

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

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО

«Сибирский федеральный университет»

институт

Экономика и менеджмент

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

И. В. Панасенко

подпись    инициалы, фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Улучшение финансовой деятельности предприятия  
(на примере ООО «Сибэлектрод»)

тема

Руководитель

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

доцент, к. э. н.

должность, ученая степень

Т. Б. Коняхина

инициалы, фамилия

Выпускник

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

О. Е. Смирнова

инициалы, фамилия

Абакан 2017

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме:  
Улучшение финансовой деятельности предприятия (на примере  
ООО «Сибэлектрод»)

Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т. Б. Коняхина  
инициалы, фамилия

Аналитическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т. И. Островских  
инициалы, фамилия

Проектная часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Н. Л. Сигачева  
инициалы, фамилия

**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**в форме бакалаврской работы**

Улучшение финансовой деятельности на примере ООО «Сибэлектрод»

ВКР выполнена на 74 страницах, с использованием 6 иллюстраций, 37 таблиц, 3 формул, 4 приложений, 32 использованных источников, 9 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: ассортиментная политика, глубина ассортимента, ширина ассортимента, изменчивость ассортимента, диверсификация, товарная группа, эффективность.

Автор работы      ЗС-73

\_\_\_\_\_

подпись

О. Е. Смирнова

инициалы, фамилия

Руководитель работы

\_\_\_\_\_

подпись

Т. Б. Коняхина

инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы - 2017

Цель - разработка направлений расширения ассортиментной политики предприятия с целью улучшения финансовой деятельности предприятия.

Задачи: рассмотреть методологические аспекты расширения ассортимента для производства изделий; провести оценку финансовой деятельности производственного предприятия; осуществить технико-экономическое обоснование расширения ассортимента выпускаемой продукции; провести оценку эффективности предлагаемых мероприятий.

Актуальность темы обоснована тем, что решение проблемы улучшения финансовой деятельности и повышения экономической эффективности производства состоит в том, чтобы на каждую единицу трудовых, материальных и финансовых ресурсов добиваться существенного увеличения объема производства продукции.

Научная новизна работы заключается в проведении системного исследования по вопросам разработки и выпуска новой продукции для удовлетворения рыночного спроса; экономия производственных ресурсов; улучшение качества продукции; совершенствования производства выпускаемой продукции на базе использования более совершенных технологий и оборудования.

В рамках реализации цели исследования изучен ассортимент товарной продукции, намечены направления его расширения и определены показатели эффективности реализации предложенного проекта.

В результате предложенного направления по углублению ассортимента (выпуск продукции бытового назначения) прогнозируется укрепление позиций на конкурентном рынке и увеличение всех показателей эффективности деятельности ООО «Сибэлектрод».

## SUMMARY

Improvement of financial activity on the example of LLC "Sibelectrode"

The paper has 74 pages, using 6 illustrations, 37 tables, 3 formulas, 5 applications, 32 references, 14 sheets of illustrative material (slides).

Key words: assortment policy, depth of assortment, assortment width, variability of assortment, diversification, commodity group, efficiency.

Author (ZC-73)	_____	<u>O. E. Smirnova</u>
	signature	initials, surname
Supervisor	_____	<u>T. B. Konyakhina</u>
	signature	initials, surname
Supervisor in English	_____	<u>E.A. Nikitina</u>
	signature	initials, surname

Year - 2017

The goal is to develop directions for expanding the assortment policy of the enterprise with the aim of improving the financial performance of the enterprise.

Objectives: to consider the methodological aspects of expanding the assortment for the production of products; Assess the financial performance of a manufacturing enterprise; Carry out a feasibility study for expanding the range of products; To evaluate the effectiveness of the proposed activities.

The relevance of the topic is justified by the fact that solving the problem of improving financial performance and increasing the economic efficiency of production is to achieve a significant increase in the volume of production for each unit of labor, material and financial resources.

The scientific novelty of the work is to conduct a systematic study on the development and production of new products to meet market demand; Saving of production resources; Improvement of product quality; Improving the production of manufactured products based on the use of more advanced technologies and equipment.

Within the framework of the research goal, the assortment of commodity products has been studied, directions for its expansion have been outlined, and indicators of the effectiveness of the proposed project have been determined.

As a result of the proposed direction for deepening the assortment (output of household products), it is forecasted to strengthen positions in the competitive market and increase all performance indicators of LLC Sibelectrode

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

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И.В. Панасенко

подпись      инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**  
**в форме бакалаврской работы**

Студенту Смирновой Ольге Евгеньевне

фамилия, имя, отчество

Группа ЗС – 73 Направление 38.03.01 Экономика

номер

код

наименование

Тема выпускной квалификационной работы Улучшение финансовой деятельности предприятия (на примере ООО «Сибэлектрод»)

Утверждена приказом по институту № 152 от 28.02.2017г.

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР \_\_\_\_\_

Перечень разделов ВКР \_\_\_\_\_

Перечень иллюстративного материала (слайдов) \_\_\_\_\_

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_

подпись

инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_

подпись, инициалы и фамилия студента

« 28 » февраля 2017 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	6
1 Теоретическая часть. Методологические аспекты расширения ассортимента для производства изделий.....	8
1.1 Ассортимент: сущность, понятие, принципы .....	8
1.2 Техничко-экономическое обоснование расширения ассортимента .....	15
1.3 Повышение эффективности путем расширения ассортимента.....	21
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Сибэлектрод» .....	28
2.1 Характеристика предприятия.....	28
2.2 Анализ активов баланса.....	31
2.3 Анализ пассивов баланса.....	36
2.4 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости предприятия.....	38
2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия .....	41
2.6 Управленческий анализ .....	44
2.7 Заключительная оценка деятельности предприятия .....	51
2.8 Вопросы экологии .....	53
3 Проектная часть. Рекомендации по развитию и укреплению финансовой деятельности ООО «Сибэлектрод» .....	55
3.1 Анализ ассортимента товарной продукции предприятия.....	55
3.2 Формирование ассортиментной политики предприятия .....	60
3.3 Расчет основных экономических показателей.....	63
Заключение .....	69
Список использованных источников .....	71
Приложения А-Е.....	74

## ВВЕДЕНИЕ

Финансовая деятельность - это система форм и методов, используемых для финансового обеспечения функционирования предприятий и достижения ими поставленных целей, то есть это практическая финансовая работа, обеспечивающая жизнедеятельность предприятия и способствующая улучшению ее результатов, она направлена на решение следующих задач:

- финансовое обеспечение текущей производственной деятельности;
- поиск резервов увеличения доходов, прибыли, повышения рентабельности и платежеспособности;
- выполнение финансовых обязательств перед субъектами хозяйствования, бюджетом, банками;
- мобилизация финансовых ресурсов в объеме, необходимом для финансирования производственного и социального развития, увеличения собственного капитала;
- контроль за эффективным, целевым распределением и использованием финансовых ресурсов.

