завод современных материалов»;
- информационно-аналитические статьи, опубликованные в научной и периодической печати, размещенные на официальных отечественных и зарубежных сайтах в Интернете.

Перечень разделов ВКР:

- Введение
- 1 Тенденции развития рынка композитных материалов в мире и России;
- 2 Характеристика деятельности ООО «Завод современных материалов»;
- 3 Мероприятия по совершенствованию внешнеэкономической деятельности ООО «Завод современных материалов»
- Заключение

Перечень графического или иллюстрированного материала с указанием основных чертежей, плакатов, слайдов:

- 12 Таблиц;
- 6 Рисунков;
- 1 Приложение.

Руководитель
выпускной квалификационной работы _____

А.А. Третьяков

Задание принял к исполнению _____

Г.А. Кулешова

«___» ____ 2019 г.

КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК
выполнения выпускной квалификационной работы

Наименование и содержание этапа (раздела)	Срок выполнения
Выбор направления исследования.	01.02.2019-06.02.2019
Обсуждение с научным руководителем структуры бакалаврской работы.	06.02.2019-08.02.2019
Сбор теоретического материала.	11.02.2019-11.03.2019
Прохождение преддипломной практики.	25.05.2019-07.06.2019
Подготовка разделов бакалаврской работы: Введение.	08.06.2019-10.06.2019
I раздел (глава).	11.06.2019-13.06.2019
II раздел (глава).	15.06.2019-17.06.2019
III раздел (глава) и заключение.	18.06.2019-24.06.2019
Оформление выпускной квалификационной работы.	25.06.2019-26.06.2019
Предзащита бакалаврской работы на кафедре.	27.06.2019
Работа над презентацией основных результатов выпускной квалификационной работы.	01.07.2019-05.07.2019

Руководитель
выпускной квалификационной работы _____

А.А. Третьяков

Задание принял к исполнению _____

Г.А. Кулешова

«___» ____ 2019 г.

ANNOTATION

This degree is devoted to assessing the effectiveness of measures to improve foreign economic activity.

The subject of research are measures to improve the foreign economic activity of the enterprise of the building materials industry.

The purpose of the research is to evaluate the effectiveness of measures to improve foreign economic activity.

To achieve the goal it is necessary to solve the following tasks:

- Identify trends in the market of composite materials in the world and Russia.
- To analyze the company and its financial condition.
- To consider the main measures to improve foreign economic activity and assess their effectiveness.

The degree work consists of three chapters.

The first chapter discusses the main areas of application of composite materials, the most frequently used of them, the development trends of composers in the world and Russia.

The second chapter provides information about the company engaged in the production of composite materials as well as an analysis of the financial situation of the organization.

The third chapter is devoted to the consideration of measures to improve foreign economic activity, which are used in a company and the assessment of their effectiveness, as well as the risks.

The diploma project contains 63 pages, 12 tables, 6 illustrations and 1 attachment.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 Развитие международных рынков композитных материалов	10
1.1 Тенденции развития рынка композитных материалов в мире	10
1.2 Развитие рынка композитных материалов в России	16
2 Анализ деятельности ООО «Завод современных материалов»	24
2.1 Общая характеристика ООО «Завод современных материалов».....	24
2.2 Анализ финансового состояния ООО «Завод современных материалов»	28
3 Эффективность мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности ООО «Завод современных материалов»	42
3.1 Общая характеристика мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности ООО «Завод современных материалов»	42
3.2 Эффективность мероприятий	49
3.3 Оценка рисков во внешнеэкономической деятельности предприятия ...	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	59
ПРИЛОЖЕНИЕ А	62

ВВЕДЕНИЕ

Строительный сектор считается одним из важнейших для экономики страны. За последние годы наблюдается рост в данной отрасли, за 2018 год объем выполненных работ составил 8,4 триллиона рублей, что на 5,3% выше, чем показатель прошлого года. Данный прирост является рекордным для отрасли за последние десять лет.

Строительство относится к сфере материального производства. Создание новых объектов и реконструкция действующих является важнейшей составляющей для развития отраслей экономики.

Благодаря строительству составляется основа технического прогресса во всех подразделениях и отраслях экономики. Помимо этого, строительная отрасль определяет направления, темпы и пропорции их развития. Однако скорость жизни в современном мире увеличивается с каждым годом. Это связано с развитием технологий во всех сферах деятельности. Для того, чтобы выдерживать этот темп необходимо находить новые материалы и новые технологии.

Композиты являются настоящим прорывом в науке. Они сочетают в себе свойства нескольких материалов, однако одновременно обладают такими характеристиками, как легкость, прочность, стойкость к механическим воздействиям, чем не могут похвастаться обычные сталь, алюминий, бетон. Сейчас данные материалы активно вытесняются инновационными композитами.

Основной ресурсообеспечивающей отраслью строительства является промышленность строительных материалов, в которой, как и во всем строительстве, происходят в последние годы фундаментальные изменения. Одним из новых направлений является появление композитных строительных материалов

Своё применение они находят не только в сфере строительства. Ведь если изначально композитные материалы применялись в основном в

оборонной промышленности, судостроении, авиации, ракетостроении, то сейчас уже сложно представить без них даже простую повседневную жизнь. Детали приборов, компьютерная техника, автомобили, предметы интерьера – это и многое другое сейчас все больше и больше изготавливается именно с применением композитов.

Тема внедрения композитов во все сферы хозяйственной жизни человека все чаще поднимается на форумах и заседаниях. Появляется все больше исследований, посвященных этим материалам. В ближайшие годы отрасль композитных материалов ждет серьезные инновации, так как растет спрос во всех сегментах рынка.

Сказанное выше обосновывает актуальность темы исследования.

Объектом исследования является ООО «Завод современных материалов» г. Красноярска.

Предметом исследования являются мероприятия по совершенствованию внешнеэкономической деятельности предприятия промышленности строительных материалов.

Целью исследования служит оценка эффективности мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности.

Для достижения поставленной цели поставлены следующие задачи:

1. Выявить тенденции развития рынка композитных материалов в мире и России.

2. Проанализировать предприятие и его финансовое состояние.

3. Рассмотреть основные мероприятия по совершенствованию внешнеэкономической деятельности и оценить их эффективность.

Поставленные задачи диктуют структуру работы. Выпускная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

В первой главе рассмотрены основные сферы применения композитных материалов, наиболее часто используемые из них, тенденции развития композитов в мире и России.

Во второй главе изложена информация о предприятии, занимающемся производством композитных материалов, ООО «Завод современных материалов», а также приведен анализ финансового положения данной организации.

Третья глава посвящена рассмотрению мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности, которые применяются на ООО «Завод современных материалов» и оценке их эффективности, а также рассмотрению рисков.

1 Развитие международных рынков композитных материалов

1.1 Тенденции развития рынка композитных материалов в мире

С каждым годом композитные материалы занимают все более широкую нишу рынка строительных материалов. Композитными материалами считаются те, что состоят из нескольких слоев, отличающихся по химическим и физическим свойствам, благодаря чему получается конечный продукт с уникальными свойствами, которыми не обладает каждый слой по отдельности. Примерами композитных материалов являются пластик, армированный борными, углеродными, стеклянными волокнами, жгутами или тканями на их основе, алюминий, армированный нитями стали или бериллия и др.

Структура композитов состоит из нескольких фаз: одной непрерывной фазы (матрицы) и одной или более дисперсных фаз, или состоящим из двух или более непрерывных фаз с возможными дисперсными фазами в каждой непрерывной фазе.

Композитные материалы обладают рядом преимуществ перед природными материалами. Натуральные материалы более подвержены деформациям различного характера: как природного, так и механического, в то время как композиты сохраняют свою прочность даже при сильном воздействии. Помимо этого, композитные материалы обладают меньшим удельным весом, а также обладают высокой способностью к растяжке и изгибу, что упрощает работу с ними.

Именно высокая прочность, хорошая эластичность и малый вес дают композитам возможность применяться во многих отраслях. Северная Америка, Европа и Германия являются важными рынками с высоким инновационным потенциалом. В течение нескольких лет и в азиатских странах, таких как Китай или Республика Корея, наблюдается мощный рост производства композитов. Важным фактором роста композитов являются

производители, выступающие первопроходцами в разработке и внедрении данных материалов в производство, стимулируя своим примером и других производителей. Транспортная, строительная и аэрокосмическая отрасль являются одними из крупнейших в сфере композитов.

Цена на композитные материалы может значительно варьироваться. С одной стороны, существуют высокотехнологичные композиты, применяемые в аэрокосмической отрасли. Цена на них может достигать несколько сотен долларов за килограмм. С другой есть материалы, которые находятся на массовом производстве и стоят порядка 15-20 долларов за килограмм. Такие композиты часто применяются в автопроме, строительстве и энергетике. Например, в Европе и Соединенных Штатах производители пытаются сократить расход топлива автомобилей, путем снижения их массы. Композиты идеально подходят для этого, однако, чтобы сделать спрос на них еще более востребованным, необходимо снижать цены и сокращать производственный цикл.

Автопром продолжает оставаться крупнейшим сектором для производства композитов. Само по себе, автомобилестроение является одной из самых перспективных отраслей для применения композитных материалов. Согласно прогнозам, в ближайшие несколько лет рынок композитов в данной сфере может вырасти до 11,2 миллиардов долларов. Для снижения веса машин и повышения долговечности композиты применяются при изготовлении салонов, в частности производстве сидений, дверей, приборных панелей и так далее. Самым главным трендом данной отрасли можно назвать выпуск композитных частей для массового производства автомобилей.

На спрос значительное влияние оказывает также и требования к энергоэффективности автомобилей, рост цен на топливо и переход к электромобилям: чем меньше вес автомобиля, тем дольше будет держаться заряд. Снижение веса автомобиля на 30% позволяет снизить выбросы углекислого газа в атмосферу на 16%. [19] Сейчас такие автогиганты, как

Daimler, GM и Ford, планируют снизить массу своих новых машин на 10–15%.

Аэрокосмическая отрасль по праву может считаться одной из важнейших среди рынка композитных материалов. Среди всей отрасли именно Американская является одной из крупнейших. По прогнозам, спрос на композиты в ней увеличивается на примерно на 10% в год. По сравнению с началом двухтысячных, сейчас композитные материалы почти на четверть чаще стали использоваться в новейших моделях самолетов, например, детали самолета Boeing 787 Dreamliner по объему на 80% и по весу на 50% состоят из композиционных материалов, именно это повлияло на то, аэрокосмическая отрасль обогнала топливную и сейчас имеет самый высокий потенциал в развитии.

Углеволокно является одним из распространенных композитов в аэрокосмической отрасли. Это композитный материал, состоящий из углеродных нитей. Материалы на основе данного композита обладают большими прочностью и сопротивлением, чем аналогичные им материалы – алюминий и сталь. К 2020 году мировой рынок углепластиков для авиационной отрасли возрастет до 54 тысяч тонн, что в денежном выражении эквивалентно примерно 16 миллионам долларов.

