

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

Институт управления бизнес-процессами и экономики

Кафедра «Экономика и управление бизнес процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий МБК ПФКТ
_____ Г.Ф.Каячев

«__» _____ 2016 г.

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ

080502.65.01 «Экономика и управление на предприятии (машиностроения)»

**РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ВНЕДРЕНИЯ СИНТЕПОНОВОЙ
ЛИНИИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОД-
СТВА НА ООО «ЦЕНТРОПЛАСТ»**

Пояснительная записка

Руководитель _____ Е. Е. Качуровская

Выпускник _____ А.А. Тарасова

Нормоконтролер _____ Т.П. Лихачева

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Красноярск 2016
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управления бизнес – процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Г.Ф.Каячев
«__» _____ 2016 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИЦИРОВАННУЮ РАБОТУ
в форме дипломного проекта

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		4

РЕФЕРАТ

Дипломный проект по теме «Разработка мероприятий внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства на ООО «Центрпласт».

Работа состоит из введения, трех глав и заключения. Общий объем работы содержит 86 страниц текстового документа, 8 рисунков, 72 использованных источников.

Объект исследования – ООО «Центрпласт» - завод по производству матрасов.

Цель работы - разработка мероприятий внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства на примере ООО «Центрпласт».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести отраслевой анализ рынка текстильной продукции в Красноярске и Красноярском крае
- позиционировать конкурентные позиции ООО «Центрпласт» на рынке текстильной продукции Красноярска и Красноярского края
- выявить возможные источники совершенствования производственных процессов на основе внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства.

В результате проведенного анализа были разработаны мероприятия по совершенствованию производственных процессов ООО «Центрпласт» на основе внедрения синтепоновой линии, позволяющие повысить эффективность производства и расширить ассортимент выпускаемой продукции. Предлагаемые мероприятия укрепят предприятие на рынке конкурентов, повысят объем продаж и позволят получить максимальную прибыль.

Студенту Тарасовой Анастасии Анатольевне.

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		5

Группа ЗУБ10-01Ж Специальность 080502.65 «Экономика и управление на предприятии (в машиностроении)»

Тема выпускной квалификационной работы: Разработка мероприятий внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства на ООО «Центрпласт»

Утверждена приказом по университету № 2553/с от 26.02.2016 г.

Руководитель ВКР: Качуровская Е.Е., ст. преподаватель, СФУ ИУБПЭ кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

Исходные данные для ВКР: информационно-аналитические материалы, нормативно-справочная информация, статистические данные, анализ финансово хозяйственной деятельности ООО «Центрпласт».

Перечень разделов ВКР:

- 1 Основные направления развития текстильной промышленности в Российской Федерации.
- 2 Оценка производственно-хозяйственной и финансовой деятельности ООО «Центрпласт».
- 3 Разработка мероприятий внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства.

Перечень иллюстративного материала: актуальность дипломной работы; цели и задачи выпускной квалификационной работы; краткая характеристика предприятия; анализ структуры актива и пассива баланса ООО «Центрпласт»; оценка ликвидности; затраты на реализацию проекта по производству синтепона; финансирование проекта по производству синтепона; расчет денежных потоков; отчет о прибылях и убытках.

Руководитель ВКР _____ Е.Е. Качуровская

Задание принял к исполнению _____ А.А. Тарасова

« ____ » _____ 2015г.

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		6

Содержание

Введение.....	4
1 Основные направления развития текстильной промышленности в Российской Федерации.....	6
1.1 Тенденции развития отрасли текстильной промышленности.....	6
1.2 Исследование тенденций развития текстильной отрасли в Российской Федерации.....	23
1.3 Позиционирование предприятия ООО «Центрпласт» на рынке текстильной продукции в Красноярске и Красноярском крае.....	35
2 Оценка производственно-хозяйственной и финансовой деятельности ООО «Центрпласт».....	40
2.1 Анализ производственной деятельности ООО «Центрпласт».....	40
2.2 Анализ финансового состояния ООО «Центрпласт».....	47
3 Разработка мероприятий внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства.....	63
3.1 Обоснование совершенствования производственных процессов на основе внедрения синтепоновой линии.....	63
3.2 Оценка эффективности внедрения синтепоновой линии ООО «Центрпласт».....	66
Заключение.....	76
Список использованных источников.....	80

Введение

В условиях глобализации, информатизации, новых технологических, политических и финансовых реальностей многие организации вынуждены постоянно адаптироваться к изменяющимся внешним условиям. Деятельность предприятий в условиях современного рынка предполагает непрерывный поиск и разработку каждым из них собственных путей развития. Чтобы не только удержаться, но и развиваться на рынке, предприятие должно постоянно улучшать свое состояние, всемерно совершенствовать свою деятельность, повышать эффективность производства, сбыта и управления в условиях постоянно меняющейся внешней среды.

Устойчивое финансовое положение предприятия зависит прежде всего от улучшения таких качественных показателей, как - производительность труда, рентабельность производства, фондоотдача, а также выполнение плана по прибыли. В то же время финансовые затруднения предприятия, отсутствие средств для своевременных расчетов могут повлиять на стабильность поставок, нарушить ритм материально- технического снабжения.

Необходимость поиска путей укрепления конкурентных позиций ООО «Центрпласт» была продиктована экономическим кризисом. Для этого были предложены мероприятия по внедрению новой синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства для уменьшения себестоимости продукции и более высоко качества предлагаемых услуг.

Актуальность применения новейших, современных технологий совершенствования деятельности многократно возрастает в условиях усиливающейся конкуренции. Рациональное размещение средств предприятия, способствует правильно организовать материально-техническое обеспечение производства, оперативность деятельности предприятия по ускорению денежного оборота. В связи с этим анализ финансового состояния предприятия и анализ других сторон его деятельности взаимно дополняют друг друга.

Объектом исследования является предприятие ООО «Центрпласт».

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ				

Целью дипломного проекта является разработка мероприятий внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства на примере ООО «Центрпласт».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести отраслевой анализ рынка текстильной продукции в Красноярске и Красноярском крае
- позиционировать конкурентные позиции ООО «Центрпласт» на рынке текстильной продукции Красноярска и Красноярского края
- выявить возможные источники совершенствования производственных процессов на основе внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства.

Объектом исследования является предприятие ООО «Центрпласт».

1 Основные направления развития текстильной промышленности в Российской Федерации

1.1 Тенденции развития отрасли текстильной промышленности

Российская текстильная промышленность обеспечивает 0.9% от ВВП, что составляет 2.4% от объема промышленного производства или 3.6% от общего объема обрабатывающих производств. Еще 1.6% приходится на розничную торговлю товарами текстильной промышленности.

Российская Федерация теряет около 1.1% своего ВВП из-за высокой доли импорта товаров текстильной промышленности и незначительного объема экспорта продукции текстильной промышленности. Такие показатели в целом соответствуют уровню стран с развитой сырьевой экономикой (минеральные ресурсы, либо с/х), которые являются крупными нетто-импортерами товаров текстильной промышленности.

По состоянию на 1 января 2016 года в отрасли занято 319 тысяч человек, в том числе в текстильном и швейном производстве – 275 тыс. человек, в кожевенно-обувном – 44 тыс. человек.

В 2014-2015 году в результате замедления роста реальных располагаемых денежных доходов населения (в 1 квартале 2015 года к соответствующему периоду прошлого года 98,2%), снижения оборота розничной торговли непродовольственными товарами (в 1 квартале 2015 по сравнению с аналогичным периодом 2014 года на 6,8%) произошло падение потребительского спроса и соответственно темпов роста продукции текстильной промышленности. При этом следует отметить, что в динамике 2015 года по многим позициям идет ежемесячный рост объемов производства, что свидетельствует о постепенной стабилизации деятельности предприятий текстильной промышленности.

Существенную роль в снижении объемов производства и ухудшении экономической ситуации предприятий текстильной промышленности России в 2014-2015 году оказало увеличение стоимости импортного сырья и комплектующих, не производимых отечественными предприятиями.

Несмотря, на то, что такие показатели в целом соответствуют тенденциям, происходящим в странах с развитой сырьевой экономикой (минеральные ресурсы, либо с/х), у России есть потенциал увеличить вклад отрасли в ВВП в 1.5 раза (на 0.5%) за счет развития в конкурентоспособных сегментах.

Основные конкурентные преимущества Российской Федерации – наличие развитой нефтяной и химической промышленности и наличие развитых отраслей-потребителей промышленной текстильной продукции, однако эти преимущества пока не реализуются. На фоне постоянно возрастающей роли химических материалов в легкой промышленности, Россия имеет существенный потенциал для развития в этой области.

Это подтверждается и опытом сопоставимых сырьевых стран. Канада является крупным региональным экспортером химических волокон и тканей, ее основной рынок – США. ОАЭ вышли на рынок химических волокон и синтетических текстильных материалов в конце 90-х, за 10 лет экспорт достиг 1.3 млрд. долл. США. Саудовская Аравия также запустила предприятия по переработке нефти в химические волокна и нити. Россия тоже экспортирует синтетические текстильные материалы (170 млн. долл. США в 2012 году), однако объем экспорта значительно меньше уровня сопоставимых стран.

Результаты проведенного анализа подтверждают, что наибольшим потенциалом для развития в России обладает технологическая цепочка синтетических материалов (Производство химических волокон и нитей, синтетического текстиля для потребительских и промышленных целей). Синтетическая цепочка представляет существенный по объему сегмент отрасли, обладает высоким потенциалом импорто-замещения и динамично растет. В отличие от натурального сырья (прежде всего, хлопка, доля которого ~50% и стабильно сокращается), для которого существуют естественные ограничения (климатические), развитие синтетической цепочки возможно на базе уже существующего нефтехимического комплекса. Так, развитие производства волокон, нитей и тканей из хлопка, шер-

сти и льна может добавить к ВВП 0.08% (0.06%, 0.01% и 0.01% соответственно), увеличив вклад натуральной технологической цепочки в ВВП с 0.11% до 0.19%.

В то же время, эффект от развития синтетической цепочки может быть в 2.25 раза выше - вклад отрасли в ВВП может увеличиться на 0.18%, с 0.03% до 0.21%.

По результатам анализа были определены 4 основных стратегических направления развития текстильной промышленности России:

- создание в России производства химических (синтетических и искусственных) волокон с ориентацией на экспорт, прежде всего за счет развития полиэфирных и вискозных волокон и нитей. Переориентация массового текстильного производства на синтетические материалы (включая как текстиль для швейной продукции, так и технический текстиль). Совокупный эффект от реализации направления –0.19% ВВП, причем 0.12% из них – эффект от развития сегмента технического текстиля;

- создание в России производства кожевенных материалов как для швейной и обувной, так и для мебельной и автомобильной промышленности, повышение степени переработки и утилизации отходов кожевенного производства, организация сопутствующих производств биокомпонентов и биодобавок;

- создание благоприятных условий для локализации производства одежды, обуви и текстиля. Эффект от реализации направления оценивается в дополнительные 0.11% от ВВП (из них 0.06% - от развития швейного производства, 0.05% - от развития обувного);

- поддержка создания и развития российских брендов одежды и обуви, в том числе минимизация «серого импорта», нелегального производства и оборота товаров легкой промышленности на потребительском рынке. Развитие сегментабрендинга и дистрибуции потребительской одежды и обуви позволит сохранить текущий вклад сегмента в ВВП, а развитие рынка специальной одежды добавит еще 0.04% ВВП.

В совокупности, реализация этих направлений позволит увеличить объем отрасли в полтора раза (на 0.5% ВВП). Кроме того, появится возможность преодолеть естественное сокращение занятости в отрасли и создать до 245-330 тыс. новых рабочих мест, включая высокопроизводительные. Совокупный объем налоговых поступлений от реализации стратегии составит 140-210 млрд. рублей. Инвестиции, необходимые для реализации стратегии оцениваются в 460-640 млрд. руб.

У российской легкой промышленности в целом, и текстильной в частности, есть устойчивый потребитель, поэтому сохраняются возможности для развития. Для данных отраслей свойственна быстрая оборачиваемость оборотных средств (в среднем 40 дней для мировой практики), высокая рентабельность, которая превращает отрасли в важнейший источник бюджетных поступлений.

Легкая промышленность России обладала и пока еще в значительной степени обладает квалифицированными трудовыми ресурсами, многие предприятия в прежние годы были оснащены современным, главным образом импортным оборудованием. Однако, как для большинства предприятий отрасли не развиты структурные отношения внутри отрасли, отсутствуют отлаженные механизмы, позволяющие сохранять долговременные партнерские связи и удерживать на корпоративном уровне традиционные рынки сбыта. Это явилось причиной того, что ниша рынка, на которую претендуют российские предприятия, в последние годы сужалась.

Ниша российских предприятий текстильной отрасли после создания условий для рыночных отношений находилась между двух других ниш:

1 Ниша низкокачественных товаров, привозимых из стран Азии по низкой цене, а также замена натуральных тканей более дешевой химической и смесовой продукции.

2 Ниша российских предприятий с продукцией среднего качества (высокого качества по меркам вчерашнего дня), но с более доступным для широкого покупателя уровнем цен.

3 Ниша высококачественных товаров, привозимых из развитых стран по высокой цене.

Отсутствие национальных традиций в области потребления продукции отраслей легкой промышленности привело к тому, что покупатель не ориентировался на стиль изделий. Людями, которые были способны покупать продукцию развитых стран, предпочтение стало отдаваться западным товарам (эkleктика стилей в домашнем дизайне является нормой). В то же время часть населения стала ориентироваться на ценовые показатели вне зависимости от качества и дизайна. При этом незначительная часть предприятий продолжала оставаться на рынке за счет национального стиля, который был достаточно знаком потребителю.

Сужению рынка текстиля дополнительно способствовало то, что увеличилась та часть людей, которая стала предпочитать заменители натуральных тканей (кожа, химические изделия, смесовые ткани).

Третья ниша, на которой присутствовали предприятия развитых стран, в России не была широкой. Снижение покупательной способности населения, которая произошла после августовского кризиса 1998 года, уменьшала третью нишу. Но уменьшение данной ниши произошло на меньшие объемы, чем при этом уменьшается ниша отечественных товаропроизводителей (вторая ниша). При этом необходимо учитывать, что третья ниша заполняется поставками через таможню, а первая ниша дешевых товаров заполняется в процессе челночного бизнеса, поэтому на нее меньше влияют таможенные барьеры.

Жесткая конкуренция среди отечественных предприятий легкой промышленности привела к ценовой конкуренции между ними. Фактически они стали снижать цены вне зависимости от того, будет ли предприятие после этого в платежеспособном состоянии. Это привело к тому, что те предприятия, которые продолжали удерживать цены в разумных пределах не могли выходить на российские рынки, их загруженность начала падать, что привело к росту себестоимости продукции, а в конечном счете привело, как и те предприятия, которые не

обоснованно снижали цены, к финансовой неустойчивости, так и те предприятия, которые пытались удержать цены в разумных пределах.

Ценовая конкуренция стала преобладать над другими видами конкуренции, так как предприятия не разрабатывали планы перспективного развития, не формулировали общие интересы и не представляли себе тенденции развития в отраслях легкой промышленности на мировых рынках.

На мировых же рынках фактически сложилась следующая система партнерства развитых стран и стран, выпускающих массовую продукцию.

Развитые страны занимались формированием стиля и моды, разрабатывали новые виды тканей и изделий, формировали рынок оборудования в соответствии с долгосрочными целями. Их стратегической целью было удержание лидерства в области инновационных технологий. Упор делался не на массовую продукцию, а на продукцию эксклюзивного содержания, а также на состоятельного потребителя. После того, как инновационные технологии отработывались, включая всю документацию для ее применения в других странах, они предлагали данные технологии странам-производителям массовой продукции. Новые технологии могли внедряться лишь на тех предприятиях, для которых рынок сбыта их продукции был наиболее предсказуем для инвестора. Фактически сложилась следующая система мирового производства в области легкой промышленности, представлена на рисунке 1.1.

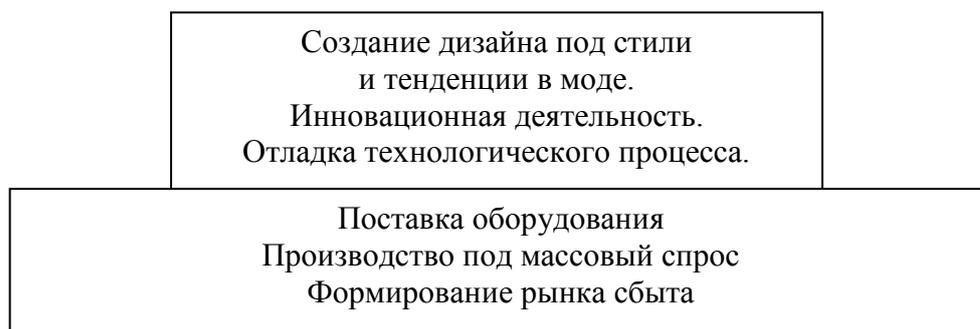


Рисунок 1.1-Система мирового производства в области легкой промышленности

В условиях плановой экономики, когда завоз любой иностранной продукции был строго регламентирован, а за продажу с рук люди привлекались к ответ-

ственности, нахождение в секторе производства товаров под массовый спрос не испытывало конкуренции со стороны иностранного производителя, и не было необходимости бороться за рынок сбыта. Ориентация же при производстве товаров была только на отечественные предприятия. Теперь фактически перед каждым предприятием стала проблема удержания сектора рынка или выход на другой сектор рынка.

Включение в общую международную торговую систему не позволяет игнорировать общемировые тенденции по развитию и формированию рынка текстиля. Это определяет линию поведения предприятий и обслуживающего их бизнеса, когда им необходимо искать пути для вхождения в мировую структуру за счет наличия рынка сбыта по товарам массового потребления. Стало необходимой потребностью учитывать мировые тенденции в моде.

Мировая тенденция идет по следующим основным направлениям:

1 Объемы продукции из натуральных тканей не имеют тенденцию к значительному росту. Постельное белье из хлопчатобумажных тканей заменяется в странах с высокой покупательной способностью на шелковые ткани. Все чаще применяются искусственные материалы. Простыни из хлопка заменяются на так называемые натяжные простыни, которые в своей основе содержат трикотажные нити и высокомолекулярную вискозу (отвечают экологическим требованиям, не требуют глажения, имеют улучшенный внешний вид). Постельная группа особенно активно заменяет продукцию из натуральных тканей в гостиницах, больницах и др. местах общественного назначения.