Для улучшения своей финансовой деятельности, предприятия должны уметь выявлять все недостатки технологического и организационного процесса и устранять их. Предприятия не могут полагаться на существующее состояние технологического и организационного процесса, то есть он должен постоянно совершенствоваться. Одним из составляющих этого процесса является:

- формирование ассортимента товарных запасов;
- разработка и выпуск новой продукции для удовлетворения рыночного спроса;
- экономия производственных ресурсов;
- улучшение качества продукции;
- совершенствования производства выпускаемой продукции на базе использования более совершенных технологий и оборудования.

Актуальность проблемы улучшения финансовой деятельности и



повышения экономической эффективности производства состоит в том, чтобы на каждую единицу трудовых, материальных и финансовых ресурсов добиваться существенного увеличения объема производства продукции.

Целью работы является разработка направлений расширения ассортиментной политики с целью улучшения финансовой деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие основные задачи:

- рассмотреть методологические аспекты расширения ассортимента для производства изделий;
- провести оценку финансовой деятельности производственного предприятия;
- осуществить технико-экономическое обоснование расширения ассортимента выпускаемой продукции;
- провести оценку эффективности предлагаемых мероприятий.

Предмет исследования – финансовая деятельность как система планомерно организованных экономических, технических и организационных мероприятий, направленных на достижение поставленной цели и согласованных по целям и ресурсам, увязанных во времени и в пространстве.

Объектом исследования является финансовая деятельность ООО «Сибэлектрод».

Теоретической основой работы послужили разработки отечественных и зарубежных экономистов-теоретиков, учебные пособия и учебники, монографии и научные статьи в периодических изданиях.

В ходе работы были использованы следующие методы: общенаучные методы (анализ и синтез, обобщение, индукция и дедукция, аналогия); методы сравнительного и статистического анализа.

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, три взаимосвязанных части, заключение, список использованных источников и приложения.

# ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАСШИРЕНИЯ АССОРТИМЕНТА ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ИЗДЕЛИЙ

## 1.1 Ассортимент: сущность, понятие, принципы

Своевременное обновление ассортимента продукции с учетом изменения конъюнктуры рынка является одним из важнейших индикаторов деловой активности предприятия и его конкурентоспособности.

Ассортимент продукции и товаров — совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по определенному признаку. Основными группировочными признаками товаров являются производственный, сырьевой и потребительский [3].

Номенклатура – это перечень наименований изделий и их кодов (в кодификаторе) установленных для соответствующих видов продукции в общероссийском кодификаторе промышленной продукции.

При формировании ассортимента и структуры выпуска продукции предприятие должна учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой — наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющих в его распоряжении. Система формирования ассортимента включает в себя:

- определение текущих и перспективных потребностей покупателей; оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции;

- изучение жизненного цикла изделий на рынках, принятие своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов продукции и изъятие из производственной программы морально устаревших и экономически неэффективных изделий;

– оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции [20].

Ассортимент имеет ряд характеристик: ширину; глубину; полноту; степень обновления; структуру, рисунок 1.1.



Рисунок 1.1 – Показатели ассортимента

Широта характеризуется количеством изделий того или иного назначения

Глубина – определенное количество разновидностей конкретного вида изделий, количество позиций в каждой группе товаров.

Полнота – отношение фактического количества разновидностей товара к количеству, предусмотренному соответствующей спецификацией или прейскурантом.

Степень обновления ассортимента – удельный вес новых изделий в общем объеме, поступившем в продажу.

Структура ассортимента – это удельный вес товарных групп, подгрупп, видов, разновидностей товаров в общей сумме товарооборота. Структура позволяет определить наиболее рациональный ассортимент для предприятия, что дает возможность сократить затраты труда, времени, ускорить реализацию, увеличить скорость товарооборота [3].

Помимо этого существует такое понятие как товарная единица – это обособленная целостность, характеризующаяся ценой, сортом, размером.

Совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц,

предлагаемых для продажи, представляет собой товарную номенклатуру.

Ассортимент продукции буквально означает подбор предметов, совокупность их наименований по каким-либо признакам. С этой точки зрения ассортимент может быть простым или сложным, узким или широким. Такая классификация предусматривает выделение групп однородной продукции или товаров по признаку вида, сорта, марки и т.п. Формируются ассортиментные группы, в пределах которых предметы имеют определенное сходство. И также можно различать ассортимент продукции (что производится предприятием) и ассортимент товаров (что предлагается потребителям данным продавцом) [12].

Предприятия должны создавать такой ассортиментный перечень товаров, который мог бы обеспечить бесперебойность товарооборота. Воплощение этого принципа опирается на ассортиментную концепцию.

Ассортиментная концепция представляет собой направленное построение рациональной ассортиментной структуры товарного предложения, при котором за основу принимаются: потребительские требования конкретных субъектов рынка, обеспечение наиболее эффективного использования финансовых, материальных, технологических, трудовых ресурсов. Основная цель ассортиментной концепции – выработка решения для приведения ассортиментной концепции в соответствие с объемом, структурой рыночного спроса и товарного предложения по конкретным видам товара, номенклатуре, группам. Для ассортиментной концепции характерна система обобщенных показателей, характеризующих: возможности рационального развития товарного ассортимента, уровень и соотношение цен на конкретные товары [3].