Помимо авиации углеволокно успешно применяется и в строительстве. Так, например, при сооружении дорог и мостов этот композит способствует усилению несущих железобетонных конструкций, благодаря чему срок эксплуатации моста может увеличиться в полтора-два раза.

Чаще всего каркасом в композитах выступают именно волокна. При помощи погружения стеклянных волокон в раствор из термореактивных полимеров можно получить сочетание, позволяющее создавать плиты и трубы, обладающие прочностью стали и теплопроводностью дерева, что защищает материал от холода при транспортировке. Самым крупным потребителем данного класса материалов считается нефтегазовая отрасль, для нужд которой в США используется 55% стеклопластика. Однако и в

других странах применение данных материалов стремительно растет. Так в Казахстане и на Ближнем Востоке доля стеклопластиковых труб составляет около 3-5%, в Аргентине-20% от новых закупок.

Еще одним композитом, нашедшим широкое применение, является компаунд-полимерная смола. Часто применяется в электронике путем заливания в технические цепи, что способствует страховке техники от возгорания и взрывов. Помимо этого, компаунды, состоящие из эпоксидных смол, могут быть использованы для сохранения устройств в случае вибрации или удара, а в определенных случаях и для скрепления элементов конструкции. Объем мирового рынка компаундов на данный момент составляет порядка 8 миллиардов долларов. [17]

Для повышения спроса на смолы на рынке можно увидеть четыре тренда:

- уменьшение времени отверждения для промышленных приложений;
- разработка смол с оптимальным временем загустевания для длинных лопастей ветрогенераторов;
- разработка дешевых и высокопрочных наносмол;
- разработка биосмол для различных областей использования.

Ведущие отрасли все чаще проявляют заинтересованность в композитных материалах, поэтому рынок неустанно растет. Мировой рынок композитных материалов будет расти на 8% в год и к 2022 году планируется его увеличение до 115 миллиардов долларов. [22] Росту рынка будет способствовать увеличивающийся спрос на композиты в ветроэнергетике, машиностроении, а также военной и аэрокосмической отраслях. Крупнейшим рынком для композитов является Азиатско-Тихоокеанский регион, а основные производственные мощности сосредоточены в Китае, Японии, США и Европе. Стремительно растущая доля Азии выведет регион в лидеры: на его долю будет приходиться приблизительно 50,7% композитов.

Нынешний лидер — Северная Америка — окажется на втором месте с долей 28,9%.

Доминирующую позицию на мировом рынке занимают полимерные композиционные материалы. В наши дни полиуретаны можно назвать одними из самых часто используемых полимеров. Они имеют высокие теплоизоляционные свойства, а также отличаются широким спектром механических свойств, благодаря чему из них получаются как жесткие детали автомобилей, так и мягкий поролон.

В экологическом плане изделия из полиуретана обладают рядом преимуществ: многие из них могут быть практически полностью переработаны и не выделяют опасных веществ при сжигании. На рисунке 1 представлена структура мирового рынка полиуретанов.

Суммарная емкость одних из самых широких сегментов этого рынка - твердых и мягких полиуретанов - сейчас оценивается в 46 миллиардов долларов, а к 2021 году достигнет 74 миллиарда долларов. Спрос увеличивается не только на привычные в использовании пенопласт, поролон, клеи и герметики, а также и на более уникальные материалы.



Рисунок 1-Структура мирового рынка полиуретанов, %.

Примерно 56% энергии затрачивается на климат-контроль помещений.

[16] В данном случае использование полиуретанов позволяет решить проблему энергоэффективности. Для энергосбережения в Европе и США твердые полиуретаны, из-за своих теплоизоляционных свойств, используются уже в 67% производства холодильных камер и бытовых холодильников.

Самыми активными потребителями твердых пенопластов являются Северная Америка и Европа, но сейчас, с увеличением спроса, растет потребление и в Азии-Китае, Индии и Индонезии, сейчас оно составляет более трети от глобального спроса. В Китае за последнее десятилетие спрос на полиуретан каждый год увеличивался практически на 12%. В Индии рост спроса на данный композит будет даже выше-13% ежегодно. Автомобильная отрасль в Таиланде, Вьетнаме и Малайзии внесет существенный вклад и до 2020 года отрасль будет расти на 5% каждый год.

Новые категории материалов набирают всю большую популярность. Сегмент термопластичных пленок из полиуретана так же будет расти и к 2025 году планируется его увеличение до 517 миллионов долларов. Данный вид материалов может быть успешно применен как в строительстве и автомобильной сфере, так и в аэрокосмической области. Благодаря своей прочности и в то же время мягкости, термопластичные полиуретаны широко применяются в производстве обуви, и в целом рост сегмента ежегодно составляет около 5%.

Наилучшим способом оценить состояние дел в композитной промышленности является рассмотрения спроса на конечные продукты. Если рассматривать данные за последние несколько лет, то в США, одном из мировых лидеров в данной области, отрасль продолжает расти согласно. Так, например, в 2015 году произошло увеличение на 5,6% и рост продолжается согласно экспертным прогнозам, рассчитанным до 2021 года.

1.2 Развитие рынка композитных материалов в России

Мировой объем производства композитных материалов составляет около 12 миллионов тонн в год, в то время как доля России в их производстве составляет около 0,3-0,5%. [11]

Данная отрасль крайне импортозависима. Зарубежное сырье и технологии являются необходимой частью производства, например, такие нужные для работы материалы как смолы, отвердители, наполнители для сэндвич-структур, препреги.

В Российской Федерации главными отраслями использования композитов являются ЖКХ, транспортная сфера, авиация, космическая отрасль и энергетика. [18] На сегодняшний день композиты производят порядка 150 предприятий в Российской Федерации. Объем потребления составляет лишь 0,5 кг на душу населения, что в 15 раз меньше, чем в развитых странах-утверждают эксперты.

Главными причинами отставания России от мира в данной области можно назвать:

- отсутствие качественного сырья и технологий производства;
- неразвитость нормативной базы;
- нехватка квалифицированных кадров;
- ограниченность финансовых ресурсов.

Развитие производства композитов является частью государственной программы по развитию промышленности. К 2020 году композитную отрасль в России ждет рост, объем внутреннего рынка возрастет до 120 миллиардов рублей, а потребление на человека увеличится до 1,5 килограмм композитов в год. [18]

Выделяют три основных сценария развития рынка композитных материалов к 2020 году: инерционный сценарий подразумевает объем рынка в размере 30 миллиардов рублей, базовый - 120 миллиардов рублей и целевой - 223 миллиарда рублей, однако на сегодняшний день до конца не понятно,

по какому сценарию развития движется данная отрасль, так как задачи для развития поставлены сложные и предполагают, что при базовом сценарии производственные мощности увеличатся в 5 раз, при целевом в 12.

Проанализировав мировой опыт можно сделать вывод, что помимо эксплуатации в транспортной инфраструктуре строительная индустрия является одной из самых перспективных на рынке композитов. [5]

Одними из самых разнообразных и многочисленных считаются полимерные композиционные материалы. Такими материалами называются те, чью матрицу составляют полимеры. Использование данного композита дает заметный экономический эффект во многих областях. Например, применение полимерных композитов в авиации позволяет уменьшить вес летательного аппарата от 5 до 30%, а снижение веса, в свою очередь, ведет к денежной экономии. Существует огромное многообразие полимеров и наполнителей, а также различных вариаций составов на основе из модификаций. Это делает возможности полимеров безграничными. [9]

Учитывая отставание России в производстве композитных материалов, для полимеров были разработаны приоритетные направления развития и технологий их переработки для различных отраслей промышленности до 2030 года, целью которых является:

- создание опережающей научно-технической базы по технологиям и материалам, являющейся основой постоянного развития экономики, базирующейся на анализе и прогнозе рынка, форсайта развития науки и технологий;
- создания нового технологического уклада в промышленности, соответствующего развитию сложных технических систем при помощи формирования прорывных технологий в области материалов и переработки сырья;
- образования в Российской Федерации центра, занимающегося разработкой перспективных материалов и технологий мирового уровня как основного двигателя усовершенствования российской промышленности

(одним из главных в стране центров в области разработки композитов и изделий на их основе является МИЦ «Композиты России» [6]);

– установления высоких темпов инновационной активности, которая обеспечит конкурентоспособность российских материалов и технологий, а также интегрирование создаваемых технологий в различные отрасли промышленности;

– достижения глобальной конкурентоспособности и мирового уровня российских материалов и технологий.

Среди российских композитов многие обладают конкурентным преимуществом над зарубежными. Так, например, термопласти, производящиеся в России, более экономичны, чем иностранные, что минимизирует логистические риски.

Термопласт – это полимерный материал, который при нагревании способен принимать вязко-тягучую форму. В строительстве данный материал применяется при постройке зданий и защите сооружений, так как он не подвержен коррозии и способен выдерживать большие перепады температур. На данный момент рынок термопластов составляет примерно 290 тысяч тонн, из которых 70% объема составляет Российское производство. Однако зависимость производства от импортных добавок и оборудования ставит отрасль в проблемное положение, так как вопрос снижения цен на данную продукцию становится трудно решаемым, а вместе с ним и вопрос конкурентоспособности.

Последние несколько лет строительная отрасль переживала определенные трудности и находилась в кризисе. Банки отказываются финансировать компаний, сокращается ввод недвижимости в эксплуатацию, растет число банкротств, а спрос значительно снижается, что влечет за собой стагнацию спроса на композиты.

Низкий объем производства неметаллических композитов в Российской Федерации можно было связать не только с импортозависимостью отрасли, но и рядом трудностей, связанных с

отсутствием единых норм и правил проектирования конструкций и технических регламентов. Помимо этого, чаще всего государство берется за финансирование военной отрасли, а не гражданского сектора. Однако благодаря утверждению и изменению в стандартах использования композитных материалов в строительстве можно сказать, что их применение значительно упростилось, а востребованность композитов в целом возросла, ведь данные материалы являются выгодными для самих застройщиков.

С применением зарубежного опыта композитные материалы теперь все чаще стали использоваться в приоритетных секторах экономики. Несмотря на это, для полноценного внедрения все еще необходимо время и примеры успешных проектов, чтобы большинство отраслей стали применять композиты в своем производстве.

На данный момент в сфере композитов существует еще множество уникальных, современных материалов, обладающих невероятными возможностями. Несмотря на это большинство из них сейчас не востребованы ни в российской, ни в мировой промышленности. Это обусловлено тем, что предпочтение отдается сертифицированным и представленным на конкурентной основе материалам с целью минимизации рисков. Наиболее широко распространены не материалы, обладающие уникальными свойствами, а наиболее дешевые в сравнении со своими аналогами. По-настоящему прорывные технологии остаются невостребованными, и это дает шанс для роста инновационных компаний, работающих над их удешевлением и совершенствованием.