2 Массовое потребление одежной группы основывается на хлопке с различными добавками.

3 Цена продукции снижается за счет оснащения предприятий современным оборудованием, где количество обслуживающего персонала в 10 и более раз ниже, чем на оборудовании, которое продолжает эксплуатироваться отечественными предприятиями. К настоящему времени уже появились автоматические линии, которые обслуживают всего несколько человек. Данные станки, имея

программное управление, позволяют быстро их перенастраивать и увеличивать ассортимент продукции, что в свою очередь накладывает высокие требования к качеству сырья.

4 Формируются структуры, основой которых являются бизнес-центры. Они занимаются продвижением продукции на рынки (сбыт, дизайн, маркетинг) и предоставлением необходимых услуг производствам. Сами производства содержат 1-2 линии и небольшое количество персонала. Гарантии сбыта, которые предоставляются бизнес-центром, являются достаточным условием для привлечения инвесторов под небольшие производственные участки. Они могут находиться на единой производственной площадке. Их работа координируется управляющей компанией. В этом случае инвестор имеет минимальные риски, так как вкладывает в небольшие производства, которые основываются на базе корпоративных решений производителей оборудования, лизинговых компаний, финансовых структур, бизнес-центра и самих производителей.

В России постельное белье из хлопка употребляется активно, но в основном только то, которое более низкого качества (низкая плотность, упрощенный рисунок), производимое предприятиями Ивановской области. Более высокое качество продукции может быть не востребовано в необходимых объемах из-за более высокой цены. Таким образом, можно констатировать, что расширение рынка традиционной продукции содержит определенные риски, связанные с тем, что для России будет свойственна та же мода, что сейчас получила распространение в других странах, а именно: отход от натуральных тканей для массового покупателя и ориентация на новые виды тканей с химическими добавками и на шелковые ткани для людей с высоким достатком.

Расширяющейся нишей в России является продукция форменной одежды, но она в своей основе обязательно содержит искусственные добавки.

Бытовая одежда в России также претерпевает в настоящее время изменения. С одной стороны сохраняются домашние халаты, которые имеют натуральную основу с низкой ценой за счет качества полотна, а с другой стороны растет

рынок под более качественную продукцию, которая за счет искусственных добавок долго сохраняет свой первоначальный вид.

Костюмная ткань фактически вся идет с искусственными добавками, позволяющими ткани быть несминающейся, долговечной и придавать изделию элегантный вид. Костюмная ткань позволяет использовать не только с добавками пряжу, но и добавлять нити. Она имеет разнообразие по фактуре ткани. Данная ниша в России имеет тенденцию к расширению, но осваивается не отечественными, а зарубежными товаропроизводителями.

Рынок сорочек в России освоен в настоящее время зарубежными товаропроизводителями, так как они требуют качественного сырья, позволяющим делать пряжу высоких номеров, и в небольшом количестве искусственных добавок.

Ряд предприятий текстильной отрасли России могли бы выйти на международные рынки. С каждым годом это будет сделать все сложнее. Существующее оборудование позволяет удовлетворить определенные тенденции моды в других странах, а также удовлетворить консервативную часть населения, которая все еще хочет потреблять привычную для себя продукцию, но предприятия более передовых технологий уже перешли на другие виды тканей. Выходу на мировые рынки затрудняет отсутствие необходимого опыта, а также наличие различных стандартов в России и в других странах. Процесс сертификации продукции российских предприятий до настоящего времени не отлажен, что не позволяет быстро занять пустующие рыночные ниши в других странах.

Некоторым особняком стоят товары национального дизайна и национального стиля. Они меньше зависят от колебаний цен, так как покупатели меньше подвержены капризам общемировой моды. Некоторые виды продукции, связанные с национальными традициями, являются массовыми. Необходимо учитывать, что элементы национального дизайна могут включаться в общемировые тенденции моды, что делает данную продукцию только привлекательнее для по-

купателя. Ниша национального стиля может сужаться или расти в зависимости от проводимой стилевой политики самими производителями.

Предприятия, которые присутствуют на рынке национального стиля и дизайна, получают определенные конкурентные преимущества перед иностранными производителями. Но не надо думать, что эти преимущества будут постоянными. На данный рынок выйдут со временем те предприятия, которые могут повторить дизайн (так произошло с Гжелем и Палехом, продукцию которых от продукции других предприятий может отличить редкий отечественный покупатель, не говоря уж о туристах). Удержание рынков, основанных на национальном дизайне, возможно только при условии, что в стране мода национальных традиций изменяется и формируется национальным бизнесом.

Ниша для устойчивого развития отечественных предприятий требует смены оборудования. В настоящее время существующее оборудование может быть конкурентно способным еще 4-5 лет. В дальнейшем за счет оснащения новыми линиями производств в других странах отечественные предприятия при сохранении оборудования не смогут удовлетворять формирующиеся новые потребности ни по качеству тканей, ни по дизайну. К тому же это оборудование выслужит свои сроки и потребует капитального ремонта.

Сложность смены оборудования связана с тем, что его все сложнее будет заменять поэтапно. Наличие искусственных добавок потребуют смены всего производственного цикла, поэтому будет дешевле строить новые текстильные комплексы, чем модифицировать старые.

Модернизация производств потребует наличия гибкости при смене оборудования. Это возможно сделать в том случае, если предприятия смогут перейти на более гибкую систему управления производством, когда отдельные производственные участки станут самостоятельными юридическими лицами. Реструктуризация будет возможна лишь при условии, что будут подготовлены кадры менеджеров. В настоящее время развитие текстильной отрасли сдерживает в основном отсутствие необходимого управленческого кадрового резерва. Дефицит

кадров менеджеров - это одна из основных причин, ликвидация которой позволит предприятиям текстильной отрасли преодолеть кризисные тенденции и осуществить планы своего развития.

В жесткой конкурентной борьбе выигрывают лишь те предприятия, которые смогут найти долгосрочных партнеров, чья деятельность создает возможности для их совместного перспективного развития, которые за счет более высокого уровня своего менеджмента смогут проводить активную политику по захвату расширяющихся секторов рынка.

Таким образом, если не рассматривать конкуренцию с чисто ценовых позиций, то развернется конкурентная борьба за создание долговременных связей с теми предприятиями, у которых есть целый ряд конкурентных преимуществ, в том числе в области состояния и развития менеджмента.

Основная масса российских предприятий не является привлекательной для инвестора по ряду причин. К этим причинам относятся, в частности, те, которые связаны с выполнением обязательств, с наличием несостоятельных в финансовом отношении партнеров, а также с непрозрачностью финансовых показателей. Инвестор должен быть уверенным в реализации разработанного бизнес-плана. Условия, когда само предприятие или кто-то из его партнеров берет на себя обязательства с надеждой их выполнить, а не с уверенностью, что соответствующие обязательства будут выполнены, затрудняют привлечение инвестиций.

Иностранный инвестор привык к предприятиям иного масштаба, чем это свойственно для России. Большинство предприятий текстильной отрасли в других странах содержат 30-50 человек. Они могут быть объединены территориально и иметь общую управляющую компанию, единую структуру сбыта, единый маркетинговый центр, единый центр по дизайну, но в юридическом отношении они независимы и могут проводить самостоятельную политику в производственной сфере и в вопросах бизнеса. Отсутствие современной структуры управления, что влияет на уровень менеджмента, также является фактором, который затрудняет привлечение инвестиций в отрасль.

Анализ потенциальных возможностей рынка показывает, что существуют потенциал у ряда текстильных комбинатов для расширения сбыта продукции. С другой стороны, анализ сбыта демонстрирует, что темпы роста сбыта снижаются и выходят на уровень насыщения. Существующее противоречие говорит о том, что рынок на тех нишах, на которых они работают насыщен, но рост продаж возможен, если осуществить новую политику, которая будет способствовать дополнительным продажам. Эти возможности связаны с тем, что необходимо сформировать структурные связи в среде обитания предприятий.

Анализ наиболее успешных предприятий текстильной отрасли России показывает, что в их стратегии входит формирование рыночной корпоративной структуры, позволяющей добиться существенных преимуществ за счет гибкости бизнеса и производства.

Структура бизнеса должна быть нацеленной на создание корпоративных (долгосрочных) связей с целью удовлетворения потребностей рынка, то есть исходить не от требований отдельных производств, а от требований конечного покупателя продукции текстильной отрасли. В конечном итоге в структуру входят от поставщиков сырья до потребителей конечной продукции. На схемах данная структура выглядит следующим образом.

Услуги, в первую очередь маркетингового характера, предоставляются производству, чтобы планировать его деятельность. Наличие отдельных производств, выпускающих конечную или промежуточную продукцию (полуфабрикат), могут быть объединены в одно предприятие и быть его различными цехами либо быть самостоятельными юридическими службами. Это вопросы управления производством. Формы управления диктуются бизнесом.

В маркетинговой практике проводится работа по классификации рынков с использованием широкого круга признаков различий. Любой предприниматель должен знать классификацию рынков для выбора подходящего рынка и определения особенностей своей работы на нем (таблица 1.1).

Таблица 1.1 - Характеристика рынка сбыта текстильной продукции

Классификационный признак	Выбранный тип рынка, его краткое описание
Территориальный охват	Национальный (совокупный внутренний) рынок. г. Красноярск
Рыночный механизм воздействия государства	С косвенным воздействием государства на спрос и предложение, так как политика направлена на защиту национального рынка, на создание условий для нормального функционирования отечественных предприятий.
Тип конкуренции	Рынок чистой конкуренции. На этом рынке находится много продавцов и покупателей одинакового товара. Ни одно предприятие не может влиять на положение на рынке, так как его доля на нем не велика. Также отсутствует контроль цен. Предприятие на этом рынке не тратит много времени на разработку стратегии маркетинга, ибо до тех пор, пока рынок остается рынком чистой конкуренции, роль маркетинговых исследований, деятельности по разработке товара, политике цен, рекламы, стимулирования сбыта и прочих мероприятий минимальна.
Соотношение спроса и предложения	Рынок «покупателя». На этом рынке спрос меньше, чем предложение. Это способствует тому, что покупатель сравнивает различные виды товаров и выбирает тот товар, который соответствует его требованиям: цена, качество, дизайн, эстетичность, допол. услуги и т.д.
Степень зрелости рыночных отношений	Развитые рынки. Данный рынок, как впрочем и весь российский рынок, можно охарактеризовать как развитый. Но этот факт можно использовать и как преимущество, так как это обстоятельство делает рынок привлекательным объектом вложения свободного капитала, и в этом случае данное предприятие побуждается к привлечению новых клиентов-заказчиков, принимая во внимание этот стимул.
Соответствие действующему законодательству	Легальный рынок. Деятельность организаций осуществляется строго в рамках законов и нормативных актов Российской Федерации
Срок использования товара	Рынок товаров длительного пользования. Кованные изделия: - бытовые (вазы, подсвечники, подковы); - интерьера (мебель, каминные решетки, двери, рамки); - экстерьера (балконные, оконные решетки, козырьки, украшение карнизов, заборы, ограды, беседки, мангалы, ворота).
Элементы процесса производства	Рынок предметов труда - готовая продукция представляет собой готовый законченный продукт для использования
Материальная специфика продукта	Рынок продуктов, имеющих материальное воплощение.
Тип потребителя	Рынок потребителей Это организации и другие физические и юридические лица
Степень агрегирования товара	Товарный рынок по общегрупповому признаку. Это рынок непродовольственных товаров. Это рынок промышленного назначения, рынок товаров народного потребления. Товарный рынок по групповому признаку: кованые металлические изделия.

Проведенный анализ помогает выявить рынки сбыта продукции. В нашем случае это рынок готовой продукции – текстильная продукция. География рынка определяется границами г. Красноярска и Красноярского края. Товарный рынок по обще-групповому признаку: рынок непродовольственных товаров. Это рынок промышленного назначения, рынок товаров народного потребления.

Для того чтобы не расплывать свои усилия и наиболее полно удовлетворить потребности покупателей нам необходимо разделить их на группы, на основе различий в нуждах, характеристиках и поведении. Иными словами, нам необходимо провести сегментацию рынка.

Сегментация рынка – один из важнейших инструментов маркетинга. От того, насколько правильно выбран сегмент рынка, во многом зависит успех предприятия в конкурентной борьбе.

Процесс сегментации состоит из следующих этапов:

- 1 выбор признаков сегментации;
- 2 выбор метода сегментации;
- 3 выбор целевого рыночного сегмента;
- 4 позиционирование товара.

Конкурентоспособность предприятия зависит не только от внутренних возможностей предприятия и условия приспособляться к условиям внешней среды. Успех предприятия во многом определяется правильным выбором рынков, на которых оно будет работать.

Рынки состоят из покупателей, а покупатели отличаются друг от друга по самым разным параметрам и имеют разные требования. Задача производителя – разделить потребителей на четкие группы, для каждой из которых требуются различные варианты товара и комплекса маркетинга. Для решения этой задачи используется сегментирование рынка – процесс разбивки потребителей на сегменты на основе различия в нуждах, характеристиках и поведении.

Этот процесс начинается с определения принципов сегментирования-

способов выделения сегментов на рынке. Какого-то единого набора принципов не существует. Однако в зарубежной практике выработаны некоторые группы принципов, при использовании которых учитывается прежде всего назначение товара.

Для сегментирования рынка потребительских товаров и услуг применяют следующие принципы:

- географический (регионы, города с различной численностью населения, сельская местность);
- социально-демографический (пол, возраст, размер семьи, этап жизненного цикла семьи, уровень доходов, род занятий, образование, религиозные убеждения, национальность и др.);
- психографический (общественный класс, образ жизни, тип личности);
- поведенческий (повод для совершения покупки, искомые выгоды, статус пользователя, степень приверженности и др.).

Рынок сбыта продукции – это та часть рынка, в пределах которой осуществляется сбыт товаров, производимых данным предприятием. Целевой рынок – это конкретная группа потенциальных клиентов, для которых предназначены товар или услуга бизнеса. Сегментация рынка – процесс разделения рынка на сегменты, то есть группы клиентов со сходными характеристиками.

Сегменты рынка, на которых будет ориентирована маркетинговая деятельность фирмы – это есть целевые рынки.

Изобразим данные критерии применительно к нашему товару – текстильная промышленность (рисунок 1.2).

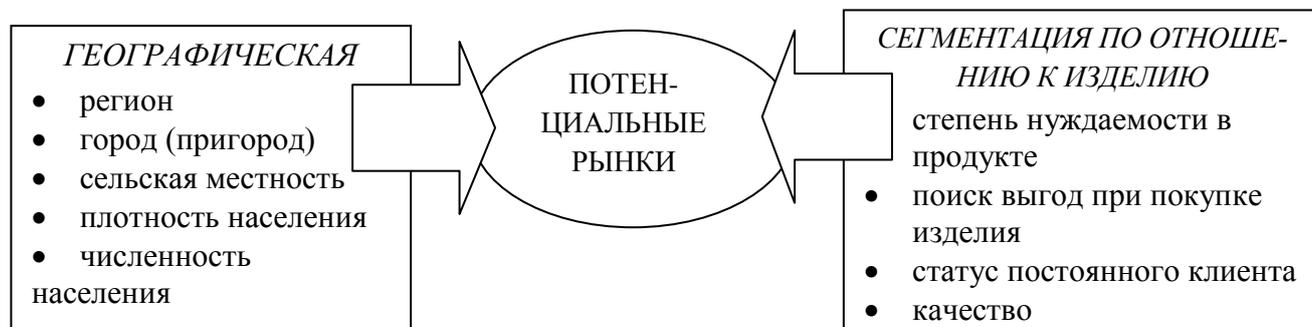


Рисунок 1.2 - Сегментация рынка раздвижных оконных и дверных решеток

Выбирая критерии сегментации для потребителей продукции – текстильной продукции, мы остановились на двух. Это сегментация по географическому и геодемографическому признакам. Геодемографическая сегментация является новым методом сегментации. Он специально был разработан для того, чтобы соединить преимущества географической и демографической сегментации. Метод базируется на данных переписей населения, в которых сведения о демографическом составе возможных потребителей сгруппированы еще в региональном разрезе.

При сегментировании рынка используем метод группировок по двум выбранным признакам. Суть метода группировок состоит в последовательной разбивке совокупности объектов на группы по наиболее значительным признакам. После проведения сегментирования предприятие приступает непосредственно к выбору целевого рынка. Целевой рынок – это самая подходящая и выгодная для предприятия группа сегментов (или один сегмент), на которую будет направлена его деятельность.

Разработаем профили потребителей товара, т.е. выделим целевые рынки. Проведем сегментацию потребителей по двум классификационным признакам методом группировки.

В настоящее время работа организаций ориентирована на выделенные потребительские сегменты - это заказчики - юридические и физические лица.

В зависимости от географического критерия сегментом предприятий является не только местный рынок, но и региональный.

Продукция, как правило, рассчитана на сегменты рынка, охватывающие население с доходами выше среднего уровня. Возраст покупателей колеблется в рамках от 30-55 лет и старше – это преимущественно жители городов и крупных поселков регионов.

По имущественному признаку сегментации для физических лиц товар направлен на людей со средним и высоким уровнем достатка, для юридических

лиц – на предприятия и организации любой организационно-правовой формы с соответствующим уровнем платежеспособности.

В последнее время наметилась тенденция к увеличению потребностей покупателей текстильной продукции.

В краткосрочном периоде есть смысл и перспективы выходить на новые сегменты рынка, так как увеличился спрос на текстильную промышленность.

Ясно, что для успешного продвижения товара на рынок и его реализации необходимо дифференцировать клиентов и выявить тех, которые могут явиться потенциальными потребителями данной продукции.

Все клиенты имеют разные запросы и потребности, и к ним соответственно требуется применить разную маркетинговую стратегию. Таким образом, проведя маркетинговую сегментацию потребителей товара необходимо разработать маркетинговую стратегию в соответствии с требованиями каждого сегмента рынка.

