

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме
Совершенствование системы сбыта на примере ООО «РОСТСТРОЙ»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

К.И.И. 22.06.20 Т.Б. Коняхина
подпись, дата инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

К.И.И. 22.06.20 Т.Б. Коняхина
подпись, дата инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

К.И.И. 22.06.20 Т.Б. Коняхина
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер

С.И.И. 22.06.20 Н.Л. Сигачева
подпись, дата инициалы, фамилия

SUMMARY
GRADUATION THESIS
Bachelor's thesis

The theme of the graduation thesis is «Sales System Improvement of «ROSTSTROY,LLC».

The graduation thesis comprises 96pages, 1 figure, 15 charts, 24formulae, 48reference items, 9 visual aids (slides).

Keywords: cost effectiveness, cost optimization, cost reduction, security and fire alarm systems, financial analysis, material costs, transportation costs, distribution, dealership.

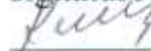
Author of the research (Z 75E)



V.A.Litvinenko

signature

Academic supervisor



T.B. Konyakhina

signature

English language supervisor



N.V. Chezybaeva

signature

Graduation paper presentation date – 2020

The relevance of the thesis is that in the modern market conditions characterized by increased competition, any enterprise faces the problem of choosing the most effective distribution channels for products, and the process of their optimization.

The purpose of the thesis is to develop measures aimed at improving the marketing policy of the enterprise.

To achieve the purpose set in the thesis, the following objectives are required:

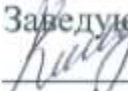
- to reveal the economic essence of the marketing activity of the enterprise and to explore the ways of sales arrangement;

- to analyze the overall economic condition of «ROSTSTROY, LLC», to study the assets profile and sources of their formation, to characterize the level of liquidity, solvency and profitability, to assess the effectiveness of the use of funds.

The obtained data allow to assess the sales performance of the enterprise in modern conditions and to justify measures that ensure the sales flow, to carry out the calculation and economic justification for the expansion of the sales network.

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
«22» 06 2020 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1. Теоретическая часть. Понятие диверсификации производства, как основы совершенствования сбытовой деятельности предприятия.....	9
1.1. Определение и содержание сбытовой деятельности.....	9
1.2. Сущность и содержание диверсификации производства.....	19
1.3. Оценка эффективности диверсификации деятельности.....	24
2. Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «РОСТСТРОЙ».....	37
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	37
2.2. Анализ капитала предприятия.....	42
2.3. Анализ финансового состояния предприятия.....	53
2.4. Управленческий анализ.....	58
2.5. Заключительная оценка деятельности предприятия.....	64
2.6. Вопросы экологии.....	71
3. Проектная часть. Разработка рекомендаций по совершенствованию сбытовой деятельности на основе диверсификации производства на ООО «РОСТСТРОЙ».....	73
3.1. Обоснование необходимости новой технологии производства.....	73
3.2. Расчет технико-экономических показателей.....	78
3.3. Экономический эффект от предложенных мероприятий.....	84
Заключение.....	89
Список использованных источников	93
Приложение.....	97

ВВЕДЕНИЕ

Продукция или услуга, произведенная фирмой, должна быть оптимальным образом продана: то есть, с учетом всех предпочтений и пожеланий клиентов, и с получением наибольшей выгоды. Поэтому главная задача любого предпринимателя – идеальным образом совместить желания клиентов и собственные производственные возможности. В этом случае у него будет возможность доказать покупателю неоспоримые преимущества своего товара, или услуги.

Именно поэтому система сбыта является центральной во всей системе маркетинга. И это не лишено обоснования – именно в процессе сбыта готовой продукции выясняется, насколько точными и удачными были все использованные концепции и стратегии по продвижению товара на рынок. И если все оказалось так, как и было задумано, то покупатель обязательно заметит товар и прибыль – конечная цель любой предпринимательской деятельности – не заставит себя ждать. В противном случае, ни о каких высоких доходах и говорить не приходится. В бизнесе цена ошибки бывает весьма высока.

Актуальность темы квалификационной работы заключается в том, что в условиях современного рынка, для которого характерно ужесточение конкуренции, любое предприятие рано или поздно сталкивается с проблемой выбора наиболее эффективных каналов сбыта продукции, и процесса их оптимизации. Решения об организации сбыта продукции не только сложны, многовариантны, но и весьма ответственны, так как они будут определять маркетинговую стратегию и в конечном итоге успех производственной и торговой деятельности предприятия. В данной работе рассматриваются особенности продвижения и сбыта продукции на региональном рынке.

Каждый товар непременно требует продвижения на рынке, это означает необходимость качественной и оригинальной рекламы, различных акций, способствующих продвижению товара. Помимо этого предприятию

весьма желательно иметь как можно более широкую сеть розничных продаж или сеть посреднических организаций, если она, конечно, не занимается очень крупным и дорогим производством. Такая сеть должна иметь высокий уровень сервиса, так как сегодняшней покупатель привык к качественному обслуживанию и широкому списку дополнительных услуг. И только выполнив все эти требования, фирма может рассчитывать на то, что ей удастся занять прочное место в сердце покупателя.

Цель квалификационной работы заключается в разработке рекомендаций, направленных на совершенствование сбытовой политики предприятия.

Для реализации цели, поставленной в рамках квалификационной работы, потребовалось решение следующих задач:

- раскрыть экономическую сущность сбытовой деятельности предприятия и изучить способы организации сбыта;
- проанализировать общее экономическое состояние ООО «РОСТСТРОЙ», детально изучить структуру активов и источники их формирования, охарактеризовать уровень ликвидности, платежеспособности и рентабельности, оценить эффективность использования денежных средств.
- на основании полученных данных произвести оценку сбытовой деятельности предприятия в современных условиях и обосновать организацию мероприятий, обеспечивающих ритмичность сбыта, провести расчет и экономическое обоснование проведенных мероприятий.

Объектом квалификационной работы является ООО «РОСТСТРОЙ», осуществляющее производство и реализация натяжных потолков.

Предметом исследования является сбытовая политика предприятия, рассматриваемая как важный фактор повышения экономической эффективности.

В процессе исследования использовались различные материалы: научные исследования, монографии, публикации в прессе, маркетинговые

исследования, данные статистической и бухгалтерской отчетности предприятия.

Работы В.Н. Наумова, В.С. Бурцевой, О.Т. Лебедева, труды О.У. Юлдашевой, В.М. Терещенко, М.А. Бескаравайного и др. послужили теоретической базой для исследования.

Квалификационная работа состоит из введения, теоретической, аналитической и проектной частей, заключения, списка литературы и приложений.

В теоретической части квалификационной работы отражены теоретические основы продвижения и сбыта продукции. Также рассмотрена сущность и содержание и оценка диверсификации деятельности предприятия.

В аналитической части квалификационной работы проведен анализ финансово – хозяйственной деятельности ООО «РОСТСТРОЙ». Проанализированы производственные и финансовые показатели деятельности предприятия, с целью характеристики предприятия. Рассмотрены показатели деловой активности и рентабельность предприятия.

Третья часть квалификационной работы посвящена разработке проекта продвижения продукции на региональном рынке, открытие новой линии производства, расчета и обоснования эффективности проекта.

В заключение работы подведены итоги теоретических исследований, анализа и предложенных мероприятий.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1. ПОНЯТИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА, КАК ОСНОВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Определение и содержание сбытовой деятельности

Сбыт продукции – это один из аспектов коммерческой деятельности промышленного предприятия. Сбыт является средством достижения поставленных целей предприятия и завершающим этапом выявления вкусов и предпочтений покупателей.

Сбыт продукции для предприятия важен по ряду причин: объем сбыта определяет другие показатели предприятия (величину доходов, прибыль, уровень рентабельности). Кроме того, от сбыта зависят производство и материально-техническое обеспечение. Таким образом, в процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли.

Коммерческая деятельность по сбыту продукции на предприятии весьма многогранна, она начинается с координации интересов предприятия-производителя с требованиями рынка. Производитель продукции заинтересован в снижении издержек производства, а это, возможно, достичь при больших объемах производства и небольшой номенклатуре выпускаемой продукции. Однако рынок требует другого: потребители заинтересованы в большом выборе качественной, разнообразной продукции с различными потребительскими свойствами по приемлемой цене. В конечном итоге производственная программа предприятия, номенклатура, качество продукции должны определяться доходами и платежеспособным спросом потребителей: предприятий, фирм и населения.

Расширение номенклатуры продукции усложняет производственный процесс, при выпуске небольших партий изделий растет себестоимость каждого изделия, усложняется организация управления, в ряде случаев требуется частая переналадка оборудования. Поэтому, чтобы

скоординировать интересы предприятия-изготовителя и рынка, необходимо планирование ассортимента продукции, как новой, так и уже выпускавшейся на предприятии. Планирование ассортимента является важнейшей составной частью коммерческой деятельности промышленного предприятия. Выполняться эта работа должна отделом сбыта в тесном взаимодействии с отделом маркетинга предприятия.

Наряду с планированием ассортимента составной частью коммерческой деятельности является планирование сбыта продукции. Планирование сбыта включает составление плана сбыта предприятия, формирование портфеля заказов, выбор наиболее эффективных каналов сбыта продукции, распределение объема сбыта товаров по регионам. План сбыта должны разрабатывать предприятия, выпускающие продукцию на «свободный рынок». [37, с.158]

Для того чтобы разработать план сбыта, предприятие-изготовитель должно составить прогноз объема сбыта, являющийся базой плана сбыта.

Производителю товара необходимо знать зависимость между предложением своего товара на рынке и его сбытом. Предложение товара определяется его ценой, ценами других аналогичных товаров, применяемой технологией изготовления товара, уровнем налогов и дотаций, природно-климатическими условиями. Спрос потребителей на товар предприятия, а, следовательно, и сбыт этого товара зависят в основном от цены данного товара, уровня дохода и благосостояния покупателей, вкусов и предпочтений, а также сезонности потребления товара.

Под сбытовой деятельностью следует понимать процесс продвижения готовой продукции на рынок и организации товарного обмена с целью извлечения предпринимательской прибыли. Под готовой продукцией подразумевается законченные производством на данном предприятии изделия, работы и услуги, которые могут быть предложены рынку как товары.

Цели сбыта производны от целей предприятия, среди которых в настоящее время преобладают цели максимизации прибыли.

Достижение данной цели возможно при успешной реализации следующих задач в области сбытовой деятельности:

1. Оптимальная загрузка производственных мощностей заказами потребителей.
2. Выбор рациональных каналов распределения товародвижения.
3. Минимизация совокупных затрат в хозяйственном цикле товара, включая расходы по послепродажному обслуживанию и потребительскому сервису.

Субъектами рынка сбыта выступают продавцы и покупатели, а объектом сбыта является непосредственно товар.

Кроме основных участников рынка сбыта, продавцов и покупателей, на нем присутствуют такие различные помощники по сбыту - предприятия и фирмы, способствующие функционированию сбытового процесса (банки, транспортные предприятия, рекламные агентства, страховые компании и т.д.).

Задача деятелей рынка сбыта состоит в том, чтобы осуществить взаимовыгодные товаро-денежный обмен между продавцом и покупателем. Маркетинговая деятельность всех участников на рынке сбыта активно способствует этому обмену, выявляя потребности, и направляя потоки в системе «товар-деньги» навстречу друг другу (см. рис. 1.1): [37, с.160]

- первый поток направлен к потребителю и несет в себе идеи, товары и услуги выгодные и нужные потребителю;

- второй поток направлен от потребителя и несет полезность для продавца в виде денег или их эквивалентов.

Маркетинг регулирует эти потоки таким образом, чтобы обеспечить максимум удовлетворения обоих партнеров. Предприятие должно предлагать товары, соответствующие ожиданиям потребителей и делать это лучше конкурентов. Одновременно производитель должен либо создать

собственную систему сбыта, либо учитывать требования посредников, которые и доставляют товар до потребителя в нужное место, в нужное время и в необходимом количестве.

Задача маркетинга состоит в поиске постоянных преимуществ над конкурентами путем удовлетворения желаний потребителя.

Преимущество над конкурентом может выражаться как в предоставлении потребителю больших выгод для удовлетворения его желаний, так и в более быстрой реакции на изменение спроса и предложения рынка.

Маркетинговая деятельность должна быть направлена на постоянное увеличение числа своих потребителей, заботиться о том, чтобы наладить с ним прочные отношения.

При оценке рынка сбыта необходимо определить границу рынка, на котором намеревается работать продавец. Границы рынка сбыта устанавливаются путем анализа и совмещения продуктовых границ товарного рынка и географических границ, определяемых возможностями предприятия - продавца.

На рисунке 1.2 показано формирование рынка сбыта, исходя из совмещения продуктовых и географических границ. [37, с.162]

Продуктовые границы рынка сбыта определяются на основе маркетинговых исследований путем, например, выяснения мнений экспертов, покупателей и потребителей, как данного товара, так и товаров - субститутов. Исследования проводятся с целью установления отношения респондентов к товарному предложению, возможностей его хранения и использования.

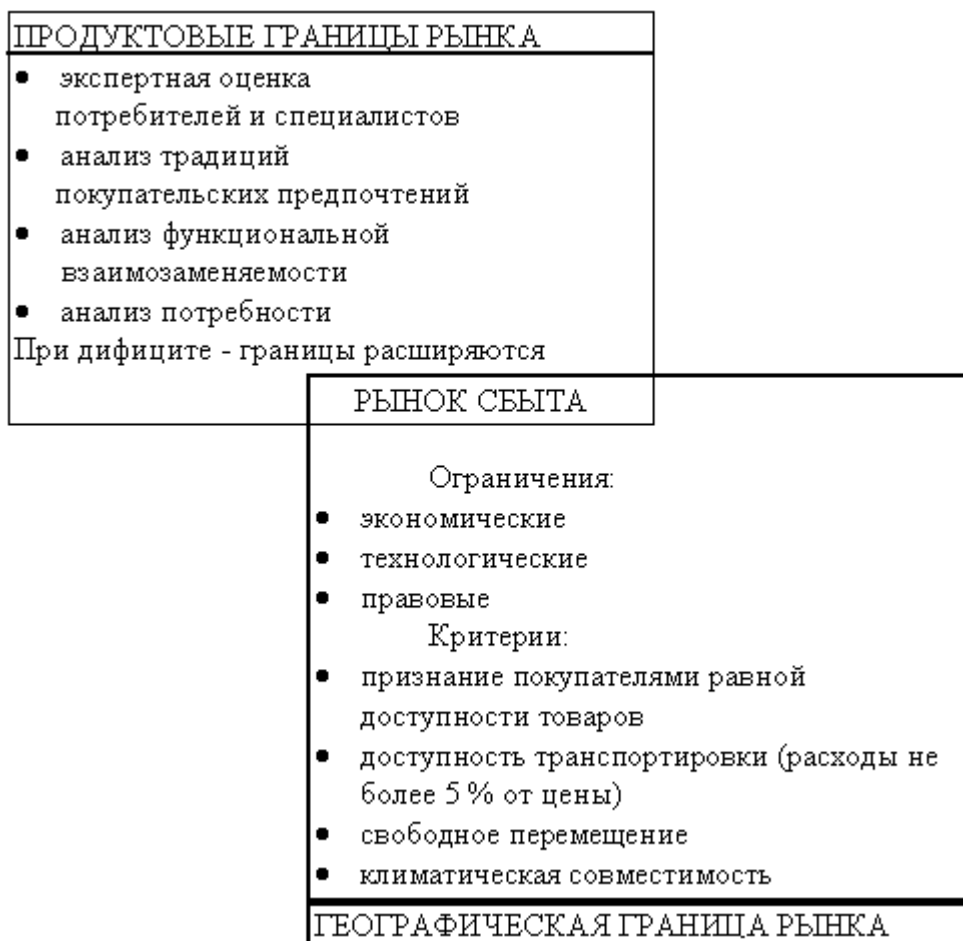


Рис. 1.2. Определение границ товарного рынка сбыта

Для потребительских товаров учитываются местные традиции потребления, влияние климатических условий на потребление товара и т.д. Для товаров технического назначения исследуется возможность их применения в производственном процессе, на стадии сборки, эксплуатации и ремонта.

Географические границы рынка определяются, прежде всего, экономическими соображениями. В частности, издержки на транспортировку и промежуточное хранение не должны приводить к неконкурентоспособным ценам в месте потребления товара.

Макросфера рынка характеризуется следующими комплексными показателями:

1. Экологическая окружающая среда:

- наличие источников энергии;
- наличие сырьевой базы;

- требования к соблюдению экологических норм;
- требования по утилизации и рециркуляции отходов.

2. Технологическая окружающая среда:

- наличие и степень концентрации местного производства;
- технологический уровень производства;
- технологии - заменители;
- технологические стандарты и нормы;
- уровень специализации.

3. Экономическая окружающая среда:

- уровень концентрации капитала;
- размер процента кредитных ставок;
- тенденции инфляции;
- баланс внешней торговли;
- платежеспособность предприятий;
- инвестиционный климат.

4. Социально-демографическая окружающая среда:

- динамика роста населения;
- структура населения;
- ресурсные возможности рабочей силы.

5. Политическая и правовая окружающая среда:

- тенденция глобальных политических изменений;
- национальное и местное законодательство;
- налоговая система;
- влияние профсоюзов;
- уровень безопасности.

Важным инструментом оценки перспективности рынка сбыта является исследование его конъюнктуры. В качестве предмета исследования служит следующая система конъюнктурообразующих факторов: [33, с.201]

1. Факторы, характеризующие товарное предложение:

- объем и товарная структура рынка;

- стабильность ассортимента;
- колеблемость цен;
- эластичность предложения.

2. Факторы, характеризующие спрос:

- степень удовлетворения потребителей;
- сегменты, их размер и потребительская активность;
- эластичность спроса;
- емкость рынка спроса;
- цикличность и сезонность спроса.

3. Пропорциональность рынка сбыта:

- соотношение спроса и предложения;
- соотношение между объемами товаров, поступающих от местных, российских региональных и иностранных производителей;
- доли рынка сбыта между оптовыми и розничными предприятиями торговли;
- тенденция развития рынка сбыта, характеризуемая такими показателями, как тренды объемов продаж, цен, прибыли).