Хорошо продуманная и отработанная концепция способствует совершенствованию коммерческо-хозяйственных связей, рациональному размещению производства на территории страны, ориентирует отрасль и промышленность в целом на выпуск товаров, обеспечивающих потребности и спрос.

Рациональному формированию ассортимента товаров способствует ассортиментная политика субъектов рынка. Она предполагает использование

долгосрочных программ, разрабатываемых с учетом спроса; имеющихся наличных ресурсов; возможности обеспечения необходимыми ресурсами по приемлемым оптимальным ценам; основных потребительских параметров изделий. Причем, последний фактор, весьма часто игнорируется производителями. Оценка продукции большинством фирм выясняется от случая к случаю, а динамика клиентских оценок вообще не определяется. Потребители часто не выявлены и не классифицированы, а если опрос и производится, то зачастую не по всем группам потребителей с неясными целями и неоднозначными вопросами, не говоря уже о принятии пожеланий и предложений потребителей [20].

Перечисленные факторы, учитываемые ассортиментной политикой, являются базой для производства и реализации востребованной рынком продукции. Факторы, учитываемые при формировании ассортимента:

- отражение в ассортименте особенностей спроса обслуживаемых и потенциальных потребителей товаров;

- обеспечение комплектности в выборе и закупке товаров покупателями; соблюдение установившегося для торгового предприятия ассортиментного профиля;

- обеспечение достаточной полноты и устойчивости ассортимента товаров постоянного спроса;

- составление простого ассортимента, списка товаров незаменимых и трудно заменяемых;

- определение круга взаимозаменяемых товаров; обеспечение достаточной широты видов товаров по каждой группе и подгруппе в зависимости от уровня специализации торгового предприятия;

- расширение ассортимента за счет новых товаров;

- достижение путем рационального подбора товаров условий, способствующих росту товарооборота торгового предприятия, ускорению товарооборачиваемости, повышению прибыли.

Принципы формирования ассортимента:

- ассортимент должен отражать состояние потребительского спроса;
- должен иметь стабильный характер с позиции минимального объема, обеспечивающего устойчивую прибыль;
- ассортимент должен разрабатываться с учетом сервисного обслуживания клиентов; основа создания ассортимента – концепция нового товара;
- создание любого вида ассортимента должен осуществляться в тесной взаимосвязи с реальными возможностями фирмы.

Задачи, решаемые формированием ассортимента:

- предприятие, устанавливая ассортимент, определяет специализацию и концентрацию своей деятельности; предприятие создает необходимые источники ресурсов, ориентированные на товар с более низкой себестоимостью производства и соответствующего качества;
- лучшее использование рабочего времени; эффективное использование материально-технической базы; улучшение коммерческо-хозяйственных связей ; обеспечение необходимой устойчивости объема и структуры производимой продукции, оптового и розничного товарооборота [11].

Таким образом, формирование ассортимента – это подбор различных групп, видов, размеров, фасонов и других разновидностей товарной продукции в соответствии со спросом субъектов рынка, направленный на более полное его удовлетворение. Его цель создание устойчивого ассортимента, причем он должен быть минимально достаточным.

Итак, суть проблемы формирования ассортимента состоит в планировании фактически всех видов деятельности, направленных на отбор продуктов для будущего производства и реализации на рынке и на приведение характеристик этих продуктов в соответствие с требованиями потребителей. Формирование на основе планирования ассортимента продукции — непрерывный процесс, продолжающийся в течение всего жизненного цикла продукта начиная с момента зарождения замысла о его создании и заканчивая изъятием из товарной программы [20].

Система формирования ассортимента включает следующие основные

МОМЕНТЫ:

1) Определение текущих и перспективных потребностей покупателей, анализ способов использования данной продукции и особенностей покупательского поведения на соответствующих рынках.

2) Оценка существующих аналогов конкурентов по тем же направлениям.

3) Критическая оценка выпускаемых предприятием изделий в том же ассортименте, что и в п.п. 1 и 2, но уже с позиций покупателя.

4) Решение вопросов: какие продукты следует добавить в ассортимент, а какие исключить из него из-за изменений в уровне конкурентоспособности; следует ли диверсифицировать продукцию за счет других направлений производства предприятия, выходящих за рамки его сложившегося профиля.

5) Рассмотрение предложений о создании новых продуктов, усовершенствование существующих, а также о новых способах и областях применения товаров.

6) Разработка спецификаций новых или улучшенных продуктов в соответствии с требованиями покупателей.

7) Изучение возможностей производства новых или усовершенствованных продуктов, включая вопросы цен, себестоимости и рентабельности.

8) Проведение испытаний (тестирование) продуктов с учетом потенциальных потребителей в целях выяснения их приемлемости по основным показателям.

9) Разработка специальных рекомендаций для производственных подразделений предприятия относительно качества, фасона, цены наименования, упаковки, сервиса и т.д. в соответствии с результатами проведенных испытаний, подтверждающих приемлемость характеристик изделия или предопределивших необходимость их изменения.

10) Оценка и пересмотр всего ассортимента. Планирование и управление ассортиментом — неотъемлемая часть маркетинга. Даже хорошо продуманные планы сбыта и рекламы не смогут нейтрализовать последствия ошибок,

допущенных ранее при планировании ассортимента [3].

Управление ассортиментом предполагает координацию взаимосвязанных видов, деятельности — научно-технической и проектной, комплексного исследования рынка, организации сбыта, сервиса, рекламы, стимулирования спроса. Трудность решения данной задачи состоит в сложности объединения всех этих элементов [16].

Для достижения конечной цели — оптимизации ассортимента с учетом поставленных стратегических рыночных целей предприятием. Если этого достигнуть не удастся, то может получиться, что в ассортимент, начнут включаться изделия, разработанные скорее для удобства производственных подразделений предприятия, нежели для потребителя. С точки зрения концепции маркетинга — это прямо противоречит тому, что необходимо действительно делать.

Задачи планирования и формирования ассортимента состоят, прежде всего, в том, чтобы подготовить «потребительскую» спецификацию на изделие, передать ее проектному (конструкторскому) отделу, а затем проследить, чтобы опытный образец был испытан, при необходимости модифицирован и доведен до уровня требований потребителей.