Для того, чтобы рынок композитов и дальше успешно развивался необходимо модернизировать производство данного вида материалов, в частности снизить вес конструкций, повысить устойчивость к коррозии и, соответственно, увеличить срок эксплуатации изделий.

Из-за роста спроса во всех рыночные сегментах, ближайшие несколько десятилетий композитная отрасль подвергнется серьезным инновациям, часть из которых будет сконцентрирована на увеличении

производительности, снижении стоимости и времени производства, а часть на создание технологий, оказывающих менее пагубное влияние на окружающую среду.

Как и для любой развивающейся сферы, отрасли композитных материалов необходимы обученный технический персонал, инженеры и проектировщики, обладающие навыками, которые необходимы сейчас, но и будут востребованы в будущем, несмотря на то, что отрасль плавно переходит к автоматизации производственных процессов.

Задача компаний – не только привлечь новых специалистов, но и сохранить имеющиеся квалифицированные кадры технических специалистов и проектировщиков. Поэтому можно ожидать появление в ближайшие пять лет учебных заведений, которые готовят специалистов для композитной отрасли.

Однако неспособность данной отрасли развивать свой потенциал на новом уровне можно назвать проблемой. Композитные материалы составляют лишь 1% в общем объеме рынка конструкционных материалов. Это предоставляет высокие шансы для роста во множестве отраслей путем вытеснения таких традиционных материалов, как сталь и алюминий.

Поэтому, исходя из совокупности всех вышеизложенных факторов, можно выделить четыре приоритетных направления, которые помогут отрасли композитных материалов развиваться и получать конкурентное преимущество над традиционными материалами:

1. Обучение инженеров и проектировщиков. Специалисты должны знать о преимуществах и путях использования композитных материалов для рынков массовых товаров. Большая часть специалистов не знакомы с преимуществами композитов и до сих пор полагаются на черный металл в конструкционных приложениях. Обучение инженеров можно считать первый шаг к разработке инновационных деталей в новых приложениях.

2. Развитие полного цикла инфраструктуры, что решит проблему ремонта и утилизации композитных изделий.

3. Развитие оформленных новых производственных технологий.

Сокращение времени производственного цикла до 1-2 минут важно для рынков массовых изделий, где высокое время цикла критично. Большинство современных производственных процессов при изготовлении композитных изделий или полностью ручные, или частично автоматизированы и не имеют указанного времени цикла.

4. Удешевление самых перспективных видов волокон и изделий.

Снижение стоимости поможет сделать композиты конкурентоспособными в сравнении с алюминиевыми и стальными изделиями. Большинство важных для композитов рынков чувствительны к высокой стоимости. Высокая цена на композиты, особенно с углеволокном, сдерживают потенциал их использования во многих приложениях. Например, производители автомобилей готовы приобретать углеволокно по цене 5 долларов за фунт, в то время как сейчас оно обходится автомобилестроителям по 10-15 долларов за фунт. Лидеры отрасли работают над альтернативными прекурсорами и развитием производственных процессов, чтобы сдержать стоимость сырья и уменьшить общие затраты на производство.

Строительная индустрия занимает одно из ведущих мест в современной экономике. Несмотря на трудности она долгое время остается одной из самых стабильных отраслей. Однако материалы и технологии строительства не стоят на месте, с каждым годом рынок становится все разнообразнее.

Композитные материалы можно назвать будущим строительного производства. [25]

Строительство остается вторым после транспорта рынком для композитов. Развитие жилищного строительства стимулирует спрос на фиброармированные пластиковые ванны, двери, окна панели и другие материалы. Более 30% мирового объема производства полимерных композитов, или около 4 млн тонн, используется в строительстве жилых и

промышленных зданий, автодорог и мостов, коммунальной инфраструктуры.

[20]

В сфере строительства такие композиты как бетонные армированные плиты и стеклопластики применяются уже давно.

Новые материалы позволяют улучшить теплоизоляцию зданий, уменьшить их вес, повысить сейсмоустойчивость и так далее. Использование композитных материалов вместо металлической арматуры позволяет продлить срок ее службы, армированные сетки способны продлить жизнь дорожному покрытию.

Стальные и алюминиевые композитные панели являются одним из самых популярных решений при выборе облицовки зданий. Помимо изложенных выше плюсов композитных материалов это обусловлено еще и тем, что композитные материалы обладают высокой степенью пожаробезопасности.

Данный вид панелей идеально подходит для:

- фасадов зданий повышенной этажности;
- фасадов на высоких ветровых нагрузках;
- оконного обрамления без противопожарных коробов;
- облицовки фасадов, в случае монтажа не кассетами, а листами, с завальцовкой краев;
- внутренних углов фасада здания в случаях расположения проема на расстоянии 1,2 м от внутреннего угла;
- облицовки эркеров и балконов и изготовления карнизов;
- изготовления козырьков, навесов и кровли зданий;
- рекламного и облицовочного материала, применяемого на объектах повышенной пожароопасности (АЗС, станциях газораспределения и продуктопроводов);
- внутренней отделки специальных автомобилей;
- дорожного строительства (облицовка тоннелей, пунктов взимания платы, постах ДПС, на различных дорожных объектах);

– изготовления рекламных и имиджевых конструкций, устанавливаемых и работающих в сложных климатических условиях, и так далее.

В Красноярском крае одним из ведущих производителей композитных материалов в сфере строительства является ООО «Завод современных материалов».

2 Анализ деятельности ООО «Завод современных материалов»

2.1 Общая характеристика ООО «Завод современных материалов»

Объектом исследования является ООО «Завод современных материалов» (ЗСМ). Полное наименование организации - Общество с ограниченной ответственностью «Завод современных материалов». Данное предприятие является крупным сибирским производителем композитных панелей.

Создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом от 08.02.1998 г. N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью" и другими законодательными актами и действует на основании устава.

Уставный капитал общества составляется из номинальной стоимости долей его участников и равен 10 000 (десять тысяч) рублей. Уставный капитал общества определяет минимальный размер его имущества, гарантирующего интересы кредиторов.

Деятельность завода началась в 2007 году. Основной производственной специализацией является изготовление высококачественных стальных композитных панелей, которые могут быть применены в строительной и других областях, например, для автомобильного и городского транспорта, авиационной и ракетно-космической техники, судостроения, железнодорожного транспорта, сельского хозяйства, оборонной и нефтеперерабатывающей промышленностей.

Основными видами деятельности Общества являются:

- производство строительных металлических конструкций, изделий и их частей;
- производство прочих деревянных строительных конструкций и столярных изделий;

- производство пластмассовых изделий, используемых в строительстве;
- обработка отходов и лома цветных металлов;
- обработка прочего вторичного неметаллического сырья;
- деятельность агентов по оптовой торговле металлами в первичных формах;
- деятельность агентов по оптовой торговле строительными материалами;
- торговля оптовая прочими строительными материалами и изделиями;
- торговля розничная строительными материалами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах;
- консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления;
- исследование конъюнктуры рынка;
- аренда и лизинг легковых автомобилей и легких автотранспортных средств;
- аренда и лизинг прочих сухопутных транспортных средств и оборудования.

Сырье закупается у известных российских производителей. С помощью собственной лаборатории предприятие проводит тщательный контроль качества полученного сырья и готовой продукции.

Сформированный запас стальной ленты на предприятии помогает минимизировать время производства. Максимальный срок изготовления заказа от его приемки до отгрузки потребителю не превышает 20 календарных дней.

Помимо этого, завод оснащен станками и профессиональным оборудованием, которое дает возможность производить изделия различной сложности.

На рисунке 2 представлена организационная структура ООО «ЗСМ». В составе персонала компании работают инженеры-проектировщики, обладающие высокой квалификацией и компетентностью для помощи в расчётах комплектации фасадов. Кроме того, работники организации могут предложить конструкцию сложного изделия, решить нестандартные вопросы, с производством изделий из композитных и других листовых материалов в следующих областях: строительство, машиностроение, судостроение и др.

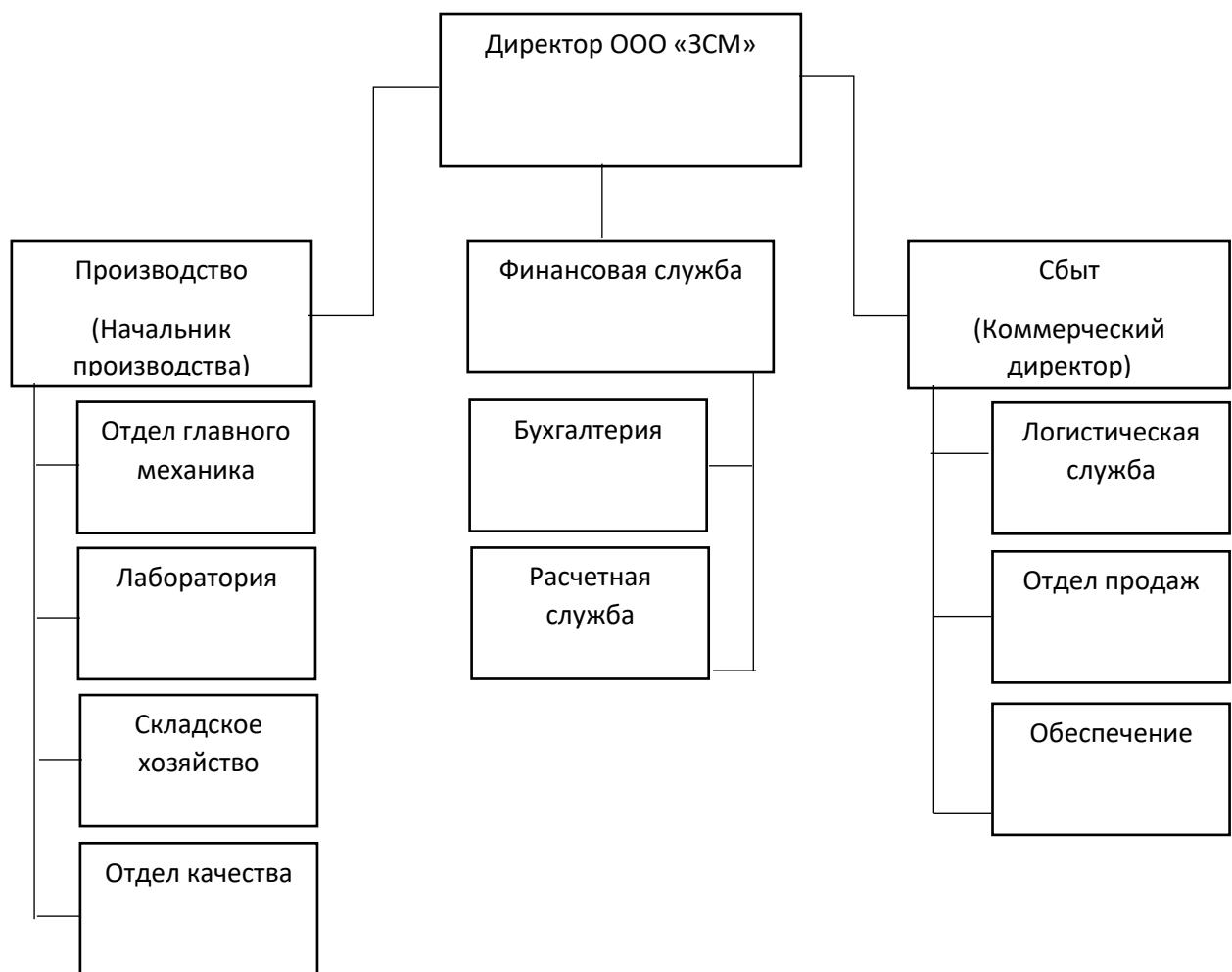


Рисунок 2 - Организационная структура ООО «ЗСМ»

ООО «ЗСМ» оказывает широкий список услуг по обработке стальных композитных панелей. Все услуги выполняются на высококачественном оборудовании специалистами высокого класса. Предприятие предоставляет

услуги по резке, фрезеровке, гибки в 2-х плоскостях, перфорированию любой сложности.