4. Деловая активность рынка сбыта:

- частота и размер заказов;
- степень загрузки мощностей предприятий;
- виды и состояние взаиморасчетов между покупателями и продавцами;
- наличие строящихся или реконструируемых предприятий.

5. Уровень конкуренции и монополизации:

- число фирм-конкурентов;
- деление рынка между фирмами - конкурентами;
- деление рынка между марками товаров - конкурентов.

6. Характеристика системы распределения (дистрибьюции):

- число и типы предприятий, занимающихся прямым сбытом;
- число и типы предприятий, организовывающих непрямой сбыт;

- анализ каналов сбыта по уровням, широте, территориям, типам товаров и потребителям;

- анализ системы логистики сбыта;

- анализ системы сервисного обслуживания.

7. Уровень коммерческого риска:

- инвестиционный риск - риск неполучения или недополучения планируемой нормы окупаемости инвестиций, в т.ч. развитие сбыта;

- риск неполучения или недополучения денежных средств за поставку (при товарном кредите);

- риск утери, порчи, кражи поставляемой партии товаров;

- риск ухода важных покупателей к конкурентам.

Маркетинговые факторы - это показатели внешней среды, рынка сбыта и самого предприятия-продавца, которые влияют на покупательское поведение покупателя-предприятия или покупателя-индивидуума.

По степени управляемости со стороны продавца маркетинговые факторы делятся на управляемые и неуправляемые, а по уровню воздействия на покупателя - релевантные (относящиеся к данной проблеме) и нерелевантные.

К управляемым факторам относятся следующие маркетинговые инструментарии (см. рис. 1.3): цена, свойства товара, его дизайн, упаковка, торговая марка, методы сбыта и коммуникации, сервис, позиционирование, выбор целевого сегмента. [33, с.203]

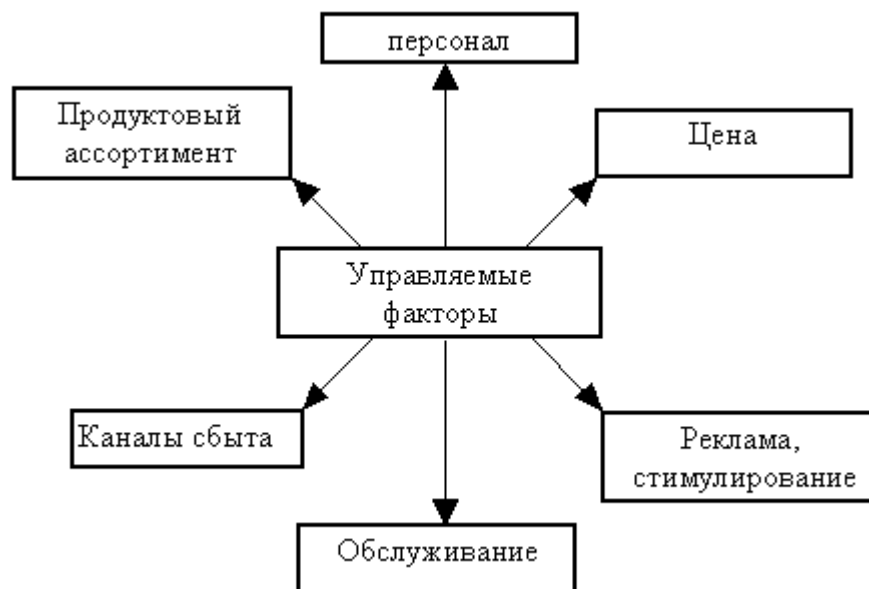


Рис. 1.3. Управляемые факторы маркетинга

К неуправляемым факторам (см. рис. 1.4) относятся характеристики маркетинговой внешней среды и рынка сбыта.

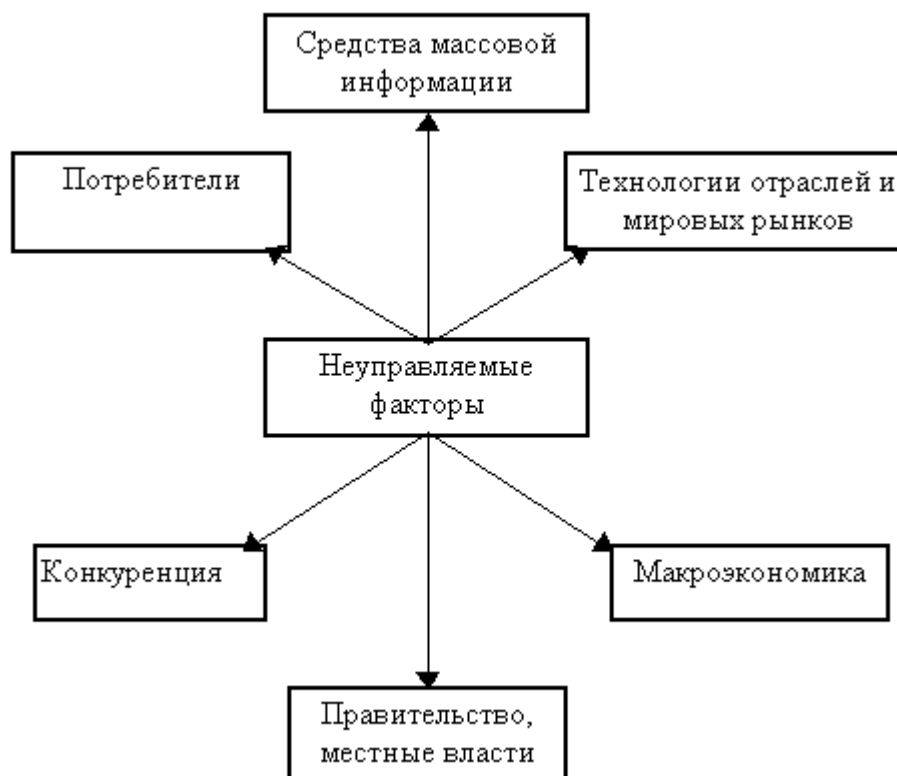


Рис. 1.4. Неуправляемые факторы маркетинга

Релевантные факторы - группа управляемых и неуправляемых характеристик, которые влияют на поведение покупателя, как в краткосрочном, так и в долгосрочном плане применительно к конкретному товару и рынку сбыта. Наконец, нерелевантными факторами являются те,

которые не оказывают заметного влияния на поведение покупателя в данной ситуации.

Система распределения (дистрибьюции) предприятия-продавца состоит из сбытовой структуры (органы и каналы сбыта), а также из логистической инфраструктуры сбыта (склады, транспорт).

С функциональной точки зрения система распределения - это деятельность всех подразделений предприятия с целью поиска покупателя и доставки ему товара нужного качества, в требуемом количестве и в оговоренные сроки.

Принимаемые в области сбыта решения имеют долгосрочный стратегический характер и не могут быть быстро изменены.

Стратегия сбыта - долгосрочное планирование, методология организации и управления сбытом, позволяющая успешно реализовать философию ведения сбыта конкретным предприятием-продавцом.

Стратегия сбыта должна определять:

- типы посредников и их роль в цепочке сбыта;
- уровень селективности сбыта;
- возможности опта и розницы;
- потребности в обслуживании после продажи;
- оптимальную структуру методов и каналов сбыта;
- структуру цены для конечного покупателя (потребителя);
- направление в области сбытовой коммуникации.

Сбытовая политика - система решений, принимаемых продавцом с целью реализации выбранных стратегий и получения наибольшего эффекта сбыта товаров.

С учетом единства систем сбыта и логистики в системе распределения можно выделить их общие функции: [33, с.210]

1. Функции преодоления:

- пространства (транспортная функция);
- времени (хранение на складах).

2. Товарные функции:

- перегруппировка по количеству (фасовка);
- перегруппировка по качеству (сортировка, очистка, смещение);
- формирование ассортимента (комплектование);
- предоставление сервисных услуг.

3. Торговые функции:

- освоение рынка (новые сферы сбыта или новые целевые группы);
- удержание завоеванных позиций на рынке;
- увеличение доли рынка за счет: вытеснения конкурентов, вхождения в

новые сегменты рынка, стимулирование спроса потребителей.

- организация продаж: консультирование покупателей, заключение торговых сделок.

4. Финансовые функции:

- предоставление товарного кредита;
- выравнивание рыночных цен;
- получение прибыли;

Достижение желаемых результатов сбытовой деятельности требует не только чёткого описания их, но и осознанной ориентации предприятия на их достижение. Иначе говоря, сбытовая ориентация предприятия предполагает определённым образом организованную работу всех его подразделений и служб.

1.2. Сущность и содержание диверсификации производства

В Советском энциклопедическом словаре дается следующее определение понятия "диверсификация": "Диверсификация - расширение объектов деятельности, номенклатуры продукции, производимой монополистическими объединениями. Диверсификация - новое явление в развитых капиталистических странах, получившее развитие с середины 1950-х годов, связано с процессом концентрации на межотраслевом уровне и

усилением внутренней неустойчивости капиталистического хозяйства. В результате диверсификации монополистические объединения превращаются в многосторонние комплексы, подразделения которых подчас не связаны между собой технологически". [28, с.258]

Упрощенно можно сказать, что диверсификация - это обратный процесс специализации, который базируется на эффекте комбинирования и предполагает включение в состав деятельности хозяйствующего субъекта новых сфер. После проведения мер по диверсификации организация расширяет свою сферу деятельности, переходит в большинстве случаев в категорию крупной и высоко интегрированной. В результате снижаются издержки производства и появляется синергетический эффект.

В России наблюдаются два пути диверсификации:

- последовательное проведение диверсификации на базе основного вида деятельности организации, т. е. той отраслевой специализации, которая была основной до проведения диверсификации с использованием, в большинстве своем, уже освоенной технологии и имеющихся в распоряжении основных средств (так называемая связанная диверсификация);

- отход от основной области деятельности и переход на производство новых товаров и услуг и освоение новых рынков сбыта. Это направление включает два вида диверсификации: несвязанную (конгломератную) и горизонтальную.

На начальных стадиях диверсификации обычно налаживается использование отходов производства, наличных производственных мощностей, освоенной сферы сбыта продукции и т. д.

При использовании несвязанной диверсификации значение основного производства ослабевает и может оказаться, что оно станет второстепенным. В России при данном виде диверсификации создаются новые организационные структуры: холдинги, финансово-промышленные группы и т. п. Даже когда вновь сформированные образования не называются по

уставу холдингами или финансово-промышленными группами и регистрируются как открытые акционерные общества, они выполняют функции холдингов или финансово-промышленных групп.

При горизонтальной диверсификации в организации налаживается выпуск новой продукции (работ, услуг) с реализацией ее на уже освоенном рынке. Технология производства в данном случае не претерпевает значительных изменений, так как новые товары (работы, услуги) относятся к категории сопутствующих. Это по существу то же производство, что и при связанной диверсификации, но при связанной диверсификации новая продукция (работы, услуги) потребляется внутри самой организации, осуществляющей диверсификацию, а при горизонтальной диверсификации традиционная продукция реализуется на рынке строительных услуг.

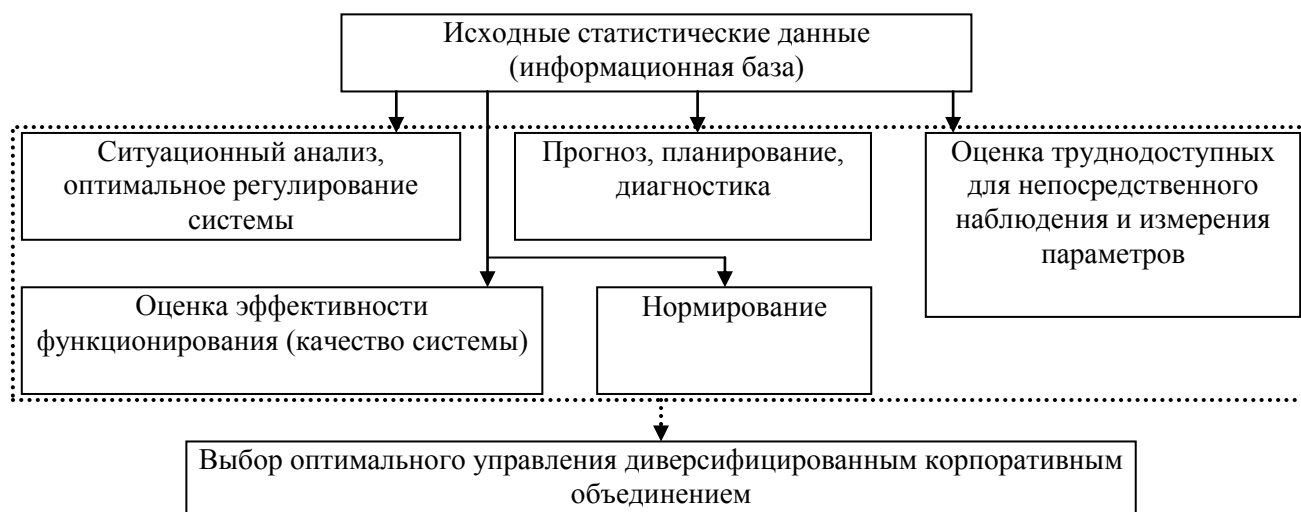


Рис. 1.5. Схема управления на основе комплексного статистического анализа

Как видно из схемы, управление диверсифицированным предприятием несёт такие же функции, использует такие же данные и источники информации, но при этом должно оценивать разницу в развитии и процессах, которая безусловно существует даже в родственных областях экономики, не говоря уже о несвязанных сегментах. Поэтому одним из составляющих успеха диверсифицированной компании является выбор наиболее оптимальной структуры управления объединением.

Диверсификация как элемент стратегии развития в эпоху массового потребления 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.

Существенная трансформация экономических, социальных и научно-технических условий деятельности компаний коренным образом изменила требования к управлению основными бизнес-процессами. Острейшая борьба на мировых рынках, замедление экономического роста и технического прогресса потребовали преобразования структуры деятельности, для которой стало недостаточным приобретение передовой техники и технологии, результатов научных исследований и перераспределение их в соответствии с теорией интернализации. Этим во многом объясняется тот факт, что диверсификация стала наиболее распространенной формой концентрации капитала. [28, с.258]

Причины переориентации компаний на стратегические вопросы не поддаются однозначному толкованию. Отдельные авторы выдвигают ряд наиболее распространенных обоснований, определяющих ассортимент и номенклатуру выпускаемой продукции, необходимость расширения сфер приложения капитала. Данные утверждения справедливы не потому, что свидетельствуют о недостаточной теоретической и практической проработке вопроса, а потому, что, во-первых, цели диверсификации производства напрямую зависят от финансового состояния и производственных возможностей корпорации и, во-вторых, привлекательность отраслей для конкретной корпорации различна в краткосрочном и долгосрочном периодах.

При сокращении издержек на поиск сфер приложения капитала и разработку перспективных стратегий диверсификации неизбежно возникает вопрос: почему равновеликие инвестиции, вложенные в различные отрасли и сферы деятельности, позволяют получить различную норму 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. Ярким примером, подтверждающим это объяснение, может быть автомобилестроение.

Мировой рынок автомобилей в настоящее время представлен ограниченным числом фирм и фактически сформировался. Для данной отрасли характерна высочайшая структурная конкуренция в основном цен и качества выпускаемых автомобилей. Вопрос лидерства в отрасли мог бы быть предметом долгой дискуссии, однако определенно можно выделить в числе лидеров японских производителей, автомобили которых отличаются высоким качеством и невысокой ценой. Важной характеристикой автомобилестроения является относительно низкая норма прибыли. Таким образом, высокая степень конкуренции, существование барьеров и самое главное – невысокая норма прибыли делают эту отрасль малопривлекательной для потенциальных инвесторов.

Потребность человечества в лекарстве огромна, его цена и соответственно норма прибыли были бы также сверхбольшими. Но вместе с тем накопленный потенциал, прежде всего научный, еще недостаточен не только для производства лекарства, но и для его открытия и изобретения. Даже сверхвысокая норма прибыли не привлекает в эту отрасль прагматичных инвесторов.

Следует отметить еще один аспект проблемы поиска потенциально привлекательных сфер деятельности. Анализ публикаций позволил выделить два противоположных направления такого поиска.

Первое направление характеризуется последовательным проведением линии на диверсификацию на базе основного вида деятельности, то есть той

отрасли специализации, которая первоначально была положена в основу создания предприятия. Иногда ее называют ключевым бизнес - направлением предприятия. Более того, предлагаются различные показатели и методы измерения связей.

Диверсификация, прежде чем приобрести современные черты, в рамках глобальной стратегии предприятий прошла сложный путь развития, меняясь как под влиянием внешних обстоятельств, так и внутрифирменных критериев.

Как показал анализ современных мировых тенденций диверсификации, существует ряд мотивов и целей, которые наиболее часто служат стимулами для расширения масштабов деятельности.

1.3. Оценка эффективности диверсификации деятельности

Экономический эффект от осуществления как связанной, так и горизонтальной диверсификации может быть определен с помощью одних и тех же методических подходов.

При расчетах экономической эффективности этих двух видов диверсификации рекомендуется использовать методические подходы и процедуры оценки коммерческой эффективности инвестиционных проектов, предлагаемые Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов.

При расчете коммерческого эффекта необходимо учитывать следующие, специфические для этого расчета, положения:

- если проектом предусмотрено полное или частичное связывание денежных средств (депонирование, приобретение ценных бумаг и пр.), вложение соответствующих сумм учитывается (в виде оттока) в денежных потоках от инвестиционной деятельности, а получение (в виде притоков) - в денежных потоках от операционной деятельности;

- если проект предусматривает одновременное осуществление нескольких видов операционной деятельности, в расчете учитываются затраты по каждому из них.

В качестве основного притока реальных денег от операционной деятельности в соответствии с методическими рекомендациями принимается выручка от реализации продукции, определенная от конечной (реализуемой на сторону) продукции, а также прочие внереализованные доходы. Итоговые данные денежных потоков от операционной деятельности формируются в виде таблицы.