Позиционирование товара на избранном рынке – это логическое продолжение нахождения целевых сегментов, так как позиция товара на одном сегменте рынка может отличаться от того, как его воспринимают покупатели на другом сегменте.

Для защиты такой позиции необходимо задействовать такие маркетинговые средства как товарная и престижная реклама, контроль за качеством на всех уровнях управления, обратная связь с потребителями, контроль за издержками по местам их возникновения.

Стратегией целевого рынка организациям лучше всего выбрать стратегию концентрированного маркетинга. Данная стратегия целесообразна для небольших фирм, которые обладают ограниченными ресурсами, но могут преуспеть, обеспечивая экономию на специализации и за счет высокой степени уникальности в удовлетворении потребностей. Стратегия концентрированного маркетинга обычно не максимизирует сбыт. Здесь целью фирмы является привлечение значительной доли рыночного сегмента при управляемых издержках. Важно, чтобы

организации на рынке лучше приспособивали маркетинговую программу к своим сегментам, чем конкуренты.

Анализируя рынок сбыта текстильной продукции, пришли к выводу, что концентрировать усилия фирмам следует на сегменте покупателей с высокими доходами в городской и сельской местности с высокой плотностью населения. Для выявления конкурентных преимуществ исследуемого товара – текстильной продукции - составим таблицу 1.2.

Таблица 1.2 - Схема описания продукта – текстильная продукция

Показатели	Измерители	Балльная оценка	Измерители
Потребность в продукте	Стандартный продукт		Современная модель
Значение цены для потребителя	Не имеет значения		Имеет большое значение
Функции, выполняемые продуктом	Покупатель удовлетворен		Покупатель хотел бы особые функции
Наличие заменителей на рынке	Нет		Есть
Сравнение с конкретным продуктом	По крайней мере аналогичен		Конкурентный продукт лучше
Число конкурентов на рынке	Мало		Много
Импорт продукции	Незначительный		Существенный
Готовность потребителей платить большую цену, чем средняя рыночная, в случае предложения продукта более высокого качества по сравнению со средним уровнем	Высокая готовность многих покупателей		Низкая готовность
	Значительное повышение цен		Прежние цены

Основываясь на данных таблицы 1.2 определим положение ООО «Центрпласт» на рынке текстильной продукции.

1.2 Исследование тенденций развития текстильной отрасли в Российской Федерации

Несмотря на то, что рынок текстильного сырья относится к смежным с легкой промышленности отраслям (сельское хозяйство и химическая промышленность) он во многом определяет успех развития отрасли в целом. В связи с этим в рамках стратегии также проработаны направления развития в этом сег-

менте, реализация которых должна быть осуществлена совместно с профильными ведомствами и представителями отраслей.

Мировой рынок волокон и нитей составил около 90 млн. тонн в 2014 году. При этом за последние 20 лет пропорция натуральных и химических волокон существенно изменилась. Если в 1995 году, натуральные волокна составляли не менее 55% рынка, то к 2025 году их доля не будет превышать 30%. Замещение натуральных волокон химическими обусловлено их лучшими характеристиками и более стабильными ценами. Кроме того, инновационное развитие технологий производства искусственных волокон расширяет их область применения за пределами традиционного текстильного производства.

Основные виды волокон, используемые в текстильной промышленности – хлопок (30-35% в 2014 г.) и полиэфирные волокна (45-50% в 2014). Доля хлопка продолжит снижаться и достигнет 25%, а доля полиэфирных волокон увеличится до 60%.

Объем российского рынка сырья текстильной промышленности в 2015 году составлял 66.5 млрд. руб., из них 11 млрд. – кожа и мех. Аналогично мировой структуре рынка, хлопок и полиэфирные волокна (полиэстер, ПЭ) - основное сырье в Российской Федерации. Объем этих сегментов в 2015 году – 19.5 и 10.9 млрд. руб. соответственно. Среди других натуральных волокон, активно используемых в текстильной промышленности – лен и шерсть (6.2 и 3.3 млрд. руб. в 2015 г соответственно). Объем их потребления сравнительно небольшой и стабильный, производство локализовано – льна отечественного производства не менее 63%, шерсти – 55%.

Существенный потенциал в развитии производства сырья для текстильной промышленности состоит в замещении импорта – 65% рынка – импортное сырье.

В силу отсутствия климатических возможностей для выращивания хлопка на территории Российской Федерации весь хлопок импортируется (преимущественно из Узбекистана). Потенциала замещения импорта в хлопке практически

нет – развитие производства хлопка достаточного масштаба на территории России не представляется возможным, экспериментальные проекты в Астраханской области обладают ограниченным потенциалом.

Таким образом, развитие натурального сырья для текстильной промышленности - хлопка, шерсти и льна, не сможет обеспечить ощутимого эффекта для отрасли в целом и не должно являться приоритетной задачей в рамках развития сырьевой базы текстильной промышленности. Уже существующие стратегические инициативы в этих сегментах реализуются при поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.

Сокращающуюся долю хлопка и других натуральных волокон занимают химические волокна – полиэстер, полипропилен, вискоза и полиамид (10.9, 5, 3.7, 2.5 млрд. руб. соответственно). При этом доля импорта полиэфирных волокон – 74%, полипропилена – 49%, вискозы – 100%, полиамида – 88%.

Столь высокая доля импорта при положительных темпах роста потребления химических волокон создает существенный потенциал для замещения импорта и развития именно в этом сегменте. Кроме того, наличие развитого нефтехимического и целлюлозно-бумажного комплекса, а также близость к потенциальным рынкам сбыта создает для Российской Федерации дополнительные конкурентные преимущества.

Оценочный объем потребления полиэфирных волокон в Российской Федерации в 2015 году составит около 225 тыс. тонн. Производство волокон – капиталоемкое, доля ручного труда минимальна. Наличие развитого нефтехимического комплекса в перспективе позволит обеспечивать производителей выгодным доступом к сырью.

Крупнейшие производители ПЭ волокон в СНГ – белорусские Могилевхимволокно и Светлогорск-химволокно (выпуск – 90 и 39 тыс. тонн соответственно). Крупнейшие российские производители – Комитекс и Владимирский полиэфир (20 и 13 тыс. тонн соответственно). Текущий совокупный объем выпуска ПЭ в Российской Федерации не превышает 55-60 тыс. тонн в год.

Существующее производство ПЭ волокон не удовлетворяет потребности текстильных компаний из-за низкого качества (переработанный ПЭТФ) и недостаточного объема. Полиэстер, произведенный периодическим способом (из ПЭТФ гранулята) обладает более низкими потребительскими характеристиками, чем ПЭ, произведенный по непрерывной технологии. Периодический способ оптимален для производителей технического текстиля и нетканых материалов, где нужен меньший масштаб и большая гибкость. Все существующие производители ПЭ волокон в России производят полиэстер периодическим способом и, как правило, интегрированы в производство текстиля и нетканых материалов.

Для более массового сегмента ПЭ, используемого в одежде, необходимо производство по непрерывной технологии – это масштабное производство, как правило, интегрированное с химическими компаниями – средний объем выпуска одного завода - 150-250 тыс. тонн в год. В России таких производств пока нет, однако существует проект компании Иврегионсинтез по выпуску 250 тыс. тонн ПЭ волокна в рамках кластера в Иваново.

Запуск масштабного производства полиэфирных волокон ограничен низким на данный момент спросом со стороны текстильной промышленности и трудностями доступа к дешевому отечественному сырью (ТФК и МЭГ). В рамках реализации стратегии химической промышленности принимается ряд шагов по повышению привлекательности использования российского сырья, в т.ч. корректировке нарушения принципа эскалации пошлин (до недавнего момента импорт готового ПЭТФ был дешевле, чем импорт ТФК и МЭГ для локального производства ПЭТФ).

Рынок полиэфирных волокон глобален. Несмотря на то, что большая его часть сосредоточена в Юго-восточной Азии, СНГ, Европа, Латинская Америка, Африка и Ближний Восток наращивают импорт волокон и нитей из полиэстера. С учетом географической близости к Российской Федерации ко многим рынкам, потенциала ценовой конкурентоспособности в среднесрочной перспективе, а также развитых торговых отношений со многими странами (страны СНГ, Турци-

ей, Восточной Европой, странами латинской Америки) эти рынки являются потенциальными экспортными рынками для России. Наибольший экспортный потенциал для Российской Федерации представляют рынки СНГ (60-70 тыс. тонн экспорта из Российской Федерации) и Европы (100-150 тыс. тонн).

Основные стратегические инициативы для взаимоувязки интересов развития химической и текстильной промышленности:

– формирование спроса на современные текстильные материалы через госзаказ (в т.ч. в дорожном строительстве, медицине, обороне, сельском хозяйстве);

– поддержка проектов по производству синтетических тканей и технического текстиля;

– поддержка проектов интеграции текстильных компаний в производство волокон из ПЭТФ;

– поддержка обеспечения выгодного доступа к сырьевой базе (ТФК, МЭГ, ПЭТФ) в рамках развития химической промышленности;

– использование механизмов, заложенных в подпрограмме 13 «Химический комплекс» государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328.

Объем произведенных в России ПЭ волокон может достичь 950-970 тыс. тонн, или 80% от локального потребления. Еще 250-370 тыс. тонн может пойти на экспорт на внешние рынки – прежде всего в СНГ и Европу. Это обеспечит дополнительные 0.08% ВВП и 8-10 млрд. рублей налоговых поступлений.

Потребление вискозы будет продолжать расти и в мире, и в России: вискоза является более дешевой альтернативой хлопку в потребительской одежде и активно используется в техническом текстиле (прежде всего, в медицинской продукции). Внутреннее потребление вискозы в Российской Федерации может вырасти с 34 до 230 тыс. тонн. за счет развития отраслей потребителей.

Крупнейшие игроки мирового рынка вискозы – компании Lenzing и AditaBirla – обладают современной экологичной и энергоэффективной технологией производства. Фабрики этих компаний находятся по всему миру. Производство масштабное, средний выпуск фабрики – 180-250 тыс. тонн в год. Производство в России на данный момент не существует (из-за использования устаревших «грязных» технологий все производства закрыты) – вся вискоза импортируется. В СНГ производство сохранилось, но в крайне небольших объемах (Светлогорск-Химволокно в Беларуси).

Тем не менее, у Российской Федерации существенный конкурентный потенциал для замещения импорта: производство капиталоемкое и работает на целлюлозе - развитая целлюлозно-бумажная промышленность и низкая стоимость сырья (в 2 раза ниже, чем в Азии) обеспечивает преимущества для российских производителей.

Кроме того, рынок вискозы глобален, ведущие позиции на нем занимают Австрия, Китай и Индонезия, Индия и Таиланд (обеспечивают 85% рынка). Тем не менее, большинство из глобальных поставщиков работает на импортной целлюлозе, около 25% которой импортируется из России.

Объем произведенных в России вискозных волокон и нитей может достичь 500-600 тыс. тонн, обеспечивая этим объемом до 80% от локального потребления и экспортируя 300-400 тыс. тонн на внешние рынки – прежде всего в СНГ, Европу, Африку и Ближний Восток (Турцию, Марокко). Это увеличит вклад отрасли на 0.04% ВВП и обеспечит 3.5-4.5 млрд. рублей налоговых поступлений.

Развитие прочих химических волокон, прежде всего полиамидных и полипропиленовых связано непосредственно с развитием их потребителей – производителей технического текстиля.

Российский рынок текстиля в 2015 году оценивался в 275 млрд. руб. (с учетом контрафактной продукции и неучтенного производства), около 55% рынка текстиля в денежном выражении – отечественная продукция.

Производство текстиля из натуральных материалов локализовано почти на 90%, в отличие от синтетического текстиля и нетканых материалов – доля отечественной продукции в этом сегменте не превышает 25%.

Основной объем текстиля (50%, 138 млрд. руб.) – материалы для одежды и обуви. Второй по величине сегмент – технический текстиль (38%, 77 млрд. руб.), 22% рынка – текстиль для товаров дома и для розничной продажи.

Возможности для развития рынка определяют два фактора – наличие выгодного доступа к текстильному сырью и уровень локализации производства продукции следующего передела.

Необходимость импорта натурального сырья (прежде всего хлопка), высокая волатильность его цены, существенная локализация натурального текстильного производства и невозможность существенного увеличения локализации швейного производства ограничивают возможности замещения импорта в сегменте натурального текстиля. Политика государства в первую очередь, будет направлена на переориентацию существующих игроков в конкурентоспособные сегменты и распределение инструментов поддержки на инвестиционные проекты, преимущественно по созданию производства высокотехнологичного технического текстиля и нетканых материалов.

Тем не менее, развития в натуральных текстильных материалах в рамках существующих программ поддержки и реализации стратегии в рамках развития локального швейного производства может обеспечить дополнительные 0.05% ВВП к 2025 году.

В то же время, спрос на синтетические ткани продолжает расти, большинство из них используется не только в производстве одежды, но и в технических приложениях, где потенциал роста локализации существенно выше. Кроме того, цены на химическое сырье сокращаются, а существенная часть объема потребляемого сырья может быть локализована. В совокупности это делает синтетический текстиль основным драйвером роста текстильного производства в Российской Федерации за счет увеличения объемов потребления и замещения импорта.

Кроме того, для технического текстиля и нетканых материалов существует экспортный потенциал для ближайших рынков.

Технический текстиль – основной драйвер роста российского рынка синтетических тканей.

Мировой рынок технического текстиля оценивается в 130 млрд. долл. и растет на 3% в год за счет расширения его применения.

Объем российского рынка технического текстиля в 2015 году оценивался в 320 тыс. тонн. Объем в денежном выражении - 77 млрд. руб., что составляло 0.12% от ВВП. Удельное потребление технического текстиля в России отстает от сопоставимых стран в 2-3 раза – рынок технического текстиля в Китае – 0.48% от ВВП, в Турции – 0.33%, в Индии – 0.23%, в Бразилии – 0.21%, в Германии и во Франции – 0.20% и 0.18% соответственно. Это связано с меньшим развитием отраслей потребителей и отсутствием практики по использованию современных текстильных материалов во многих отраслях.

Усилившиеся темпы реиндустриализации в России окажут положительное влияние на развитие рынка технического текстиля. Кроме того, у Российской Федерации есть высокий потенциал замещения импорта – большинство развитых стран обслуживают 50-80% локального рынка собственным производством. Текущий объем локализации – 15-17%.

Технический текстиль – наукоемкая отрасль и является одним из драйверов роста инновационного развития многих отраслей экономики. Например, в Германии – текстильная отрасль третья по доле инновационной продукции – на такие продукты приходится около 25% выпуска отрасли. В России этот показатель составляет не более 2%.

Рынок технического текстиля существенно фрагментирован с точки зрения областей применения и технологий. В соответствие с международной классификацией MesseFrankfurt выделяется 11 областей применения:

- Protech – текстиль со специальными защитными свойствами;

- Clothech – функциональный текстиль для одежды - водостойкая ткань, подкладки, изоляционная ткань;
- Sportech – текстильные материалы для спортивных приложений;
- Hometech - текстильные компоненты для производства товаров для дома;
- Meditech – текстиль для одежды медицинского назначения, средств гигиены, для протезов, имплантатов, хирургических аксессуаров;
- Mobiltech - текстиль для транспортных средств – для обивки интерьера, ремней безопасности, подушек безопасности, кордные нити, ткани для ремней, шлангов и фильтров;
- Indutech - текстильная основа для конвейерных лент и приводных ремней, материалы для сигаретных и промышленных фильтров, стеклотекстолит для электронных плат;
- Packtech – текстиль, используемый для промышленной и бытовой упаковки;
- Buildtech - изоляционные текстильные материалы, покрытия для полов и стен, строительные мембраны и сетки;
- Geotech - мембраны, сетки, маты, нетканые материалы для ландшафтных работ;
- Agrotech - материалы для сельского хозяйства – для укрывания растений, сетки для земли, капиллярные ткани, рыболовные сети.

Наибольшим потенциалом для развития в России обладают сегменты текстиля для защитной одежды, медицины, транспорта, строительства и сельского хозяйства. Основные драйверы роста – развитие производства спецодежды, повышение стандартов медицины, повышение локализации производителей транспорта и компонентов (авто, авиа, ж/д), активное дорожное строительство, повышение интенсивности сельского хозяйства.

В виду столь высокой фрагментации, игроки на рынке работают в сегмен-

тах сходных по технологическим процессам. Помимо российских игроков, на рынке СНГ ведущие позиции занимают белорусские производители (например, Моготекс).

Еще одним ключевым следствием высокой фрагментации является кластерный механизм развития отрасли. Это давно является распространенной практикой в развитых и развивающихся странах. Например, в Китае существует 3 кластера по производству технического текстиля - Pengchang county (нетканые материалы), Tiantai (фильтры), Zhitang (нетканые материалы и оборудование для его производства). В Индии создано объединение из 8 «центров превосходства» по производству технического текстиля: Agrotech, Geotech, Indutech, Meditech, Protech, нетканые материалы и композиты. В ЮАР создан кластер технического текстиля, объединенный с 5 производителями конечной продукции. А в Европе существует объединение 8 региональных кластеров технического текстиля «Textile 2020», которое включает в себя более 900 организаций, включая университеты, исследовательские и технические центры, компании малого и среднего бизнеса и крупные международные компании и покрывает всю цепочку создания стоимости: от дизайна до производства, от волокон до конечной продукции.

Как правило, кластеры технического текстиля в большинстве случаев расположены рядом с нефтехимическими комплексами (NWTexnet, Po.in.tex, Fomentex, AEITexlis, UPtex, Clutex, и т.д.), или в непосредственной близости к конечным потребителям (NeckarAlb в Германии находится между региональными центрами медицины и автопроизводства)

Кластер позволяет достичь экономии на масштабе и создать инфраструктуру для развития НИОКР. В рамках кластера производители технического текстиля находятся в тесном взаимодействии с исследовательскими центрами и институтами, производителями конечной продукции, дистрибуторами, профессиональными ассоциациями, производителями оборудования и сырья, логистическими и дистрибуторскими компаниями, государственными структурами. Это позволяет объединить большое количество предприятий МСБ для совместного

сотрудничества: разработки новых продуктов и технологий, совместной закупка сырья и материалов, дистрибуции, а также позволяет сэкономить на НИОКР, капиталоемких и технически интенсивных инвестициях, поиске и обучении специализированного персонала. Кроме того, для участников кластера предоставляется доступ к льготному финансированию.