Если рассматривать проектирование и инжениринговую поддержку, то завод обладает штатом конструкторов, а также сотрудничает с ведущими архитектурными, дизайнерскими студиями и конструкторскими бюро. Благодаря этому предприятие предоставляет услуги по разработке проектов фасадов, решает сложные инженерные задачи с применением листовых материалов, а также разрабатывает решения для машиностроительной отрасли, делает архитектурные интерьерные и фасадные решения, и предоставляет услуги по прохождению экспертизы.

Резка композитных панелей производится строго по размерам заказчика, с соблюдением технического задания. Осуществляется высокоточным инструментом, гарантирующим чистоту обрабатываемой поверхности (реза), и отсутствие расслоения панели. Снимает риски по браку и выходу годного от заказчика.

Фрезеровка выполняется для листов толщиной 2, 3 и 4 мм: фигурный раскрой, фрезеровка V-образных пазов, фрезеровка под углы 90 и 120 градусов.

Вальцовка производится для листов шириной до 4 м. с возможностью отбортовки до 35 мм. Минимальный радиус изгиба – 250 мм.

Перфорация выполняется специальным штампом. Размер и фигура штампа может быть различная. Благодаря сочетанию нескольких размеров отверстий на одном листе можно добиться эффекта фотографичности.

Предприятие производит различный спектр продукции:

- Стальные композитные панели (Стальком ST, Фасадная плитка из стальной композитной панели "Стальком ST", Оборудование по обработке)
- Готовые изделия (Фасадная плитка из стальной композитной панели "Стальком ST", Перфорированные изделия, Колонны)
- Навесные фасадные системы

Ближайшими конкурентами ООО «ЗСМ» на рынке являются ООО «ССП», ООО «КРИНТ», ООО «Металлкомплект» и ООО «Хоум пласт».

2.2 Анализ финансового состояния ООО «Завод современных материалов»

Финансовое состояние предприятия - это способность организации самостоятельно финансировать свою деятельность. Оно может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным.

Финансовое состояние предприятия зависит от его производственной и финансовой деятельности.

Благодаря финансовому анализу представляется возможность оценить:

- имущественное состояние предприятия;
- степень предпринимательского риска;
- достаточность капитала;
- потребность в дополнительных источниках финансирования;
- способность к наращиванию капитала;
- рациональность привлеченных заемных средств и др.

Из представленных в первой части таблицы приложения А данных видно, что на последний день анализируемого периода (31.12.2018) в активах организации доля внеоборотных средств составляет 1/3, а текущих активов, соответственно, 2/3. Активы организации за последний год уменьшились на 10 988 тыс. руб. (на 64%). Несмотря на значительное снижение активов, собственный капитал увеличился на 18,8%, что, в целом, говорит о позитивном изменении имущественного положения организации.

Структура активов организации в разрезе основных групп представлена ниже на рисунке 3.

Структура активов организации на 31 декабря 2018 г.

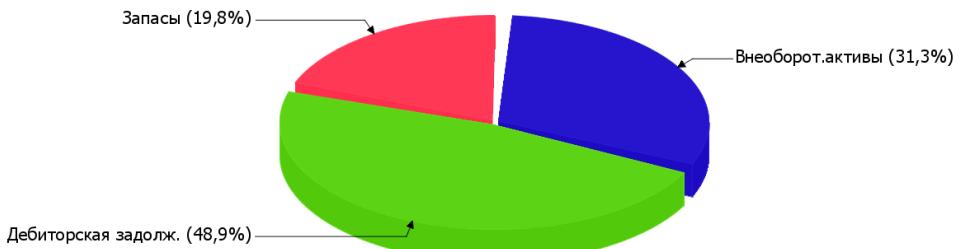


Рисунок 3-Структура активов организации на 31 декабря 2018 г.

Снижение величины активов организации связано, в первую очередь, со снижением следующих позиций актива бухгалтерского баланса (в скобках указана доля изменения статьи в общей сумме всех отрицательно изменившихся статей):

- запасы – 7 469 тыс. руб. (68%)
- дебиторская задолженность – 3 111 тыс. руб. (28,3%)

Одновременно, в пассиве баланса снижение произошло по строке "кредиторская задолженность" (-11 016 тыс. руб., или 100% вклада в снижение пассивов организации за период 01.01–31.12.2018).

Среди положительно изменившихся статей баланса можно выделить "нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" в пассиве (+28 тыс. руб.).

С 149 тыс. руб. до 177 тыс. руб. вырос собственный капитал организации за год.

По данным таблицы 1 чистые активы организации на 31.12.2018 в 17,7 раз превышают уставный капитал. Такое соотношение положительно характеризует финансовое положение, полностью удовлетворяя требованиям нормативных актов к величине чистых активов организации. Более того, определив текущее состояние показателя, следует отметить увеличение чистых активов на 18,8% за рассматриваемый период (2018 год). Превышение чистых активов над уставным капиталом и в то же время их

увеличение за период говорит о хорошем финансовом положении организации по данному признаку.

Таблица 1 - Оценка стоимости чистых активов организации

Показатель	Значение показателя				Изменение	
	в тыс. руб.		в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.3- гр.2)	$\pm \%$ ((гр.3-гр.2) : гр.2)
	31.12.2017	31.12.2018	на начало анализируемого периода (31.12.2017)	на конец анализируемого периода (31.12.2018)		
1. Чистые активы	149	177	0,9	2,9	+28	+18,8
2. Уставный капитал	10	10	0,1	0,2	—	—
3. Превышение чистых активов над уставным капиталом (стр.1-стр.2)	139	167	0,8	2,7	+28	+20,1

Ниже на рисунке 4 представлено изменение чистых активов и уставного капитала.

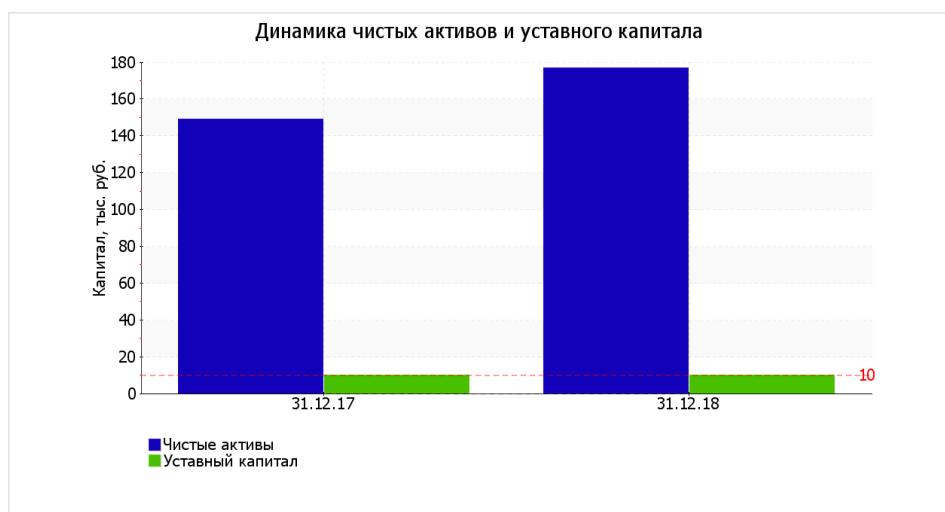


Рисунок 4-Динамика чистых активов и уставного капитала.

Таблица 2-Основные показатели финансовой устойчивости организации

Показатель	Значение показателя		Изменение показателя (гр.3-гр.2)	Описание показателя и его нормативное значение
	31.12.2017	31.12.2018		
Коэффициент автономии	0,009	0,0295	0,0205	Отношение собственного капитала к общей сумме капитала. Норматив: 0,45 и более (оптимальное 0,55-0,7).
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,147	-0,414	-0,267	Отношение собственных оборотных средств к оборотным активам. Норматив: не менее 0,1.
Коэффициент маневренности собственного капитала	-14,67	-9,92	4,75	Отношение собственных оборотных средств к источникам собственных средств. Норматив: 0,1 и более.
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	6,349	2,193	-4,156	Отношение оборотных средств к внеоборотным активам. Чем выше значение показателя, тем больше средств предприятие вкладывает в оборотные активы

В таблице 2 представлены основные показатели финансовой устойчивости организации. Коэффициент автономии организации по состоянию на 31.12.2018 составил 0,0295. Данный коэффициент характеризует степень зависимости организации от заемного капитала. Полученное здесь значение говорит о недостаточной доле собственного капитала в общем капитале организации. Коэффициент автономии за год стремительно вырос (+0,0205).

На последний день анализируемого периода коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами равнялся -0,414. Это намного ниже значения коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами на 31.12.2017. На 31.12.2018 значение коэффициента не удовлетворяет нормативному, находясь в области критических значений.

Таблица 3-Расчет коэффициентов ликвидности

Показатель ликвидности	Значение показателя		Изменение показателя (гр.3 - гр.2)	Расчет, рекомендованное значение
	31.12.2017	31.12.2018		
1. Коэффициент текущей (общей) ликвидности	0,871	0,707	-0,164	Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение для данной отрасли: не менее 1,8.
2. Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	0,360	0,503	+0,143	Отношение ликвидных активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение для данной отрасли: 0,9 и более.
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,0004	0,00016	—	Отношение высоколиквидных активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: не менее 0,2.

Согласно данным, представленным в таблице 3, на 31 декабря 2018 г. коэффициент текущей (общей) ликвидности не укладывается в норму (0,707 против нормативного значения 1,8). При этом нужно обратить внимание на имевшее место за год негативное изменение – коэффициент снизился на -0,164.

Значение коэффициента быстрой ликвидности (0,503) также оказалось ниже допустимого. Это свидетельствует о недостатке ликвидных активов (т. е. наличности и других активов, которые можно легко обратить в денежные средства) для погашения краткосрочной кредиторской задолженности.