В состав притоков реальных денег от инвестиционной деятельности включаются доходы (за вычетом налогов) от реализации имущества и нематериальных активов (в частности и при прекращении проекта), возврата (в конце проекта) оборотных активов, уменьшения оборотности капитала на всех шагах расчетного периода.

В отток реальных денег от инвестиционной деятельности включаются вложения в основные средства на всех шагах расчетного периода, ликвидационные затраты, вложения средств на депозиты и в ценные бумаги других хозяйствующих субъектов, в увеличение оборотного капитала, компенсации (в конце проекта) оборотных пассивов.

Эффективность инвестиционного проекта характеризуется системой показателей, отражающих соотношение затрат и результатов применительно к интересам его участников.

Различаются следующие показатели эффективности инвестиционного проекта: [40, с.158]

- показатели коммерческой (финансовой) эффективности, учитывающие финансовые последствия реализации проекта для его непосредственных участников;

- показатели бюджетной эффективности, отражающие финансовые последствия осуществления проекта для федерального, регионального или

местного бюджета, то есть учитывает влияние инвестиционного проекта на расходы (доходы) бюджета;

- показатели народнохозяйственной экономической эффективности, учитывающие эффективность инвестиционного проекта с точки зрения всего национального хозяйства в целом и допускающие стоимостное измерение.

Оценка предстоящих затрат и результатов при определении эффективности инвестиционного проекта осуществляется в пределах расчетного периода, продолжительность которого (горизонт расчета) принимается с учетом:

- продолжительности создания, эксплуатации и (при необходимости) ликвидации объекта;

- средневзвешенного нормативного срока службы основного технологического оборудования;

- достижения заданных характеристик прибыли (массы и / или нормы прибыли и т.д.);

- требований инвестора.

Горизонт расчета измеряется количеством шагов расчета.

Шагом расчета при определении показателей эффективности в пределах расчетного периода могут быть: месяц, квартал или год.

Затраты, осуществляемые участниками, подразделяются на первоначальные (капиталообразующие инвестиции), текущие и ликвидационные, которые осуществляются соответственно на стадиях строительной, функционирования и ликвидационной.

Для стоимостной оценки результатов и затрат могут использоваться базисные, мировые, прогнозные и расчетные цены.

Под базисными понимаются цены, сложившиеся в народном хозяйстве на определенный момент времени t_0 . Базисная цена на любую продукцию или ресурсы считается неизменной в течение всего расчетного периода.

Измерение экономической эффективности проекта в базисных ценах производится как правило на стадии технико-экономических исследований инвестиционных возможностей.

На стадии технико-экономического обоснования (ТЭО) инвестиционного проекта обязательным является расчет экономической эффективности в прогнозных и расчетных ценах.

Прогнозная цена $C(t)$ продукции или ресурса в конце t -ого шага расчета (например, t -ого года) определяется по формуле: [40, с.159]

$$C(t) = C(б) \times J(t,t), \quad (1.1)$$

где $C(б)$ - базисная цена продукции или ресурса;

$J(t,t)$ - коэффициент (индекс) изменения цен продукции или ресурсов соответствующей группы в конце t -ого шага по отношению к начальному моменту расчета (в котором известны цены).

При оценке эффективности инвестиционного проекта соизмерение разновременных показателей осуществляется путем приведения (дисконтирования) их к ценности в начальном периоде. Для приведения разновременных затрат, результатов и эффектов используется норма дисконта (E), равная приемлемой для инвестора норме дохода на капитал.

Технически приведение к базисному моменту времени затрат, результатов и эффектов, имеющих место на t -ом шаге расчета реализации проекта, удобно производить путем их умножения на коэффициент дисконтирования a_t , определяемый для постоянной нормы дисконта E как: [40, с.159]

$$a_t = 1/(1+E)^t, \quad (1.2)$$

где t - номер шага расчета ($t = 0,1,2,\dots,T$),

T - горизонт расчета.

Дисконтирование - это приведение разновременных экономических показателей к какому-либо одному моменту времени - точке приведения.

В качестве точки приведения принят момент окончания первого шага расчета.

Дисконтирование показателя, относящегося к t -му шагу, осуществляется путем умножения его текущего значения на величину a_t . Суммируя дисконтированные значения показателя по всем периодам за время реализации проекта и, вводя при необходимости дефлирующие множители, мы получаем значения интегральных показателей, например, чистого дисконтированного дохода – ЧДД.

Результат сравнения двух проектов с различным распределением эффекта во времени может существенно зависеть от нормы дисконта. Поэтому объективный (или хотя бы удовлетворяющий всех участников) выбор ее величины достаточно важен.

В рыночной экономике эта величина определяется, исходя из депозитного процента по вкладам (в постоянных ценах). На практике она принимается большей его значения за счет инфляции и риска, связанного с инвестициями. Если принять норму дисконта ниже депозитного процента, инвесторы предпочтут класть деньги в банк, а не вкладывать их непосредственно в производство; если же норма дисконта станет выше депозитного процента на величину большую, чем та, которая оправдывается инфляцией и инвестиционным риском, возникнет перетекание денег в инвестиции, повышенный спрос на деньги и как следствие - повышение их цены, т. е. банковского процента.

Приведенная оценка нормы дисконта справедлива (в рыночной экономике) для собственного капитала. В случае, когда весь капитал является заемным, норма дисконта представляет собой соответствующую процентную ставку, определяемую условиями процентных выплат и погашений по займам.

В общем случае (когда капитал смешанный) норма дисконта приближенно может быть найдена как средневзвешенная стоимость капитала - WACC (Weighted Awerage Cost of Capital), рассчитанная с учетом структуры капитала, налоговой системы и др.

Иными словами, если имеется n видов капитала, стоимость каждого из которых (после уплаты налогов) равна E_i , а доля в общем капитале A_i ($i=1, 2, \dots, n$), то норма дисконта приблизительно равна: [40, с.160]

$$E = \sum_{i=1}^n E_i \times A_i \quad (1.3)$$

Норму дисконта можно вычислить по следующей формуле:

$$E_H = E_G + E_S + E_O, \quad (1.4)$$

где E_G - гарантированная норма получения дивидендов на вложенный капитал в высоконадёжном банке (в долях от единицы);

E_S - страховая норма, учитывающая риск вложений (в долях от единицы), а также наличие и полноту страхования инвестиционной деятельности (если предприниматель вообще не страхует свою деятельность, то страховая норма принимается по максимуму, если страховка имеется, то страховая норма в зависимости от полноты страхования уменьшается вплоть до нуля);

E_O - минимальная граница доходности проекта (в долях от единицы), которая может устроить предпринимателя и поэтому принимается им для себя самостоятельно.

Сравнение различных инвестиционных проектов (или вариантов проекта) и выбор лучшего из них рекомендуется производить с использованием различных показателей, к которым относятся:

- чистый дисконтированный доход (ЧДД) или интегральный эффект (используются также другие названия: чистая приведенная (или чистая современная) стоимость, интегральный эффект, Net Present Value (NPV));

- индекс доходности (ИД) (другие названия - индекс прибыльности, Profitability Index (PI));

- внутренняя норма доходности (ВНД) (другое название - внутренняя норма прибыли, рентабельности, возврата инвестиций, Internal Rate of Return (IRR));

- срок окупаемости;

- другие показатели, отражающие интересы участников или специфику проекта.

При использовании показателей для сравнения различных инвестиционных проектов (вариантов проекта) они должны быть приведены к сопоставимому виду.

Чистый дисконтированный доход (ЧДД) определяется как сумма текущих эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу, или как превышение интегральных результатов над интегральными затратами.

Если в течение расчетного периода не происходит инфляционного изменения цен или расчет производится в базовых ценах, то величина ЧДД для постоянной нормы дисконта вычисляется по формуле: [42, с.58]

$$\text{Эинт} = \text{ЧДД} = \sum_{t=0}^T (R_t - Z_t) \times (1/(1 + E)^t), \quad (1.5)$$

где R_t - результаты (или выручка предприятия), достигаемые на t -ом шаге расчета (или временном интервале),

Z_t - затраты, осуществляемые на том же шаге,

T - горизонт расчета, равный номеру шага расчета, на котором производится ликвидация объекта (или количество временных интервалов в

жизненном цикле проекта. Длительность временного интервала устанавливается заранее: месяц, квартал, год).

$\Delta t = (R_t - Z_t)$ - эффект, достигаемый на t -ом шаге (или временном интервале).

Если ЧДД инвестиционного проекта положителен, проект является эффективным (при данной норме дисконта) и может рассматриваться вопрос о его принятии. Чем больше ЧДД, тем эффективнее проект. Если инвестиционный проект будет осуществлен при отрицательном ЧДД, инвестор понесет убытки, т.е. проект неэффективен.

На практике часто пользуются модифицированной формулой для определения ЧДД. Для этого из состава Z_t исключают капитальные вложения и обозначают через: [37, с.158]

K_t - капиталовложения на t -ом шаге (или инвестиционные платежи по проекту в t - том временном интервале);

K - сумму дисконтированных капиталовложений, т.е.

$$K = \sum_{t=0}^T K_t \times (1/(1+E)^t) \quad (1.6)$$

а через Z_t - затраты на t -ом шаге при условии, что в них не входят капиталовложения. Тогда формула для ЧДД записывается в виде:

$$\text{ЧДД} = \sum_{t=0} (R_t - Z_t) \times (1/(1+E)^t) - K, \quad (1.7)$$

где R_t - выручка предприятия на t -ом временном интервале;

Z_t - себестоимость продукции (без амортизационных отчислений) на t -ом временном интервале;

K - сумма дисконтированных капиталовложений (см. выше).

Данная формула выражает разницу между суммой приведенных эффектов и приведенной к тому же моменту времени величиной капитальных вложений (K).

При учёте фактора инфляции, значения приведённых эффектов и приведенных капитальных вложений корректируются на коэффициент инфляции в каждом временном интервале путём их умножения на принятый коэффициент инфляции.

Кроме показателя чистого дисконтированного дохода, на предприятиях для оценки эффективности проектного решения широко применяется показатель - индекс доходности.

Индекс доходности (ИД) представляет собой отношение суммы приведенных эффектов к величине приведенных капиталовложений [37, с.160]

$$\text{ИД} = \frac{1}{K} \times \sum_{t=0}^T (R_t - Z_t) \times \frac{1}{(1+E)^t} \quad (1.8)$$

Экономический смысл показателя "индекс доходности" заключается в том, что он характеризует во сколько раз суммарный, приведённый к началу жизненного цикла проекта доход предприятия больше суммарных, приведённый к началу жизненного цикла проекта инвестиционных вложений.

Индекс доходности тесно связан с ЧДД. Он строится из тех же элементов и его значение связано со значением ЧДД: если ЧДД положителен, то ИД > 1 и наоборот. Если ИД > 1, проект эффективен, если ИД < 1 - неэффективен.

Или если ИД > 1, то это означает, что выбрав данный вариант, инвестор полностью вернёт свои инвестиционные вложения за жизненный цикл проекта и в добавление к этому получит чистый дисконтированный доход в размере (ИД - 1) x 100% авансированной суммы платежей. Последний показатель ещё называют показателем рентабельности инвестиций.

Внутренняя норма доходности (ВНД) представляет собой ту норму дисконта (Евн), при которой величина приведенных эффектов равна приведенным капиталовложениям.

Иными словами $E_{вн}$ (ВНД) является решением уравнения: [37, с.161]

$$\sum_{t=0}^T (R_t - Z_t)/(1 + E_{вн})^t = \sum_{t=0}^T K_t/(1 + E_{вн})^t \quad (1.9)$$

Если расчет ЧДД инвестиционного проекта дает ответ на вопрос, является он эффективным или нет при некоторой заданной норме дисконта (E), то ВНД проекта определяется в процессе расчета и затем сравнивается с требуемой инвестором нормой дохода на вкладываемый капитал.

В случае, когда ВНД равна или больше требуемой инвестором нормы дохода на капитал, инвестиции в данный инвестиционный проект оправданы, и может рассматриваться вопрос о его принятии. В противном случае инвестиции в данный проект не целесообразны.

Если сравнение альтернативных (взаимоисключающих) инвестиционных проектов (вариантов проекта) по ЧДД и ВНД приводят к противоположным результатам, предпочтение следует отдавать ЧДД.

Однако при использовании ВНД следует соблюдать известную осторожность. Во-первых, она не всегда существует. Во-вторых, вышеуказанное уравнение может иметь больше одного решения. Первый случай весьма редок. Во втором корректный расчет ВНД несколько затруднителен, хотя и возможен. В качестве первого приближения в ситуации, когда простой (недисконтированный) интегральный эффект положителен, ряд авторов предлагает принимать в качестве $E_{вн}$ значение наименьшего положительного корня данного уравнения.

Как указано выше внутренняя норма доходности (ВНД или $E_{вн}$) - это такая норма дисконта, при которой интегральный эффект проекта (например, ЧДД) становится равным нулю.

Одна из ее экономических интерпретаций: если весь проект выполняется только за счет заемных средств, то ВНД равна максимальному проценту, под который можно взять заем с тем, чтобы суметь расплатиться из доходов от реализации проекта за время, равное горизонту расчета.

Как значение нормы дисконта, так и значение ВНД отражают:

- экономическую неравноценность разновременных затрат, результатов и эффектов - выгодность более позднего осуществления затрат и более раннего получения полезных результатов;

- минимально допустимую отдачу на вложенный капитал, при которой инвестор предпочтет участие в проекте альтернативному вложению тех же средств в другой проект с сопоставимой степенью риска;

- конъюнктуру финансового рынка, наличие альтернативных и доступных инвестиционных возможностей;

- неопределенность условий осуществления проекта и, в частности, степень риска, связанного с участием в его реализации.

Таким образом, суть этого показателя заключается в том, что внутренняя норма доходности характеризует величину чистой прибыли (чистого валового дохода), приходящегося на единицу инвестиционных вложений, получаемой инвестором в каждом временном интервале жизненного цикла проекта.

Преимуществом ВНД является то, что участник проекта не должен определять свою индивидуальную норму дисконта заранее. Он вычисляет ВНД, т.е. эффективность вложенного капитала, а затем принимает решение, используя ее значение. Если инвестор посчитает ВНД и решит, что такой доход за каждый временной интервал жизненного цикла проекта его вполне устраивает, то он будет такой проект реализовывать (при условии, что он единственный) или включит его в список для конкурсного отбора (при наличии нескольких альтернативных проектов).

Совместное использование ЧДД и ВНД (если ВНД существует) рекомендуется осуществлять следующим образом:

при оценке альтернативных проектов (или вариантов проекта), т.е. в случае, когда требуется выбрать один проект (или вариант) из нескольких, следует производить их ранжирование для выбора по максимуму ЧДД. Роль ВНД в этом случае, в основном, сводится к оценке пределов, в которых

может находиться норма дисконта (при высокой неопределенности цены денег это - весьма существенно).

При наборе независимых проектов, т.е. в случае, когда проекты могут осуществляться независимо друг от друга, для наиболее выгодного распределения инвестиций ранжирование проектов следует производить с учетом значений ВНД.

Одним из важнейших показателей эффективности инвестиций является срок окупаемости вложений, ибо предпринимателю очень важно как можно быстрее вернуть внесённые в дело средства. Поэтому очень часто при решении вопроса об инвестировании он ориентируется, прежде всего, на оценку срока возвратности вложений.

Срок окупаемости - это минимальный временной интервал (от начала осуществления проекта), за пределами которого интегральный эффект становится и в дальнейшем остается неотрицательным. Иными словами, это - период (измеряемый в месяцах, кварталах или годах), начиная с которого первоначальные вложения и другие затраты, связанные с инвестиционным проектом, покрываются суммарными результатами его осуществления.

Результаты и затраты, связанные с осуществлением проекта, можно вычислять с дисконтированием или без него. Соответственно, получится два различных срока окупаемости.

Срок окупаемости рекомендуется определять с использованием дисконтирования.

На практике различают:

- срок окупаемости инвестиций;
- срок окупаемости действующего проекта (объекта).

Срок окупаемости инвестиций можно определить по следующей формуле: [37, с.162]

$$\sum_{t=0}^T \frac{K_t}{(1+r)^t} = \sum_{t=0}^T \frac{Э_t}{(1+r)^t}, \quad (1.10)$$

где $\sum t$ - доход предпринимателя от эксплуатации проекта в t -ом временном интервале;

Kt - инвестиционные вложения в проект в t -ом временном интервале;

t - количество временных интервалов функционирования проекта, за которое суммарные инвестиции сравниваются с суммой доходов от эксплуатации нового дела (это и будет искомый срок окупаемости инвестиций).

Срок окупаемости действующего проекта (объекта). Он отличается от показателя срока окупаемости инвестиций, так как эксплуатация проекта начинается несколько позже, чем инвестиционные вложения. Следовательно, срок окупаемости объекта (то есть функционирующего проекта) будет меньше срока окупаемости инвестиций.

Наряду с перечисленными критериями, в ряде случаев возможно использование и ряда других: интегральной эффективности затрат, точки безубыточности, простой нормы прибыли, капиталоотдачи и т.д. Для применения каждого из них необходимо ясное представление о том, какой вопрос экономической оценки проекта решается с его использованием и как осуществляется выбор решения.

Ни один из перечисленных критериев сам по себе не является достаточным для принятия проекта. Решение об инвестировании средств в проект должно приниматься с учетом значений всех перечисленных критериев и интересов всех участников инвестиционного проекта. Важную роль в этом решении должна играть также структура и распределение во времени капитала, привлекаемого для осуществления проекта, а также другие факторы, некоторые из которых поддаются только содержательному (а не формальному) учету.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «РОСТСТРОЙ»

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия

Объектом исследований является ООО «РОСТСТРОЙ». Полное официальное фирменное наименование общества – Общество с ограниченной ответственностью «РОСТСТРОЙ». Форма собственности: учредительная. Вид деятельности - производство.

ООО «РОСТСТРОЙ» является юридическим лицом, правовое положение которого определяется законодательством Российской Федерации и Уставом Общества, имеет самостоятельный баланс, круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на место его нахождения, а также штампы, бланки со своим наименованием, зарегистрированный в установленном порядке товарный знак, эмблему и другие средства индивидуализации.