Создание 2-3 кластеров технического текстиля в России позволит объединить мелкие действующие предприятия и создать базу для разработки новой продукции в рамках единой технологической цепочки.

Как и рынок химических волокон – рынок технического текстиля глобален. При наличии требуемых сертификаций у России есть потенциал для выхода на ближайшие рынки – в СНГ и Восточную Европу. Некоторые из российских производителей уже успешно вышли на западные рынки – например, российские компании поставляют в Финляндию кордные ткани для автомобильных шин.

Основные направления государственной поддержки развития технического текстиля:

- стимулирование роста потребления технического текстиля;
- создание «защищенного» сегмента рынка с помощью государственных заказов в стратегических сферах – оборона, медицина, строительство, сельское хозяйство и т.п. для оперативного формирования дополнительного спроса, и дополнительного стимулирования локализации производства;
- создание 2-3 индустриальных парков / кластеров предприятий по производству технического текстиля и нетканых материалов для создание единой экосистемы;
- поддержка создания индустриального кластера технического текстиля в рамках нефтехимических или промышленных парков;
- стимулирование развития НИОКР - поддержка инвестиционных проектов по созданию наукоемких технологичных текстильных материалов;
- развитие профессиональных кадров в техническом текстиле на базе университетов и других учреждений;

– использование механизмов предоставления государственных гарантий;
– привлечение финансирования из Фонда развития промышленности (сумма займа до 500 млн. рублей) до 80% предельно допустимой доли может быть использовано на приобретение технологического оборудования и расходов, связанных с его введением в эксплуатацию;

– поддержка экспорта, в т.ч. в Европу и СНГ, в том числе в рамках реализации дорожной карты «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта».

Реализация указанных направлений позволит достичь объема внутреннего рынка 1 млн. тонн (250 млрд. руб.), 80% которого может быть обеспечено отечественными производителями. Кроме того, объем экспорта в этом сегменте может составить до 200-250 тыс. тонн. Для развития производства технического текстиля потребуется около 250 млрд. руб. инвестиций и 60 тыс. сотрудников. Этот сегмент обеспечит дополнительные 0.12% ВВП, а также 26-36 млрд. руб. налоговых поступлений.

Основной драйвер роста рынка прочих синтетических тканей – локализация производства следующих переделов в цепочке создания стоимости. На данный момент российский рынок прочих синтетических тканей оценивается в 68 млрд. руб., из них только 12 млрд. – текстиль отечественного производства. К 2025 году объем внутреннего рынка может составить 129 млрд. руб., 60% из которого будет приходиться на отечественных производителей. Кроме того, еще 30 млрд. руб. составит экспорт в СНГ и Восточную Европу. Ожидаемый эффект – дополнительные 0.02% ВВП к 2025 году.

Основные направления государственной политики в этом сегменте:

– увеличение спроса со стороны швейного производства;
– создание «защищенного» сегмента рынка с помощью государственного заказа (прежде всего, в производстве специальной и форменной одежды);

– стимулирование локализации швейного производства продукции из синтетических материалов (в том числе, спортивной одежды и одежды для активного отдыха);

– обеспечение выгодного доступа к сырью за счет развития производства синтетических волокон, прежде всего, ПЭ и вискозы.

Таким образом, совокупный эффект от развития текстильной промышленности в Российской Федерации может составить 0.19% ВВП (0.12% от технического текстиля, 0.02% от прочего синтетического текстиля и еще 0.05% от прочих текстильных материалов). Совокупный объем инвестиций – 300-400 млрд. руб. Будет создано 90-130 тыс. новых рабочих мест. Налоговые поступления к 2025 году оцениваются в 27-55 млрд. руб.

1.3 Позиционирование предприятия ООО «Центрпласт» на рынке текстильной продукции в Красноярске и Красноярском крае

Рынок текстильной продукции в Российской Федерации в последние годы является одним из самых быстрорастущих и перспективных в инвестиционном плане. Быстрый рост наблюдается в производстве ортопедических матрасов среднего и премиум-класса. Рост продаж ортопедических матрасов в России значительно превышает импорт.

В последние годы значительно улучшилось качество отечественных производителей ортопедических матрасов, и цены на матрасы становятся более доступные. Ортопедические матрасы производятся на импортном оборудовании с использованием импортных комплектующих, поэтому российские матрасы не в чем не уступают импортным. Кроме того, у отечественных производителей затрачивается меньше денежных средств на доставку ортопедических матрасов, что дает возможность держать конкурентоспособные цены на матрасы.

Производством ортопедических матрасов занимается Центральный Федеральный округ (Ивановская, Владимирская область и Московский регион), а также Приволжский регион.

Рынок Красноярского края по производству ортопедических матрасов низок по сравнению с Центральным Федеральным округом. Конкурирующими фирмами по производству ортопедических матрасов являются: KrasDivan и ООО Мебельная компания «Сибирь». Но, данные предприятия в большей степени специализируются на мягкой и корпусной мебели и лишь дополнительно производством матрасов. В большей степени рынок Красноярского края по производству ортопедическим матрасам занимают фирмы-производители, такие как «Аскона», «Sonata» и Компания «Консул», которые реализуют продукцию собственного производства в мебельных салонах.

Также рынок сбыта расширяется за счет того, что в среднем потребители покупают минимум два ортопедических матраса на семью (взрослые и детские, в квартиру и на дачу).

Некоторые отечественные производители постарались использовать эти тенденции, разработав новые модели матрасов для «загородного» спального места. Детские же модели выпускают практически все крупные производители ортопедической продукции для сна.

В целом, эксперты оценивают перспективы развития рынка производства матрасов довольно оптимистично. По их мнению, рынок ортопедических матрасов уже практически восстановился после кризиса. Теперь его объемы будут увеличиваться преимущественно за счет роста потребления.

Для удовлетворения потребностей покупателя предприятию необходимо выполнять план, как по объему продукции, так и по ассортименту. Для выведения предприятия на новый уровень конкурентоспособности, необходимо расширить ассортимент выпускаемой продукции для привлечения покупателей.

Для выведения предприятия на новый уровень конкурентоспособности, необходимо расширить ассортимент выпускаемой продукции для привлечения покупателей.

Постепенно улучшается материальное состояние потребителей и меняется культура потребления – все больше людей приобретает в качестве спального

места не бюджетную диван-кровать, а полноценную кровать с ортопедическим матрасом, в последние годы возрос спрос на детские матрасы, а так же обновляют подушки и покупают одеяла из легких - более комфортных наполнителей.

ООО «Центрпласт» специализируется только на ортопедических матрасах, так как другие предприятия, помимо матрасов, предлагают сопутствующие спальные принадлежности, такие как подушки, одеяла и аксессуары для сна. Проведем анализ цен на сопутствующую продукцию фирм-конкурентов в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Анализ цен на сопутствующую продукцию фирм – конкурентов за 2015 г., руб.

Продукция	Цены на продукцию			
	ООО «Центрпласт»	Компания «Аскона»	Компания «Sonata»	Компания «Консул»
Матрасы	2500-30000	2800 - 144000	3000-22000	2600-64000
Подушки	-	600-900	-	460-1380
Одеяла	-	1000-3400	-	850-2200
Наматрасники	-	1900-4100	-	570-1060
Постельное белье	-	-	-	1050-1980
Одежда для сна	-	-	-	1000-3000

Из таблицы видно, что Компания «Sonata», так же как и ООО «Центрпласт» специализируется только на производстве ортопедических матрасов, в отличие от Компаний «Аскона» и «Консул», которые производят не только ортопедические матрасы, но и подушки, одеяла, наматрасники, постельное белье, а не которые даже одежду для сна.

С 2014 года Компания «Аскона» стала закупать у ООО «Центрпласт» пружинные блоки, которые являются основой для ортопедических матрасов.

Так как у ООО «Центрпласт» есть 2 собственных отдела для реализации продукции в г. Красноярске, крупный покупатель мебельная фабрика ООО «Восток» в Казахстане (реализация 35 % матрасов) и около 35 постоянных компаний покупателей, менеджерами организации был проведен опрос на тему: Бу-

дут ли заказы от постоянных покупателей новой ассортиментной линейки продукции, такие как одеяла, подушки, на матрасники. Результат опроса показал, что 90 % покупателей готовы сделать заказ на первую партии новой продукции.

При производстве собственного синтепона можно расширить линейку выпускаемой продукции: подушки, одеяла, чехлы, на матрасники.

На сегодняшний день синтепон занимает лидирующее место среди прочих нетканых материалов. Отличительной чертой его, является широкое применение во многих сферах. Он часто используется при пошиве верхней одежды, в мебельном производстве, а также при изготовлении мягких игрушек.

Линия по производству синтепона включает в себя определенное оборудование, которое отвечает за все производственные процессы. К тому же для его размещения не требуется огромных площадей, оно занимает совсем мало места.

Ассортиментная политика ООО «Центрпласт» направлена на производство матрасов. Перечень выпускаемой продукции составляет около 50 наименований и утверждается директором предприятия. Определим критические факторы и установим угрозы и возможности в таблице 1.4.

Таблица 1.4 - Swot-Анализ ООО «Центрпласт»

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Хорошая репутация фирмы у потребителей; 2. Высокая квалификация работников; 3. Наличие финансовых ресурсов 4. Преимущества в области издержек; 5. Быстрое реагирование на изменение рынка	1. Низкая прибыльность; 2. Нет четкого видения миссии, целей и стратегии поведения организации; 3. Внутрифирменные проблемы; 4. Малая известность на рынке; 5. Некомпетентность руководства
Возможности	Угрозы
1. Выход на новые рынки или сегменты рынка; 2. Расширение ассортимента продукции; 3. Ослабление конкурирующих фирм	1. Возможность появления новых конкурентов; 2. Замедление роста рынка; 3. Неблагоприятная экономическая ситуация; 4. Возрастание роли поставщиков; 5. Изменение потребностей и вкуса потребителей

Из таблицы видно, что главными конкурентными преимуществами данного предприятия является широкий ассортимент продукции, оказание дополнительных услуг.

Среди сильных сторон ООО «Центрпласт» можно выделить следующие:

1 конкурентная цена, четкое исполнение обязательств по срокам поставки продукции и качеству предоставляемых услуг обеспечили ООО «Центрпласт» хорошую репутацию у потребителей;

2 наличие собственного склада, не большой штат сотрудников позволили организации значительно сократить издержки;

3 гибкая политика и отсутствие многоступенчатой иерархии позволяют моментально реагировать на изменение рынка.

Среди слабых сторон выделим отсутствие четкого видения миссии, целей и стратегии поведения организации, некомпетентность руководства.

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		43

2 Оценка производственно-хозяйственной и финансовой деятельности ООО «Центрпласт»

2.1 Анализ производственной деятельности ООО «Центрпласт»

Общество с ограниченной ответственностью «Центрпласт» было основано в 2007 году, является юридическим лицом и действует на основании Устава, утвержденного решением учредителя. Полное фирменное наименование общества: Общество с ограниченной ответственностью «Центрпласт», сокращенное наименование: ООО «Центрпласт».

Общество вправе открывать расчетные счета на территории РФ и за ее пределами. Общество имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на его место нахождения.

Предприятие находится по адресу: Красноярский край, 20 км автодороги «Красноярск-Железнодорожск».

Основной вид деятельности:

- производство матрасов;

Дополнительные виды деятельности;

- производство готовых текстильных изделий, кроме одежды;
- производство прочих готовых текстильных изделий, кроме одежды;
- производство нетканых текстильных материалов и изделий из них;
- производство крепежных изделий и пружин;
- деятельность агентов по оптовой торговле прочими основными химическими веществами;
- деятельность агентов по оптовой торговле скобяными, ножевыми и прочими бытовыми металлическими изделиями;
- деятельность агентов по оптовой торговле прочими товарами, не включенными в другие группировки;
- оптовая торговля текстильными изделиями, кроме текстильных галантерейных изделий;

- оптовая торговля бытовой мебелью;
- оптовая торговля металлами в первичных формах;
- оптовая торговля металлами в первичных формах;
- оптовая торговля прочими промежуточными продуктами, кроме сельскохозяйственных, не включенными в другие группировки;
- оптовая торговля отходами и ломом;
- розничная торговля мебелью;
- розничная торговля металлическими и неметаллическими конструкциями и т.п.;
- специализированная розничная торговля прочими непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки;
- деятельность автомобильного грузового неспециализированного транспорта;
- сдача внаем собственного нежилого недвижимого имущества.

Общество добивается максимальной удовлетворенности клиентов высоким качеством услуг, справедливыми ценами, добросовестными усилиями профессиональной команды.

Целью деятельности общества является получение прибыли.

ООО «Центрпласт» изготавливает пружинные блоки для собственного производства и на продажу мебельным предприятиям, моделирует и конструирует матрасы, изготавливает ортопедические матрасы под брендом «SwissHome».

Число работников предприятия в настоящее время составляет 155 человек со средней заработной платой 16 624 рублей в месяц. Производство работает в двухсменном режиме.

ООО «Центрпласт» оснащено швейцарским оборудованием полуавтоматического действия.

Производственное здание организации занимает площадь 14 705 м². Про-

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		45

изводство состоит из нескольких технологических линий:

- производство пружинных блоков и блоков независимых пружин;
- производство стегального полотна;
- производство матрасов;
- автоматическая упаковка.

Компания производит и реализует широкий выбор матрасов, рассчитанных на людей с различным достатком, вкусом и образом жизни.

Коллекция предоставленных матрасов делится на пять основных серий:

1 «Classic» - серия матрасов с зависимым пружинным блоком «Bonell».

Надежность, простота и доступная цена – причины популярности серии;

2 «Comfort» - матрасы с блоком независимых пружин «PocketSpring». Отличные ортопедические свойства, отсутствие эффекта «волны» и большой срок службы;

3 «Anatomic» - матрасы на основе блока независимых пружин «MultiPocket». Более 500 пружин на м² обеспечивают идеальное обтекание тела человека. Идеальный выбор для ценителей истинного комфорта.

4 «Flex» - серия беспружинных матрасов. Безграничное разнообразие их свойства обеспечивается за счет возможности комбинирования различных наполнителей;

5 «Tinu» - детская серия матрасов, включающая в себя как модели на основе пружинного блока «Bonell», так и беспружинные матрасы.

При изготовлении матрасов применяются соответствующие стандартам качества материалы:

- 1 кокосовая койра;
- 2 латекс;
- 3 меморикс (материал с эффектом памяти);
- 4 пенополиуретан;
- 5 струттофайбер;
- 6 спандбонд;

7 термовойлок.

Чехол, из собственного производства стегального полотна, обеспечивает необходимый воздухообмен, влагоиспарение и влагопоглощение, значительно облегчает уход и увеличивает срок службы матраса.

ООО «Центрпласт» на протяжении всех лет работы сотрудничает с крупнейшими фирмами - поставщиками, такими как ЗАО «Мечел-Сервис» приобретение проволоки стальной пружинной, ООО «Сибпласт» - пенополиуретан, ООО «Веллтекс» - нити повышенной прочности.

Организационная структура управления предприятием отражает состав и подчиненность линейных и функциональных звеньев управления, в ООО «Центрпласт» структура управления имеет линейно-функциональный вид.

При данном типе организационной структуры предприятия линейному руководителю, который подчиняется непосредственно директору, в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ и планов помогает специальный аппарат управления, состоящий из функциональных подразделений (отделов). Такие подразделения проводят свои решения либо через высшего руководителя, либо прямо доводят их до специализированных служб или отдельных исполнителей на нижестоящем уровне. Функциональные подразделения не имеют права самостоятельно отдавать распоряжения производственным подразделениям.

В ООО «Центрпласт» создана единая вертикальная линия руководства и прямой путь активного воздействия на подчиненных. Преимущество такой структуры управления заключается в простоте, надежности и экономичности. Руководитель в данном случае должен охватывать все стороны деятельности предприятия.

Функциональные подразделения осуществляют всю техническую подготовку производства, подготавливают варианты решения вопросов, связанных с руководством процессами производства, освобождают линейных руководителей

от планирования финансовых расчетов, материально-технического обеспечения производства и других вопросов.

Как у любой организационной структуры у линейно-функциональной структуры управления есть свои достоинства и недостатки.

К достоинствам организационной структуры управления ООО «Центрпласт» относятся:

- четкое разделение труда (квалифицированные специалисты в каждой области);
- высокая иерархия управления;
- наличие стандартов и правил деятельности;
- осуществление найма на работу в соответствии с квалификационными требованиями.

Основными недостатками можно назвать:

- развитие скорее «узких» специалистов - технарей, нежели управляющих (менеджеров). Для ООО «Центрпласт» это привело к тому, что практически на всех руководящих должностях работали высококлассные и опытные технические специалисты, однако не все из них хорошо освоили новую для себя специальность - менеджер (профессиональный управленец);

– ответственность за финансовые результаты предприятия в целом несет исключительно руководитель предприятия, а критерием оценки деятельности руководителей большинства структурных подразделений является физический объем произведенной продукции, для непроизводственных - решение инженерно-технических задач и т.п. При этом они стремятся дистанцироваться от ответственности за финансово-экономические результаты деятельности подразделения, и, кроме того, традиционная система внутрифирменного учета просто не позволяет эти результаты объективно оценивать;

- структура «сопротивляется» расширению диверсификации деятельности;

– руководители специализированных подразделений ориентированы на рутинную текущую работу.

Бухгалтерский учет на предприятии ООО «Центрпласт» осуществляется бухгалтерией предприятия в строгом соответствии с действующим законодательством («Положение по ведению Бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ приказом компьютерной обработки»). Проведем анализ эффективности использования основных средств в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Анализ эффективности использования основных средств ООО «Центрпласт» в тыс. руб.