Иначе говоря, в формировании ассортимента решающее слово должно принадлежать руководителям службы маркетинга предприятия, которые должны решать вопрос о том, когда более целесообразно вложить средства в модификацию изделия, а не нести дополнительные возрастающие расходы по рекламе и реализации устаревающего товара или снижать цену на него. Именно руководитель службы маркетинга предприятия должен решать, настало ли время ввести в ассортимент новые продукты взамен существующих или в дополнение к ним.



## 1.2 Технико-экономическое обоснование расширения ассортимента

Технико-экономическое обоснование - анализ, расчет, оценка экономической целесообразности осуществления предлагаемого проекта расширения ассортимента, основанное на сопоставительной оценке затрат и результатов, установлении эффективности использования, срока окупаемости вложений.

Обновление продукции лежит в основе инновационной деятельности предприятия. Поэтому работники маркетинговых служб должны хорошо владеть навыками функционально-экономического обоснования инновационного продукта, уметь дать квалифицированные рекомендации относительно дизайна и стиля нового товара, использовать современные методы и приемы генерирования идеи.

Создание нового продукта - это сугубо творческая деятельность, и финансовые ресурсы в ней не всегда играют решающую роль. Здесь, кроме достаточных ресурсов, нужны средства эффективного маркетингового обеспечения и поддержки инновационной деятельности, которая объединяет в себе искусство маркетинга с научным поиском [19].

Концепция нового товара базируется на комплексном оценивании таких факторов:

- потребительского сегмента, для которого создается товар;
- соответствие качественных параметров товара требованиям сегмента;
- совместимость будущего товара со средой его функционирования;
- главные преимущества нового товара над возможными товарами конкурентов;
- предвиденные изменения и развитие системы сбыта нового товара;
- возможные сроки выхода нового товара на рынок;
- возможные негативные последствия производства, сбыта и использования товара (экономические, социальные и т.п.);
- общие затраты на разработку, производство и сбыт товара;

- прогнозируемые цены, доходы и прибыли.

Для того, чтобы организовать изготовление нового товара, необходимо убедиться в его эффективности. Поэтому есть потребность провести технико-экономическое обоснование инновационного товара.

Цели, на решение которых должно быть ориентировано технико-экономическое обоснование:

- привлечение дополнительных финансовых ресурсов для реализации задачи (выпуска новой продукции, увеличения производственной мощности и т.д.);

- поиск новых рентабельных направлений и проектов (сравнительный анализ новых предложений по развитию бизнеса);

- увеличение эффективности работы предприятия или организации (обновление технологий, оборудования, повышение уровня квалификации специалистов);

- улучшение финансового состояния компании (активизация финансирования, повышение уровня обеспечения сотрудников и производства).

При расширении ассортимента компании следует просчитать четкую экономическую модель, в которой будут последующие характеристики:

- объем продаж и прибыль нового продукта;
- процент замещения продаж новым товаром старенького ассортимента;
- объем продаж и прибыль старенького ассортимента без выпуска новинки;
- объем продаж и прибыль нового ассортимента с учетом выпуска новинки.

В технико-экономическом обосновании максимально полно должна быть раскрыта суть проекта, собраны актуальные данные о рынке, стоимости ресурсов, произведены все необходимые и достаточные расчеты требуемых показателей [16].

Детальная проработка проекта и соответствие требуемым стандартам позволит использовать технико - экономическое обоснование для следующих целей:

– для использования в качестве рабочего инструмента при реализации проекта;

– для получения финансовых ресурсов от частных инвесторов;

– для представления проекта в кредитные учреждения.

Увеличение объема производства по одним видам и сокращение по другим видам продукции приводит к изменению ее структуры, то есть удельный вес одних видов продукции возрастает, а других — уменьшается.

Расчет влияния структуры производства на уровень перечисленных показателей можно произвести способом цепной подстановки, который позволяет абстрагироваться от всех факторов, кроме структуры продукции. Также результат можно получить и более простым способом - способом процентных разностей.

Функционально-стоимостное обоснование, или функционально-стоимостный анализ не является сугубо математическим методом оптимизации, но он содействует приближению к оптимальным техническим и экономическим решениям на основе их поэтапной дифференцированной оценки [21].

Главными задачами функционально-стоимостного анализа нужно считать :

– поиск и реализацию эффективных решений, повышение уровня и качества изделий;

– уменьшение материалоемкости продукции, выбор рациональной технологии;

– уменьшение трудоемкости продукции; повышение технологичности и надежности изделий;

– создание новых организационных форм коллективной творческой работы, сокращение цикла «исследование-производство».

Таким образом, главная задача функционально-стоимостного анализа заключается в том, чтобы найти резервы снижения затрат на производство и эксплуатацию продукции путем исследования функций как объекта анализа в целом, так и его составных.

Функционально-стоимостной анализ необходимо выполнять на всех этапах разработки, изготовления и использования изделия, а именно:

- подготовительном;
- информационном;
- аналитическом;
- творческом;
- исследовательском;
- рекомендательном;
- этапе внедрения.

В зависимости от целеустремленности функционально-стоимостного обоснования технических решений может быть использована одна из трех форм функционально-стоимостного анализа: корректирующая, творческая, инверсная.

Корректирующая содействует снижению затрат на изготовление конкретного изделия, ликвидации лишних функций, элементов и затрат на одновременного сохранения качества.

Инверсная форма функционально-стоимостного анализа используется для адаптирования товара к требованиям целевого рынка, поиска новых возможностей для производимой продукции; она содействует приспособлению имеющихся функций и элементов изделия к условиям потребления.

Творческая форма предотвращает появление лишних функций, элементов и затрат также при одновременном сохранении или повышении качества изделия [21].

Принятие решения о расширении или сужении ассортимента дает возможность выбора двух различных стратегий:

- 1) расширение, связанное с диверсификацией;
- 2) сужение в связи с необходимостью (целесообразностью) интеграции, как горизонтальной, так и вертикальной ассортиментной линейки.