ООО «РОСТСТРОЙ» осуществляет в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации распоряжение своим имуществом в соответствии с целями своей деятельности и назначением имущества.

Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

Исследуемая организация может создавать на территории Российской Федерации и за ее пределами хозяйственные товарищества и общества с правами юридического лица, а также быть их участником.

ООО «РОСТСТРОЙ» может на добровольных началах вступать в союзы, ассоциации на условиях, не противоречащих антимонопольному законодательству, действующему на территории Российской Федерации, в порядке, предусмотренном действующим законодательством и учредительными документами Общества.

ООО «РОСТСТРОЙ» на современном этапе является коммерческой организацией, предметом деятельности которой является осуществление предпринимательской деятельности в целях извлечения прибыли. Предприятие создано в соответствии с Гражданским кодексом РФ, Законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08 февраля 1998 года. Предметом деятельности ООО «РОСТСТРОЙ» являются:

- продажа натяжных потолков;
- установка натяжных потолков;
- сервисное обслуживание клиентов по монтажу и демонтажу натяжных потолков;
- чистка натяжных потолков;
- световое оформление.

В компании используются разнообразные методы установки натяжных потолков:

- гарпунная технология – с использованием скрытого крепежа, позволяет монтировать натяжные потолки даже в труднодоступных местах;
- штапиковая технология – с использованием штапиков, при помощи которых, полотно вставляется в профиль, позволяет не так сильно менять высоту потолка;
- клиновья технология – используется очень часто при наличии неровных стен.

Такие варианты технологии монтажа дают возможность реализовать любое дизайнерское решение. Инженеры помогают изготовить и установить натяжные потолки со сложными многоуровневыми переходами, со сводами и арками, с использованием декоративных розеток и плинтусов, а также с различной художественной печатью.

Основными направлениями деятельности ООО «РОСТСТРОЙ» в этой области являются французские натяжные бесшовные потолки и российские натяжные потолки, изготовленные по современным западным технологиям с использованием высококачественных комплектующих и пленки ПВХ.

Благодаря наличию производственного цеха, компания смогла наладить собственное производство натяжных потолков. Это обстоятельство позволяет контролировать качество на всех этапах производства и установки натяжных потолков, а также удерживать стоимость продукции и услуг на выгодном для клиентов уровне.

Материал, из которого выполняются натяжные потолки – мягкий поливинилхлорид (ПВХ) - отличается влагостойкостью, что позволяет устанавливать их в ванных комнатах и на кухнях. Не менее важным следует считать устойчивость к высоким температурам. Такой материал не воспламеняется и не поддерживает горение, что необходимо с точки зрения пожарной безопасности. Еще одно достоинство материала для натяжных потолков – прочность. Такой потолок может накопить и удерживать в себе протекшую сверху воду, что оберегает мебель, ковры, обои. Натяжные потолки сохраняют первоначальный вид очень долго, что обеспечивает экономичность, так как их не нужно подновлять постоянно. Ввиду наличия антистатических свойств материала, натяжные потолки обладают пылеотталкивающей способностью и позволяют облегчить уход: достаточно лишь иногда протирать их любым мягким моющим средством.

Преимуществом натяжных потолков также является быстрый и легкий монтаж. На монтаж натяжного потолка требуется небольшое количество времени, и при этом не потребуются выносить мебель или укрывать ее, закрывать окна полиэтиленом и прочее.

Работу с клиентом менеджеры предприятия начинают с выезда к нему специалиста, который проконсультирует и сделает необходимые замеры. Затем заказ передается в цех или на фабрику, которая осуществляет производство натяжных потолков. После этого полотно доставляют заказчику и приступают к установке.

Цена зависит от места изготовления и качества материалов, сложности монтажа.

В ООО «РОСТСТРОЙ» цены варьируются в зависимости от вида потолка: матовые - от 600 рублей за квадратный метр, глянцевые (самые популярные) - от 700 рублей за квадратный метр, мраморные или бархатные - от 1000 рублей за квадратный метр, зеркальные и антисептические – от 1200 рублей за квадратный метр. Самые дорогие – это так называемое «звездное небо», цена достигает 4000 рублей за квадратный метр.

Одна бригада в день монтирует 20-30 квадратных метров потолка. Дополнительно бригады устанавливают светильники и люстры.

Управление исследуемым предприятием осуществляется в соответствии с законодательством РФ и уставом организации. Высшим органом управления ООО «РОСТСТРОЙ» является Общее собрание его Участников.

Общее руководство деятельностью организации осуществляется единоличным исполнительным органом ООО «РОСТСТРОЙ» - директором, который избирается Общим собранием Участников на срок 3 года.

В отсутствие директора его функции выполняет иное лицо, представляемое Общим собранием Участников и действующее на основании доверенности, выданной генеральным директором на основании предварительного письменного решения Общего собрания Участников.

Директор и главный бухгалтер общества несут личную ответственность за соблюдение порядка ведения и достоверность бухгалтерского учета и отчетности.

Высшим должностным лицом ООО «РОСТСТРОЙ», как было сказано ранее, является директор, у которого имеются в непосредственном подчинении следующие руководители:

- заместитель директора по общим вопросам;
- руководитель отдела продаж;
- начальник отдела снабжения;
- бригадиры монтажных бригад;
- главный бухгалтер;

Кроме этого, непосредственно генеральному директору подчиняется

секретарь.

Для оперативной и бесперебойной работы на предприятии созданы несколько отделов. Каждый отдел выполняет свою функцию, имеет определенное количество штатных единиц, определенный распорядок и режим работы. Функции отделов предприятия:

- отдел продаж – занимается привлечением новых клиентов, в числе которых могут находиться как физические, так и юридические лица, находящиеся в Хакасии, Красноярском крае и других областях;

- отдел снабжения – обеспечивает предприятие в лице офиса и строительных бригад необходимыми материалами, а так же повседневными «инструментами» в работе для всех отделов фирмы;

- отдел выполнения заказов – в данный отдел входят монтажные бригады из 2-х человек, один из которых является бригадиром. В обязанности данного отдела входят такие функции как: установка натяжных потолков, ведение переговоров с клиентом на месте, обсуждение нюансов по установке потолков на месте.

Функции бухгалтерии несет на себе главный бухгалтер, остальные же функции (от кадровых вопросов до заключения крупных контрактов и анализа перспектив развития фирмы) ложатся на генерального директора и его заместителя.



Рис. 2.1. Организационная структура ООО «РОСТСТРОЙ»

Все отделы связаны между собой, обеспечивают взаимодействие и организованную работу предприятия на всех этапах его деятельности.

2.2. Анализ капитала предприятия

Капитал - это средства, которыми располагает субъект хозяйствования для осуществления своей деятельности с целью получения прибыли. Формируется капитал предприятия как за счет собственных (внутренних), так и за счет заемных (внешних) источников.

Информационной основой проведения анализа финансового потенциала предприятия является финансовая бухгалтерская отчетность, которая представляет собой комплекс взаимосвязанных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия за отчетный период.

Основные показатели, отражающие финансовое положение предприятия, представлены в балансе. Баланс характеризует финансовое положение предприятия на определенную дату и отражает ресурсы предприятия в единой денежной оценке по их составу и направлениям

использования, с одной стороны (актив), и по источникам их финансирования – с другой (пассив).

Устойчивость финансового положения предприятия в значительной степени зависит от целесообразности и правильности вложения финансовых ресурсов в активы.

Целью анализа является рассмотрение формирования и использования капитала на предприятии, а также выработка рекомендаций по его улучшению.

Рассмотрим основной и оборотный капитал предприятия, которые сформированы за счет активного и пассивного капитала.

Проведем внешний финансовый анализ, отобразив при этом соответствующие аспекты, используя формы отчетности за 2016-2017гг.: «Бухгалтерский баланс». Каждому виду размещенного капитала соответствует отдельная статья баланса. Анализ структуры и динамики актива и пассива предназначен для общей характеристики финансовых показателей предприятия, определения их динамики и отклонений за отчетный период. В процессе функционирования предприятия и величина активов, и их структура перетерпели постоянные изменения.

Агрегированный аналитический баланс (см. табл. 2.1) позволяет по внешним данным оценить масштабы деятельности ООО «РОСТСТРОЙ» и определить уровень его финансовой устойчивости.

Таблица 2.1

Агрегированный аналитический баланс за 2019 год

Актив	тыс. руб.	%	Пассив	тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	1089	20,7	Собственный капитал	4146	78,9
Оборотные активы	4169	79,3	Заемный капитал	1112	21,1
Баланс	5258	100	Баланс	5258	100

Размер совокупного капитала, вовлеченного в хозяйственный оборот составил 5258 тыс. руб. (см. табл. 2.1), что свидетельствует о небольшом масштабе деятельности фирмы. На данном предприятии в 2015 году работало 30 человек. По численности данное предприятие относится к среднему размеру. Фирма поглощает в большом количестве трудовые ресурсы при умеренной концентрации капитала.

В структуре активов основную долю 79,3% занимают оборотные средства. В пассивах преобладает собственный капитал 78,9%. Предприятие рентабельно, так как чистая прибыль довольно значительно возросла и на конец 2019 года составила 2746 тыс. руб. Данные пассива баланса показывают, что предприятие финансово устойчиво и в достаточной степени обеспечено собственным капиталом и резервами. При рассмотрении дебиторской и кредиторской задолженности видно, что предприятие полностью может расплатиться по своим долгам перед кредиторами. Поэтому финансово-хозяйственную деятельность фирмы следует признать эффективной. Таким образом, можно сказать, что предприятие развивает высокий уровень деловой активности и является прибыльным, но может быть подвержено финансовым рискам.

Анализ активов призван выявить особенности структуры активного капитала и отследить динамику изменений отдельных групп активов и капитала в целом. Данные задачи решаются с помощью структурно-динамического анализа. Показатели структуры и динамики активов представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Показатели структуры и динамики активов

Показатели	2018 год		2019 год		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	2	3	4	5	6	7
Всего активов:	4907	100	5258	100	351	7,2
в том числе:						

Окончание табл. 2.2

1	2	3	4	5	6	7
Внеоборотные	1002	20,4	1089	20,7	87	8,7
из них:						
материальные	974	19,8	1074	20,4	100	10,3
финансовые	28	0,6	15	0,3	-13	-46,4
Оборотные	3905	79,6	4169	79,3	264	6,8
из них:						
материальные	3157	64,3	3420	65,0	263	8,3
финансовые	748	15,2	749	14,2	1	0,1

Анализируя показатели структуры и динамики активов можно отметить тенденцию к росту как внеоборотных, так и оборотных активов. Внеоборотные активы возросли на 8,7% за счет роста материальных активов к концу отчетного года на 10,3%, рост оборотных активов отмечен увеличением материальных и финансовых активов.

Внеоборотные активы предприятия в значительной мере представлены основными средствами. Большая часть внеоборотных активов вовлечена именно в них – 1 074 тыс. руб. (см. табл. 2.3), что соответствует традиционной схеме размещения капитала.

Таблица 2.3

Показатели структуры и динамики основных средств

Показатели	2018 год		2019 год		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Основные средства всего:	1 088	100	1 147	100	59	5,4
в том числе:						
Здания и сооружения	432	39,7	432	37,7	0	0,0

Окончание табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
Машины и оборудование	250	23,0	206	18,0	-44	-17,6
Транспорт	359	33,0	462	40,3	103	28,7
Инвентарь	22	2,0	22	1,9	0	0,0
Прочие	25	2,3	25	2,2	0	0,0
Активная часть	609	56,0	668	58,2	59	9,7

Основной капитал предприятия первоначальной стоимостью составил на конец 2019 года 1 147 тыс. руб. - 98,6% от всей суммы внеоборотных активов. Стоимость основных средств на конец отчетного периода возросла на 5,4%. Возрастание объясняется за счет поступления транспортных средств на сумму 103 тыс. руб.

Таблица 2.4

Расчет показателей износа и движения основных средств

Показатели	2018 год, тыс. руб.		2019 год, тыс. руб.		Отклонения, тыс. руб.	
	Всего	в т.ч. активная часть	Всего	в т.ч. активная часть	Всего	активн ая часть
Основные средства всего:	1 088	609	1 147	668	59	59
Начисленный износ	114	54	73	36	-41	-18
Коэффициент износа	0,1	0,09	0,06	0,05	0	-0,04
Коэффициент годности	0,9	0,91	0,94	0,95	0	0,04
Коэффициент обновления	X	X	0,09	0,09	0,09	0,09
Коэффициент выбытия	X	X	0,02	0,02	0,02	0,02

Финансовые показатели, характеризующие состояние основных средств показывают, что предприятие обновляет имеющиеся фонды.

Износ основных средств, согласно коэффициента, равному 0,06 или 6% находится на не высоком уровне, в связи с этим можно сделать вывод, что основные фонды новые. Коэффициент годности, равный 94%, показывает достаточно высокий уровень годности, что способствует низкому коэффициенту выбытия.

Оборотные (текущие, мобильные) активы – это часть капитала, размещенная в имущество с высокой скоростью движения – в течении года он совершает более одного оборота. Основные задачи анализа на данном этапе – это выявление структурно-динамических особенностей и оценка эффективности их использования. Структуру и динамику текущих активов рассмотрим в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Показатели структуры и динамики текущих активов

Показатели	2018 год		2019 год		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы - всего	3905	100	4169	100	264	6,8
в том числе:						
Производственные запасы	3157	80,8	3420	82,0	263	8,3
НДС	35	0,9	30	0,7	-5	-14,3
Дебиторская задолженность	704	18,0	693	16,6	-11	-1,6
Денежные средства	9	0,3	8	0,2	-1	-11,1
Прочие активы	-	-	18	0,5	-18	-

Оборотные активы в структуре баланса на конец отчетного периода составляют 79,3%. Большую доля из них приходится на производственные запасы – 82,0%, которые несмотря на небольшое увеличение в 2019 году составили почти 3,4 млн.руб. Увеличение это произошло, в большей мере, за счет роста готовой продукции, которая возросла на 381 тыс.руб. или 42,3%.

Динамика запасов предприятия представлена в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Материальные запасы, тыс. руб.

Показатели	2018 год	2019 год	Отклонение
Сырье и материалы	2 292	2 169	-123
Затраты	-	-	-
Готовая продукция	900	1 281	381
Расходы будущих периодов	-	-	-
Всего	3 192	3 450	258

Уменьшение стоимости сырья и материалов на 123 тыс.руб. и увеличение готовой продукции связано с увеличением рыночной стоимости материальных ценностей и увеличением объема производства.

Таблица 2.7

Расчет общих показателей оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2018 год	2019 год	Отклонения
Выручка от продаж, тыс.руб.	11049	16444	5395
Средние остатки оборотных средств, тыс.руб.	3905	4169	264
Коэффициент оборачиваемости	2,8	3,9	1,1
Длительность одного оборота, дни	100	76,6	-23,4

Показатели оборачиваемости оборотных средств характеризуют эффективность их использования, и чем чаще будет оборачиваемость, и чем короче длительность одного оборота в днях, тем больше прибыли получит предприятие. Из приведенной таблицы видно, что коэффициент оборачиваемости увеличился на 1,1 и на конец 2019 года составил 3,9, что повлекло в свою очередь к сокращению длительности оборота в днях со 100 до 76,6 дней. Данные изменения показателей способствовали увеличению выручки на 5 395 тыс.руб.

Дебиторская задолженность на 31 декабря 2019 года составляет 693 тыс. руб.

Общая дебиторская задолженность с начала года уменьшилась на 1,6% и ее доля в оборотном капитале составила 16,6%. Долгосрочная дебиторская задолженность отсутствует. Такой объём дебиторской задолженности приемлем для предприятия. Главной причиной изменения задолженности относительно данных на начало года является заключение договоров с новыми клиентами на поставку продукции, увеличение отгрузок товара постоянным клиентам.

Дебиторская задолженность покупателей и заказчиков в 2018 году составляла – 704 тыс.руб., за 2019 год задолженность уменьшилась на 11 тыс.руб. Уменьшение дебиторской задолженности по статье «Покупатели и заказчики» объясняется увеличением платежеспособности покупателя. Ввиду большой конкуренции на рынке пластиковых окон и постоянным увеличением их стоимости, предприятие вынуждено (для сохранения потребителей) продавать окна в долг. Задолженность за реализованные окна за 2019 года составляет – 693 тыс.руб.

Группировка дебиторской задолженности по срокам погашения и образования отражена в таблице 2.8.

Таблица 2.8

Группировка дебиторской задолженности по срокам погашения и образования

Показатели	2018 год		2019 год		Отклонения	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность	704	100	693	100	-11	-1,6
в том числе:						
Краткосрочная	704	100	693	100	-11	-1,6

В 2017 году предприятие не имеет дебиторскую задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев. Это позволяет предприятию рассчитывать по своим долгам.

Дебиторская задолженность обернулась в 2019 году примерно 27 раз при среднем сроке погашения 13 дней. Несколько негативная ситуация сложилась в связи с преобладанием задолженности покупателей. Все это ставит предприятие в невыгодные условия и вызывает отвлечение мобильного капитала.

Денежные средства – самый мобильный, ликвидный вид оборотных активов, завершающий оборот средств и дающий начало новому обороту. Внешний анализ денежных средств проводится с целью предварительной оценки платежеспособности предприятия и рациональности использования им денежной массы. Показатели движения денежных средств отражены в таблице 2.9.

Таблица 2.9

Показатели движения денежных средств, тыс. руб.

Показатели	Общая сумма ДС в тыс. руб.	Текущая		Инвестиционная		Финансовая	
		тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Остаток ДС в 2016 году	9	х	х	х	х	х	х
Поступило ДС в 2017 году	1 248	1 248	100	-	-	-	-
Направлено ДС в 2016 году	1 249	1 253	100	-	-	-	-
Остаток ДС в 2016 году	8	х	х	х	х	х	х

Весь входящий денежный поток обусловлен текущей деятельностью предприятия (см. табл. 2.9). Притока инвестиционных средств нет. Текущие поступления денежных средств за 2019 год находятся на одинаковом уровне с оттоком, на основании чего можно сделать вывод о том, что необходимое условие финансовой стабильности выполняется.