Показатель	2013	2014	2015	Абсолютное изменение		Относит. изменение, Т _р в %	
				2013 2014	2014 2015	2013 2014	2014 2015
Объём реализованной продукции	42300	54528	62579	12228	8051	128,9	114,8
Ср. ст-ть основных производственных фондов	16229	17813	21107	1584	3294	109,8	118,5
Балансовая прибыль	5187	8425	7993	3238	-432	162,4	94,9
Среднесписочная численность, чел	515	407	392	-108	-15	79,0	96,3
Фондовооруженность тыс. руб./чел.	31,5	43,8	53,8	12,3	10,0	139,1	122,8
Фондоотдача производства, руб./руб.	2,61	3,06	2,96	0,45	-0,1	117,2	96,7
Фондоотдача по фин. результату	0,32	0,47	0,38	0,15	-0,09	146,9	80,9
Фондоемкость по фин. результату	3,13	2,11	2,64	-1,02	0,53	67,4	125,1

Эффективность использования основных средств оценивается показателями фондоотдачи, фондоемкости. Фондоотдача производства характеризует размер выручки на единицу стоимости основных фондов, т.е. её (фондоотдачи) уровень может повышаться в зависимости от прироста объема реализованной продукции и снижения среднегодовой стоимости основных фондов или при более эффективном использовании основных фондов. Из таблицы 2.1 следует, что в

2014 по сравнению с 2013 г. наблюдался рост фондоотдачи - с 2,61 руб./руб. до 3,06 руб./руб., в 2015 г. по сравнению с 2013 г. фондоотдача снизилась с 3,06 до 2,96 руб./руб., или на 3,3% (96,7-100).

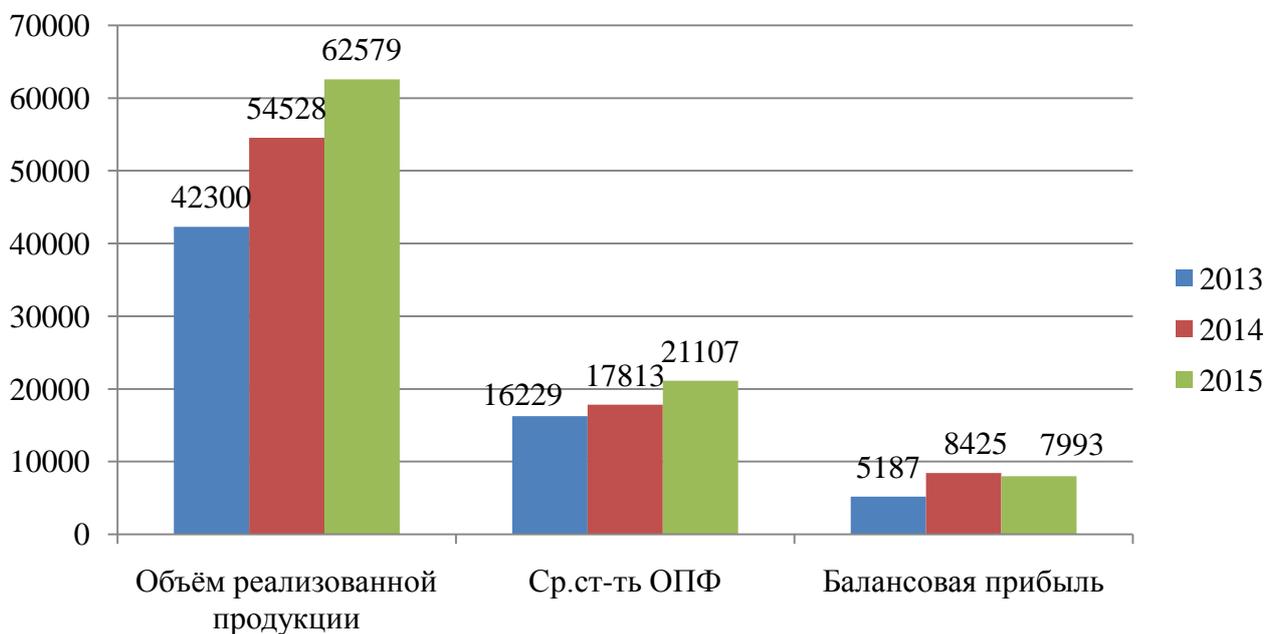


Рисунок 2.1 - Анализ эффективности использования основных средств ООО «Центрпласт» 2013-2015г.г. в тыс. руб.

Рассмотрим динамику изменения производительности труда в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Динамика изменения производительности труда

Показатель	2013	2014	2015	Абсолютное изменение		Отн. изменение, в %	
				2013	2014	2013	2014
				2014	2015	2014	2015
Товарная продукция, тыс. руб.	43812	57787	67789	13975	10002	131,9	117,3
Среднесписочная численность, чел.	515	407	392	-108	-15	79,0	96,3
-ППП	414	303	295	-111	-8	3,2	97,35
-рабочих	101	104	97	3	-7	102,9	93,3
Доля рабочих в общей чис-сти, %	19,6	25,5	24,7	5,9	-0,8	130,1	96,9
Производительность труда, тыс. руб./чел.							
- ППП	105,8	190,7	229,8	84,9	39,1	80,2	120,5
- рабочих	433,8	555,6	698,8	121,8	143,2	28,1	125,7

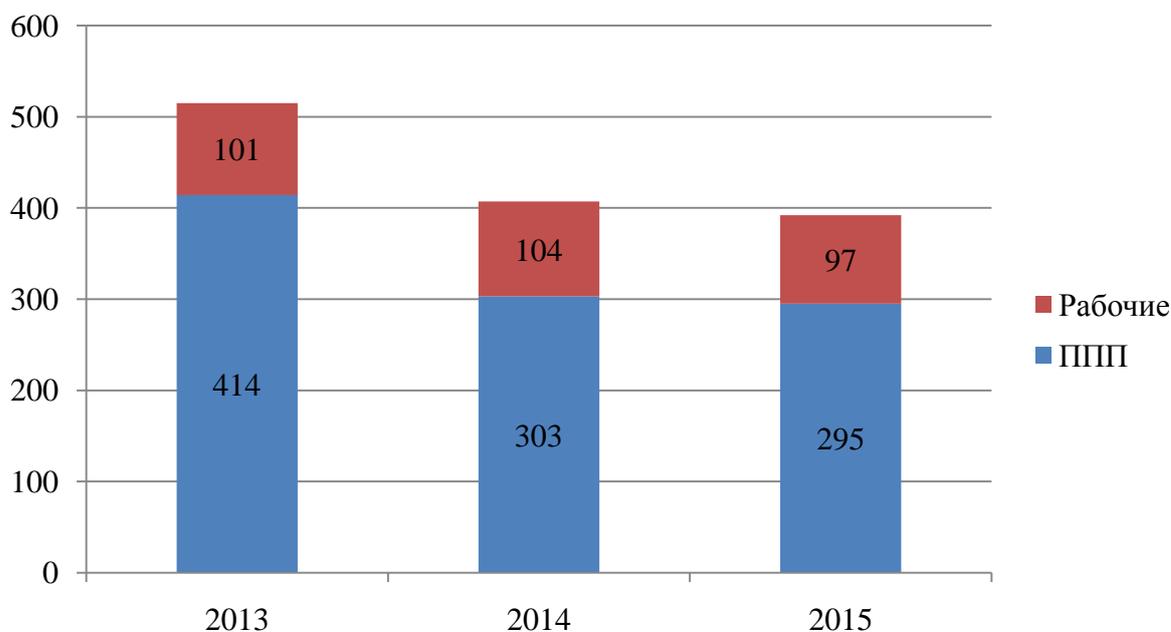


Рисунок 2.2 –Динамика среднесписочной численности ООО «Центрпласт» за 2013-2015 г.г., чел

Анализ динамика изменения среднесписочной численности работников и производительности труда показывает, что численность промышленно-производственного персонала уменьшалась. Так, в 2014 г. по сравнению с 2013 г. она уменьшилась на 0,8%, или на 111 чел., в 2015 г. по сравнению с 2014г. она уменьшилась на 15 чел. Положительным моментом является то, что удельный вес рабочих при этом не снизился, а наоборот, увеличился с 19,6 в 2013 г. до 24,7 в 2015 г., то есть это говорит о том, что численность работников предприятия снижалась за счёт других категорий работающих.

В течение исследуемого периода наблюдается рост производительности труда.

2.2 Анализ финансового состояния ООО «Центрпласт»

В современных рыночных условиях немаловажное значение при изучении деятельности предприятия имеет оценка его экономического и финансового состояния. Оценку работы предприятия можно сделать по основным технико-

экономическим показателям работы ООО «Центрпласт». Также об интенсивности использования ресурсов предприятия, способности получать доходы и прибыль судят по показателям рентабельности. Данные показатели отражают как финансовое положение предприятия, так и эффективность управления хозяйственной деятельностью, имеющимися активами и вложенными собственниками капиталом.

При первичном ознакомлении с бухгалтерской отчетностью за три предшествующих года удалось установить следующее:

Валюта баланса за 2015 год увеличилась по сравнению с 2013 годом на 104978 тыс. руб. и в 5 раз возросла по сравнению 2013 годом, за счет увеличения основных средств (производственного оборудования для увеличения производства (на 14 958 тысяч рублей к 2013 году) и незавершенного строительства, так как в 2015 году предприятие переехало на новое месторасположение. В связи покупкой производственного здания был взят кредит в банке, в связи с этим удельный вес заемных средств увеличился с 6% до 47%.

Структура активов характеризуется преобладанием в их составе доли внеоборотных средств, которые составили 56,5% на 2015г. Большая их часть представлена, основными средствами, запасами и затратами а также дебиторской задолженностью.

Изменение величины внеоборотных активов в 2015 г. на 61715 тыс. руб. в основном вызвано увеличением суммы основных средств в 4,5 раза и стоимости незавершенного строительства на 16834 тыс. руб.

В структуре внеоборотных активов наибольшую долю занимают незавершенное строительство (их удельный вес в 2015 г. 32,6 %) и основные средства (23,8 %).

При различной эффективности использования оборотных средств рост запасов в одном случае может быть оценен как свидетельство расширения объемов деятельности, а в другом случае - как следствие снижения деловой

активности и соответствующего увеличения периода оборота средств. Анализ динамики актива и пассива представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Анализ динамики и структуры актива и пассива баланса

ООО «Центрпласт» за 2013-15 г.г., тыс. руб.

Показатели	2013	2014	2015	Изменения (+,-)	В процентах к итогу		
					2013	2014	2015
АКТИВ							
Внеоборотные активы, из них:	17189	19504	78904	61715	61,08	56,3	56,5
1.1. Нематериальные активы		-	49	49			0,04
1.2. Основные средства	16434	18310	33268	16834	58,4	52,8	23,8
1.3. Незавершенное строительство	48	888	45548	45500	0,17	2,7	32,6
1.4. Отложенные налоговые активы	707	306	39	-668	2,51	0,8	0,03
2. Оборотные активы, из них:	1826	4408	33733	31907	6,48	12,7	24,2
2.1 Запасы	9	159	5499	5490	0,03	0,45	3,9
2.2 НДС по приобретенным ценностям							
2.3 Дебиторская задолженность	8970	8609	19687	10717	31,87	24,8	14,1
2.4 Краткосрочные финансовые вложения	144	1975	1810	1666	0,51	5,7	1,3
2.5 Денежные средства							
Итого по разделу 2	10949	15151	60729	49780	38,92	43,7	14,1
БАЛАНС	28138	34655	139633	111495	100	100	100
ПАССИВ							
3. Капиталы и резервы	24761	33364	59803	35042	88,00	96,3	42,8
4. Долгосрочные обязательства	39	71	107	68	0,14	0,2	0,1
5. Краткосрочные обязательства, из них:	1749	-	66545	64796	6,21		47,7
5.1 Займы и кредиты							
5.2 Кредиторская задолженность	1589	1220	13178	11589	5,64	3,5	9,4
5.3 Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов							
5.4 Доходы будущих периодов							
5.5 Резервы предстоящих расходов							
Итого по разделу 5	3338	1220	79723	76385	11,86	3,5	57,1
БАЛАНС	28138	34655	139633	111495	100	100	100

Из таблицы видно, что в 2015г. величина запасов предприятия увеличилась с 4408 тыс. руб. в 2014 году до 33733 тыс. руб. в 2015 году, наряду со сравнительно большим ростом имущества организации (в 4 раза), что может

свидетельствовать об увеличении объемов деятельности и выборе правильной политики управления запасами на предприятии.

Исследование структуры пассива баланса позволяет установить одну из возможных причин финансовой неустойчивости предприятия, приведшей к его неплатежеспособности. Такой причиной может быть нерационально высокая доля заемных средств в источниках, привлекаемых для финансирования хозяйственной деятельности. При определении соотношения собственных средств и заемных следует учитывать, что, как правило, долгосрочные кредиты и займы приравниваются к источникам собственных средств. Кроме того, при определенных условиях такие статьи пассива баланса, как доходы будущих периодов, резервы предстоящих расходов и платежей и резервы по сомнительным долгам, являются, по существу, источниками собственных средств.

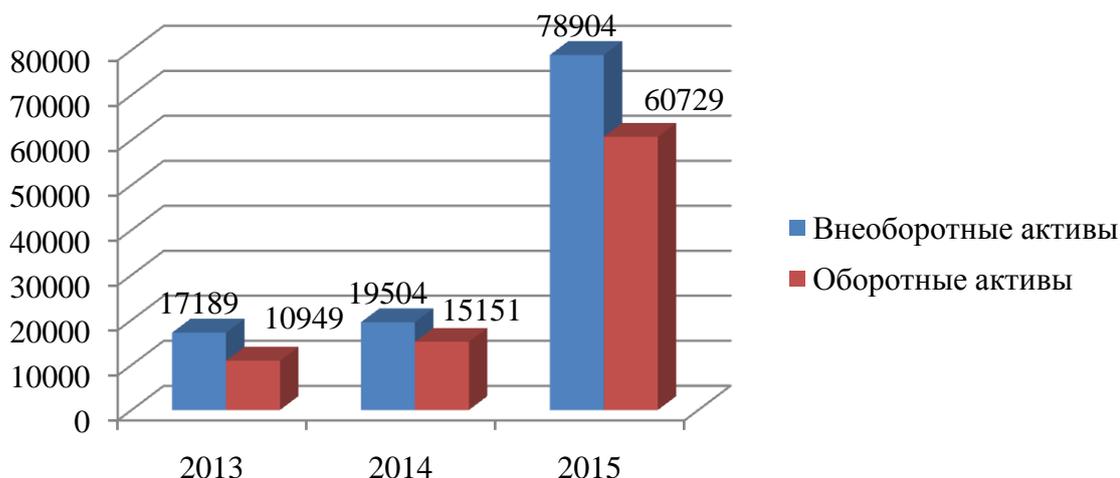


Рисунок 2.3 - Динамика разделов актива баланса ООО «Центрпласт» за 2013-2015 гг., тыс. руб.

В нашем случае, ООО «Центрпласт» увеличил свой капитал в 2015 году на 26 439 тыс. руб. по сравнению с 2014 годом и составил 59803 тыс. руб. Возросла доля долгосрочных обязательств в связи с покупкой нового производственного здания и переездом организации (был взят кредит в банке).

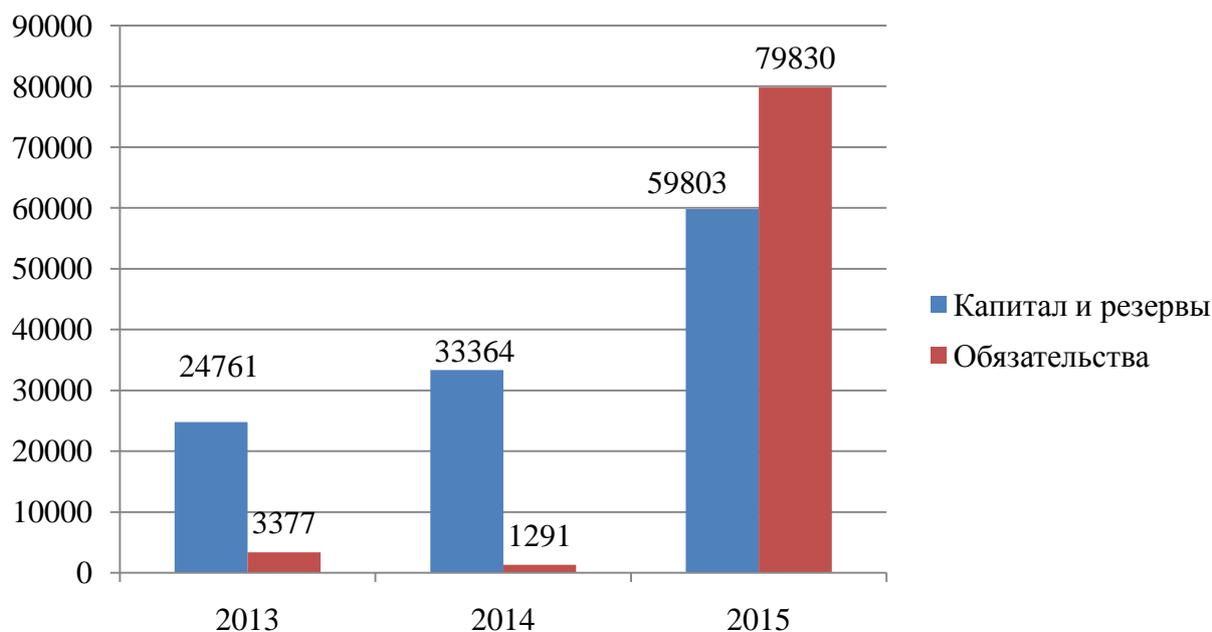


Рисунок 2.4 - Динамика разделов актива баланса ООО «Центрпласт» за 2013-2015 гг., тыс. руб.

Цель любого предприятия - извлечение максимально возможной величины прибыли в процессе осуществления им производственной деятельности. Таким образом, всякая деятельность хозяйства направлена на финансовый результат. Проанализируем основные показатели формирования финансовых результатов ООО «Центрпласт» в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Показатели платежеспособности и ликвидности ООО «Центрпласт» за 2013-2015 г.г., тыс. руб.