Коэффициент абсолютной ликвидности, как и два другие коэффициента, имеет значение ниже нормы (<0,2).

Таблица 4-Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализируемый период, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализируемый период, %	Излишек/ недостаток платеж. средств тыс. руб., (гр.2 - гр.6)
A1. Высоколиквидные активы (ден.ср-ва + краткосрочные фин.вложения)	1	-85,7	≥	П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущ. кредит. задолж.)	5 996	-64,8	-5 995
A2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная деб. задолженность)	3 018	-50,8	≥	П2. Среднесрочные обязательства (краткосроч. обязательства кроме текущ. кредит. задолж.)	0	—	+3 018
A3. Медленно реализуемые активы (прочие оборот. активы)	1 221	-85,9	≥	П3. Долгосрочные обязательства	0	—	+1 221
A4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	1 933	-17,2	≤	П4. Постоянные пассивы (собственный капитал)	177	+18,8	+1 756

Из таблицы 4 видно, что из четырех соотношений, характеризующих соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения, выполняется два. У организации не имеется достаточно

высоколиквидных активов для погашения наиболее срочных обязательств (разница составляет 5 995 тыс. руб.). В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (П2). В данном случае краткосрочные кредиты и займы (среднесрочные обязательства) отсутствуют.

Обзор результатов деятельности организации

Таблица 5-Изменение экономических показателей за 2017-2018 гг.

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.		Изменение показателя		Среднегодовая величина, тыс. руб.
	2017	2018	тыс. руб. (гр.3 - гр.2)	± % ((3-2) : 2)	
1. Выручка	60 982	62 380	+1 398	+2,3	61 681
2. Расходы по обычным видам деятельности	60 792	62 307	+1 515	+2,5	61 550
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	190	73	-117	-61,6	132
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	-34	-39	-5	↓	-37
5. EBIT (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	156	34	-122	-78,2	95
6. Проценты к уплате	—	—	—	—	—
7. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее	-25	-7	+18	↑	-16
8. Чистая прибыль (убыток) (5-6+7)	131	27	-104	-79,4	79

В приведенной таблице 5 обобщены основные финансовые результаты деятельности ООО "Завод современных материалов" за последний год и аналогичный период прошлого года.

Из "Отчета о финансовых результатах" следует, что за 2018 год организация получила прибыль от продаж в размере 73 тыс. руб., что равняется 0,1% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года прибыль от продаж снизилась на 117 тыс. руб., или на 61,6%.

По сравнению с прошлым периодом в текущем увеличилась как выручка от продаж, так и расходы по обычным видам деятельности (на 1 398 и 1 515 тыс. руб. соответственно).

Обратив внимание на строку 2220 формы №2 можно отметить, что организация, как и в прошлом году не использовала возможность учитывать общехозяйственные расходы в качестве условно-постоянных, включая их ежемесячно в себестоимость производимой продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг). Это и обусловило отсутствие показателя "Управленческие расходы" за отчетный период в форме №2.

Убыток от прочих операций за анализируемый период составил 39 тыс. руб., что на 5 тыс. руб. (14,7%) больше, чем убыток за аналогичный период прошлого года.

Сопоставление чистой прибыли по данным "Отчета о финансовых результатах" и бухгалтерского баланса показало, что в 2018 г. имело место отражение прибыли (1 тыс. руб.), не связанной с результатом от продаж и прочих операций. Наиболее вероятным является списание на счет нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) других видов капитала (резервного, добавочного).

Ниже на графике в рисунке 5 наглядно представлено изменение выручки и прибыли ООО "Завод современных материалов" в течение всего анализируемого периода.

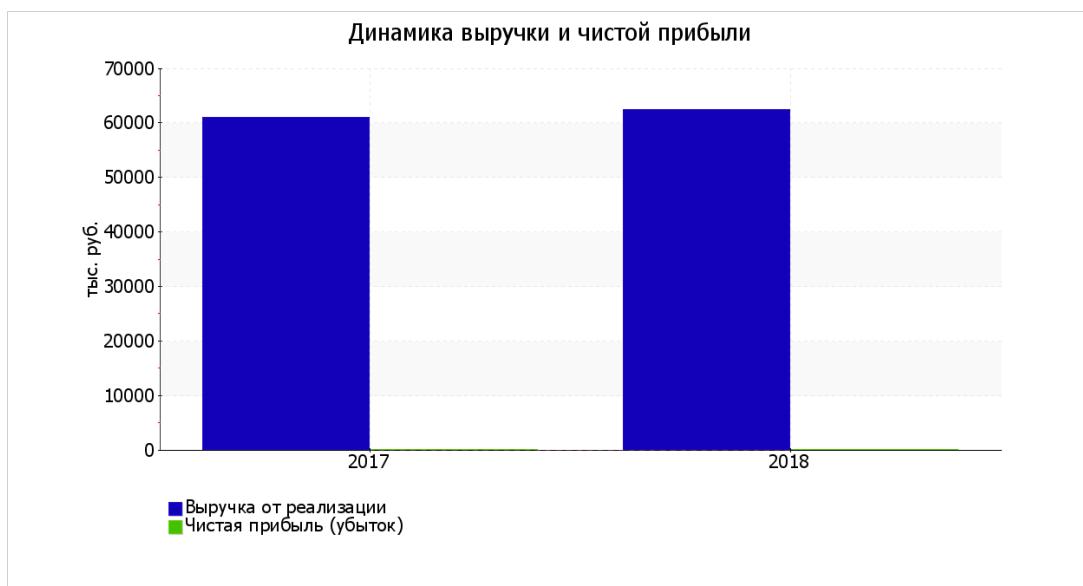


Рисунок 5-Динамика выручки и чистой прибыли

Таблица 6-Анализ рентабельности

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)		Изменение показателя	
	2017	2018	коп., (гр.3 - гр.2)	± % ((3-2) : 2)
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: 4% и более.	0,3	0,1	-0,2	-62,4
2. Рентабельность продаж по ЕБИТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	0,3	0,1	-0,2	-78,7
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение: 2% и более.	0,2	<0,1	-0,2	-79,9

Все три показателя рентабельности за последний год, приведенные в таблице 6, имеют положительные значения, поскольку организацией получена как прибыль от продаж, так и в целом прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за данный период.

За год организация по обычным видам деятельности получила прибыль в размере 0,1 копеек с каждого рубля выручки от реализации. Тем не менее, имеет место падение рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за такой же период прошлого года (01.01–31.12.2017) (-0,2 коп.).

Показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (EBIT) к выручке организации, за период 01.01–31.12.2018 составил 0,1%. То есть в каждом рубле выручки организации содержалось 0,1 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

На рисунке 6 показана динамика описанных выше показателей.

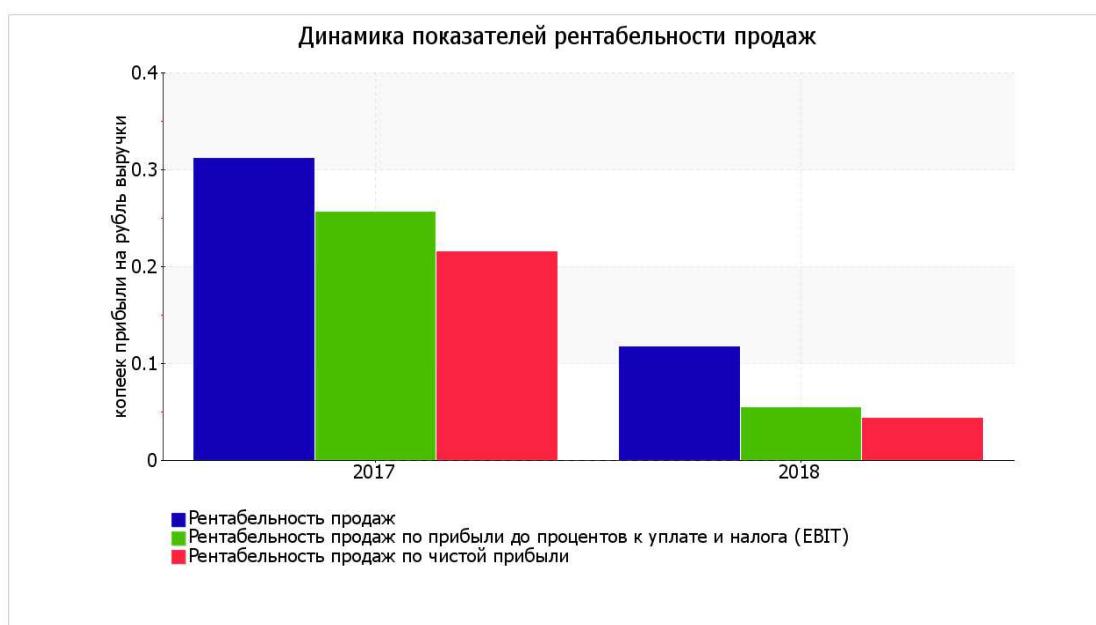


Рисунок 6-Динамика показателей рентабельности продаж

Оценка ключевых показателей

По результатам проведенного анализа выделены и сгруппированы по качественному признаку основные показатели финансового положения и результатов деятельности ООО "Завод современных материалов" за год.

Показателем, имеющим исключительно хорошее значение, является следующий – чистые активы превышают уставный капитал, при этом за рассматриваемый период наблюдалось увеличение чистых активов.

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

- положительная динамика изменения собственного капитала ООО "Завод современных материалов" при том что, активы организации уменьшились на 10 988 тыс. руб. (на 64%);
- прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за анализируемый период (31.12.2017–31.12.2018) составила 27 тыс. руб.

Показателем, имеющим значение на границе норматива, является следующий – за год получена прибыль от продаж (73 тыс. руб.), однако наблюдалась ее отрицательная динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (-117 тыс. руб.).

Следующие 6 показателей финансового положения и результатов деятельности организации имеют отрицательные значения:

- коэффициент автономии имеет неудовлетворительное значение;
- коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности ниже нормального значение;
- низкая рентабельность активов;
- значительная отрицательная динамика рентабельности продаж;
- не соблюдается нормальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения;
- значительное падение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕВИТ) на рубль выручки ООО "Завод современных материалов".

Приведенные ниже показатели финансового положения ООО "Завод современных материалов" имеют критические значения:

- на последний день анализируемого периода (31.12.2018) значение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами является критическим;
- значительно ниже нормального значения коэффициент текущей (общей) ликвидности;

- коэффициент абсолютной ликвидности значительно ниже нормы;
- Прогноз банкротства**

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является Z-счет Альтмана, который рассчитывается по следующей формуле (применительно к ООО "Завод современных материалов" взята 5-факторная модель для частных производственных предприятий):

$$Z\text{-счет} = 0,717T1 + 0,847T2 + 3,107T3 + 0,42T4 + 0,998T5 \quad (1)$$

где:

Таблица 7-Показатели для формулы (1)

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2018	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
T1	Отношение оборотного капитала к величине всех активов	-0,28	0,717	-0,2
T2	Отношение нераспределенной прибыли к величине всех активов	0,03	0,847	0,02
T3	Отношение EBIT к величине всех активов	0,01	3,107	0,02
T4	Отношение собственного капитала к заемному	0,03	0,42	0,01
T5	Отношение выручки от продаж к величине всех активов	10,11	0,998	10,09
Z-счет Альтмана:				9,93

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

- 1.23 и менее – высокая вероятность банкротства;
- от 1.23 до 2.9 – средняя вероятность банкротства;
- от 2.9 и выше – низкая вероятность банкротства.