Источники финансирования имущества состоят из двух частей: собственных средств и привлеченных. При внутреннем анализе финансового

состояния необходимо изучить динамику и структуру собственного и заемного капитала, выяснить причины изменения отдельных слагаемых и дать оценку этим изменениям за отчетный период. Данный анализ позволит определить сумму и процент собственных и заемных средств в общем объеме источников.

От степени оптимального соотношения собственного и заемного капитала во многом зависят финансовое положение предприятия и его устойчивость. Структура и динамика пассивов предприятия представлена в таблице 2.10.

Таблица 2.10

Показатели структуры и динамики пассивов

Показатели	2018 год		2019 год		Отклонения	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Всего источников,	4907	100	5258	100	351	7,2
в том числе:						
Собственных	4096	83,5	4146	78,9	50	1,2
Заемных	811	16,5	1112	21,1	301	37,1
из них:						
краткосрочных	811	16,5	1112	21,1	301	37,1

Совокупный капитал предприятия за 2019 год повысился на 7,2% (см. табл. 2.10). Основную долю в его структуре занимает собственный капитал 78,9%. Преобладание собственного капитала над заемным, позитивно характеризуют структуру источников с точки зрения их надежности и защиты от правосторонних рисков.

Увеличение совокупного капитала на 351 тыс. руб. в большей мере обусловлено увеличением собственных средств – на 50 тыс.руб. или 1,2%. Заемные средства за период увеличились на 301 тыс.руб. или 37,1%.

Изменение величины собственного капитала вызвано получением по итогам 2015 года дополнительной прибыли в размере 50 тыс. руб.

Заемный капитал – это кредиты банков и финансовых компаний, займы, кредиторская задолженность. Он подразделяется на долгосрочный (более года) и краткосрочный (до года).

Привлечение заемных средств в оборот предприятия – явление нормальное, содействующее временному улучшению финансового состояния при условии, что эти средства не замораживаются на продолжительное время в обороте и своевременно возвращаются. При формировании структуры заемного капитала необходимо учитывать особенности каждой его составляющей (см. табл. 2.11).

Таблица 2.11

Группировка заемного капитала по категориям кредиторов

Показатели	2018 год		2019 год		Отклонения	
	тыс.руб.	%	тыс.руб.	%	тыс.руб.	%
Заемный капитал – всего:	811	100	1112	100	301	37,1
в том числе:						
1. Кредиторская задолженность, в т.ч.	811	100	1112	100	301	37,1
- поставщики	613	75,6	835	75,1	222	36,2
- работники предприятия	76	9,4	90	8,1	14	18,4
- соцстрах	45	5,5	65	5,8	20	44,4
- бюджет	42	5,2	15	1,3	-27	-64,3
- прочие кредиторы	35	4,3	107	9,6	72	205,7

Заемный капитал в основном представлен кредиторской задолженностью (см. табл. 2.11). Размер кредиторской задолженности за 2019 год повысился на 301 тыс.руб. или 37,1%. Большую ее часть формируют поставщики и подрядчики – 75,1%. Задолженность перед ними увеличилась на 36,2%.

Таблица 2.12

Группировка заемного капитала по срокам погашения и образования

Показатели	2018 год		2019 год		Отклонения	
	тыс.руб.	%	тыс.руб.	%	тыс.руб.	%
Заемный капитал – всего:	811	100	1112	100	301	37,1
в том числе:						

Краткосрочные обязательства	811	100	1112	100	301	37,1
в том числе:						
Кредиторская задолженность	811	100	1112	100	301	37,1

За 2019 год размер заемного капитала увеличился на 301 тыс.руб. (см. табл. 2.12).

По сравнению с началом года краткосрочная кредиторская задолженность увеличилась на 37,1%. Долгосрочной задолженности предприятие не имеет.

Задолженность перед государственным бюджетом является текущей, она снизилась на конец 2019 года на 27 тыс.руб. или 64,3% и составила 15 тыс.руб.

2.3. Анализ финансового состояния предприятия

Под финансовым состоянием понимается способность предприятия финансировать свою деятельность.

Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразным их размещением и эффективным использованием, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно обладать гибкой структурой капитала и уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для нормального функционирования. Так как устойчивое состояние, в свою очередь, положительно влияет на объемы основной деятельности, обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому при

анализе финансовой устойчивости важно чтобы величина запасов и затрат была обеспечена источниками, предназначенными для их формирования. Для анализа финансового состояния необходимо рассчитать коэффициенты: автономии, обеспеченности запасов, обеспеченности оборотных активов, маневренности.

Информационной базой для проведения данного анализа является бухгалтерская документация. К основным направлениям анализа относятся:

- анализ качества активов;
- анализ качества пассивов;
- обоснование затрат и расходов;
- обоснование отражения доходов;
- анализ прибыльности отдельных видов деятельности;
- распределение прибыли;
- использование фондов.

Предприятие финансово устойчиво (см. табл. 2.13), имеет достаточно собственных источников финансирования, практически по всем перечисленным в таблице статьям у предприятия положительные результаты, которые в течение исследуемого периода возрастают. Таким образом, ООО «РОСТСТРОЙ» можно с уверенностью назвать финансово устойчивой фирмой.

Таблица 2.13

Показатели обеспеченности материальных активов источника
финансирования, тыс. руб.

Показатели	2018 год	2019 год
Собственный капитал	4096	4146
Внеоборотные активы	1002	1089
Собственные оборотные средства	3094	3057
Долгосрочные пассивы	-	-
Собственные и долгосрочные источники	3094	3057
Краткосрочные кредиты и займы	-	-

Общая величина основных источников	3094	3057
Общая величина запасов и затрат	3157	3420
Излишек (+) или недостаток (-) СОС	-63	-363
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников	-63	-363
Излишки (+) или недостаток (-) общей величины основных источников	-63	-363

Произведём расчёт коэффициентов финансовой устойчивости, чтобы выяснить способность пассивного капитала предприятия финансировать активный капитал в пределах допустимых рисков (см. табл. 2.14).

Как уже отмечено выше – предприятие устойчиво, это подтверждают и приведенные в таблице коэффициенты.

Несмотря на небольшое сокращение показателей финансовой устойчивости в 2017 году, все они превышают нормативное значение.

Коэффициент маневренности равен 0,74. Он показывает, что все средства фирмы находятся в мобильной форме.

Таблица 2.14

Расчет коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	2018 г	2019 г	Отклонение	Нормативное значение
Коэффициент автономии	0,83	0,79	-0,04	$\geq 0,5$
Коэффициент обеспеченности запасов	0,98	0,89	-0,09	$> 0,6$
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,79	0,73	-0,06	$\geq 0,1$
Коэффициент маневренности	0,76	0,74	-0,02	$> 0,3$

В целом финансовое состояние предприятия можно признать удовлетворительным, а предприятие платежеспособным, так как коэффициент обеспеченности собственными средствами на конец отчетного периода превышает нормативное значение в 1,6 раз.

Ликвидность баланса – возможность субъекта хозяйствования обратить активы в наличность и погасить свои платежные обязательства. Иными словами, ликвидность – это способ поддержания платежеспособности

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени убывающей ликвидности (см. табл. 3.3), с краткосрочными обязательствами по пассиву, которые группируются по степени срочности их погашения.

Таблица 2.15

Группировка статей баланса для анализа его ликвидности, тыс. руб.

Актив	2018 год	2019 год	Пассив	2018 год	2019 год	Платежный излишек или недостаток	
						2018 г.	2019 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Наиболее ликвидные активы	9	8	1. Наиболее срочные обязательства	811	1112	-802	-1104
2. Быстро реализуемые активы	704	693	2. Краткосрочные обязательства	-	-	704	693
3. Медленно реализуемые активы	3 192	2 169	3. Долгосрочные обязательства	-	-	3192	2169
4. Трудно реализуемые активы	1 002	1 089	4. Постоянные пассивы	4 096	4 146	3094	3057
ИТОГО	4 907	5 258	ИТОГО	4 907	5 258	-	-

У предприятия недостаточно наиболее ликвидных активов для того, чтобы погасить за их счет наиболее срочные обязательства, поэтому его нельзя назвать абсолютно ликвидным (см. табл. 2.15). По-другому дела обстоят с краткосрочными и долгосрочными обязательствами, они отсутствуют в структуре пассивов. Таким образом, несмотря на недостаток денежных средств в структуре активов фирмы, ее можно признать платежеспособной.

Более объективную картину ликвидности раскрывает анализ коэффициентов, приведенных в таблице 2.16.

Таблица 2.16

Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2018 год	2019 год	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,007	$\geq 0,25$
Коэффициент критической ликвидности	0,88	0,63	0,75-0,8
Коэффициент текущей ликвидности	4,84	2,58	$\geq 1,7$

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какую часть краткосрочных обязательств предприятие может погасить за счет абсолютно ликвидных активов, и то, что данный показатель на конец 2019 года намного меньше нормативное значение, подтверждает неспособность погасить свои долги.

Коэффициент критической ликвидности за 2019 год снизился до 0,63, и тоже не превышает нормативное значение. То есть у предприятия недостаточно денежных средств и дебиторской задолженности, за счет которых может быть полностью профинансированы текущие обязательства.

Коэффициент текущей ликвидности 2,58 соответствует нормативным ограничениям. Этот коэффициент показывает, какую часть текущей задолженности сможет покрыть предприятие, если реализует все свои оборотные активы.

В результате анализа показателей ликвидности можно сделать вывод, что уровень платежеспособности предприятия довольно высок.

Для оценки платежеспособности предприятия рассмотрим соотношение дебиторской и кредиторской задолженности. Данные для сравнительного анализа представим в таблице 2.17.

Сравнительный анализ дебиторской и кредиторской задолженностей

Показатели	ДЗ	КЗ
Сумма на конец 2015 года, тыс.руб.	693	1 112
Темп роста, %	-1,6	37,1
Количество оборотов (по сумме погашенных обязательств)	23	27,4

Сравнительный анализ показывает, что сумма кредиторской задолженности в 1,6 раза превышает дебиторскую задолженность. В течение 2019 года темп роста дебиторской задолженности в абсолютных показателях был на 93 тыс.руб. ниже соответствующего показателя по кредиторской задолженности, а количество оборотов дебиторской задолженности на 4,4 меньше количества оборотов кредиторской задолженности. Такие характеристики в дальнейшем могут отрицательно сказаться на повышении уровня платежеспособности предприятия.

2.4. Управленческий анализ

Управленческий анализ включает в себя расчет объемных показателей, себестоимости услуг, трудовых ресурсов и повышение производительности.

Основной задачей предприятия является выполнение работ по изготовлению, продаже, установке натяжных потолков; сервисное обслуживание клиентов по монтажу и демонтажу натяжных потолков; чистка натяжных потолков; световое оформление.

Предприятие осуществляет свою деятельность на территории Республики Хакасия.

Поведем анализ объемных показателей деятельности предприятия. Объемы производства проиллюстрированы в таблице 2.18.

Из данных таблицы 2.18 следует, что наибольший удельный вес приходится на строительство жилья, однако за анализируемый период

произошло незначительное снижение доли объемов производства от строительства жилья на 3%, а также увеличение строительства социально-значимых объектов на 3%.

Таблица 2.18

Анализ объемов производства

Показатели	2018 год		2019 год		Отклонения	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Натяжные потолки	1 917	23,6	3 273	25,2	1 356	70,7
Сервисное обслуживание	6 206	76,4	9 715	74,8	3 509	56,5
Всего	8 123	100	12 988	100	4 865	59,9

Из данных таблицы 2.18 следует, что наибольший удельный вес приходится на балконное остекление. За анализируемый период произошло значительное увеличение доли объемов производства и монтажа натяжных потолков на 70,7%, а также увеличение объемов работ по сервисному обслуживанию и световому оформлению на 56,5%.

Группировка затрат по экономическим элементам показывает материальные и денежные затраты организации без распределения их на отдельные виды продукции и другие хозяйственные нужды, а также необходима для того, чтобы изучить материалоемкость, трудоемкость, фондоемкость и установить влияние каждого элемента.

Группировка затрат по элементам представлена в таблице 2.19.

Таблица 2.19

Анализ затрат по элементам

Элементы затрат	2018 год		2019 год		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Материалы	1 787	22	2 598	20	811	45,4
Оплата труда	3 168	39	5 884	45,3	2 716	85,7
Отчисления на соц. нужды	837	10,3	1 520	11,7	683	81,6
Амортизация	276	3,4	623	4,8	347	125,7

Прочие затраты	2 055	25,3	2 364	18,2	309	15,0
Итого по элементам затрат	8 123	100	12 988	100	4 865	59,9

Данные, представленные в таблице 2.19 показывают, что произошло увеличение удельного веса затрат на 59,9%. Доля материальных затрат сократилась на 45,4 процентных пункта. Преобладание материальных затрат и затрат на оплату труда над иными затратами указывает на то, что производство является материалоемким и трудоёмким.

От обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят объем и своевременность выполнения всех работ, степень использования оборудования, машин, механизмов. Основной целью кадровой политики фирмы является обеспечение функционирования и развития системы управления кадрами в направлении обеспечения качества выполнения ремонтных работ, получения наилучших экономических результатов.

Основная и важнейшая задача кадровой политики – эффективное использование существующего кадрового потенциала, в наибольшей степени подготовленного к реализации стратегии развития акционерного общества, конструктивного решения текущих проблем. ООО «РОСТСТРОЙ» обеспечивает своим сотрудникам полный объем социальных льгот и гарантий. Динамика численности персонала показана в таблице 2.20.

Таблица 2.20

Динамика численности персонала

Наименование	2018 год, чел.	2019 год, чел.	Отклонение	
			Чел.	%
Среднесписочная численность - всего	25	30	5	20,0
- руководителей высшего звена	2	2	0	0,0
- руководителей, специалистов и служащих	3	3	0	0,0
- рабочих	20	25	5	25,0

Рост численности персонала на 5 человек в 2018 году обусловлен принятием в штат еще работников. Снижение численности на предприятии нет.

Полноту использования персонала предприятия можно оценить по количеству отработанных дней и часов одним работником за анализируемый период времени (см. табл. 2.21).

Таблица 2.21

Использование рабочего времени

Показатели	План	Факт 2018 г.	Факт 2019 г.	Отклонения	
				от плана	от факта 2018 г.
Среднесписочное число рабочих, чел.	25	25	30	5	5
Общее число проработанных всеми рабочими чел.-дн., (тыс. дн.)	25,7	18,9	23,2	-2,5	4,3
Проработано дней одним рабочим, тыс. дн.	257	220	223	-34	3
Общее число проработанных всеми рабочими чел.-час. (тыс. час)	200	146,2	175,8	-24,2	29,6
Отработано часов одним рабочим, тыс. часов	2	1,7	1,69	-0,31	-0,01
Средняя продолжительность рабочего дня	7,9	7,8	7,7	-0,2	-0,1

Имеющиеся трудовые ресурсы предприятия используются не достаточно полно, по отношению к плановым показателям. В среднем одним рабочим отработано по 223 дня вместо 257, в связи с чем, сверхплановые целодневные потери рабочего времени на одного рабочего составили – 34 дня или в пересчете к общему числу рабочих 1 020 дней или 8 160 часов.

Существенны и внутрисменные потери рабочего времени – 1 338 часов (формула 2.1):

$$\Delta \text{ФРВ}_n = \Pi_{\text{ф}} - \Pi_{\text{пл}} \cdot \bar{D}_{\text{ф}} \cdot \text{ЧР}_{\text{ф}}, \quad (2.1)$$

где $\Delta \text{ФРВп}$ – изменение фонда рабочего времени (внутрисменные потери), ч.;

Пф – средняя фактическая продолжительность рабочего дня, ч.;

Ппл – средняя продолжительность рабочего дня по плану, ч.;

Дф – фактическое количество отработанных дней одним рабочим за год, дн.;

ЧР_ϕ – фактическая среднесписочная численность рабочих, чел.

$$\Delta \text{ФРВ}_\pi = 1,7 - 7,9 \cdot 223 \cdot 30 = -1\,338 \text{ (ч.)}$$

Таким образом, общие потери рабочего времени составили 9 498 ч. В действительности они могут быть еще выше, в связи с тем, что фактический фонд отработанного времени включает в себя и сверхурочно отработанные часы (формула 2.2):

$$\Delta \text{ФРВ}_{\text{общ}} = \text{Ч}_\phi - \text{Ч}_{\text{пл}} \cdot \text{ЧР}_\phi, \quad (2.2)$$

где $\Delta \text{ФРВ}_{\text{общ}}$ – общее изменение фонда рабочего времени (общие потери), тыс. ч.;

Ч_ϕ – фактическое количество отработанных часов одним рабочим за год, тыс. ч.;

$\text{Ч}_{\text{пл}}$ – количество часов, которое должен отработать один рабочий за год, в соответствии с планом, тыс. ч.;

$$\Delta \text{ФРВ}_{\text{общ}} = 1,69 - 2 \cdot 30 = -9,3 \text{ (тыс.чел.)}$$

Данный факт обусловлен наличием ряда объективных и субъективных причин: дополнительными отпусками с разрешения администрации, заболеваниями рабочих с временной потерей трудоспособности, прогулами, простоями из-за неисправности оборудования, машин и так далее.

Анализ использования трудовых ресурсов, рост производительности труда необходимо рассматривать в тесной связи с оплатой труда. Повышение уровня оплаты труда способствует росту его мотивации и производительности.

Также в ходе анализа было выявлено соотношение показателей средней заработной платы предприятия с данными показателями по республике, отрасли. Обеспечивает ли ее уровень прожиточный минимум работнику (см. табл. 2.22).

Таблица 2.22

Средняя заработная плата на одного работника

Показатели	2018 год	2019 год	Отклонения	Темп роста, %
Прожиточный минимум трудоспособного населения по РХ, руб.	4 139	4 494	355	111,3
Средняя заработная плата на одного работника, руб.: по данным Госкомстата				
по России, руб.	10 555	12 728	2 173	125,4
по РХ, руб.	10 608	11 500	892	110,4
на предприятии, руб.	13 086	13 637	551	106,1

Исходя из вышеуказанных данных в таблице 2.22, можно сказать, что средняя заработная плата на одного работника на предприятии увеличилась на 6,1% и составляет 14 637 руб. – превышает средний уровень заработной платы по республике 11 500 руб. Темп роста средней заработной платы на предприятии не превышает темп роста индекса потребительских цен 90,3 % < 110,2%, однако ее величина обеспечивает прожиточный минимум.