Оценка эффективности того или иного подхода к построению ассортиментной стратегии должна основываться, в первую очередь, на

исчислении возможного прироста прибыли ( $\Delta\Pi_p$ ), полученного в связи с изменением ассортимента реализуемой продукции.

$$\Delta\Pi_p = \Delta D - \Delta P \quad (1.1)$$

где:  $\Delta\Pi_p$  - изменение прибыли,

$\Delta D$  - изменение дохода,

$\Delta P$  - изменение расходов, вызванные изменением ассортимента.

Так как в данном случае речь идет о будущих событиях то и количественная оценка не может быть абсолютно точной, поэтому менеджеры должны рассматривать и оценивать возможный прирост доходов с точки зрения его вероятности, а расчет необходимо проводить по двум сценариям – минимальному и максимальному. Окончательное решение должно приниматься исходя из среднего показателя, с учетом коэффициента ковариации. При этом, в случае равенства полученных средних величин, предпочтение должно отдаваться сценарию с наименьшей вариацией (разбросом значений).

Если определение экономических выгод от введения новых (сокращения старых) видов продукции в будущем связано с рядом трудностей, вызванных необходимостью апеллировать неточными, вероятностными оценками, то определение целесообразности изменения ассортимента за прошедший период представляет собой менее сложную (хотя и весьма трудоемкую) задачу. Несмотря на это, необходимость проведения таких вычислений, с целью выявления финансовых результатов от избранной ассортиментной политики, не вызывает сомнений [16].

Решением этих задач занимается управленческий учет: исчисление рентабельности по видам деятельности, группам товаров, отдельным единицам продукции (центрам рентабельности). При этом могут использоваться те же подходы, которые использовались в целях прогнозирования. Сопоставление ожидаемых результатов с фактическими показателями может послужить не только для оценки правильности ранее принятых решений, но также и для

определения степени адекватности тех допущений, которые были положены в основу прогноза. При условии успешного продвижения на рынке нескольких товарных групп (стратегия диверсификации ассортимента), широта ассортимента может рассматриваться как способ увеличения устойчивости объекта (бизнеса, организации и т. д.).

Обобщающую характеристику изменений ассортимента продукции дает одноименный коэффициент, уровень которого определяется следующим образом: объем продукции, принятый в расчет делим на базовый объем производства (реализации) продукции [21].

В расчет данного коэффициента принимается фактический выпуск продукции каждого вида в отчетном периоде, но, не более базового (планового, прошлого) периода.

$$K_a = \frac{Q_p}{Q_b} \quad (1.2)$$

где: –  $K_a$  – коэффициент изменений ассортимента продукции;

$Q_p$  - объем продукции, принятый в расчет;

$Q_b$  - базовый объем производства (реализации) продукции.

Таким образом, спланированный оптимальный ассортимент обеспечивает рациональное использование материальных и трудовых ресурсов с повышением эффективности производства. Объединение товаров в понятие «ассортимент» производится по логическому выделению их из множества определенных товаров по отдельным категориям, видам, группам, и в соответствии с общими признаками, что позволяет изучать товар, вести планирование, прогнозирование, учет и отчетность, определять и изучать спрос. В свою очередь, руководствуясь полученными данными, можно изменять ассортимент товаров в соответствии с потребительскими предпочтениями и потребительской стоимостью.

### 1.3 Повышение эффективности путем расширения ассортимента

Существуют два основных вида ассортимента: производственный и торговый, то есть находящийся в сфере обращения. Торговый ассортимент, как правило, шире производственного и зависит от типа предприятия (магазина, склада), специализации обслуживающих производственных предприятий, региона, местонахождения, демографической ситуации [16].

Для приспособления ассортимента к условиям, существующим на рынке, предприятие может провести следующие мероприятия по формированию ассортимента:

- расширение ассортимента;
- углубление ассортимента;
- ограничение ассортимента;
- упорядочение ассортимента.

Расширение ассортимента — это включение в производство дополнительных видов продукции, товаров и групп товаров. Благодаря этому постепенно формируется широкий ассортимент, который, как правило, не является полным ассортиментом.

Расширение ассортимента продукции применяется с целью повышения эффективности и устойчивости производства, получения максимальной экономической выгоды, предотвращения банкротства, выгодного инвестирования капитала, в некоторых случаях просто с целью использовать удачную возможность или сменить вид деятельности. Это действенный инструмент для повышения устойчивости бизнеса, что крайне актуально сегодня [31].

Предприятия стремятся расширить номенклатуру производимых товаров и оказываемых услуг, найти новые формы вложения средств, проникнуть в родственные отрасли, а также в отрасли, не имеющие прямой связи с основной сферой их деятельности. Диверсификация производства в этих условиях позволяет компенсировать падение сбыта на одном рынке за счет увеличения

его на других рынках. Благодаря этому диверсифицированные предприятия зачастую оказываются более устойчивы и конкурентоспособны по сравнению с узкоспециализированными [9].

Углубление ассортимента (дифференциация) означает для предприятия с глубоким ассортиментом товаров расширение возможности сбыта за счет индивидуальных, особых видов товаров, удовлетворяющих уникальные желания потребителей. Под углублением ассортимента понимают предложение потребителю некоторых видов или типов продукции в различных модификациях.

Ограничение ассортимента. Предприниматель отказывается от дифференциации и расширения на том основании, что имеющийся ассортимент пользуется спросом и не нуждается в дальнейшем расширении или из-за ограниченных производственных и финансовых возможностей.

Упорядочение ассортимента. Широкий ассортимент продукции требует широкого размещения и разветвленного складского хозяйства. Это сопряжено с издержками и риском, связанным с хранением продукции на складе и продажей. По этим причинам, а также на основании колебаний спроса и спадов конъюнктуры, может возникнуть необходимость в сохранении объема ассортимента и в концентрации усилий на производстве части существующего ассортимента [31].

Диверсификация продукции является формой конкурентной борьбы и выражается в производстве большого числа модификаций одной и той же продукции. Диверсификация продукции позволяет расширить сбыт и укрепить позиции предпринимателя на рынке. Каждый предприниматель-производитель товара должен периодически пересматривать свой ассортимент и при необходимости производить его упорядочение. Специальные скидки для потребителя облегчают распродажу ставших нерентабельными частей ассортимента. Часто продукция высшего качества превосходит по своим технико-экономическим показателям аналогичные товары-конкуренты. Во многих случаях — это принципиально новая продукция. Изготовитель таких



товаров способен значительно увеличить свою прибыль как за счет установления более высоких цен на них, так и за счет увеличения своей доли рынка [20].