Для ООО "Завод современных материалов" значение Z-счета на 31 декабря 2018 г. составило 9,93. Это означает, что вероятность банкротства ООО "Завод современных материалов" незначительная.

Усовершенствованной альтернативой модели Альтмана считается формула прогноза банкротства, разработанная британскими учеными Р. Таффлер и Г. Тишуо. Модель Таффлера описана следующей формулой:

$$Z = 0,53X1 + 0,13X2 + 0,18X3 + 0,16X4 \quad (2)$$

где:

Таблица 8-Показатели для формулы (2)

Коэффициент	Расчет	Значение на 31.12.2018	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
X1	Прибыль от продаж / Краткосрочные обязательства	0,01	0,53	0,01
X2	Оборотные активы / Обязательства	0,71	0,13	0,09
X3	Краткосрочные обязательства / Активы	0,97	0,18	0,17
X4	Выручка / Активы	10,11	0,16	1,62
Итого Z-счет Таффлера:				1,89

Вероятность банкротства по модели Таффлера:

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

В данном случае значение итогового коэффициента составило 1,89, поэтому вероятность банкротства можно считать низкой.

Еще одну методику прогнозирования банкротства, адаптированную для российских условий, предложили Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова. Пятифакторная модель данной методики следующая:

$$R = 2K1 + 0,1K2 + 0,08K3 + 0,45K4 + K5 \quad (3)$$

где:

Таблица 9-Показатели для формулы (3)

Коэффициент	Расчет	Значение на 31.12.2018	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
K1	Коэффициент обеспеченности собственными средствами	-0,41	2	-0,83
K2	Коэффициент текущей ликвидности	0,71	0,1	0,07
K3	Коэффициент оборачиваемости активов	5,35	0,08	0,43
K4	Коммерческая маржа (рентабельность реализации продукции)	<0,01	0,45	<0,01
K5	Рентабельность собственного капитала	0,17	1	0,17
Итого (R):				-0,16

В рамках модели Сайфуллина-Кадыкова итоговый показатель (R) интерпретируется следующим образом. Если R меньше 1, то вероятность банкротства организации высокая; если R больше 1 – низкая. В данном случае значение итогового показателя составило -0,16. Это говорит о неустойчивом финансовом положении организации, существующей вероятности банкротства. Однако полученный результат следует рассматривать как условный ориентир. Упрощенная модель не учитывает отраслевые особенности деятельности и не претендует на высокую степень точности прогноза.

Таким образом, исходя из совокупности приведенных выше расчетов и опираясь на прогнозы, можно сделать вывод, что на данном этапе для ООО «Завод современных материалов» вероятность банкротства минимальна.

3 Эффективность мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности ООО «Завод современных материалов»

3.1 Общая характеристика мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности ООО «Завод современных материалов»

Для любого предприятия важна известность, поэтому в их задачу входит сделать так, чтобы о продукте услышали, а целью является продвижения своего товара на рынок.

Разработка качественной маркетинговой деятельности в условиях развитого рынка является, на сегодняшний день, неотъемлемым фактором успеха.

В данном случае стратегия - это совокупность действий при возможностях фирмы и в текущих условиях рынка, помогающих достичь главные цели предприятия.

Стратегическое планирование - это действия и решения, которые организация предпринимает при разработке стратегий, ведущих к достижению цели.

Особенности маркетинга в строительстве определяются специфическими признаками этой сферы [4], представленными в таблице 10.

Таблица 10-Специфические признаки строительной отрасли.

Спецификация	Описание
Территориальная разбросанность предприятий	Работа большинства предприятий носит временный и сезонный характер. Однако функционирование строительных организаций отличает высокая мобильность и оперативная дислокация в соответствии с полученным портфелем заказов.

Окончание таблицы 10

Широкий диапазон услуг	Строгая последовательность технологических процессов капитального строительства и отделочных работ предусматривает достаточно широкий диапазон услуг, начиная с монолитных работ, СМР, отделочных работ, дизайна и заканчивая электро-снабжением, телефонизацией, радиофикацией, дизайном благоустройства, охранными системами.
Совокупные затраты на транзакции	В современных строительных процессах в условиях рынка резко возрастают совокупные затраты на организацию транзакций, т.е. рыночное участие. Наибольшая доля расходов приходится на управление и организацию системы товародвижения, и в частности на транспортную логистику в пределах 20% от общего объема затрат.
Природные факторы	На сроки и качество строительного процесса большое влияние оказывают климатические условия, что, безусловно, увеличивает проблемность выполнения прогнозных оценок о завершении работ и сроков сдачи-приемки готовых объектов. На итоги строительства также оказывают влияние природные факторы, в том числе рельеф местности, строение грунта, наличие и территориальная удаленность источников сырья — песка, строительного кирпича и других важных компонентов.
Прочее	На результаты строительных работ в рамках полученных заказов отрицательно влияют неравномерность распределения строительно-монтажных работ, недостаток оборотных средств, нестабильность платежеспособности заказчиков и несовершенство системы государственного регулирования.

ООО «Завод современных материалов» на сегодняшний день плотно сотрудничает с Казахстаном.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия в данном случае заключается в экспортных поставках строительных материалов на

территорию Казахстана, где у ООО «ЗСМ» есть юридическое лицо-представитель, находящееся в столице Нур-Султане, которое впоследствии осуществляет анализ рынка и перепродажу данных товаров уже на территории страны.

Для компании такой вид торговли является более выгодным, нежели открытие филиала непосредственно в зарубежной стране, так как это помогает избавиться от большого количества рисков и затрат, таких как поиск места, инфляционные риски и т.д., а при данном виде отношений все риски ложатся на лицо-представителя.

Помимо этого, география поставок предприятия довольно обширна. По России торговля осуществляется с Красноярском, Москвой, Санкт-Петербургом, Челябинском, Тюменью, Новосибирском и Улан-Удэ.

Приведенные выше спецификации строительной отрасли оказывают прямое воздействие на выбор мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности предприятия ООО «ЗСМ».

Например, в прошлом ООО «ЗСМ» сотрудничал с Монголией, однако из-за высоких затрат и рисков отношения были прекращены. Сейчас для предприятия наиболее целесообразным направлением является реклама и промоушен.

При прохождении производственной практики на ООО «ЗСМ» были выявлены и проанализированы определенные направления совершенствования внешнеэкономической деятельности предприятия, среди которых нет предложений по инвестиционным проектам. Все мероприятия направлены на рекламу и продвижение продукции как на российском рынке, так и в Казахстане.

К целям и задачам проведения мероприятия в ООО «ЗСМ» можно отнести:

Цель: содействие сохранению и укреплению позиций предприятия на рынке производства композитов, повышение продаж и конкурентоспособности деятельности.

Задачи:

- поддержание и укрепление имиджа;
- сохранение и расширение круга покупателей продукции ООО «ЗСМ»;
- информирование потребительских кругов о существующих и новых видах различных композитных материалов, их преимуществах в строительстве;
- стимулирование продаж.

У ООО «Завод современных материалов» имеется веб-сайт, однако на нем содержится лишь базовая информация о производимой продукции. Других социальных сетей у предприятия нет. Компания никак не продвигает товар с помощью интернета. Учитывая текущее состояние сайта, для того, чтобы он способствовал продвижению продукции необходимо всерьез заняться оформлением, вести сайт постоянно, а также обратить внимание и на другие онлайн-платформы.

Однако сейчас предприятие уделяет больше внимания другим способам рекламы и промоушена.

С учетом цели и задач для совершенствования внешнеэкономической деятельности предприятия на ООО «ЗСМ» предлагаются следующие мероприятия:

- проведение семинаров с проектировщиками на местах;

Во время проведения семинаров предприятие устраивает встречу с проектировщиками. Им предоставляется информация о заводе, материале, системе его крепления, излагается информация о разрешительных документах (например, о том, что все пожарные и технические документы России допускаются в Казахстане).

- проведение встреч с подрядными организациями;
- работа с заказчиками или ген. подрядчиками по их объектам;

Встречи с подрядными организациями, как и с заказчиками, проводятся похожему с проектировщиками принципу. Встречи проводятся с

организациями, фактически работающими с навесными вентилируемыми фасадами и/или аналогичным материалом (керамогранит, фиброцемент, металокассеты). Проходит разъяснение преимуществ тех или иных материалов для строительства недвижимости (например, сталь легче керамогранита, имеет возможность изготовления в разных размерах, помимо стандартных 600 на 600, не бьется, имеет планшетность и т.д.). Главной целью подобных мероприятий является привлечения внимания именно к продукту ООО «ЗСМ». Необходимо сделать так, чтобы подрядчик решил использовать именно материалы данного предприятия.

- участие в выставках;

Участие в выставках является отличным инструментом в конкурентной борьбе, так как во время их проведения у организации возникает отличная возможность представить свою компанию потенциальной клиентской аудитории, продемонстрировать свою новую продукцию и продвигать уже имеющуюся. Выставки позволяют привлечь целевую аудиторию в течении нескольких дней, поэтому их можно считать одними из самых эффективных механизмов увеличения объемов продаж. Особенностью данного мероприятия можно считать то, что компания может напрямую показать, чем их продукция превосходит конкурентов, так как стенды различных организаций находятся в одном помещении у потенциальных клиентов есть возможность на месте оценить преимущества. Помимо этого, многие экспозиционные мероприятия освещаются в СМИ, а это дает возможность дополнительной рекламы, а зачастую само по себе участие в престижных выставках способно улучшить имидж и популярность компании среди потребителей.

- организация мастер-классов;

Организация мастер-классов также считается довольно эффективным методом рекламы и продвижения продукции. Во время их проведения наглядно демонстрируется обработка продаваемого материала с привлечением подрядных организаций, по возможности заказчиков,

например, изготовление стандартных кассет, на которых показывается легкость ее формирования, формообразование, легкость обработки, предоставляются стенды (различаются у строительных и подрядных организаций, описывают преимущества крепежа).

- помочь с организацией проекта.

Помощь с организацией проекта также входит в список услуг, оказываемых ООО «ЗСМ». Мероприятие включает в себя помощь с подбором инструментов, скоростей, возможность монтажа, предприятие готово предоставлять заказчикам готовые объекты (домокомплект). Берется проект, все расчеты проводятся ООО «ЗСМ», в том числе какие нужны кассеты, поставляется партия. Данное мероприятие позволяет не только привлечь клиентов, но и повысить имидж организации.