В целях повышения профессионального уровня и умения работать в условиях рыночных отношений большое внимание уделяется обучению и профессиональному развитию персонала.

На основании вышеприведенных данных можно сделать вывод о том, что ООО «РОСТСТРОЙ», имея штат высококвалифицированных специалистов в целом эффективно использует свои трудовые ресурсы, что

говорит о своевременности выполнения работ, максимальной загрузки используемого оборудования и как следствие способствует стабильной работе предприятия. Однако размер оплаты труда остается довольно низким. Для формирования стоимости работ необходимо правильно выбрать метод формирования себестоимости работ. Полученную прибыль можно направить на материальное стимулирование сотрудников, чтобы избежать в последствии текучести кадров.

Главная цель управленческого анализа – оценить эффективность деятельности предприятия и выявить пути ее повышения, кроме того, оценить результаты производственно - хозяйственной деятельности, проанализировать ход выполнения производственной программы с целью прогнозирования возможных результатов, а также анализ производства и реализации продукции с целью оперативного воздействия на ход деятельности предприятия.

2.5. Заключительная оценка деятельности предприятия

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Анализ финансовых результатов необходим для признания деятельности фирмы прибыльной или убыточной.

Рассмотрим абсолютное значение, направленность и особенности формирования финансового результата по всем видам деятельности. Данные представлены в таблице 2.23.

Таблица 2.23

Показатели финансовых результатов

Показатели	2018 год	2019 год	Отклонения	
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	%
Выручка от продаж	11 049	16 444	5 395	48,8
Полная себестоимость	8 123	12 988	4 865	59,9

Прибыль (убыток) от продаж	2 926	3 456	530	18,1
Сальдо операционных доходов и расходов	0	0	0	0,0
Сальдо внереализационных доходов и расходов	-8	-6	2	-25,0
Прибыль (убыток) до налогообложения	2 918	3 450	532	18,2
Налог на прибыль	222	704	482	217,1
Прибыль чистая	2 696	2 746	50	1,9

Общий финансовый результат (чистая прибыль) за 2019 год увеличился на 5,4 млн.руб. или 48,8%. По сравнению с 2018 годом размер чистой прибыли составил 2 746 тыс.руб., т.е. предприятие работает эффективно и тем самым увеличивает размер прибыли. Выручка от реализации продукции возросла на 48,8% и составила 16,4 млн.руб. Себестоимость повысилась на 59,9%. Эти изменения привели к росту прибыли от реализации на 18,1% по сравнению с данными за 2018 год. На рост прибыли от реализации повлияли такие внутренние факторы как увеличение объемов производства и качества продукции, политика ценообразования, повышение уровня квалификации кадров. Также влияние оказали внешние факторы: повышение цен на пластик, снижение ставок налогов и др.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предприятие наращивает объемы производства.

Важнейшим показателем результата производственной деятельности является валовая прибыль. Она определяется как разность между выручкой и себестоимостью.

Динамика валовой прибыли за 2017-2019 годы представлена в таблице (табл. 2.24).

Таблица 2.24

Оценка валовой прибыли за 2017-2019 гг.

Показатели	2017	2018	2019	Изменение 2019 к 2017 (+,-) тыс. руб.	Прирост 2019 к 2017 (+,-), %
Выручка (нетто), тыс. руб.	10056	11049	16444	6388	63,5
Себестоимость продукции, тыс. руб.	7560	8123	12988	5428	71,8
Валовая прибыль, тыс. руб.	2496	2926	3456	960	38,5

Данные таблицы 2.24 свидетельствуют, что в 2018 году в сравнении с 2017 годом валовая прибыль увеличилась на 993 тыс. руб. или более, чем на 138,5%, но в сравнении с 2018 годом она увеличилась на 530 тыс. руб. или всего на 18,1% ($3456 / 2926 * 100 - 100$).

Валовая прибыль формируется под влиянием следующих факторов:

- объема реализации;
- себестоимости реализованных изделий;
- цен реализации;
- структурных сдвигов.

Факторный анализ валовой прибыли проводится по данным формы «Отчет о финансовых результатах».

Традиционно используется прием экономического анализа элиминирования (методом цепных подстановок).

Элиминирование – технический прием анализа, используемый для определения влияния отдельных факторов на изучаемое явление.

Данные таблицы 2.19 отражают незначительно увеличение суммы валовой в 2019 году в сравнении с 2018 годом, и значительное повышение сравнении с 2017 годом.

Поэтому целесообразно сравнить период 2018 - 2019 годы и выявить влияние факторов, которые привели к такому повышению.

Для определения влияния отдельных факторов на величину валовой прибыли необходимо рассчитать следующие дополнительные показатели

- выручку от продажи без косвенных налогов отчетного периода в базисных ценах;
- себестоимость отчетного периода в базисных затратах;
- базисную валовую прибыль как разницу между выручкой от продажи и себестоимостью отчетного периода в базисных ценах.

Данные факторы используются для анализа влияния факторов на изменения валовой прибыли.

Исходные данные для оценки влияния на изменение валовой прибыли основных факторов представлены в таблице (табл. 2.25).

Таблица 2.25

Данные для факторного анализа валовой прибыли

Показатели	2017	2018	2019	Изменение 2019 от 2018 (+,-) тыс. руб.
Выручка (нетто), тыс. руб.	11049	14120	16444	5395
Себестоимость продукции, тыс. руб.	8123	11240	12988	4865
Валовая прибыль, тыс. руб.	2926	2880	3456	530

Прибыль от реализации увеличилась на 530 тыс. руб. (3456 - 2926).

Расчет воздействия факторов.

Влияние изменения цен = $16444 - 14120 = 2324$ тыс. руб.

Влияние изменения себестоимости = $12988 - 11240 = -1748$ тыс. руб.

Увеличение себестоимости снижает прибыль от реализации.

Влияние изменения объема и структуры = $2880 - 2926 = -46$ тыс. руб.

Общее влияние составит = $2324 - 1748 - 46 = 530$ тыс. руб.

Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо определить влияние объема через коэффициент роста реализации продукции, т.е.

определить процент выполнения плана по реализации продукции в оценке по плановой себестоимости или в натуральном исчислении.

$$\text{Коэффициент роста реализации продукции} = 16444 / 11049 = 1,488$$

Расчет факторов влияющих на изменение прибыли:

- за счет изменения объема реализации = $(2926 * 1,488) - 2926 = 1427,9$ тыс. руб.

Увеличение объема выпуска продукции увеличило прибыль на 1427,9 тыс. руб.

- за счет изменения структуры выпуска продукции = $-46 + 1427,9 = 1381,9$ тыс. руб.

Изменение структуры выпуска продукции увеличило прибыль на 1381,9 тыс. руб.

Анализ проведенных расчетов показывает, что увеличение прибыли от реализации произошло за счет увеличения цен, а это привело к росту прибыли на 2324 тыс. руб. Увеличение себестоимости снизило прибыль в целом на 1748 тыс. руб. Изменение объема и структуры реализованной продукции снизило прибыль на 46 тыс. руб.

Влияние на изменение объема и структуры снизило прибыль на 46 тыс. руб., что произошло за счет увеличения объема реализации продукции на 1427,9 тыс. руб. и изменения структуры выпуска на 1381,9 тыс. руб. Таким образом, влияние оказали ценовые факторы и структурные сдвиги в производстве.

В заключение целесообразно проанализировать дефлятор цены – соотношение индекса роста цен на продукцию и индекса роста цен на ресурсы. Дефлятор цены характеризует финансовую производительность, т.е. меру возмещения роста цен на ресурсы в цене реализуемой продукции.

На ООО «РОСТСТРОЙ» индекс цен на продукцию составляет 1,165 (16444 / 14120), а на ресурсы 1,156 (12988 / 11240).

Величина дефлятора положительна – 1,008 (1,165 / 1,156), что способствовало увеличению прибыли.

Экономическая эффективность деятельности предприятий выражается рентабельностью (доходностью), то есть отношением прибыли к затратам или к выручке. Рентабельность – это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса.

Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они измеряют доходность с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Цель анализа рентабельности – оценить способность предприятия приносить доход на вложенный в нее капитал. От уровня рентабельности капитала зависит инвестиционная привлекательность предприятия.

Экономическая сущность рентабельности раскрывается через систему показателей. Общий их смысл – определение суммы прибыли с одного рубля вложенного капитала. И поскольку это относительные показатели – они практически не подвержены влиянию инфляции. Оценка показателей рентабельности представлена в таблице 2.26.

Рентабельность – это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса. Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности; они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или потребленными ресурсами.

Анализ показателей рентабельности предполагает исследование размера полученной прибыли и ее долю в выручке от реализации, собственном капитале, себестоимости и валюте баланса. Расчет основных показателей рентабельности и формулы расчета приведены в таблице 2.26.

Таблица 2.26

Показатели рентабельности, %

Наименование показателя	2018 год	2019 год	Отклонения
Рентабельность продаж	26,5	21,0	-5,5
Рентабельность основной деятельности	36,0	26,6	-9,4
Рентабельность активов	59,5	65,6	6,1
Рентабельность собственного капитала	65,8	66,2	0,4

Прибыльность деятельности общества характеризуется показателями рентабельности. Полученные значения некоторых коэффициентов имеют тенденцию к увеличению, некоторые уменьшаются. Анализ финансового состояния предприятия за 2018-2019 года показывает, что оно имеет устойчивое финансовое состояние. Компания не зависима от внешних кредиторов, имеет удовлетворительную структуру баланса.

Деловая активность, в финансовом аспекте, проявляется прежде всего в скорости оборота средств, от него зависит размер годового оборота. Также с оборачиваемостью связана относительная величина условно-постоянных расходов: чем быстрее оборот, тем меньше на каждый оборот приходится этих расходов. Показатели деловой активности предприятия представлены в таблице 2.27.

Таблица 2.27

Показатели деловой активности

Показатели	2018 год	2019 год	Отклонения, %
Коэффициент деловой активности	2,25	3,13	0,88
Фондоотдача основных средств	11,3	15,3	4
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	2,83	3,94	1,11
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	2,7	3,97	1,27
Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	13,6	14,79	1,19

Группа показателей деловой активности характеризует эффективность использования имеющихся в распоряжении предприятия средств. Большинство показателей этой группы для анализируемого предприятия имеют положительную динамику, т.е. сокращение длительности оборота (в 2019 году по сравнению с 2018 годом нет показателей, скорость оборота по которым превышает 100 дней).

По данным таблицы 2.22 видно, что оборотные средства за 2019 год обернулись 3,94 раза, собственный капитал фирмы – 3,97 раз, заемный капитал – 14,79 раза, и это положительный фактор.

2.6. Вопросы экологии

Вопросы экологии на ООО «РОСТСТРОЙ» регулируются в соответствии с Законом РФ «Об охране окружающей среды». На основании данного закона предприятия в ходе своей деятельности должны осуществлять экологический контроль с целью соблюдения нормативов качества окружающей природной среды. Необходимо проводить мониторинг окружающей природной среды для своевременного выявления изменения среды, их оценки и принятия мер по устранению негативных процессов.

На ООО «РОСТСТРОЙ» работает специалист-эколог, который занимается вопросами, касающимися охраны окружающей среды. В его функциональные обязанности входит:

- контроль (мониторинг) за состоянием, изменением окружающей среды предприятия, и принадлежащих ему объектов (карьер);

- ведение нормативной документации, расчеты платы за воздействие на окружающую среду, выполнение плана-графика мониторинга за состоянием окружающей среды, годовые отчеты 2ТП-воздух, 2-ТП-отходы и т.п.

Для исполнения законодательства РФ об охране окружающей среды на предприятии, согласно его хозяйственной деятельности разрабатываются рабочие проекты по охране экологии:

1. Проект нормативов предельно допустимых выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух.

2. Проект по охране окружающей среды по предприятию: водоснабжение и водоотведение.

3. Проект нормативов образования отходов и лимитов на их размещение (ПНООЛР).

Контролирующие организации (Росприроднадзор, Ростехнадзор), в соответствии с законодательством РФ, контролируют выполнение условий размещений, выезжают с поверками на объекты предприятия.

Также на предприятии по каждому виду деятельности (хранение и размещение отходов, выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, стоки воды) проводятся контрольные замеры (ЦЛАТИ, СЭС).

Данные проекты разрабатываются в специализированных институтах и согласовываются (утверждаются) в отделе Росприроднадзора по РХ. Для ведения хозяйственной деятельности, согласно этим проектам, также получают лицензии, в которых подписываются условия выполнения пунктов лицензии по каждому виду хозяйственной деятельности (отходы, выбросы, вода т.п.). После получения лицензии выдаются лимиты на выбросы, на отходы, на сброс воды, согласно проектам.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ООО «РОСТСТРОЙ»

3.1. Обоснование необходимости новой технологии производства

Рынок оконных конструкций из ПВХ один из самых молодых, поскольку его формирование началось в начале 90-х гг. В Европе производство пластиковых окон существует уже более 50 лет. Окна нового поколения становятся такой же неотъемлемой частью основательного ремонта, как замена сантехники. И неудивительно – традиционная столярка не соответствует тем ожиданиям качества, которые предъявляет к данной товарной группе взыскательный потребитель, для которого важно, чтобы окна соответствовали своему предназначению не только служить источником света, но и защищать жилье от холода, шума и пыли.

Окно – это такой же товар, как и все остальные, но в то же время – это товар, имеющий ряд специфических особенностей. Главная особенность окна как товара заключается в том, что недостатки в области качества начинают проявляться лишь спустя некоторое время после установки окна. При покупке далеко не каждый, даже специалист, сможет отличить качественное окно от низкосортного суррогата. Различия проявляются позже, когда окно уже установлено и начались проблемы с его эксплуатацией. При покупке окна необходимо обратить внимание на профиль, из которого он изготавливается.

Сегодня на российском рынке представлено около 40 различных профильных марок. На первый взгляд, окно из дешевого профиля практически не отличается от дорогого, но при выборе не стоит гнаться за дешевизной. Качественный и дорогой профиль чрезвычайно важен с точки зрения стабильности «работы» окна. В отличие от деревянных рам,

пластиковый профиль представляет собой многокамерную конструкцию со сложной геометрией. Если профиль не качественный, то эта геометрия будет нестабильной. И как результат – провисание створок, негерметичность, продувание и прочие неприятные мелочи, которые выводят окно из строя. Еще одна особенность дешевых пластиковых окон – белоснежная поверхность перестает таковой быть достаточно быстро. Она загрязняется и постепенно приобретает желтый оттенок.

Сегодня на рынке пластиковых окон Абакана предлагают свою продукцию более 10 предприятий. Высокая конкуренция заставляет фирмы идти на использование различных механизмов борьбы за потенциального покупателя. Одним из таких методов является «гонка рекламных бюджетов» - оконные конструкции уже давно стали лидером по рекламным площадям в большинстве бесплатных и платных газет, журналов Абакана. ООО «РОСТСТРОЙ» интересуется то, как сказывается конкурентная борьба на цене, качестве продукции, уровне предлагаемых услуг.

Остекление лоджий и балконов на современном рынке осуществляется множеством разных систем. Наиболее популярным на сегодняшний день является остекление алюминиевым профилем.

Алюминиевые конструкции обладают высокой прочностью, легкостью и без труда поддаются обработке, что сделало этот металл незаменимым в строительстве, при таких работах, как остекление лоджий и балконов, фасадное остекление зданий. Они сохраняют эстетичный внешний вид в течение всего периода эксплуатации вне зависимости от погодных условий. Использование алюминия позволяет добиться максимальной освещенности застекленного помещения за счет минимальной ширины профиля.

Двери и окна из алюминия дают возможность претворять в жизнь любые технологические требования. Окна и двери из алюминия имеют массу плюсов и находят все большее применение, как в жилых, так и в общественных зданиях (например, остекление витрин магазинов, входных групп).

Алюминиевые двери и окна могут устанавливаться как в выполненные из системных профилей фасады и витражи, так и в дверные проемы стен из других материалов, что делает их ценным и практичным архитектурным элементом.

Алюминиевые окна и двери имеют длительный срок службы. Благодаря жесткой конструкции двери из алюминия могут быть установлены в зданиях большой проходимости: магазинах, кафе, сберкассах, банках, бизнес центрах и т.д., где требуется высокое качество и функциональность, сохраняющиеся при больших нагрузках и интенсивной эксплуатации.

Благодаря современным технологиям остекление фасадов может выполняться так, что все конструктивные элементы при выполнении работ по остеклению фасадов могут быть спрятаны, и только поверхности из специального стекла будут отражать окружающие архитектурные шедевры, полностью сливаясь с ними. Также остекление фасадов очень удобно, так как во все профильные фасады могут быть встроены алюминиевые двери и окна.

Интересные конструкторские идеи, широкая цветовая гамма, сочетание с современными отделочными материалами - делают алюминиевые конструкции незаменимыми при реконструкции и возведении новых зданий, с целью придания им современного облика и создания выразительных архитектурных композиций. Применение алюминия для остекления квартир, офисов, промышленных зданий, также для остекления витрин магазинов и других торговых помещений объясняется тем, что это легкий, прочный и не подвергающийся коррозии материал. Там где речь идет о больших размерах, достоинства алюминия неоспоримы. Он обладает теплоизоляционными свойствами, что немаловажно для энергосберегающих строительных материалов с высоким уровнем защиты от дождя, ветра и шума, высокой прочностью и долговечностью.

В пользу замены деревянных окон на пластиковые можно привести следующие аргументы:

1. При использовании пластиковых окон гарантируется полное отсутствие сквозняков.

2. Хорошая изоляция помещения позволяет экономить на отоплении.

3. Прекрасная изоляция от посторонних шумов.

4. Удобство в использовании. Взамен старых, плохо покрашенных запоров устанавливается качественная современная фурнитура, которая не только эстетично выглядит, но и имеет массу функциональных преимуществ: например, открывание окна в двух плоскостях и режим «зимнего проветривания».