Показатели	2013	2014	2015	2014 2013	2015 2013
1. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	144	1975	1810	1813	165
2. Краткосрочная дебиторская задолженность	8970	8609	19687	-361	11078
3. Итого легко реализуемых активов	9114	10584	21497	1470	10913
4. Запасы	1826	4408	33733	2582	29325
5. НДС по приобретенным ценностям	9	159	5499	150	5340
6. Итого оборотных активов для покрытия текущей задолженности	1835	4567	39232	2732	34665

Окончание таблицы 2.4

7. Краткосрочные обязательства (без учета доходов будущих периодов и резервов предстоящих расходов)	3338	1220	79783	-2118	78563
8. Коэффициент абсолютной ликвидности	4,9	2,3	0,5	-2,6	-1,8
9. Коэффициент срочной ликвидности	2,7	8,6	0,3	5,9	-8,3
10. Коэффициент текущей ликвидности	3,2	12,4	0,7	9,2	-11,7

Коэффициент абсолютной ликвидности характеризует способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт денежных средств, средств на расчетный счетах и краткосрочных финансовых вложений.

Это один из самых важных финансовых коэффициентов. Нормальным считается значение коэффициента более 0.2. Чем выше показатель, тем лучше платежеспособность предприятия. С другой стороны, высокий показатель может свидетельствовать о нерациональной структуре капитала, о слишком высокой доле неработающих активов в виде наличных денег и средств на счетах.

Коэффициент абсолютной ликвидности вычисляется как отношение высоколиквидных текущих (оборотных) активов к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам, краткосрочной задолженности).

$$\text{Кал} = \text{ОбА} / \text{КДО} \quad (1)$$

$$2013\text{г: } 9114 / 1835 = 4,9;$$

$$2014\text{г: } 10584 / 4567 = 2,3;$$

$$2015\text{г: } 21497 / 39232 = 0,5.$$

ООО «Центрпласт» в полной мере является платежеспособным предприятием.

Коэффициент быстрой (срочной) ликвидности характеризует способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт оборотных активов. Он сходен с коэффициентом текущей ликвидности, но отличается от него тем, что в состав используемых для его расчета оборотных средств включаются только высоко- и среднеликвидные текущие активы (деньги на опера-

тивных счетах, складской запас ликвидных материалов и сырья, товаров и готовой продукции, дебиторская задолженность с коротким сроком погашения). К подобным активам не относится незавершенное производство, а также запасы специальных компонентов, материалов и полуфабрикатов.

Чем выше показатель, тем лучше платежеспособность предприятия. Нормальным считается значение коэффициента более 0,8. С другой стороны, значение более 3 может свидетельствовать о нерациональной структуре капитала, это может быть связано с медленной оборачиваемостью средств, вложенных в запасы, ростом дебиторской задолженности.

Кроме того, если коэффициент текущей ликвидности находится в допустимом интервале в то время как коэффициент быстрой ликвидности недопустимо низок, то это значит, что предприятие может восстановить свою техническую платежеспособность за счет продажи своего складского запаса и дебиторской задолженности, однако вследствие этого оно, возможно, лишится возможности нормально функционировать.

$$К_{бл} = (ОА - З) / КП \quad (2)$$

$$2013г: (8970 + 144) / (1749 + 1589) = 9114 / 3338 = 2,7;$$

$$2014г: (8609 + 1975) / 1220 = 8,6;$$

$$2015г: (19687 + 1810) / (66545 + 13178) = 21497 / 79723 = 0,3.$$

Коэффициент текущей ликвидности характеризует способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт оборотных активов.

Чем выше показатель, тем лучше платежеспособность предприятия. Хорошим считается значение коэффициента более 2. С другой стороны, значение более 3 может свидетельствовать о нерациональной структуре капитала, это может быть связано с замедлением оборачиваемости средств, вложенных в запасы, неоправданным ростом дебиторской задолженности.

Коэффициент текущей ликвидности вычисляется как отношение текущих (оборотных) активов к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам, крат-

косрочной задолженности). Данные для вычисления берутся из бухгалтерского баланса.

$$K_{\text{тл}} = A1 + A2 + A3 / П1 + П2 \quad (3)$$

2013г: $10949 / (1749 + 1589) = 3,2$;

2014г: $15151 / 1220 = 12,4$;

2015г: $60729 / (66545 + 13178) = 0,7$.

В 2015 году наблюдается слабая способность погашать текущие обязательства за счет оборотных средств.

Важнейшей характеристикой стабильного положения организации выступает ее финансовая устойчивость. Данная характеристика финансового состояния обусловлена стабильностью экономической среды, в которой осуществляется деятельность организации, результатами ее функционирования. Финансовая устойчивость характеризуется стабильным превышением доходов над расходами, свободным маневрированием денежными средствами и эффективным их использованием, бесперебойным производством и продажей товаров, работ, услуг.

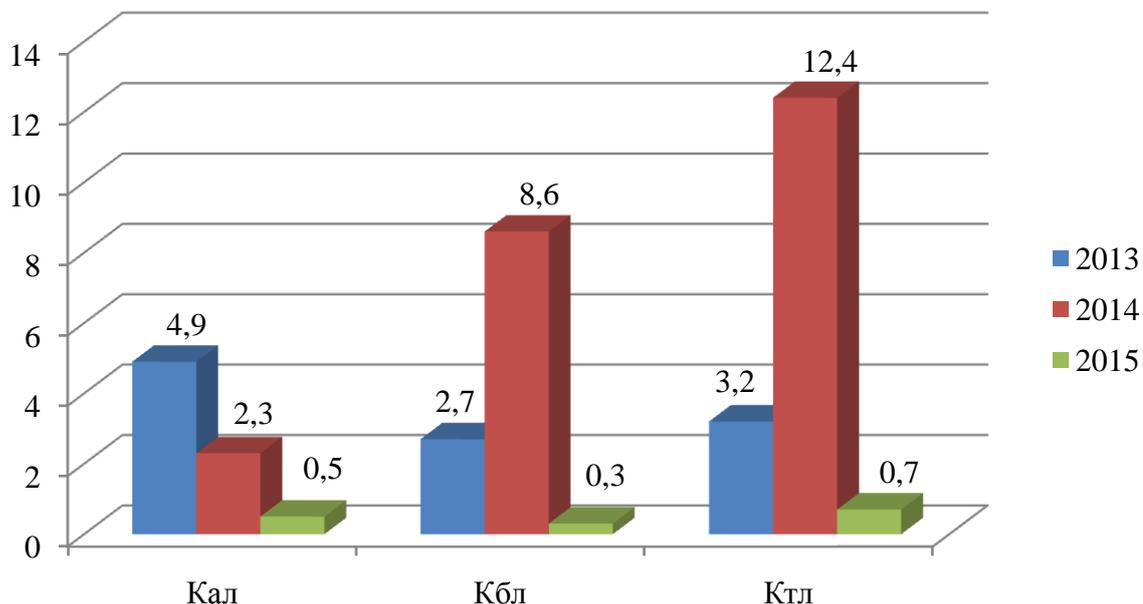


Рисунок 2.5 - Динамика коэффициентов ликвидности ООО «Центрпласт» за 2013-2015 гг., %

Традиционные подходы к анализу финансовой устойчивости предполагают ее оценку с использованием абсолютных и относительных показателей.

Под абсолютными показателями финансовой устойчивости понимают показатели, характеризующие состояние запасов и обеспеченность их источниками формирования. При этом величина запасов берется равной сумме значений строк «Запасы» и «НДС по приобретенным ценностям» бухгалтерского баланса соответственно (сумма такого НДС учитывается при расчете, так как до принятия его к возмещению из бюджета НДС должен финансироваться за счет источников формирования запасов).

Источниками формирования запасов могут выступать элементы собственного капитала и долгосрочных обязательств, краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность и прочие обязательства. Выбор источников покрытия запасов остается прерогативой хозяйствующего субъекта. Показатели финансовой устойчивости представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 -Показатели финансовой устойчивости организации
ООО «Центрпласт» за 2013-2015 г.г.

Показатели	2013	2014	2015	Изменение (+/-) 2014 к 2013	Изменение (+/-) 2015 к 2014
1. Собственные и приравненные к ним источники средств, тыс. руб.	24761	33364	59803	8603	26439
2. Всего итог баланса, тыс. руб.	28138	34655	139633	6517	104978
3. Соотношение заемных и собственных средств, %	7,3	25,8	0,7	18,5	-25,1
4. Коэффициент автономии, %	0,8	0,9	0,4	0,1	-0,5
5. Коэффициент маневренности, %	0,3	0,4	-0,3	0,1	-0,7
6. Оборотные активы, тыс.руб.	10949	15151	60729	4202	45578

Собственные и приравненные к ним источники средств = Сумма раздела «Капитал и резервы»+Статья «Доходы будущих периодов»+ «Резервы предстоящих расходов».

С каждым годом происходит увеличение собственных и приравненных к ним источника средств за счет накопления запасов и увеличения дебиторской задолженности.

Наличие дебиторской задолженности не очень хорошо сказывается на финансово-хозяйственной деятельности предприятия и особенно неприятно в случае невозможности ее взыскания.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств равен отношению величины обязательств предприятия к величине его собственных средств.

Соотношение заемных и собственных средств = собственный капитал предприятия / заемный капитал

$$2013\text{г: } 24761 / (39 + 3338) = 7,3;$$

$$2014\text{г: } 33364 / (71 + 1220) = 25,8;$$

$$2015\text{г: } 59803 / (107 + 79723) = 0,7.$$

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств показывает, что предприятие в большей мере финансируется за счет собственного капитала, значение коэффициента ниже оптимального и в динамике сократилось на 25,1 пункта. Уменьшение показателя к концу 2015 года наметило благоприятную ситуацию.

Коэффициент автономии (коэффициент финансовой независимости) характеризует отношение собственного капитала к общей сумме капитала (активов) организации. Коэффициент показывает, насколько организация независима от кредиторов. Чем меньше значение коэффициента, тем в большей степени организация зависима от заемных источников финансирования, тем менее устойчивое у нее финансовое положение.

Общепринятое нормальное значение коэффициента автономии в российской практике: 0,5 и более (оптимальное 0,6-0,7).

Коэффициент автономии = Собственный капитал / Активы

$$2013\text{г: } \text{Коэффициент автономии} = 24761 / 28138 = 0,8;$$

2014г: Коэффициент автономии =33364/19504=0,9;

2015г: Коэффициент автономии =59803/139633=0,4.

Так как в 2015 году предприятием был взят кредит, что привело к уменьшению значения коэффициента и организация стала в большей степени зависеть от заемных источников.

Коэффициент маневренности собственного капитала показывает, какая часть собственного капитала используется для финансирования текущей деятельности, т.е. вложена в оборотные средства, в наиболее маневренную часть активов.

Рассчитывается как отношение собственных оборотных средств к собственному капиталу.

Рекомендуемое значение - 0,5 и выше.

2013г: Коэффициент маневренности =(24761-17189)/24761=0,3;

2014г: Коэффициент маневренности =(33364-19504)/33364=0,4;

2015г: Коэффициент маневренности =(59803-78904)/59803=-0,3.

Анализируемая организация имеет низкие значения указанного коэффициента на 2013 и 2014 года, отрицательное значение на конец 2015года, то есть большая часть собственных источников формирования имущества вложена во внеоборотные активы и в обороте не участвует. Негативным моментом следует считать снижение значения коэффициента маневренности на 2015 год на 60% к 2013 году.

Коэффициент мобильности собственных средств исчисляются по формуле: Собственные оборотные средства (итог первого раздела пассива баланса «Капитал и резервы» минус итог первого раздела актива «Внеоборотные активы») делить на собственный капитал (итог первого раздела пассива баланса «Капитал и резервы»).

Этот коэффициент показывает, какая часть собственных средств организации находится в мобильной форме, позволяющей относительно свободно манев-

рировать этими средствами. Нормативное значение коэффициента маневренности составляет 0,2 - 0,5.

$$2013\text{г.}:(24761-17189)/24761=0,3;$$

$$2014\text{г.}:(33364-19504)/33364=0,4;$$

$$2015\text{г.}:(59803-78904)/59803=-0,3.$$

В настоящее время в оценке финансовой устойчивости организации можно сделать вывод, что ООО «Центрпласт» с каждым годом укрепляет свою финансовую устойчивость, при этом используя в большей степени собственные средства.

Используя информацию, содержащуюся в бухгалтерской отчетности за 2013-2015 гг., осуществляем анализ производственно-хозяйственной деятельности ООО «Центрпласт».

Финансово-хозяйственная деятельность предприятия характеризуется прежде всего количеством и номенклатурой выпускаемой продукции, а также объемом её реализации. Основными показателями объема производства являются валовая и товарная продукция. В таблице 2.5 представлен выпуск продукции ООО «Центрпласт» за анализируемый период.

Таблица 2.5 – Выпуск продукции ООО «Центрпласт» за 2013-2015 г.г., тыс.руб.

Показатель	2013	2014	2015	Абсолютное изменение (+/-)		Относительное изменение (Т _p), %	
				2013 2014	2014 2015	2013 2014	2014 2015
Валовая продукция	44052	58110	62713	14058	4603	131,9	107,9
Изменение остатков НП	1512	3259	5209	1747	1950	215,5	159,9
Товарная продукция	43812	57787	67789	13975	10002	131,9	117,3
Реализовано продукции	42300	54528	62579	12228	8051	128,9	114,8
Материальные затраты	17784	25407	27090	7623	1683	142,9	106,6

Из таблицы следует, что темпы роста показателей, характеризующих выпуск продукции в 2015 г. по сравнению с 2014 г., ниже, чем темпы роста этих же показателей в 2014 г. по сравнению с 2013 г. Так, объем товарной продукции в 2014 г. по сравнению с 2013 г. увеличился на 13975 тыс. руб. (57787-43812), или

на 31,9% (131,9-100), тогда как в 2015 г. по сравнению с 2014 г. объём товарной продукции увеличился только на 10002 тыс. руб., или на 17,3% (117,3-100).

Рассмотрим показатели изменения объема реализованной продукции ООО «Центрпласт» за 2013-2015 года.

Таблица 2.6 - Показатели изменения объёма реализованной продукции ООО «Центрпласт» за 2013-2015 г.г., тыс. руб.

Показатель	2013	2014	2015	Абсолютное изменение		Относительное изменение (Т _р), в %	
				2013 2014	2014 2015	2013 2014	2014 2015
Товарная продукция	43812	57787	67789	13975	10002	131,9	117,3
Остатки нереализованной продукции на складе							
- на начало года	4064	5576	8835	1512	3259	137,2	158,4
- на конец года	5576	8835	14045	3259	5210	158,4	159,0
Объём реализованной продукции	42300	54528	62579	12228	8051	128,9	114,8

Как видим, темпы роста реализованной продукции ниже темпов роста товарной продукции, что объясняется увеличением остатков нереализованной продукции на складе.

Фондоотдача по финансовому результату показывает, сколько балансовой прибыли приходится на один рубль стоимости основных средств. Рассчитанные значения этого показателя также свидетельствуют, что эффективность использования основных средств в 2015 г. по сравнению с предыдущим годом снизилась, тогда как в 2014 г. по сравнению с 2013 г. этот показатель показывал рост эффективности использования основных средств (фондоотдача по финансовому результату увеличилась с 0,32 до 0,47 руб./руб.).

Экономический смысл показателя «фондоёмкость по финансовому результату»: сколько стоимости основных средств приходится на один рубль валовой прибыли. Этот показатель является обратным фондоотдаче по финансовому результату. Его снижение свидетельствует о повышении эффективности использо-

вания основных средств (в 2014 г. по сравнению с 2013 г. наблюдалось его снижение с 3,13 до 2,11 руб./руб., а в 2015 г. по сравнению с 2013 г. - рост, что показывает снижение эффективности использования основных средств).

Показатель «фондовооружённость», отражающий стоимость основных средств, приходящуюся на одного работающего, показывает в анализируемом периоде рост (31,5<43,8<53,8 тыс. руб./чел.). В таблице 2.7 приведен анализ эффективности использования оборотных средств ООО «Центрпласт» за анализируемый период.

Таблица 2.7 - Анализ эффективности использования оборотных средств ООО «Центрпласт» за 2013-2015 г.г.

Показатель	2013	2014	2015	Абсолютное Изменение		Относит. изменение (Т _р), в %	
				2013 2014	2014 2015	2013 2014	2014 2015
Среднегодовые остатки оборотных средств, тыс. руб.	23859	32120	40145	8261	8025	134,6	125,0
Объём реализованной продукции, тыс. руб.	42300	54528	62579	12228	8051	128,9	114,8
Коэффициент загрузки средств в обороте	0,56	0,59	0,64	0,03	0,05	105,4	108,5
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,77	1,70	1,56	-0,07	-0,14	0,96	0,92
Длительность одного оборота, дней	203,4	211,8	230,8	8,4	19	104,1	109,0

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств определяется делением объема реализации продукции на средний остаток оборотных средств на предприятии.

Коэффициент загрузки средств в обороте характеризует сумму оборотных средств, затраченных на 1 руб. реализованной продукции, его величина обратная коэффициенту оборачиваемости.

Длительность одного оборота в днях находится делением количества дней в периоде на коэффициент оборачиваемости. Чем меньше продолжительность оборота оборотных средств или больше число совершаемых ими кругооборотов

при том же объеме реализованной продукции, тем меньше требуется оборотных средств, и, наоборот, чем быстрее оборотные средства совершают кругооборот, тем эффективнее они используются.

Из таблицы 2.7 следует, что оборотные средства в ООО «Центрпласт» используются неэффективно. Так, длительность одного оборота оборотных средств слишком велика, тем более она в анализируемом периоде имеет тенденцию к увеличению (203,4<211,8<230,8). О неэффективном использовании оборотных средств свидетельствуют и другие показатели (увеличение по годам коэффициента загрузки основных средств в обороте (0,56; 0,59; 0,64) и снижение коэффициента оборачиваемости оборотных средств (1,77; 1,70; 1,56). В таблице 2.8 приведем анализ себестоимости продукции ООО «Центрапласт».

Таблица 2.8 - Анализ себестоимости продукции ООО «Центрпласт» за 2013-2015 г.г., тыс.руб.