Расширение ассортимента бывает:

- вертикальное;
- горизонтальное

Вертикальное расширение ассортимента происходит в том случае, если компания увеличивает количество выпускаемых товаров за пределы нынешнего ценового диапазона. Компания может расширять свой товарный ассортимент вниз (начать выпуск более дешевых моделей товаров), вверх (выпускать более качественные и дорогие модели товаров) либо в обоих направлениях одновременно [3].

Наращивание ассортимента вниз происходит тогда, когда расположенная в верхнем сегменте рынка компания постепенно расширяет свой ассортимент в нижележащие сегменты. Например, Гомельский завод «Ювелир» кроме дорогих ювелирных украшений из платины, золота и драгоценных камней наладил выпуск более дешевых изделий из полудрагоценных камней (фионита, циркона) и алмазной крошки.

Причины движения вниз:

1) вначале компания может войти в верхний сегмент рынка с тем, чтобы создать своим товарам образ качественных, и лишь затем распространить свою деятельность в нижний сегмент;

2) расширение ассортимента вниз может оказаться ответом на атаку на верхний сегмент, выражающимся в расширении влияния в нижнем сегменте;

3) компания может выпускать товары, предназначенные для нижнего сектора рынка, чтобы занять нишу, которую в противном случае могли бы занять конкуренты;

4) сосредоточение на нижнем сегменте рынка может обеспечить компании более быстрый рост [30].

Наращивая вниз ассортимент своих товаров, компания рискует

столкнуться с несколькими проблемами:

1) предложение товаров в нижнем сегменте может спровоцировать конкурентов к движению вверх;

2) дилеры компании могут не захотеть работать с низкокачественными товарами;

3) можно вызвать замешательство покупателей (фирма «Parker» в 1976 г. выпустила одноразовые ручки, чтобы противостоять японским конкурентам в нижнем сегменте рынка. Потребители решили, что качество всей продукции фирмы снизилось, и стали отказываться от продукции данной фирмы);

4) новый товар для нижнего сегмента рынка способен поглотить продажи (проявить каннибализм) товаров высокого качества, оставив компанию в гораздо худшем положении. Нарращивание вверх – это выпуск высококачественных товаров по высоким ценам [31].

Причины, которые могут побудить к наращиванию вверх:

1) более высокие темпы роста в верхнем сегменте;

2) более высокие прибыли;

3) желание позиционировать себя как производителя полного ассортимента товара;

4) повышение престижа существующих товаров

Проблемы:

1) конкуренты верхнего сегмента могут перейти в контратаку, прорываясь вниз;

2) потенциальные потребители могут не поверить, что компания способна производить товары высокого качества;

3) у торговых представителей и дистрибьюторов может не хватить умения и знаний для обслуживания верхнего сегмента рынка.

Компания, работающая в средней части рынка, может выбрать наращивание вверх и вниз.

Вместо распространения деятельности на нижний или верхний сегмент, компания может расширить ассортимент за счет новых изделий, в рамках

существующего диапазона цен – стратегия горизонтального расширения.

Причины:

- 1) стремление к дополнительной прибыли;
- 2) желание задействовать избыточные мощности;
- 3) попытка стать ведущей компанией с исчерпывающим ассортиментом;
- 4) стремление ликвидировать пробелы в ассортименте, чтобы сдерживать

натиск конкурентов.

Проблемы:

- 1) перенасыщение ассортимента приводит к «поеданию» одних товаров другими;
- 2) может смутить покупателя (должно быть значительное отличие от существующего товара).

Линейное расширение с точки зрения брендинга – использование имени существующего бренда для выпуска новых видов товаров или категории товаров для существующего рынка, на котором присутствует бренд. Линейное расширение – это один из вариантов стратегии расширения торговой марки за счет выпуска новых продуктов под существующим брендом [31].

Задачи расширения ассортимента:

- увеличение объемов продаж в данной категории;
- закрытие потребностей целевой аудитории в диверсифицированных изделиях;
- лучшая представленность товаров в товарной категории (в прайс-листе, на полке).

Виды линейного расширения:

- выпуск новых изделий, закрывающих потребности целевой аудитории в иных товарах данной товарной категории;
- выпуск старого изделия в иной упаковке (больше, меньше, для особой выкладки), при этом товар остается в той же товарной категории, а изменения не касаются улучшения характеристик изделия.

Расширение ассортимента не создает дополнительной конкуренции

между товарами одного производителя, поскольку каждый вид продукции отвечает различным потребностям и, следовательно, имеет свой сегмент рынка.

По номенклатуре предлагаемых на рынок товаров ассортимент разделяют на основной и дополнительный. Основной ассортимент представляет собой главную составную часть ассортимента. Почти весь оборот капитала и прибыль предприниматель имеет за счет основного ассортимента. Дополнительный ассортимент не является главным, он дополняет основной ассортимент. Потребитель, безусловно, не ожидает наличия товаров этого ассортимента в продаже. Поэтому он воспринимает это как особую нетрадиционную услугу, предоставляемую предприятием. В дополнительном ассортименте нужно продавать только товары, гарантирующие обязательную прибыль. Доля этих товаров в общем объеме выпускаемой продукции должна быть незначительной.

Принятие решения о расширении или сужении ассортимента представляет собой возможность выбора двух различных стратегий:

- расширение связано с диверсификацией;
- сужение может быть вызвано необходимостью (целесообразностью) интеграции, как вертикальной, так и горизонтальной.

Расширение ассортимента - это изменение вида продукции, производимой предприятием или оказываемых им услуг, освоение новых видов производств. Это переход от односторонней, часто основывающейся лишь на одном продукте производственной структуры, к многопрофильному производству с широкой номенклатурой выпускаемой продукции или оказываемых услуг [21].