5. Индивидуальный дизайн. Предлагается множество вариантов цветовой отделки окон, как изнутри, так и снаружи, а также несколько вариантов фурнитуры.

6. Возможность заказа дополнительных аксессуаров: противомоскитных сеток, отливов, подоконников, отделки откосов и декоративной наружной отделки.

7. Мыть окно становится очень просто и легко.

На рынке пластиковых окон действуют следующие цены (см. табл. 3.1).

Таблица 3.1

Средний уровень цен на пластиковые окна по Республике Хакасия

Размер окна, мм	Цена, руб.	
	Панельный дом	Кирпичный дом
1380*1280	от 8 800	от 10 100
1380*2000	от 12 000	от 13 500
2100*2100	от 14 000	от 16 000

ООО «РОСТСТРОЙ» предполагает использовать систему Deseuninck.

Компания Deseuninck разработала правила монтажа окон, рекомендованные выполнению всем переработчикам Deseuninck. Deseuninck следит не только за качеством своих изделий, но и за качеством изделий и работы всех своих партнеров. С дорогим профилем работают, как правило

компании, для которых основное конкурентное преимущество заключается в качестве по низкой цене.

Современные пластиковые окна и другие конструкции из ПВХ имеют целый ряд достоинств: долговечны; устойчивы ко всем видам метеорологических воздействий; предохраняют помещение от шума, пыли, морозов, сквозняков; удобны в уходе и т. д. В последние годы установка пластиковых окон в домах получила широкое распространение и стала доступнее. Повышение конкуренции и снижение цен на этом рынке ставит вопрос о необходимости точного планирования и учета затрат. Рассмотрим вариант разработки бизнес-плана производства пластиковых окон на основе маржинального подхода к учету затрат.

Анализируемый проект основан на следующей исходной информации. Строительная компания рассматривает возможность создания собственного производства пластиковых окон. Это позволит снизить себестоимость строительства и одновременно зарабатывать прибыль в смежном бизнесе. Стоимость оборудования и реконструкции имеющегося помещения должны составить 4914 тыс. руб. Срок окупаемости проекта, определенный инвесторами, - не более трех лет. В результате необходимо оценить целесообразность создания нового бизнеса или обращения к стороннему поставщику окон.

Определим этапы оценки проекта:

1. Подготовка бюджета продаж в разрезе потребителей в количественном и стоимостном выражении.
2. Планирование и анализ переменных и постоянных затрат.
3. Составление бюджета доходов и расходов.
4. Оценка денежных потоков и налоговых обязательств.

3.2. Расчет технико-экономических показателей

Бюджет продаж (см. табл. 3.2) разработан исходя из потребностей компании, оценивающей создание собственного производства пластиковых окон. Объемы продаж в таблице 3.2 рассчитаны исходя из планируемых объемов строительства фирм.

Таблица 3.2

Бюджет продаж в количественном выражении (шт.)

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	итого
Количество окон,	1678	3003	2499	7180
в том числе:				
покупатель 1	446	446	447	1339
покупатель 2	297	539	539	1376
покупатель 3	310	882	596	1788
покупатель 4	461	970	745	2176
прочие покупатели	163	166	172	501

Затем определим выручку от продажи пластиковых окон (см. табл. 3.3). Расчет доходов выполнен исходя из цены пластикового изделия за 1 кв. м без НДС -2210 руб. Средняя цена определена на основе анализа существующих предложений на рынке. Выручка от продаж за три года составит 55 462 тыс. руб. (см. табл. 3.3). Она должна покрыть переменные (производственные) и постоянные (амортизация и общехозяйственные расходы) затраты.

Таблица 3.3

Бюджет продаж в количественном и стоимостном выражении

Показатели	2017		2018		2019		Итого	
	кв. м	тыс. руб.	кв. м	тыс. руб.	кв. м	тыс. руб.	кв. м	тыс. руб.
Объем продаж без НДС,	5864	12959	10498	23201	8734	19302	25096	55462
в том числе: покупатель 1	1560	3448	1560	3448	1562	3452	4682	10 347 1

покупатель 2	1039	2296	1884	4164	1885	4166	4808	10 626
покупатель 3	1083	2393	3083	6813	2083	4603	6249	13 810
покупатель 4	1612	3563	3391	7494	2604	5755	7607	16811
прочие покупатели	570	1260	580	1282	600	1326	1750	3868
Справочно								
Средняя площадь одного окна, кв. м							3,4954	
Цена за 1 кв.м. без НДС тыс. руб.							2,21	

При разработке плана производства следует выяснить, соответствуют ли планируемые объемы продаж мощности оборудования. Рассчитаем количество готовых изделий, возможных к выпуску, при условии, что оборудование позволять выпускать 45 кв. м изделий ПВХ за 8 часов работы.

Таблица 3.4

План производства и загрузки оборудования

Показатели	2020	2021	2022	Итого
Максимальная производительность оборудования при работе в одну смену 5 дней в неделю, кв. м	7200	10 800	10 800	28 800
Планируемый объем производства, кв. м	5864	10 498	8734	25 096

Из таблицы 3.4 видно, предполагаемые объемы продаж (см. табл. 3.3) могут быть обеспечены производством при организации работ в одну смену в течение пяти рабочих дней в неделю. Производительность оборудования при односменной работе по пятидневной рабочей неделе составляет 28 800 кв. м изделий, а планируемый объем производства - 25 096 кв. м изделий. Следовательно, имеется резерв мощности оборудования в планируемом периоде 2018-2019 г. К тому же в случае роста объемов производства и продаж работа может быть организована в две смены либо без выходных дней.

Для проведения анализа доходности производства пластиковых окон следует разделить затраты на постоянные и переменные. К постоянным

расходам отнесем амортизацию стоимости вложений в реконструкцию помещения и приобретение оборудования, которая составила 4914 тыс. руб. (см. табл. 3.5). Данные суммы должны быть возвращены в течение трех лет. Планируемая величина общехозяйственных расходов составляет 330 тыс. руб. в год.

Таблица 3.5

Бюджет постоянных расходов по производству пластиковых окон (тыс. руб.)

Показатели	2020	2021	2022	Итого
Постоянные затраты,	1968	1968	1968	5904
в том числе: амортизация	1638	1638	1638	4914
общехозяйственные расходы	330	330	330	990

К переменным расходам отнесем производственные затраты (см. табл. 3.6). Из таблицы 3.6 следует, что 92,3% переменных затрат составляют материальные затраты (покупные полуфабрикаты и материалы).

Следовательно, для данного производства отсутствуют возможности для существенного снижения себестоимости за счет оптимизации производственного процесса.

В таблицах 3.7-3.10 покажем, каким образом формировались затраты на одно окно, представленные в таблице 3.6.

Таблица 3.6

Калькуляция себестоимости 1 кв. м. окна по переменным затратам

№ п/п	Показатели	Сумма, руб.	Удельный вес, %	Сумма на 1 кв. м
1	Переменные расходы на одно окно площадью 2,25 кв. м, в том числе:			
2	материалы	3984,67	92,30	1770,96
3	электроэнергия	8,76	0,20	3,89
4	основная заработная плата	163,94	3,80	72,86
5	отчисления на социальное страхование (30% от п. 4)	44,59	1,03	19,82

6	общецеховые расходы	84,76	1,96	37,67
7	расходы на содержание и эксплуатацию оборудования 18,6% (от п. 3)	30,49	0,71	13,55
8	итого себестоимость окна площадью 2,25 кв. м (п. 2 - п. 7)	4317,21	100,00	–
9	площадь окна, кв. м	2,25	X	X
10	себестоимость 1 кв. м окна по переменным затратам	1918,76	X	X

Себестоимость одного пластикового окна представим на рисунке 3.1.

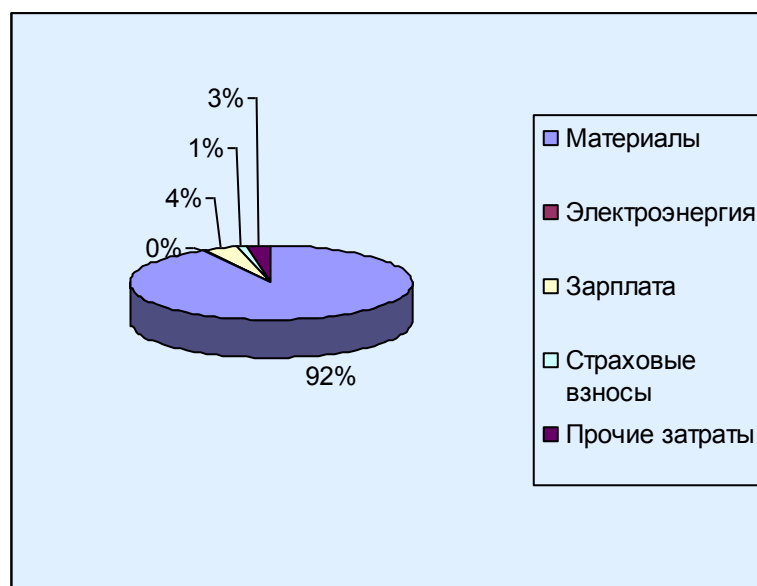


Рис. 3.1 – Структура себестоимости одного пластикового окна

Наибольшую долю в структуре затрат занимают сырье и материалы.

В таблице 3.7 представим расшифровку стоимости материалов необходимых для расчета калькуляции на стандартное окно площадью 2,25 кв.м.

Таблица 3.7

Расшифровка стоимости материалов к калькуляции на стандартное окно площадью 2,25 кв.м.

№ п/п	Наименование материалов	Норма расхода материалов		Стоимость материалов, руб.	
		Ед. изм.	Норма расхода	Себестоимость единицы	Сумма
1	Ручка оконная	шт	1	12,81	12,81

2	Ножницы	шт	1	80,87	80,87
3	Средний запор	шт	1	58,94	58,94
4	Привод пов-отк 15мм	шт	1	98,24	98,24
5	Верхняя петля на раму	шт	1	16,80	16,80
6	Верхний кронштейн	шт	1	11,67	11,67
7	Угловая передача	шт	1	43,85	43,85
8	Откидной фиксатор	шт	1	40,43	40,43
9	Нижняя петля на створку	шт	1	35,31	35,31
10	Нижняя петля на раму	шт	1	13,38	13,38
11	Подкладка 1 мм	шт	2	0,71	1,42
12	Подкладка 2 мм	шт	2	0,71	1,42
13	Подкладка 3 мм	шт	2	0,71	1,42
14	Подкладка 4 мм	шт	2	0,71	1,42
15	Подкладка 5 мм	шт	2	0,71	1,42
16	Подкладка 6 мм	шт	2	1,08	2,16
17	Проставка	шт	16	2,85	45,60
18	Заглушка	шт	3	8,26	24,78
19	Армирующий профиль	м	1,4	31,32	43,85
20	Армирующий профиль	м	9,9	23,86	236,21
21	Уплотнение	м	8,304	12,24	101,64
22	Уплотнение	м	7,688	18,22	140,08
23	Ответная планка	шт	3	2,56	7,68
24	По отв планка прав	шт	1	13,38	13,38
25	Штифт	шт	1	3,42	3,42
26	Угловой фиксатор	шт	1	2,85	2,85
27	Дек накладка к1-11251	шт	1	4,00	4,00
28	Дек накладка к1-11421	шт	1	4,00	4,00
29	Дек накладка к1-11422	шт	1	4,00	4,00
30	Дек накладка к1-11252	шт	1	4,00	4,00
31	Шуруп с буром 3,9x19	шт	35	0,28	9,80
32	Шуруп с буром 3,9x25	шт	8	0,28	2,24
33	Шуруп-саморез 5x40	шт	4	0,28	1,12
34	Шуруп-саморез 5x70	шт	2	0,85	1,70
35	Рама 63 мм	м	6,48	88,27	571,99
36	Штапик 14 мм	м	8,2	24,20	198,44
37	Створка 77 мм	м	4,56	94,25	429,78
38	Импост 82 мм	м	1,47	116,16	170,76
39	Донный профиль	м	1,5	37,59	56,39
40	Соединитель импоста	шт	2	39,01	78,02
41	Стеклопакет для окна	м ²	2,25	450,00	1 012,50
42	Итого				3 589,78
43	Транспортные расходы				394,88
44	Всего				3 984,65

В таблице 3.8 произведем расчет стоимости электроэнергии к калькуляции себестоимости стандартного окна.

Таблица 3.8

Расшифровка стоимости электроэнергии к калькуляции себестоимости стандартного окна 2,25 кв. м.

Наименование работ	Обоснование	Единица измерения	Количество	Стоимость единицы	Сумма, руб.
Изготовление стандартного окна площадью 2,25 кв.м.	Расчет	кВт/час	4,4	1,99	8,76
Итого		руб.			8,76

В таблице 3.9 расшифруем трудозатраты к калькуляции себестоимости стандартного окна. 2,25 кв.м.

Таблица 3.9

Расшифровка трудозатрат к калькуляции себестоимости стандартного окна

Наименование работ	Обоснование	Единица измерения	Количество	Стоимость единицы	Сумма, руб.
Изготовление стандартного окна площадью 2,25 кв.м.	Фактические размеры	Кв.м.	2,25	0,977	2,20
Всего					2,20

В таблице 3.10 произведем расшифровку заработной платы используемой при расчете калькуляции.

Таблица 3.10

Расшифровка основной заработной платы к калькуляции себестоимости стандартного окна 2,25 кв.м.

Наименование работ	Трудозатраты, чел-час	Стоимость 1 чел-часа, руб.	Сумма заработной платы, руб.
Изготовление стандартного окна площадью 2,25 кв.м.	2,20	74,52	163,81

В таблице 3.11 представлены переменные затраты на весь объем производства за три года реализации проекта.

Таблица 3.11

Бюджет переменных расходов по производству пластиковых окон (тыс. руб.)

	Показатели	2017	2018	2019	Итого
1	Материалы	10385	18592	15468	44444
2	Электроэнергия	23	41	34	98
3	Основная заработная плата	427	765	636	1829
4	Отчисления на социальное страхование (27,2% от п.3)	116	208	173	497
5	Общехозяйственные расходы	221	395	329	945
6	Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (18,6% от п.3)	79	142	118	340
	Итого	11252	20143	16758	48153

Общий бюджет переменных расходов составил 48153 тыс. руб. за три года. В следующем пункте работы произведем расчет экономического эффекта от предложенных мероприятий.

3.3. Экономический эффект от предложенных мероприятий

В таблице 3.12 представлен бюджет доходов и расходов по проекту производства пластиковых окон исходя из срока окупаемости капитальных вложений три года. Он основан на данных таблиц 3.3, 3.5 и 3.11.

Таблица 3.12

Бюджет доходов и расходов

Показатели	2020	2021	2022	Итого
Выручка (объем продаж) без НДС, тыс. руб.	12959	23201	19302	55462
Себестоимость проданных изделий по переменным затратам, тыс. руб.	11252	20143	16758	48153
Маржинальный доход, тыс. руб.	1708	3057	2544	7309
Постоянные расходы, тыс. руб.	1968	1968	1968	5904
Прибыль, тыс. руб.	-260	1089	576	1405
Рентабельность продаж, %	-2,01	4,70	2,98	5,67

Маржинальный доход за три года составит 7309 тыс. руб. Его величина достаточна для покрытия постоянных расходов (амортизации капитальных вложений и общехозяйственных расходов) в сумме 5904 тыс. руб. К тому же за три года реализации проекта ООО «РОСТСТРОЙ» получит прибыль в размере 1405 тыс. руб.

Представим на рисунке 3.2 прогнозируемый размер выручки от реализации за три года.

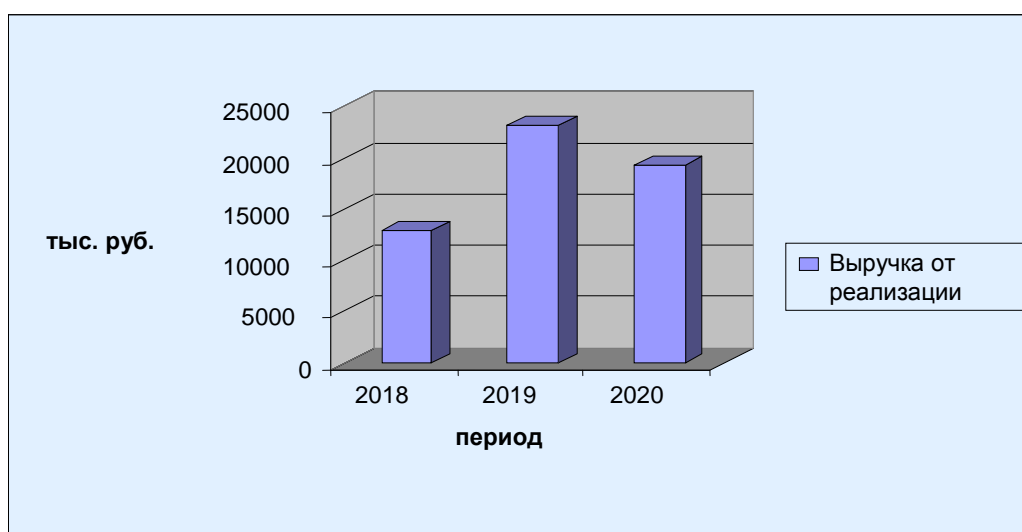


Рис. 3.2 – Прогнозируемый размер выручки от реализации

Величина налоговых обязательств, уплаченных в бюджет, в планируемом периоде составит 3059 тыс. руб., или около 5,52% выручки.

Таблица 3.13

Бюджет налоговых платежей (тыс. руб.)