Статьи калькуляции	2013	Уд. вес в с/б, %	2014	Уд. вес в с/б, %	2015	Уд. вес в с/б, %
Сырье и материалы	15650	55,4	22504	58,2	23568	38,2
Покупные изделия и полуфабрикаты	2134	7,5	2902	7,5	3521	5,7
Зарплата основных рабочих	2062	7,3	3012	7,8	13127	21,3
Дополнительная зарплата	515	1,8	753	1,9	3281	5,3
Отчисления соцстрахование	601	2,1	979	2,5	3736	6,1
Расходы на подготовку производства	-	-	-	-	-	-
Накладные расходы	5366	19,0	5528	14,3	9933	16,1
Транспортные расходы	667	2,4	696	1,8	1233	2,0
Внепроизводственные расходы	1272	4,5	2321	6,0	3269	5,3
Итого	28267	100	38695	100	61668	100

Как видим, в себестоимости продукции наибольший удельный вес приходится на материальные ресурсы, что свидетельствует о материалоемком харак-

тере продукции, выпускаемой предприятием. Удельный вес заработной платы был низким до 2015 г., в 2015 г. заработная плата основных рабочих в себестоимости продукции составила 21,3%, тогда как в 2013 г. и 2014 г. она соответственно составляла лишь 7,3 и 7,8%. Проанализируем затраты на производство товарной продукции в таблице 2.9.

Таблица 2.9 - Анализ затрат на производство товарной продукции

Показатели	2013	2014	2015	Абсолютное изменение		Темп роста, %	
				2013 2014	2014 2015	2013 2014	2014 2015
Объем товарной продукции, тыс.руб.	43812	57787	67789	13975	10002	131,9	117,3
Материальные затраты, тыс. руб.	17503	21596	26248	40924	46527	123,4	121,5
Материалоемкость продукции, руб.	0,40	0,37	0,39	-0,03	0,02	92,5	105,4
Материалоотдача, руб.	2,50	2,68	2,58	0,18	-0,10	107,2	96,3

Из анализа материальных затрат на производство товарной продукции следует, что при росте объёма товарной продукции в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 31,9%, материальные ресурсы, используемые при изготовлении продукции, увеличились на 23,4%, тогда как в 2015 г. по сравнению с 2014 г. объём товарной продукции возрос на 17,3%, а материальные ресурсы увеличились на 21,5%. Следовательно, такое изменение оказало влияние и на показатели материалоемкости и материалоотдачи, их динамику.

3 Разработка мероприятий внедрения синтепоновой линии с целью повышения эффективности производства.

3.1 Обоснование совершенствования производственных процессов на основе внедрения синтепоновой линии

Рынок ортопедических матрасов в России считается одним из самых быстрорастущих и перспективных в плане инвестиций. По объемам продаж наша страна постепенно догоняет Америку и европейские страны.

Наибольший рост наблюдается среди производства ортопедических матрасов среднего ценового сегмента и премиум-класса. Безусловно, динамический показатель импорта этой продукции также не стоит на месте, но на сегодняшний день рост объема продаж товаров российского производства явно выше.

Связано это как с постоянно улучшающимся качеством отечественных матрасов, так и с доступными ценами на них. Качество отечественных товаров не уступает западным аналогам, так как они производятся из импортируемых комплектующих на импортном оборудовании для производства и сборки ортопедических матрасов. Кроме того, за счет меньших затрат на транспортировку столь габаритной продукции от производителя в розничные магазины есть возможность устанавливать конкурентоспособные цены на российские матрасы.

Большая часть всего производства матрасов приходится на Центральный федеральный округ (Владимирская и Ивановская области, а также Московский регион). Второе место по объему производства принадлежит Приволжскому федеральному округу.

Рынок Красноярского края по производству матрасов низок по сравнению с Центральным Федеральным округом. Конкурирующими фирмами по производству матрасов являются: KrasDivan и ООО Мебельная компания «Сибирь». Но, данные предприятия в большей степени специализируются на мягкой и корпусной мебели и лишь дополнительно производством матрасов. В большей степени рынок Красноярского края по матрасам занимают московские, Санкт-Петербургские и Екатеринбургские фирмы-производители, такие как «Аскона»,

Из таблицы видно, что Компания «Sonata», так же как и ООО «Центрпласт» специализируется только на производстве матрасов, в отличие от Компаний «Аскона» и «Консул», которые производят не только ортопедические матрасы, но и подушки, одеяла, наматрасники, постельное белье, а не которые даже одежду для сна.

Так как у ООО «Центрпласт» есть 2 собственных отдела для реализации продукции в г. Красноярске, крупный покупатель мебельная фабрика ООО «Восток» в Казахстане (реализация 35 % матрасов) и около 35 постоянных компаний покупателей, менеджерами организации был проведен опрос на тему: Будут ли заказы от постоянных покупателей новой ассортиментной линейки продукции, такие как одеяла, подушки, наматрасники. Результат опроса показал, что 90 % покупателей готовы сделать заказ на первую партии новой продукции.

В проектной части диплома предлагается новый проект для предприятия: покупка синтепоновой линии, для собственного производства синтепона.

При производстве собственного синтепона можно расширить линейку выпускаемой продукции: подушки, одеяла, наматрасники. Синтепоновая линия сократит себестоимость продукции, за счет собственного произведенного сырья, используемого в собственном производстве.

На сегодняшний день синтепон занимает лидирующее место среди прочих нетканых материалов. Отличительной чертой его, является широкое применение во многих сферах. Он часто используется при пошиве верхней одежды, в мебельном производстве, а также при изготовлении мягких игрушек.

Линия по производству синтепона, представленная на рисунке 3.1 включает в себя определенное оборудование, которое отвечает за все производственные процессы. К тому же для его размещения не требуется огромных площадей, оно занимает совсем мало места.



Рисунок 3.1 – Синтепоновая линия

Имея в своем арсенале полный комплект оборудования, можно производить синтепон разнообразной плотности и ширины. В общей сложности линия способна выпускать около десяти тысяч погонных метров в сутки. При незначительных затратах электроэнергии.

Таким образом, при не больших расходах, в итоге получается качественный материал. Он, ко всему прочему абсолютно безвреден для человеческого организма, не вызывает аллергии и не накапливает пыль.

3.2 Оценка эффективности внедрения синтепоновой линии ООО «Центрпласт»

Предлагается организовать производство синтепона. Синтепон планируется использовать для производства одеял, подушек и на матрасников.

Предприятие располагает свободными площадями, на которых и будет размещено оборудование (таблица 3.1).

Поставщик ОАО «Орловской станкостроительный завод.» (г. Орел).

Вес оборудования – 1250 кг, доставка железнодорожным транспортом, сборка и гарантийное обслуживание за счет поставщика оборудования.

Таблица 3.1 – Комплект оборудования для оснащения участка синтепонового производства, тыс.руб.

Наименование оборудования	Маркировка	Цена
Синтепоновая линия	ASBG020	1990,590
Всего	-	1990,590
Транспортные расходы		-
Монтаж, оборудование и ремонт помещения	-	-
Всего затрат (балансовая стоимость)	-	1 990, 590

Необходимо выделить дополнительное место в кладовой для сырья, участок по производству синтепона, комнату для рабочих и место на складе полуфабрикатов, для хранения готового синтепона.

Площадь участка по производству синтепона должна быть 100,0 м².

Трудовые и энергетические ресурсы: количество обслуживающего персонала зависит от производительности и колеблется от 3 до 5 чел., рассматривается проект со средней производительностью, поэтому достаточно будет 3 человека на участок производства синтепона и дополнительно 4 швеи для производства подушек и одеял. Производительность оборудования составляет 480 п. м. в смену (8 часов).

Электроснабжение - от сети напряжением 380 В; 53,6кВт/час.

Следует предположить, что будет использован весь производимый объем синтепона, поскольку это товар будет использован в собственном производстве.

Цену необходимо установить с ориентацией на конкурентов, поскольку продукция будет производиться стандартной, по ГОСТу.

Заказ новой продукции менеджерам от покупателей ООО «Центрпласт» дает нам составить предварительную производственную программу на год.

В таблице 3.2 представлена производственная программа по выпуску нового ассортимента ООО «Центрпласт», такого как:

- 1 подушки
- 2 одеяла

3 намотрасники.

Таблица 3.2 - Производственная программа по выпуску нового ассортимента

Наименование	Количество, шт.	Цена, руб.	Выручка, руб.
Выпуск подушек 50х50	8000	150	1200000
Выпуск подушек 70х70	8000	200	1600000
Выпуск одеял	3000	500	1500000
Выпуск намотрасников	2250	400	900000
Итого:	21250	-	5200000

Рассчитаем себестоимость производства (таблица 3.3).

Таблица 3.3 - Себестоимость производства синтепона на 1 год, тыс. руб.

Наименование	Расчет	Сумма
Затраты, в т. ч.		4409,849
Единовременные:		1990,590
покупка оборудования	Синтепоновая линия	1 990, 590
Постоянные:		2419,259
Сырье (полиэфирное волокно) для синтепона	60руб.*600кг*12мес.	432,00
Электроэнергия	53,6кв/ч.*0,55*264	7,78
Заработная плата на участке производства синтепона	3чел.*18000*12 мес.	648,00
Заработная плата швей	4 чел.*15000*12 мес.	720,00
Отчисления на социальные нужды	648,00+720,00=1368,00*0,262	358,42
Рекламные услуги	Баннер: 10,00*3 мес.=30,00 Полоса в газете формата А2: 8,00*3 мес. =24,00	54,00
Амортизация (5группа, 10 лет)	1990,590*0,1	199,059
Всего	-	4409,849

Себестоимость годового производства синтепона составит 4409,849 тыс. руб. Рассчитаем валовую прибыль: ВП = 5200,00 – 4409,849= 790,151 тыс. руб.

Налог на прибыль: НП = 790,151*20% = 158,03 тыс. руб.

Чистая прибыль составит: ЧП =790,151– 158,03= 632,121 тыс. руб.

Рассчитаем рентабельность проекта (таблица 3.4).

Таблица 3.4 - Рентабельность проекта

Показатель	Значение
Выручка от реализации, тыс. руб.	5200,00
Валовая прибыль, тыс. руб.	790,151
Чистая прибыль, тыс. руб.	632,121
Рентабельность производства, %	15,19
Рентабельность конечной деятельности, %	12,15

ООО «Центрпласт» с первого года существования сотрудничает со «Сбербанком России» и у предприятия есть возможность получения банковского кредита по ставке 15% годовых в сумме 1990,59 тыс. руб. Рассчитаем стоимость кредита, рассмотрев схему его погашения (Таблица 3.5).

Таблица 3.5 - График погашения кредита, тыс. руб.

Наименование источника	Годы проекта					
	2015	2016	2017	2018	2019	Итого
Сумма кредита	1990,59					1990,59
Возврат кредита		497,65	497,65	497,65	497,65	1990,59
Остаток на начало года	1990,59	1990,59	1492,94	995,29	497,65	
Сумма процентов за кредит		298,59	223,94	149,29	74,65	746,47

Затраты на кредит составят 746,47 тыс. руб. за весь период пользования – 4 года. Совокупная сумма выплат по кредиту составит 2737,06 тыс. руб.

Рассмотрим финансовый поток (Таблица 3.6).

Таблица 3.6- Финансовый поток по проекту, тыс. руб.

Показатель	Годы				
	2015	2016	2017	2018	2019
Получение кредита	1990,59	-	-	-	-
Возврат основной суммы долга	-	497,65	497,65	497,65	497,65
Процент по кредиту	-	298,59	223,94	149,29	74,65
Приток денежных средств	1990,59	-	-	-	-
Отток денежных средств	-	-796,24	-721,59	-649,94	-572,3
Сальдо финансового потока	1990,59	-796,24	-721,59	-649,94	-572,3

Рассмотрим операционный поток (Таблица 3.7).

Таблица 3.7 - Операционный поток

Показатель	Годы				
	2016	2017	2018	2019	2020
Производство нового ассортимента, шт.	21250	21250	21250	21250	21250
Выручка от реализации, тыс. руб.	5200,00	5496,40	5809,70	6140,85	6490,88
Себестоимость (материальные расходы), тыс. руб.	4409,85	4661,21	4926,90	5207,73	5504,57
Валовая прибыль, тыс. руб.	790,15	835,19	882,80	933,12	986,31
Налог на прибыль	158,03	167,04	176,56	186,62	197,26
Чистая прибыль	632,12	668,15	706,24	746,50	789,05

Предположим, что цена на продукцию будет расти, а также увеличиваться его себестоимость. В качестве индекса роста принят 1,057 – средний индекс роста цен в 2011 году на товары в Красноярском крае.

Рассчитаем ставку дисконтирования по методу средневзвешенной цены капитала:

$$WACC = 1990,59 * 15\% = 0,285 \text{ или } 28,5\%.$$

Рассчитаем стоимость проекта в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Расчет стоимости проекта, тыс. руб.

Показатель	Годы					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Операционный поток	-	632,12	668,15	706,24	746,50	789,05
Инвестиционный поток	-1990,59	-	-	-	-	-
Финансовый поток	1990,59	-796,24	-721,59	-649,94	-572,3	789,05
Сальдо денежного потока	-	-164,12	-53,44	56,30	174,2	789,05
Коэффициент дисконтирования	1	0,778	0,605	0,471	0,367	0,285
Дисконтированный денежный поток, тыс. руб.	-	-127,68	-32,33	26,52	63,93	224,88
Дисконтированный денежный поток накопительным итогом, тыс. руб.	-	-127,68	-160,01	-133,49	-69,56	155,32

Дисконтированный денежный поток по проекту составляет 155,32 тыс. руб. Самоокупаемость проекта осуществится на пятом году. Таким образом, оценка проекта свидетельствует о его эффективности.

Для того чтобы составить прогнозный отчет, необходимо рассмотреть состав и структуру издержек обращения ООО «Центрпласт» за 2015 – 2016 гг. (таблица 3.9).

Таблица 3.9 – Состав и структура издержек обращения ООО «Центрпласт» за 2015 – 2016 гг., тыс. руб.

Наименование статей	2015		2016		Отклонение (+;-)		Темп изменения, %
	сумма	уд. вес, %	сумма	уд. вес, %	по сумме	по уд. весу, %	
Условно-переменные издержки обращения всего, в том числе	6224	46,84	7166	46,55	942	-0,29	115,13
Транспортные расходы	696	5,24	1233	8,01	537	2,77	177,16
Накладные расходы	5528	41,60	5933	38,54	405	-3,06	107,33
Условно-постоянные издержки обращения всего, в том числе:	7065	53,16	8229	53,45	1164	0,29	116,48
Расходы на оплату труда	3012	22,67	3127	20,31	115	-2,35	103,82
Дополнительная заработная плата	753	5,67	804	5,22	51	-0,44	106,77
Отчисления на социальные нужды	979	7,37	1029	6,68	50	-0,68	105,11
Внепроизводственные расходы	2321	17,47	3269	21,23	948	3,77	140,84
Итого	13289	100,0	15395	100,00	2106	-	115,85

Сумма условно-постоянных издержек обращения в отчетном периоде увеличилась на 1164. руб. или на 16,48%, составив 8229 тыс. руб. Сумма условно-переменных издержек обращения в отчетном периоде составила 7166 тыс. руб., увеличившись на 942 тыс. руб. Увеличение условно-переменных издержек обращения произошло в связи с увеличением выручки от реализации. Произведем перерасчет суммы издержек обращения с учетом реализации предложенных мероприятий.

Выручка от продаж на прогнозный период с учетом продажи товаров составит:

$$V_p = 62579 + 5200 = 67779 \text{ тыс. руб.}$$

Уровень условно-переменных издержек обращения к выручке от реализации в отчетном году составляет:

$$\text{Ууп} = 7166/62579 * 100 = 11,45\%$$

Сумма условно-переменных издержек в перерасчете на выручку прогнозного периода составит:

$$\text{Иоуп} = 67779 * 11,45/100 = 7726,81 \text{ тыс. руб.}$$

Величина издержек обращения на прогнозный период составит:

$$\text{Ио} = 8229 + 7726,81 = 15955,8 \text{ тыс. руб.}$$

Рост выручки ожидается в размере 5200 тыс. руб. за счет освоения производства синтепона и реализации товаров, произведенных из него. В связи с расширением производства ожидается рост себестоимости на 4409,85 тыс. руб. или на 10,38% до 46893,85 тыс. руб. Увеличение валовой прибыли прогнозируется до уровня 20885,15 тыс. руб., что выше показателя прошлого года на 3,93% или на 790,15 тыс. руб.

Составим сравнительный отчет о прибылях и убытках на прогнозный год в таблице 3.10.

Таблица 3.10 - Отчет о прибылях и убытках ООО «Центрпласт» на 2016 год (прогноз), тыс. руб.

Показатели	2015	Прогноз	Отклонение, (+;-)	Темп изменения, %
Выручка от реализации	62579	67779	5200	108,31
Себестоимость реализованных товаров, услуг	42484	46893,85	4409,85	110,38
Валовая прибыль	20095	20885,15	790,15	103,93
Издержки обращения	15395	15955,81	560,81	103,64
Прибыль от продаж	4700	4929,34	229,34	104,88
Проценты к уплате	-	497,65	497,65	-
Прочие доходы	600	750	150	125
Прочие расходы	2700	2700	0	100
Прибыль до налогообложения	2600	2481,69	-118,31	95,45
Налог на прибыль	520	496,33	-23,67	95,45
Чистая прибыль (убыток)	2080	1985,35	-94,65	95,45

Так как в прогнозируемом периоде будет взят кредит, то проценты к уплате в связи с приобретением оборудования синтепоновой линии составят 497,65 тыс. руб. Таким образом, сумма прочих расходов составит 3197,65 тыс. руб. В связи с этим чистая прибыль ООО «Центрпласт» снизится на 94,65 тыс. руб. и составит 1985,35 тыс. руб. Составим прогнозный баланс (таблица 3.11).

Таблица 3.11 - Прогнозный баланс, тыс. руб.