Решения, принимаемые в рамках товарной политики, касающиеся непосредственно ассортимента, определяют ряд позиций:

- номенклатуру товара;
- глубину и ширину ассортиментных групп;
- диапазон размеров каждого товара;
- качество товара;
- модификации товаров;

- выпуск новых товаров;
- стандартизацию товара;
- количество каждого вида товаров, выпускаемых за определенный период и другое.

Таким образом, можно заключить, что при расширении ассортимента необходимо хорошее знание рынка, иметь представление о возможном его развитии в будущем и реально оценивать свои возможности и ресурсы в настоящее время и в будущем.

Общее направление ассортиментной политики может быть следующим:

- постоянная модернизация и модификация товаров и услуг на основе меняющихся вкусов потребителей;
- разработка принципиально новых товаров или подчеркивание особых качеств товаров, которых нет у товаров-аналогов конкурентов;
- продажа товаров более высокого качества по ценам аналогичных товаров более низкого качества.

Но в любом случае в современных условиях требуется детальная проработка всех вопросов, связанных с выбором направления и методов ассортиментной политики.

Подкрепленная мерами организационного и иного характера по обеспечению выпуска продукции в предусмотренных структуре и наборе ассортиментная политика предприятия может рассматриваться как своего рода программа по управлению развитием производства и реализацией соответствующих товаров. В качестве критериев оптимальности ассортиментной политики выступают требования потребителей к ассортименту и качеству товаров, ресурсные возможности, социальные установки.

## **АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО – ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «СИБЭЛЕКТРОД»**

### **2.1 Характеристика предприятия**

Объектом исследования в данной работе является ООО «Сибэлектрод».

Юридический адрес: Республика Хакасия 655163, республика Хакасия, город Черногорск, улица Мира, дом 030г.

Предприятие действует с 7 февраля 2002 г., ОГРН присвоен 13 сентября 2002 г. регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №3 по Республике Хакасия.

Основным видом деятельности является производство изделий из проволоки, цепей и пружин, производство электродов, гвоздей, жидкого стекла, чугунного литья.

Предприятие осуществляет свою деятельность на основании Устава. Уставный капитал определяет минимальный размер имущества предприятия, гарантирующего интересы его кредиторов его размер составляет 18 400 руб.

Учредителями являются 3 физических лица. ООО «Сибэлектрод» располагает 1 лицензией. Компания является субъектом Малого и Среднего Предпринимательства, категория: малое предприятие, дата включения в реестр: 1 августа 2016 г.

Основная цель деятельности ООО «Сибэлектрод» - получение прибыли за счет оперативного и качественного выполнения работ определенных в уставе в качестве основных видов деятельности.

Предметом деятельности общества является производственно-хозяйственная деятельность, направленная на удовлетворение общественных потребностей в услугах теплоснабжения и горячего водоснабжения.

Предприятие имеет самостоятельный баланс, обособленное имущество, расчетный счет в банке, печать со своим полным наименованием, бланки и другие, установленные в системе делопроизводства реквизиты. Общество

является собственником принадлежащего ему имущества и денежных средств и отвечает по своим обязательствам собственным имуществом.

Структура управления предприятия относится к линейно-функциональному типу структуры, которая представлена на рисунке 2.1.

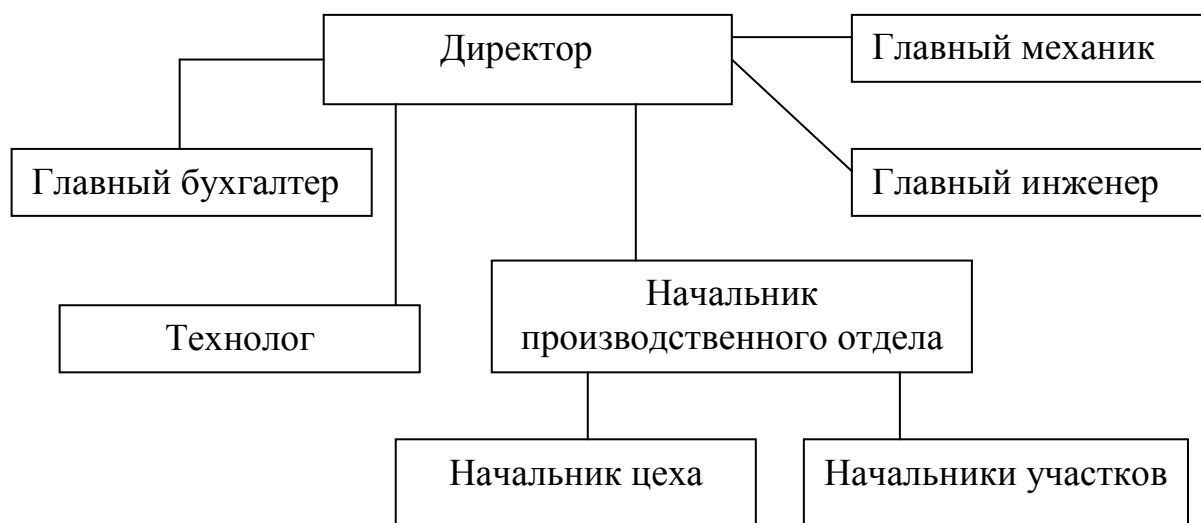


Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «Сибэлектрод»

Предприятие самостоятельно распоряжается результатами производственной деятельности, выпускаемой продукцией (кроме случаев, установленных правовыми актами Российской Федерации, Красноярского края), полученной чистой прибылью, остающейся в распоряжении предприятия после уплаты установленных законодательством Российской Федерации налогов и других обязательных платежей и перечисления в краевой бюджет части прибыли от использования имущества предприятия.

Руководитель предприятия - директор является единоличным исполнительным органом предприятия.

Директор предприятия действует от имени предприятия без доверенности, в том числе представляет его интересы, совершает в установленном порядке сделки от имени предприятия, утверждает структуру и штаты, осуществляет прием на работу работников, заключает с ними, изменяет и прекращает трудовые договоры, издает приказы, выдает доверенности в

порядке, установленном законодательством.