Показатели	2020	2021	2022	Итого
НДС к уплате (разница между НДС, начисленным с реализации и НДС, предъявленным к вычету по материальным затратам)	459	822	684	1966
Страховые взносы	116	208	173	497
Налог на прибыль	-	261	138	400
Налог на имущество	98	66	33	197
Итого	674	1357	1028	3059
Налоговая нагрузка в % к выручке от продаж	5,20	5,85	5,33	5,52

Денежные потоки, формируемые при реализации проекта, представлены в таблице 3.14. Величина переменных расходов к оплате увеличена на сумму НДС, начисленного на себестоимость материалов и электроэнергии (см. табл. 3.11) по ставке 18%. НДС к уплате определен как разница между НДС, начисленным с выручки (см. табл. 3.12) и предъявленным к вычету по материалам и электроэнергии. Величина постоянных расходов в таблице 3.14 включает только суммы общехозяйственных расходов, поскольку вложения в оборудование и реконструкцию инвестированы до начала реализации проекта.

Таблица 3.14

Бюджет движения денежных средств (тыс. руб.)

Показатели	2020	2021	2022	Итого
Выручка (объем продаж) с НДС	15 292	27 377	22 777	65 445
Переменные расходы с НДС	13 125	23 497	19 549	56 171
Постоянные расходы	330	330	330	990
НДС к уплате	459	822	684	1966
Налог на прибыль	-	261	138	400
Чистый приток денежных средств	1378	2466	2076	5919

Положительный денежный поток, генерируемый за три года реализации проекта, составит 5919 тыс. руб. Он формируется в связи с наличием неденежных расходов в составе затрат (амортизация капитальных вложений в сумме 4914 тыс. руб.) и представляет собой денежное возмещение инвестиционных расходов, оплаченных до начала реализации проекта. В сумму чистого притока денежных средств входит также чистая прибыль, подлежащая распределению между инвесторами в сумме 1005 руб. (1405 - 400 = 1005).

Чистый приток денежных средств в сумме 5919 руб. образуется при условии полной оплаты отгруженной продукции. Если предположить, что погашаемость дебиторской задолженности покупателей находится на уровне

90%, то положительного денежного потока в этом случае не достаточно для возмещения капитальных затрат (см. табл. 3.15). Чистый денежный поток - отрицательный. Следовательно, денежных средств недостаточно для своевременной оплаты текущих расходов, что может привести к образованию просроченной кредиторской задолженности.

При сроке окупаемости проекта три года критический объем продаж (точка безубыточности) составляет 24 460 кв. м окон в год (см. табл. 3.16).

Таблица 3.15

Скорректированный бюджет денежных средств (тыс. руб.)

Показатели	2020	2021	2022	Итого
Поступление от покупателей в размере 90% отгруженной продукции с НДС	13763	24639	20499	58901
Переменные расходы с НДС	13125	23497	19549	56171
Постоянные расходы	330	330	330	990
НДС	459	822	684	1966
Налог на прибыль	0	261	138	400
Сальдо денежных потоков	-151	-272	-202	-625
Полная себестоимость (постоянные и переменные расходы), тыс. руб.	13220	22111	18726	54057
Выручка без НДС, в критической точке, тыс. руб.	13220	22111	18726	54057
Цена за 1 кв. м без НДС пластик, тыс. руб.	2,21			
Объем производства в критической точке, кв.м.	5982	10005	8474	24460
Объем производства планируемый, кв.м.	5864	10498	8734	25096
Запас финансовой прочности, кв.м.	-118	493	260	636
Запас финансовой прочности, тыс. руб.	-260	1089	576	1405

Как следует из таблицы 3.15, планируемый объем продаж незначительно превышает критический. Это означает, что запас финансовой

прочности невелик и при реализации проекта следует искать дополнительные каналы сбыта продукции. Тем более что производительность оборудования позволяет выпускать большее количество окон при организации работы в две смены.

В оценке рассмотренного проекта производства окон ПВХ использован маржинальный подход к учету затрат. Маржинальный доход как разница между выручкой и переменными затратами в первую очередь интересует инвесторов, поскольку он является источником средств для возмещения первоначальных вложений в бизнес. Он показывает возможность и сроки возврата средств инвесторов. Наличие прибыли свидетельствует о возможности не только вернуть вложенные средства, но и получить доход от их использования. Рентабельность продаж на уровне 5,67% (см. табл. 3.12) в первые три года реализации проекта является вполне приемлемой для производственного сектора экономики на современном этапе его развития. Достоинством предлагаемого бизнес-плана является увязка показателей затрат и доходов с движением денежных средств и налоговыми платежами (см. табл. 3.13 и 3.14).

Предложенные мероприятия позволят ООО «РОСТСТРОЙ» совершенствовать сбытовую деятельность на основе диверсификации производства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Оценка финансовой деятельности Абаканской компании по производству и установке натяжных потолков ООО «РОСТСТРОЙ» позволяет сделать следующие выводы. Повышение экономической эффективности – одна из центральных проблем экономики. Для успешного решения многообразных экономических и социальных задач нет другого пути, кроме резкого повышения эффективности всего общественного производства.

Сущность проблемы повышения эффективности производства состоит в увеличении в процессе использования имеющихся ресурсов экономических результатов на каждую единицу затрат.

Для повышения экономической эффективности применяются такие меры, как:

- разработка финансовой политики предприятия, которая направлена на диагностику финансового состояния, разработку учетной, кредитной политики, управления оборотными средствами, дебиторской и кредиторской задолженностью. Главная цель – максимизация прибыли предприятия;

- реструктуризация бизнеса. Одно из направлений реструктуризации – освоение новых технологий и производство новых видов продукции. Цель – повышение конкурентоспособности.

Рост экономической эффективности предприятия предполагает ее развитие, а любое направление развития требует финансирования. Принципиально здесь возможны только два источника:

- самофинансирование;
- внешнее финансирование.

Повышение выручки от продажи продукции связано с увеличением объемов продаж и качества продукции, пересмотром политики ценообразования, снижением себестоимости за счет сокращения постоянных

расходов, повышение уровня квалификации кадров. Также влияние оказали повышение цен на материал, снижение ставок налогов.

Прибыльность деятельности общества характеризуется показателями рентабельности. Полученные значения всех коэффициентов имеют тенденцию к увеличению.

Анализ финансового состояния компании показывает, что на конец 2015 года она имеет устойчивое финансовое состояние и не зависима от внешних кредиторов, имеет удовлетворительную структуру баланса.

Рассмотрим наиболее обобщенные и важные показатели оценки прибыльности (рентабельности) хозяйственной деятельности предприятия. За анализируемый период все показатели рентабельности имеют тенденцию к повышению, что свидетельствует о повышении работы предприятия, в итоге чистая прибыль у предприятия растет. Балансовая прибыль за анализируемый период выросла на 351 тыс.руб., выручка от реализации имеет тенденцию к росту и на конец 2019 год составляет 16 444 тыс.руб., что является положительным фактором. Прибыль от реализации также выросла на 530 тыс.руб.

Валюта баланса в отчетном году получила положительное развитие – увеличилась на 7,2%. Увеличение произошло за счет вовлечения средств в оборотные активы 6,8%. Выручка от реализации работ и услуг увеличилась только на 48,8%, тогда как себестоимость увеличилась на 59,9 %. Это повлекло за собой значительное увеличение прибыли от реализации на 18,1 %.

Положительное влияние на финансовую устойчивость предприятия оказывает износ основных средств, который составил всего 5%, что приводит к увеличению работы электрооборудования, снижению ежегодных затрат на его капитальные и текущие ремонты, частичной утрате в результате к их нарастающему дефициту. Сумма капитальных вложений в 2019 году составила 103 тыс.руб. Недостаток средств на расчетном счете не позволил

обществу полностью выполнить инвестиционную программу и повлиять положительно на оценку стоимости чистых активов.

Дебиторская задолженность обернулась в 2019 году примерно 27 раз при среднем сроке погашения 13 дней. Несколько негативная ситуация сложилась в связи с преобладанием задолженности покупателей. Все это ставит предприятие в невыгодные условия и вызывает отвлечение мобильного капитала.

Текущие активы на конец 2019 года увеличились на 6,8%, это обусловлено общим увеличением готовой продукции на 381 тыс.руб.

Анализ пассивного капитала показал, что основную долю в его структуре занимает собственный капитал 78,9%. Преобладание собственного капитала над заемным, позитивно характеризуют структуру источников с точки зрения их надежности и защиты от рисков.

Большая часть входящего денежного потока обусловлена текущей деятельностью предприятия 100%. Текущие поступления денежных средств за 2018 год находятся на одинаковом уровне с оттоком, на основании чего можно сделать вывод о том, что необходимое условие финансовой стабильности выполняется.

В результате анализа показателей ликвидности, а они не все выше нормативного значения можно сделать вывод, что уровень платежеспособности предприятия невысокий.

Чистая прибыль предприятия, по сравнению с 2018 годом увеличилась на 1,9%. Рентабельность основной деятельности за 2019 год составила 26,6%.

Так как в условиях рыночной конкуренции предприятие должно динамично развиваться, чтобы сохранить конкурентоспособность и постоянно наращивать объемы производства и реализации, в проектной части дипломного проекта разработаны предложения по освоению выпуска нового продукта.

Результаты проведенных исследований показали:

- выход на розничный рынок позволяет получать дополнительную

прибыль в размере 1405 тыс.руб.;

- суммарная величина экономической эффективности от внедрения мероприятия за три года составит 54057 тыс.руб. Срок окупаемости данного проекта для пластиковых окон при затратной части в 4914 тыс.руб. составит 3 года.

К третьему году реализации проекта чистая прибыль увеличится более чем в 1,5 раза и составит 18726 тыс. руб.

Прогноз основных финансовых показателей деятельности предприятия позволяет сделать вывод о высокой рентабельности проекта. Население городов Республики Хакасия является достаточно платежеспособным. Открытие новых офисов продаж позволит расширить горизонты деятельности предприятия, повысить его конкурентоспособность и чистый финансовый результат.

Таким образом, попытавшись воплотить в жизнь предложенные мероприятия, ООО «РОСТСТРОЙ» будет иметь реальную возможность в той или иной мере увеличить финансовые результаты. На этом этапе крайне важным является грамотная, умелая работа аппарата управления предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Артеменко, В. Г. Финансовый анализ [Текст] : учеб. пособие / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – Москва: Изд-во НГАЭ и У, 2017. – 256с.
2. Баринов, В.А. Антикризисное управление [Текст] : учеб. пособие / В. А. Баринов. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2017.-520 с.
3. Бобылева, А.З. Финансовое оздоровление фирмы: теория и практика [Текст] : учеб. пособие / А.З. Бобылева. – М.: Дело, 2017.-250с.
4. Богомолов, В.А. Антикризисное регулирование экономики. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие / В.А. Богомолов, А.В. Богомолова. – Москва: Изд-во ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 271с.
5. Блыхман, Л.С. Основы функционального и антикризисного менеджмента [Текст] : учеб. пособие / В.А. Блыхман. – М.: ИНФРА-М, 2017.-380с.
6. Бородкин, К.В. Анализ инструментария финансовой диагностики [Текст] / К.В. Бородкин // Финансы. - 2017. - №3. – С. 16-18.
7. Баканов, М.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности [Текст] : учеб. пособие / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – Москва: Изд-во Финансы и статистика, 2017. – 365с.
8. Балабанов, И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом [Текст] : учеб. пособие / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 205с.
9. Бочаров, А.В. Финансовый анализ [Текст] : учеб. пособие / А.В. Бочаров. - СПб: Питер, 2017. – 240с.
10. Бакаева, А.С. Нормативная база экономического анализа: Сборник официальных материалов [Текст] : учеб. пособие / А.С. Бакаева. – М.: Бухгалтерский учет, 2017. – 200с.
11. Васина, А.А. Финансовая диагностика и оценка проектов [Текст] : учеб. пособие / А.А. Васина. – СПб.: Питер, 2017. – 448с.
12. Волков, И.Г. Финансовый анализ, расчет чистых активов [Текст] / И.Г. Волков // Экономика и жизнь. - 2017.- №4. – С. 20-24.

13. Владимирова, Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка [Текст] : учеб. пособие / Л.П. Владимирова. - М.: Издательский Дом «Дашков и К^о», 2017. – 308 с.
14. Глазунова, В.Н. Обеспечение текущей ликвидности предприятия [Текст] / В.Н. Глазунова // Финансы. – 2017. - №3. – С. 6-10.
15. Гончаров, А.И. Понятие «финансовое оздоровление предприятия» в системе управления финансами [Текст] / А.И. Гончаров // Финансы. 2017. - №4. – С. 15-20.
16. Гончарова, А.И. Восстановление платежеспособности предприятия: модель оптимизации структуры [Текст] / А.И. Гончарова // Финансы. 2017. - №10. – С. 20-23.
17. Гончаров, А.И. Взаимосвязь факторов неплатежеспособности предприятий [Текст] / А.И. Гончаров // Финансы. 2017. - №5. – С. 10-12.
18. Городничев, П.Н. Финансовое и инвестиционное прогнозирование [Текст] : учеб. пособие / П.Н. Городничев, К.П. Городничева. – Москва: Изд-во Экзамен, 2017. – 224 с.
19. Гиляровская, Л.Т. Экономический анализ [Текст] : учеб. пособие / Л.Т. Гиляровская. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 527 с.
20. Ефимова, О.В. Анализ платежеспособности предприятий [Текст] / О.В. Силин // Бухгалтерский учет. - 2015. – №7. – С. 25-28.
21. Игнатов, А.В. Анализ финансового состояния предприятия [Текст] / А.В. Игнатов // Финансы. – 2017. - №4. – С. 14-18.
22. Илясов, Г.Г. Как улучшить финансовое состояние предприятия [Текст] / Г.Г. Илясов // Финансы. 2017. - №10. – С.15-19.
23. Кислов, Д.В. Составление финансовых планов: методы и ошибки [Текст] : учеб. пособие / Д.В. Кислов, Б.Д. Башилов. – Москва: Изд-во Вершина, 2017. – 384 с.
24. Ковалев, В.В. Управление активами фирмы [Текст] : учеб. пособие / В.В. Ковалев. - М.: Проспект, 2017. – 392 с.

25. Гиляровская, Л.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учеб. пособие / Л.Т. Гиляровская. – М.: Т Проспект, 2017. – 360с.
26. Купчиха, Л.А. Анализ финансовой деятельности с помощью коэффициентов [Текст] / Л.А. Купчиха // Бухгалтерский учет. - 2017. – №1. – С. 12-15.
27. Наумова, И.А., Теория экономического анализа [Текст] : учеб. пособие / И.А. Наумова, И.П. Васильевич, Л.В. Куридинова. - М.: Изд-во ЮНИТИ, 2016. - 304 с.
28. Николаева, Г.А. Экономический анализ [Текст]: учеб. пособие / Г.А. Николаева, Л.П. Блицау - Москва: Изд-во «ПРИОР», 2015. - 368 с.
29. Орлова, Е.В. Экономический анализ на многопрофильных предприятиях [Текст] : учеб. пособие / Е.В. Орлова. - М.: Налоговый вестник, 2015. - 144 С.
30. Платонова, Н.А. Поддержка предприятий. Малый бизнес [Текст] : учеб. пособие / Н.А. Платонова. - М.: Полиэкс, 2015. - 368 с.
31. Платонова, Н.А. Планирование деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие / Н.А. Платонова, Т.В. Харитонова. – Москва: Изд-во «Дело и Сервис», 2017. – 432 с.
32. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – М.: Новое знание, 2017. – 285с.
33. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Е.С. Стоянова. - М.: Перспектива, 2017., 288 с.
34. Стражева, В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности [Текст] : / учеб. пособие В.И. Стражева. – Минск: Высшая школа, 2017.- 539с.
35. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами [Текст] : учеб. пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 639с.
36. Уткин, Э.А. Аудит и управление несостоятельными предприятиями [Текст] : учеб. пособие / Э.А. Уткин. – М.: Тандем, 2017.-384с.

37. Ковалев, А.М. Финансовый менеджмент [Текст] : учеб. пособие / А.М. Ковалев. - М.: ИНФРА-М, 2017. – 284 с.
38. Фомин, Я.Ф. Финансовое оздоровление предприятий. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие / Я.Ф. Фомин. – М.: Ось-89, 2017.-176с.
39. Фомин, Я.Ф. Диагностика финансового состояния предприятия [Текст] : учеб. пособие / Я.Ф. Фомин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.-340с.
40. Федорова, Г.В. Финансовый анализ предприятия при угрозе банкротства [Текст] : учеб. пособие / Г.В. Федорова. – М.: Омега-Л, 2017.-273с.
41. Чупров, С.В. Анализ нормативов показателей финансовой устойчивости предприятия [Текст] / С.В. Чупров // Финансы. – 2017. - № 2. – С. 5-9.
42. Ковалев, В.В. Оптимизация выручки от реализации продукции и прибыли для целей налогообложения [Текст] / В.В. Ковалев // Налоговый вестник, 2015. - №5. – С.39-45.
43. Шабалин, Е.Н. Как избежать банкротства [Текст] : учеб. пособие / Е.Н. Шабалин. – М.: ИНФРА-М, 2007.-144с.
44. Шепеленко, Г.И. Антикризисное управление производством и персоналом [Текст] : учеб. пособие / Г.И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: Март, 2017.-176с.
- 45.. Гиляровская, Л.И. Экономический анализ [Текст] : учеб. пособие / Л.И. Гиляровская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 527с.
46. Тарасевич, А.С. Экономическая теория [Текст] : учеб. пособие / А.С. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2017. – 542с.7
47. Червякова, Р.Н. Определение выручки от реализации продукции и прибыли для целей налогообложения [Текст] / Р.Н. Червякова // Налоговый вестник, 2017. - №7. – С.39-45.
48. Чуев, И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учеб. пособие / И.Н. Чуева, Л.Н. Чуева. - М.: Изд-во «Дашков и К⁰», 2017. – 368с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

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 48 наименований.

Экземпляр сдан на кафедру.

02» 06 2020 г.
дата



(подпись)

Литвиненко В.А.
(Ф.И.О.)

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме Повышение эффективности экономической деятельности на основе развития платных услуг (на примере ГБПОУ РТ Кызылский транспортный техникум)

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

И 29.06.20 М.А. Кузнецова
подпись, дата инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

И 29.06.20 М.А. Кузнецова
подпись, дата инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

И 29.06.20 М.А. Кузнецова
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер

И 29.06.20 Н.В. Шаманова
подпись, дата инициалы, фамилия