Выбор данных мероприятий диктуется не только специфическими признаками строительной отрасли, представленными в таблице 10, но и преимуществами данных методов продвижения. В целом, каждое мероприятие направлено на привлечение целевой аудитории: строительных компаний, частных лиц, предоставляющих услуги по строительству и ремонту, архитектурных бюро, конечных потребителей.

Каждое из описанных мероприятий позволяет проводить встречи напрямую с потенциальными клиентами, представлять свой продукт в наилучшем свете, объяснять его преимущества, что ведет к достижению описанных ранее цели и задач.

Можно выделить стратегический и тактический маркетинг.

Стратегический маркетинг - это процесс с долгосрочным горизонтом планирования, к которому относятся определение основных целей и направления развития компании, проведение политики создания товаров и услуг, обеспечивающих потребителей товарами более высокой потребительской ценности, чем у конкурентов.

Тактический маркетинг ориентирован на более короткий период планирования и основан на определении конкретных мероприятий и сроков

их исполнения, в рамках заданных стратегий развития. В его основе лежит процесс нахождения клиентов, продвижения продукции.

На примере ООО «ЗСМ» со стратегической точки зрения наибольший акцент среди мероприятий предприятие делает на работу с проектировщиками, с тактической - на работу с подрядчиками и заказчиками.

3.2 Эффективность мероприятий

Как уже было сказано, мероприятия по совершенствованию внешнеэкономической деятельности в ООО «ЗСМ» направлены на рекламу предприятия и на продвижение собственной продукции в России и Казахстане.

Семинары с проектировщиками и мастер-классы целесообразно проводить непосредственно на самом заводе в России, что поможет наглядно продемонстрировать функциональные возможности предприятия.

Встречи с подрядными организациями и заказчиками организуются в зависимости от места постройки будущего объекта.

Участие возможно как в российских выставках, так и в международных, проводимых в Казахстане.

Для расчета эффективности проводимых маркетинговых мероприятий для начала необходимо подсчитать затраты на них. Чтобы определить где предприятию будет выгоднее проводить продвижение приведены данные таблиц 11 и 12.

Таблица 11-Затраты на проведение мероприятий по продвижению композитных панелей на территории Казахстана в течение одного года.

Затраты	Количество, шт.	Итого, руб.
Визитные карточки	1000	700
Информационный стенд	1	2 300
Брошюры	1000	18 625
Каталоги	1000	93 705
Листовки	2000	9 060
Календари «домик»	1000	8 956
Ручки с логотипом компании	1000	3 200
Образцы продукции	1000	10 000
Участие в выставке	1	350 000 (2 120 439 тенге)

Окончание таблицы 11

Итого:		496 546
--------	--	---------

Таблица 12 - Затраты на проведение мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности на территории России в течение одного года.

Затраты	Количество, шт.	Итого, руб.
Визитные карточки	1000	700
Информационный стенд	1	2 300
Брошюры	1500	27 938
Каталоги	1000	93 705
Листовки	2000	9 060
Календари «домик»	1000	8 956
Ручки с логотипом компании	1000	3 200
Образцы продукции	1500	15 000
Участие в выставке	1	50 000
Итого:		210 859

Затраты включают в себя информационный пакет для потенциальных клиентов выставок, мастер-классов и семинаров.

Визитные карточки являются лицом бренда, содержат логотип и основную информацию о предприятии, а также контактные данные ООО «ЗСМ».

Промоматериалы, к которым относятся листовки, необходимы для того, чтобы привлечь внимание посетителей к выставке или семинару, устроенному организацией.

Брошюры, состоящие из 8 полос, рассматриваются как информационные материалы для целевой аудитории. В брошюре содержится более развернутое описание производимой на предприятии продукции.

Каталоги и календари предназначены для распространения среди наиболее важных клиентов и руководящих работников компаний-заказчиков.

Участие в выставке включает в себя регистрационный сбор, в который входят бейдж экспонента, общая реклама выставки в СМИ, право на участие одного представителя экспонента в мероприятиях выставки, не требующих специальных приглашений, публикация информации об участнике на сайте выставки, охрана экспонатов во внебиржевое время выставки, общее освещение, уборка проходов выставки, участие компании в конкурсе на лучший экспонат выставки, а также аренда площади.

На территории Казахстана для ООО «ЗСМ» наиболее привлекательной является Казахстанская Международная строительная и интерьерная выставка KazBuild, так как она является крупнейшей строительной и интерьерной выставкой в Казахстане с 1994 года, проходит ежегодно в главном бизнес-городе Казахстана – Нур-Султане.

С учетом вышеприведенных затрат можно рассчитать эффективность проводимых мероприятий.

Выручка от реализации после проведения данных мероприятий рассчитывается по формуле (4):

$$B_{р} = \frac{B_{рн} + (B_{рн} * (Прв + Срв))}{100} \quad (4)$$

где B_p - выручка от реализации после проведения маркетинговых мероприятий, руб., $B_{рн}$ - выручка от реализации за последний период, руб., Прв - планируемый прирост выручки от реализации вследствие реализации предложенной программы, %, Срв - среднегодовой прирост выручки от реализации до реализации предлагаемых мероприятий, %.

Среднегодовой прирост выручки до реализации предлагаемых мероприятий рассчитывается по формуле (5):

$$Срв = \frac{B_и}{B_б} * 100 - 100 \quad (5)$$

где Срв - среднегодовой рост выручки от реализации до реализации предлагаемых мероприятий, %, Ви – выручка последнего периода сравнения, руб., Вб – выручка базового периода сравнения, руб.

За показатель Ви берется показатель выручки за 2018 год, а за выручку базового периода сравнения (Вб) возьмем показатель выручки за 2017 год:

$$\text{Срв} = (62,4 \text{ млн. руб.} / 60,9 \text{ млн. руб.}) * 100 - 100 = 2,3 \%$$

Отсюда рассчитаем выручку от реализации после проведения мероприятий согласно формуле (4):

$$B_p = 62,4 \text{ млн. руб.} + (62,4 \text{ млн. руб.} * (3+2,3) / 100) = 64,7 \text{ млн. руб.}$$

Экономический эффект от внедрения мероприятий- конечный экономический результат после введения определенных мероприятий (6):

$$\mathcal{E} = (\Pi_v - Z_p) - B_{pp} \quad (6)$$

где Э – экономический эффект от внедрения мероприятий, руб., Π_v – планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием, руб., Z_p – затраты на реализацию мероприятий, руб., B_{pp} - выручка от реализации за последний период, руб.

Планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием определяется по формуле (7):

$$\Pi_v = B_{pp} + (B_{pp} * \frac{\text{Прв}}{100}) \quad (7)$$

где Π_v - планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием, руб., B_{pp} - выручка от реализации за последний период, руб., Прв - планируемый прирост выручки от реализации вследствие реализации предложенной программы, %.

$$\Pi_v = 62,4 \text{ млн. руб.} + (62,4 \text{ млн. руб.} * 0,03) = 64,2 \text{ млн. руб.}$$

Экономический эффект от внедрения мероприятий по формуле (6):

$$\mathcal{E} = (64,2 \text{ млн. руб.} - 496,5 \text{ тыс. руб.}) - 62,4 \text{ млн. руб.} = 1,3 \text{ млн. руб.} - \text{от проведения мероприятий в Казахстане}$$

$$\mathcal{E} = (64,2 \text{ млн. руб.} - 285,7 \text{ тыс. руб.}) - 62,4 \text{ млн. руб.} = 1,5 \text{ млн. руб.} - \text{от проведения мероприятий в России}$$

Таким образом, можно сделать вывод, что экономический эффект от предлагаемых мероприятий положительный, так как затраты на мероприятия в Казахстане и России в размере 496,5 тыс. руб. и 285,6 тыс. руб. соответственно увеличили товарооборот на 2 млн. рублей. Исходя из результатов, в теории для предприятия выгодно проводить мероприятия не только на территории одной страны, а на рынке как России, так и Казахстана.

Данный проект экономически выгоден, он повысит конкурентоспособность ООО «ЗСМ» и принесет дополнительную прибыль в размере 2 млн. руб.

3.3 Оценка рисков во внешнеэкономической деятельности предприятия

Как и любое предприятие, занимающееся внешнеэкономической деятельностью, ООО «ЗСМ» подвержено ряду рисков.

Среди экспертов отсутствует единое четкое определение риска. Это связано с многоаспектностью и неоднозначностью данного понятия. Например, что касается экономики, то под риском понимается возникновение неблагоприятных финансовых последствий, потеря дохода, а также появление дополнительных расходов в процессе осуществления финансовой деятельности. Однако риск можно рассматривать не только как возможность потери, но также, и как шанс получения дополнительной выгоды при осуществлении деятельности в условиях неопределенности. Таким образом, в случае риска допустим, как положительный, так и отрицательный результат.

На анализируемом предприятии наибольшая часть явных рисков, как и всегда, отражается и обговаривается в самом контракте. Наряду с правами и обязанностями сторон, их ответственностью, гарантиями, форс-мажорными обстоятельствами и арбитражем.

Для любой компании, ведущей внешнеэкономическую деятельность, характерно присутствие валютного риска. Валютные риски возникают, когда

операции проводятся в иностранной валюте, в связи с чем существует вероятность получения убытков или недополучения планируемых доходов. Причиной этому может послужить изменение валютных курсов.

В современной экономике и внешнеэкономических отношениях важность валютного курса сильно возрастает. Вследствие чего наличие валютных рисков ставит предприятие перед серьезным вопросом: стоит ли выходить на зарубежные рынки и подписывать сотрудничество с иностранными компаниями?

Помимо того, что предприятие снижает свои риски и затраты, так как не имеет в Казахстане филиала, а действует через лицо-представителя, для ООО «ЗСМ» отношения с Казахстаном являются выгодными из-за того, что отсутствуют валютные риски в плане изменения курсовой разницы, так как контракты заключаются в рублях.

Экспорт в данную страну выгоден также и по причине того, что в данном случае существует нулевая ставка НДС, именно поэтому предприятие занимается данным видом внешнеторговой деятельности. По законодательству НДС можно возместить раз в квартал.

Помимо этого, на ООО «ЗСМ» не лежат риски за транспортировку, так как по условиям стандартного контракта сделка осуществляется с самовывозом, т.е. переход права собственности осуществляется на складе предприятия.

При осуществлении экспорта либо импорта в зарубежные страны существует определенная таможенная процедура. Если торговля осуществляется не со странами-участниками ЕАЭС, то для ее оформления предприятию необходимо составить ГТД (грузовая таможенная декларация), контракт инвойс, CMR (транспортная накладная), а также, в зависимости от суммы контракта, оформляется (либо нет) паспорт сделки, который, в свою очередь, регистрируется в банке. С 01.03.18 вместо паспорта сделки оформляется договор, банк будет регистрировать внешнеторговый контракт и, как и раньше, открывать ведомость банковского контроля. Для импортных

контрактов и кредитных договоров это 3 млн руб., для экспортных – 6 млн руб.