Статья баланса	2015		Прогноз		Отклонение (+,-)		Темп изменения, %
	сумма	уд вес, %	сумма.	уд вес, %	сумма	уд вес, %	
Основные средства	21268	53,66	23258,59	56,15	1190,59	2,49	109,36
Всего внеоборотных активов	21904	55,27	23894,59	57,69	1990,59	2,42	112,35
Запасы	6133	15,47	6565	15,85	432	0,38	30,87
НДС	99	0,25	99	0,24	-	-0,1	0,47
Дебиторская задолженность	9687	24,44	9687	23,39	-	-1,05	45,55
Денежные средства	1810	4,57	1810	4,37	-	-0,2	8,51
Всего оборотных активов	17729	4,73	18161	43,85	432	-0,88	85,39
АКТИВ	39633	100	41419,59	100	1786,59	-	104,5
Уставный капитал	39000	98,40	39000	94,16	-	-4,24	-
Нераспределенная прибыль	-		1985,35	4,79	1985,35	-	-
Итого собственные резервы	37348	94,23	37144	89,68	-204	-4,55	99,45
Долгосрочные кредиты (налоги)	107	0,27	107	0,26	-	-0,1	-
Кредиторская задолженность	2178	5,50	2178	5,26	-	-0,24	-
Заемный капитал	-	-	1990,59	4,81	1990,59	-	-
ПАССИВ	39633	100,00	41419,59	100,00	1786,59	-	104,5

Увеличение суммы основных средств произойдет за счет приобретения нового оборудования до 23258,59 тыс. руб. Удельный вес внеоборотных активов ООО «Центрпласт» увеличится на 2,42% до 57,69%.

Снижение оборотных активов произойдет за счет снижения товарных запасов на 432 тыс. руб., что произойдет в связи с необходимостью реализовать новую продукцию. В целом сумма оборотных активов составит 18161 тыс. руб.,

что выше 4,5 %. Увеличение заемного капитала произойдет за счет получения нового кредита на приобретение оборудования 1990,59 тыс. руб. Таким образом, в результате реализации предложенного проекта ожидается улучшение структуры баланса и незначительный рост чистой прибыли, пока не будет выплачен кредит банку.

Определим тип финансовой устойчивости прогнозируемого периода (таблица 3.12).

Таблица 3.12 - Определение типа финансовой устойчивости прогнозируемого года

Наименование показателя	Алгоритм расчета	2015	Прогноз
Запасы (З), тыс. руб.	Стр. 210	6133	6565
Наличие собственных и долгосрочных заемных средств (Сидзс), тыс. руб.	Стр. 490+ стр. 190+ стр. 590	59359	61145,59
Общая величина источников формирования запасов и затрат (ИФЗиЗ), тыс. руб.	Сидзс + стр. 610	61537	63323,59
Собственные средства (СС), тыс. руб.	Стр. 490	37348	37144
Расчетные показатели			
Излишек или недостаток собственных источников, тыс. руб.	СС-З	31215	30579
Излишек или недостаток собственных и долгосрочных заемных источников, тыс. руб.	Сидзс-З	53226	54580,59
Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов и затрат, тыс. руб.	ИФЗиЗ-З	53226	56758,59
Тип финансовой устойчивости: (+,+,+) – абсолютная устойчивость, (-,+,+) – нормальная устойчивость, (-,-,+) – неустойчивое финансовое состояние, (-,-,-) – кризисное финансовое состояние		Абсолютная устойчивость	Абсолютная устойчивость

Анализ типов финансовой устойчивости показал, что предприятия является абсолютно устойчивым как конец отчетного периода, так и на прогнозируемый период. Его запасы и затраты почти полностью обеспечены собственными источниками средств.

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		79

Заключение

Актуальность темы дипломной работы состоит в том, что: оценка и анализ финансового состояния предприятия весьма важны как для оперативной финансовой работы, так и для принятия стратегических решений в области мероприятий по улучшению финансового состояния предприятия, кроме того, это основная составляющая в системе антикризисного управления предприятием.

Финансовое состояние – важнейшая характеристика экономической деятельности предприятия. Это показатель его финансовой конкурентоспособности, использования финансовых ресурсов и капитала, выполнения обязательств перед государством и другими хозяйствующими субъектами.

В первой главе было рассмотрено понятие финансового состояния, типы финансового состояния предприятий, источники финансирования и основные направления укрепления финансового состояния предприятий.

Во второй главе проведен анализ оценки финансового состояния ООО «Центрпласт». Была рассмотрена технико-экономическая характеристика предприятия, проведен анализ платежеспособности, финансовых результатов деятельности и деловой активности.

В третьей главе разработаны мероприятия по улучшению финансового состояния ООО «Центрпласт». А также проведена оценка эффективности предложенных мероприятий.

Проведённый анализ оценки финансового состояния предприятия показал что:

1. Валюта баланса за 2015 год увеличилась по сравнению с 2014 годом на 11495 тыс. руб. и в 1,5 раза возросла по сравнению 2013 годом, за счет увеличения основных средств и увеличением запасов.

Структура активов характеризуется преобладанием в их составе доли внеоборотных средств, которые составили 55,2% на 2014г. Большая их часть представлена, основными средствами, запасами и затратами а также дебиторской за-

долженностью. Запасы предприятия с каждым годом увеличиваются, пропорционально производимой продукции. Дебиторская задолженность контролируется, что не приводит к значительному увеличению из года в год. За 2014 году был полностью погашен кредит на сумму 1749 тыс. руб. и с 2015 года ООО «Центрпласт» не нуждалось в привлечении заемных средств.

Изменение величины внеоборотных активов в 2015 г. на 4715 тыс. руб. в основном вызвано увеличением суммы основных средств и увеличением запасов на 4307 тыс. руб.

В структуре внеоборотных активов наибольшую долю занимают основные средства (их удельный вес в 2014г. 53,66 %) и дебиторская задолженность (24,44 %).

При различной эффективности использования оборотных средств рост запасов в одном случае может быть оценен как свидетельство расширения объемов деятельности, а в другом случае - как следствие снижения деловой активности и соответствующего увеличения периода оборота средств.

Величина запасов предприятия увеличилась с 4408 тыс. руб. в 2013 году до 6133 тыс. руб. в 2014 году, что может свидетельствовать об увеличении объемов деятельности и выборе правильной политики управления запасами на предприятии.

В настоящее время в оценке финансовой устойчивости организации можно сделать вывод, что ООО «Центрпласт» с каждым годом укрепляет свою финансовую устойчивость, при этом используя в большей степени собственные средства.

В процессе финансового анализа деятельности предприятия оценивается также и кредитоспособность предприятия.

Для ее оценки производится анализ ликвидности баланса предприятия - т.е. определяется возможность предприятия своевременно и в полном объеме погасить все свои обязательства.

Наблюдается положительная динамика по всем коэффициентам ликвидности, что говорит о хорошей платежеспособности ООО «Центрпласт» в краткосрочном и долгосрочном периоде.

Для совершенствования финансового состояния ООО «Центрпласт» предлагается следующее:

1 Покупка синтепоновой линии, для собственного производства синтепона.

2 Выпуск из собственного синтепона новой линейки продукции: подушки, одеяла, на матрасники.

Реализация разработанных мероприятий является целесообразной и доказывается на основе расчета экономического эффекта от их внедрения.

Для покупки синтепоновой линии ООО «Центрпласт» планирует взять кредит на 4 года с процентной ставкой 15% годовых.

Кредит и проценты по нему планируется вернуть в конце 2016 года.

Рост выручки ожидается в размере 5200 тыс. руб. за счет освоения производства синтепона и реализации товаров, произведенных из него. В связи с расширением производства ожидается рост себестоимости на 4409,85 тыс. руб. или на 10,38% до 46893,85 тыс. руб. Увеличение валовой прибыли прогнозируется до уровня 20885,15 тыс. руб., что выше показателя прошлого года на 3,93% или на 790,15 тыс. руб.

Увеличение суммы основных средств произойдет за счет приобретения нового оборудования до 23258,59 тыс. руб. Удельный вес внеоборотных активов ООО «Центрпласт» увеличится на 2,42% до 57,69%.

Снижение оборотных активов произойдет за счет снижения товарных запасов на 432 тыс. руб., что произойдет в связи с необходимостью реализовать новую продукцию. В целом сумма оборотных активов составит 18161 тыс. руб., что выше 4,5 %.

Увеличение заемного капитала произойдет за счет получения нового кредита на приобретение оборудования 1990,59 тыс. руб. Таким образом, в резуль-

тате реализации предложенного проекта ожидается улучшение структуры баланса, и незначительный рост чистой прибыли, пока не будет выплачен кредит банку.

При сравнении результаты расчетов отчетного периода и прогнозируемого делаем вывод, что предприятие все также будет относиться к абсолютному типу финансовой устойчивости и данное мероприятие только укрепит финансовое состояние ООО «Центрпласт».

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		83

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ ред. от 05.04.2013. – Режим доступа: КонсультантПлюс
2. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 №402-ФЗ ред. от 06.12.2011. – Режим доступа: КонсультантПлюс
3. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» [Электронный ресурс] – ред. от 04.12.2012. Режим доступа: КонсультантПлюс
4. Алексеева, А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева.- М.: КноРус, 2010. – 672 с.
5. Артеменко В.Г. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие для студентов. / В.Г. Артеменко, В.В. Остапова. – Москва: Издательство «Омега», 2009. – 270 с.
6. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 208 с.
7. Балдин, К.В. Банкротство предприятия. Анализ, учет и прогнозирование / К.В. Балдин, В.В. Белугина, С. Гаодицкая. - М.: Дашков и К, 2011. – 375 с.
8. Басовский, Л. Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб.пособие / Л. Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 366 с.
9. Богатко А.Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 322 с.
10. Бочаров, В.В. Финансовый анализ. – СПб: Питер, 2010. – 240 с.: ил. – (Серия «Краткий курс»)

11. Бреславцева, Н.А. Существенна ли информация, содержащаяся в бухгалтерской отчетности РФ? / Н.А. Бреславцева, О.Ф. Сверчкова // Экономический анализ, 2011. - № 3. - С.27 – 30 .

12. Бригхем, Ю. Финансовый менеджмент: Полный курс: в 2-х т. / Ю. Бригхем, Л. Гапенски. - СПб.: Питер, 2010. - 960 с.

13. Булгакова Л.Н. Исследование и доработка существующей системы экономических показателей / Л.Н. Булгакова // Финансовый менеджмент. – №6. – 2011.

14. Бурмистрова, Л. М. Финансы организаций (предприятий): учеб.пособие / Л. М. Бурмистрова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 240 с. – (Высшее образование)

15. Вакуленко, Т.Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т.Г. Вакуленко, Л.Ф. Фомина – Изд-во «Герда». 2012, 288 с. (5-е изд.)

16. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / О.С Виханский, А.И. Наумов.– М.: Гардарики, 2010. – 528 с.

17. Гиляровская, Л.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Л.Т. Гиляровская, Д.В. Лысенко. М. Проспект, 2010. – 360 с.

18. Гнездилова Л.И., Леонов А.Е., Стародубцева О.А. Основы планирования: Учеб. пособие / Под ред. Л.И. Гнездиловой. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2010. – 150 с.

19. Грачев, А. В. Оценка платежеспособности предприятия за период. / А.В. Грачев // Финансовый менеджмент. – 2010. – № 1.

20. Грачев, А. В. Оценка платежеспособности предприятия за период. / А.В. Грачев // Финансовый менеджмент. – 2011. – № 6.

21. Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2012. – 112с.

22. Губин В. Е., Губина О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Учеб. Пособие / Под ред. Губина В.Е., Губиной О.В. – Москва: Изд-во ИнфраМ, 2010. – 336 стр.

23. Донцова Л.В. Анализ финансовой отчетности: учебник / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2008. – 368 с.

24. Дыбронько П. Ж. Финансовый анализ: теория и практика. - М.: «Бизнес-Пресса», 2011. - 301 с.

25. Жилкина, А. Н. Роль и место финансового анализа в управлении финансами /А. Н. Жилкина // Вестник университета. – 2010. – №2. – С. 130-135.

26. Жминько, А.Е. Сущность и экономическое содержание прибыли / А.Е. Жминько // Экономический анализ, 2011. - № 5. - С.41 – 49.

27. Журнал «Полиграфия» №5, май 2011 года. Окладников Д. Е. «Использование финансового анализа в управлении предприятием», электронная версия: <http://www.lintres.ru>

28. Заболотный Е.Б. Анализ результатов финансовой деятельности вузов как основа принятия управленческих решений / Е.Б. Заболотный, Д.Л. Майсаков // Управленческие решения. – 2012. – №3 (18).

29. Зенкина, И.В. Экономический анализ в системе финансового менеджмента. Учебное пособие / И.В. Зенкина. - М.: Феникс, 2011. – 318 с.

30. Канке А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. / А.А. Канке, И.П. Кошечая. . – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 288 с.

31. Кистерева, Е.В. Анализ финансовых коэффициентов – способ восприятия и оптимизации баланса / Е.В. Кистерева // Финансовый менеджмент в России и за рубежом, 2010. - № 5. - С. 34-39.

32. Ковалев, В.В. Финансы организаций (предприятий) / В.В. Ковалев. М.: Финансы и статистика, 2011. – 352 с.

33. Ковалёв, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 560 с.

34. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова - М.: Проспект, 2010. - 420 с.: табл.

35. Колпина Л.Г. Финансы предприятий: Учебник / Л.Г. Колпина, Т.Н. Кондратьева, А.А. Лапко и др.; Под общ. ред. Л.Г. Колпиной. – Мн.: Выш. шк., 2009. – 336 с.

36. Конюховский, П.В. Математические методы исследования операций в экономике / п.В. Конюховский. - СПб.: Изд-во СПбГУ, 2009. – 395 с.

37. Кроун Р. Л. Финансы предприятий. Учебник. - М.: ЮНИТИ, 2014. – 368 с.

38. Кудинов А. Прогнозирование финансового состояния и результатов деятельности промышленных и торговых предприятий

39. Кулагин, О. А. Принятие решений в организациях: Учеб.пособие. - СПб.: Изд. дом «Сентябрь», 2011. – 148 с.

40. Кулагин, О. А. Принятие решений в организациях: Учеб.пособие. - СПб.: Изд. дом «Сентябрь», 2011. – 148 с.

41. Лапкин В. Д. Финансовые ресурсы предприятия: теория и методология системного подхода / Науч. ред. проф.В. Д. Лапкина. - Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2013. - 304 с.

42. Литовченко В.П. Финансовый анализ: Учеб. пособие / В.П. Литовченко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010. – 216 с.

43. Любушин Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Москва, 2012г., Изд: ЮНИТИ-ДАНА, – 446 с.

44. Маркарян Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие: Ростов н/Д, 2010г., Изд: Феникс. – 554 с.

45. Морглязова Р. О. Превентивное управление предприятиями в условиях возникновения кризисных ситуаций [Текст]: монография / Р. О. Морглязова. - Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2013. – 344 с.

46. Ньюфт Л. Д. Финансы организаций: учеб.пособие / Л. Д. Ньюфт. – 2-е изд., испр. – М.: Флинта: МПСИ, 2013. – 368 с.

47. Остапенко В.В. Финансы предприятий: Учеб. пособие / В.В. Остапенко. – М.: Омега-Л, 2009. – 304 с.

48. Панкевич С.П. Методика проведения экономического анализа деятельности предприятия с использованием показателей годовой бухгалтерской отчетности / С.П. Панкевич // Вестник-ИНФО. – 2009. – №12. – с. 44–65.

49. Пинчук Ю. Управление запасами на основе показателей оборачиваемости / Пинчук Ю // Финансовый директор, 2010. - №2, с. 36-40.

50. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / С.М. Пястолов. -М.: Издательский центр «Академия», 2012.-336 с.

51. Пласкова, Н.С. Экономический анализ: Учебник / Н.С. Пласкова. - М.: Эксмо-Пресс, 2009. – 704с.

52. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / С.М. Пястолов. -М.: Издательский центр «Академия», 2012.-336 с.

53. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.В. Современный экономический словарь. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2010. – 480 с. – (библиотека словарей Инфра-М).

54. Романова Л.Е. Анализ хозяйственной деятельности. Учебное пособие по курсу "Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности" Москва, 2011г., Изд: Юрайт-Издат – 220 с.

55. Румянцева, Е. Е. Финансы организаций: финансовые технологии управления предприятием : учеб.пособие / Е. Е. Румянцева. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 457 с.

56. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - 7-е изд. доп. и перераб. - Минск: ООО "Новое знание", 2012. - 687с.

57. Сорокина, Е.М. Анализ денежных потоков предприятия: Теория и практика в условиях реформирования российской экономики. Финансы и статистика – 2011. – 176 с.

58. Старченко В.М. Платежеспособность предприятий: определение состояния и пути восстановления. // Финансы. – 2009. - № 1. – с. 36-42

59. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент. Теория и практика / Е.С. Стоянова. - М.: Перспектива, 2010. – 656 с.

60. Ткачук М.И. Основы финансового менеджмента. Учеб. пособие / М.И. Ткачук, Е.Ф. Киреева. – М.: Велби, 2010. – 416 с.

61. Трохина С.В. Влияние внешнего окружения на финансовое состояние фирмы / С.В. Трохина, Т.В. Фиактистова, В.А. Ильина // Финансовый менеджмент. – №4. – 2011.

62. Харламенкова И. Методика оценки и анализа финансового состояния организации / И. Харламенкова // Вестник министерства по налогам и сборам. – 2009. – №8. – с. 24–29.

63. Хелферт, Э. Э. Техника финансового анализа – Изд-во «Питер», 2010. – 640 с.

64. Чурилин, А. Система управления финансами компании / А. Чурилин // Финансовый директор, 2011. - № 3. - С. 21-25

65. Чупров, С.В. Анализ нормативов показателей финансовой устойчивости предприятия. // Финансы. – 2011. - № 2. – с. 15-22

66. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / А.Д. Шеремет. - М.: Инфра-М, 2009. – 367 с.

67. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев – М.: ИНФРА-М, 2011. – 208 с.

68. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - М.: Инфра-М, 2011. – 252 с

69. Шишкин А.П. и др. Бухгалтерский учет и финансовый анализ на коммерческих предприятиях. Практическое руководство. – М.: Финстатинформ, 2009. – 235 с.

70. Штрэм И. В. Финансы предприятий: Учебник. – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2014. - 307 с

71. Яковлева, И.Н. Справочник по финансовой стратегии и тактике / И.Н. Яковлева.

72. Юркова Т.И. Экономика предприятия / Т.И. Юркова, С.В. Юрков. – Красноярск: КГАЦМиЗ, 2008. – 119 с.

					СФУ ИУБПЭ ДП 080502.65.01 – 2016ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		90