Если торговля осуществляется с такими странами как Армения, Белоруссия, Казахстан или Киргизия, то таможенная процедура становится легче и возникает необходимость лишь оформить минимальный пакет, в который входят CMR и контракт инвойс. Упрощенный процесс оформления уже является одним из способов уходов от рисков. Это важно, так как при осуществлении экспорта, например, в Казахстан, чем сейчас активно занимается ООО «ЗСМ», при упрощенном оформлении необходимо составить CMR, контракт и УПД, а также отчитаться в налоговой службе и в статистику, которая сейчас сдается в таможенные органы, а при оформлении сделок со странами, не входящими в ЕАЭС, как было отмечено ранее, помимо ГТД, имеющей особый вид, и паспорта сделки, при поступлении денежных средств оформляются справки о валютных операциях, которые необходимо составлять при получении и отгрузке товаров. Однако необходимо отметить, что с 1 марта 2018 года справку о валютных операциях отменили. Справка о валютных операциях, инструкция по ее заполнению были утверждены инструкцией Центробанка РФ от 04.06.2012 № 138-И, но в связи с изданием Банком России Инструкции от 16.08.2017 № 181-И, отменяющей инструкцию ЦБ РФ от 04.06.2012 № 138-И, данный документ утратил силу.

Экспортное законодательство оформлено таким образом, что все вышеперечисленное ведет к ряду определенных рисков.

- Если от контрагента не были получены деньги, то на наше предприятие накладывается штраф в 100% от суммы;
- Если не была оформлена справка о валютной операции, то на наше предприятие накладывается штраф в размере 100% от суммы за каждую операцию;
- Если товар был ввезен без оформления паспорта сделки – штраф;

- Если не сдали статистику – штраф об административном правонарушении не менее 50 тыс. рублей;
- Если не поступил отчет в налоговую, то на наше предприятие все так же накладывается штраф.
- И, разумеется, важнейшим риском является возможность неполучения денежных средств от покупателя.

В реальных условиях на предприятиях сложно встретить риски в чистом виде. Например, для ООО «ЗСМ» инфляционный и процентный риск могут выражаться в закупке продукции под конкретного заказчика, по определенной цене, у определенного поставщика, у которого за этот период изменилась монетарная политика, например, в отношении тенге-доллар, в связи с чем наше предприятие несет потери.

Анализ приведенных выше видов рисков можно отнести непосредственно к внешнеэкономической деятельности предприятия – экспорту продукции на территорию Казахстана. Однако из пунктов 3.1 и 3.2 данной работы видно, что деятельность ООО «ЗСМ» напрямую связана с рекламой и промоушеном. Отсюда можно сделать вывод, что предприятие может быть подвержено еще одному ряду маркетинговых рисков.

Для того, чтобы управлять рисками в рекламе на предприятии существует несколько методов: избежание, контроль и передача.

Избежание предполагает разработку мер, которые помогут полностью исключить влияние риска на рекламную стратегию. Для ООО «ЗСМ» это предполагает отказ от рисковых проектов и инвестирование в проверенные каналы рекламы. Для этого проводится анализ контрагента, что является одним из методов снижения риска, который страхует от снижения финансовой устойчивости и неплатежеспособности предприятия-оппонента. Для этого, до начала сотрудничества и заключения сделок, необходимо посмотреть баланс предприятия, наличие основных средств, количество работников, время на рынке, справки о задолженности перед бюджетом,

декларацию по НДС, декларацию по прибыли, учредительные документы и так далее.

При использовании метода контроля в страховании рисков ООО «ЗСМ» необходимо не использовать большое количество заемных средств на рекламу, не осуществлять крупные вложения в рекламу в условиях нестабильного рынка. Диверсификация рисков в данном случае также может принести хороший результат. Например, выбор нескольких каналов рекламы и методов воздействия на целевую аудиторию поможет создать ситуацию, когда одни убытки не повлекут за собой череду других.

Метод передачи в ООО «ЗСМ» реализуется таким образом, что все риски лежат на представителе организации в Казахстане.

Опираясь на совокупность всех ранее перечисленных и упомянутых факторов, можно сделать вывод, что главной стратегией ООО «Завод современных материалов» является не устранение последствий рисков или прямая борьба с ними, а их заблаговременное предупреждение и минимизация.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях современной экономики и текущей конкуренции на рынке маркетинговые стратегии являются одними из самых распространенных вариантов улучшения положения компании путем продвижения собственной продукции за счет наглядной презентации производимых материалов.

В работе были поставлены и решены следующие задачи:

1. Выявлены тенденции развития рынка композитных материалов в мире и России.

В работе рассмотрены теоретические аспекты положения на рынке композитных материалов в мире и в Российской Федерации, определены основные композиты, применяемые в самых крупных секторах экономики, включая строительство. Было выявлено, что мировой рынок композитов стремительно растет и по прогнозам до 2022 года будет увеличиваться на 8% ежегодно.

2. Проанализировано предприятие ООО «ЗСМ» и его финансовое состояние.

Финансовое положение ООО «ЗСМ» характеризуется с хорошей стороны согласно положительной динамике изменения собственного капитала и прибыли от финансово-хозяйственной деятельности. Полученная за год прибыль имеет значение на границе норматива. Однако коэффициент автономии, коэффициент быстрой промежуточной ликвидности, низкая рентабельность активов и динамика рентабельности продаж имеют отрицательные значения. Помимо этого, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, коэффициент текущей (общей) ликвидности и коэффициент абсолютной ликвидности имеют критическое значение.

Благодаря финансовому анализу были обнаружены как сильные, так и слабые стороны ООО «Завод современных материалов», а также оценена вероятность банкротства компании, которая является минимальной.

3. Рассмотрены основные мероприятия по совершенствованию внешнеэкономической деятельности и оценена их эффективность.

Произведен расчет целесообразности принятия определенных мероприятий, результатом которых является получение значительной прибыли по сравнению с прошлым периодом до их введения. Товарооборот увеличится на 2 млн. рублей.

Цель работы достигнута. Оценена эффективность мероприятий по совершенствованию внешнеэкономической деятельности ООО «ЗСМ».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрютина, М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. – М.: «Дело и сервис», 2008.
2. Антипов К.В. Основы рекламы. – М.: Дашков и К, 2009.
3. Басовский Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие для вузов / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская . - М.: ИНФРА-М, 2011
4. Богатин, Ю.В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия. – М.: Изд-во стандартов, 2008. – 216 с.
5. Будущее за композитами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hccomposite.com/press/news/archive/1968/>
6. Гегальчий, Н.Е. Химический комплекс и импортозамещение: достижения и перспективы //Проблемы управления рыночной экономикой: сб. науч. тр. – Томск, 2017. – С. 188-192.
7. Горчаков Г.И., Баженов Ю.М. Строительные материалы/ Г.И. Горчаков, Ю.М. Баженов. - М.: Стройиздат, 1986.
8. Жудро М.К. Внешнеэкономическая деятельность. Практикум. - Изд-во Гревцова, 2010.
9. Классификация, состав, достоинства и недостатки многокомпонентных композитных материалов / А.Ю. Попов, К.К. Госина, И.В. Петров и др.// Омский научный вестник. – 2015. - №3(143). – С. 42-45.
10. Колеснева Е.П., Любецкий П.Б. Рекламная деятельность: Учебное пособие для студентов вузов экономических специальностей. – М.: ТетраСистемс, 2009
11. Композиты: сегодня и завтра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://viam.ru/news/2108>
12. Кононенко, Н. В. Выбор конкретных методов маркетинговых исследований: соотношение качественных и количественных подходов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009

13. Маркетинг в строительстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://konspekts.ru/marketing/marketing-v-stroitelstve/#!>
14. Миролюбова Т.В. Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятий в условиях рыночной экономики: автореф. дис. канд. экон. наук / Т.В. Миролюбова. - Екатеринбург, 1992.
15. Музыкант В.Л. Реклама в действии: стратегии продвижения. Учебное пособие. – М.: Эксмо, 2008.
16. Официальный сайт департамента энергетики США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.energy.gov/>
17. Официальный сайт исследовательского агентства Markets & Markets [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketsandmarkets.com/>
18. Официальный сайт Министерства промышленности и торговли Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/>
19. Официальный сайт HC Composite [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hccomposite.com/>
20. Официальный сайт UMATEX Group, Госкорпорация Росатом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://umatex.com/>
21. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е изд., перераб. И доп. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2006.
22. Современные материалы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5a93649d7a8aa9696f569340>
23. Исаенко Е.В. , Васильев А.Г. Экономические и организационные основы рекламной деятельности. – М.: Юнити, 2009.
24. Эвальд В.В. Строительные материалы, их изготовление, свойства и испытания. - С. -Пб. -Л. -М: 1896-1933, 14-ое изд.
25. Ющенко, Д.А. Перспективы применения полимерных композиционных материалов / Д.А. Ющенко, Е.М. Кузнецова// Механики XXI веку. – 2015. - №14. – С. 194-198.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Структура имущества и источники его формирования

Показатель	Значение показателя				Изменение за анализируемый период	
	в тыс. руб.		в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.3- гр.2)	± % ((гр.3- гр.2) : гр.2)
	31.12.2017	31.12.2018	на начало анализируемого периода (31.12.2017)	на конец анализируемого периода (31.12.2018)		
Актив						
1. Внеоборотные активы	2 335	1 933	13,6	31,3	-402	-17,2
в том числе: основные средства	2 335	1 933	13,6	31,3	-402	-17,2
нематериальные активы	—	—	—	—	—	—
2. Оборотные, всего	14 826	4 240	86,4	68,7	-10 586	-71,4
в том числе: запасы	8 690	1 221	50,6	19,8	-7 469	-85,9
дебиторская задолженность	6 129	3 018	35,7	48,9	-3 111	-50,8
денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	7	1	<0,1	<0,1	-6	-85,7
Пассив						
1. Собственный капитал	149	177	0,9	2,9	+28	+18,8

Окончание приложения А

Окончание таблицы А.1

2. Долгосрочные обязательства, всего	—	—	—	—	—	—
в том числе: заемные средства	—	—	—	—	—	—
3. Краткосрочные обязательства, всего	17 012	5 996	99,1	97,1	-11 016	-64,8
в том числе: заемные средства	—	—	—	—	—	—
Валюта баланса	17 161	6 173	100	100	-10 988	-64

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

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Григорьев А.В.Григорьев
« 5 » июля 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

38.03.01.04 Мировая экономика

Оценка эффективности мероприятий по совершенствованию
внешнеэкономической деятельности предприятия строительной индустрии
(на примере ООО «Завод современных материалов»)

Руководитель

Григорьев канд. экон. наук, доцент А.А. Третьяков

Выпускник

Никулин Г.А. Кулешова

Нормоконтролер

Ольга О.С. Костоварова

Красноярск 2019