Предприятие располагает производственной базой, имеющей следующие участки: производственные помещения, вспомогательные, административные и бытовые помещения. Анализ основных показателей производственной деятельности предприятия на основе данных бухгалтерской отчетности за 2015-2016 гг. (Приложение А) приведен в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Анализ основных экономических показателей деятельности

Показатель	2015 г.	2016 г.	Отклонение	
			тыс. руб.	%
Выручка от продаж, тыс. руб.	11 563,0	21 003,0	9 440,0	81,64
Себестоимость, тыс. руб.	8 239,0	17 397,0	9 158,0	111,15
Прибыль от продаж, тыс. руб.	3 324,0	3 606,0	282,0	8,48
Прибыль чистая, тыс. руб.	3 955,0	2 866,0	-1 089,0	-27,53
Численность всего, чел.	28	39	11	39,3
Численность основного производственного персонала, чел.	16	25	9	56,3
Фонд заработной платы, тыс. руб.	5 328,0	8 417,0	3 089,0	58,0
Средняя заработная плата, тыс. руб.	15,86	17,99	2,13	13,4

В течение анализируемого периода произошло увеличение выручки от продаж предприятие на 9 440,0 тыс. руб. В 2016 году предприятие имеет чистую прибыль в размере 2 866,0 тыс. руб. Численность сотрудников предприятия в течение анализируемого периода составляла 28 человек в 2015 году и 39 человека в 2016 году. За период исследования численность персонала увеличилась на 11 человек. Темп изменения показателя численности персонала составил 39,3 %. Фонд заработной платы возрос на 3 089,0 тыс. руб., темп роста составил 58 %, что отразилось на росте среднемесячной заработной платы, увеличение составило 2,13 тыс. руб.

Определим финансовые возможности организации, которые зависят от структуры ее капитала; степени взаимодействия с кредиторами и инвесторами; условий, на которых привлечены и обслуживаются внешние источники финансирования путем оценки финансового положения через показатели финансовой устойчивости и ликвидности.



## 2.2 Анализ активов баланса

Капитал предприятия характеризует общую стоимость средств, в денежной, материальной и нематериальных формах, инвестированных в формирование его активов. Анализ капитала ООО «Сибэлектрод» начинается с анализа структуры баланса за 2016 год в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Общий анализ структуры баланса

Актив	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Пассив	Сумма, тыс. руб.	% к итогу
Внеоборотные активы	1 010,0	4,2	Собственный капитал	1 438,0	5,9
Оборотные активы	23 193,0	95,8	Заемный капитал	22 765,0	94,1
Баланс	24 203,0	100,0	Баланс	24 203,0	100,0

Внеоборотные активы занимают 4,2 % в структуре, оборотные активы составляют 95,8 % соответственно. Собственный капитал составляет 5,9 %, заемный капитал – 94,1 %.

В процессе анализа активов предприятия рассмотрим динамику, состав и структуру активов предприятия за 2015-2016 гг., таблица 2.3.

Таблица 2.3 – Анализ структуры имущества

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы:	1 260,0	8,82	1 010,0	4,17	-250,0	-19,8
Оборотные активы:	13 033,0	91,18	23 193,0	95,83	10 160,0	78,0
Итого	14 293,0	100,0	24 203,0	100,0	9 910,0	69,3

Анализ данных таблицы 2.3 свидетельствует о том, что за 2016 год сумма активного капитала предприятия составила 24 203,0 тыс.руб., что больше показателя 2015 года на 9 910,0 тыс. руб. В структуре активного капитала наибольшую долю составляют оборотные активы – 91,18 % в 2015 году, 95,83 %, что свидетельствует об их мобильности. В 2015 году доля

внеоборотных активов составляет 8,82 %, в 2016 году 4,17 %. Прирост оборотных активов в абсолютном выражении составил 10 160,0 тыс. руб., темп прироста 78,0 %.

В таблице 2.4 представлен анализ структуры и динамики внеоборотных активов.

Таблица 2.4 – Структура и динамика внеоборотных активов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	%
Всего внеоборотных активов	1 260,0	100,0	1 010,0	100,0	-250,0	-19,8
Основные средства	1 260,0	100,0	1 010,0	100,0	-250,0	-19,8

По данным таблицы 2.4, в 2016 году сумма внеоборотных активов составила 1 010,0 тыс. руб., внеоборотные активы сформированы основными средствами. Отсутствие сумм по статьям доходные вложения в материальные ценности и долгосрочные финансовые вложения свидетельствует о низкой инвестиционной активности предприятия. За 2015-2016 годы сумма остатка основных средств на балансе предприятия снизилась на 250,0 тыс. руб. или на 19,8 %.

Анализ структуры оборотных активов ООО «Сибэлектрод» за 2015-2016 гг. по отдельным их видам приведен в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Структура и динамика оборотных активов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы:	13 033,0	100,0	23 193,0	100,0	10 160,0	78,0
Запасы, в том числе:	2 730,0	20,9	3 200,0	13,8	470,0	17,2
- товары на продажу	1 987,0	15,25	2 106,0	9,08	119,0	6,0
- прочие запасы и затраты	743,0	5,7	1 094,0	4,72	351,0	47,2
Дебиторская задолженность	1 121,0	8,6	1 232,0	5,3	111,0	9,9
Денежные средства	9 182,0	70,5	18 761,0	80,9	9 579,0	104,3

Согласно данных таблицы 2.5 оборотные активы за 2016 года составляют 6 073,0 тыс. руб., что на 174,0 тыс. руб. больше показателя 2015 года.

За 2016 год произошло увеличение суммы текущих активов на 78,0 %. В структуре имущества предприятия отсутствуют расходы будущих периодов, НДС, краткосрочные финансовые вложения.

Оборотный капитал 2016 года на 80,9 % состоит из денежных средств, увеличение по сравнению с 2015 годом составило 9 579,0 тыс. руб., что связано с расширением деятельности предприятия. Дебиторская задолженность занимает 8,6 % в 2015 году и 5,3 % в 2016 году, столь незначительная сумма задолженности благоприятна для действующего предприятия и вызвана осмотрительной кредитной политикой предприятия по отношению к покупателям.

Основные структурно-динамические сдвиги происходят в сторону увеличения - повышение доли денежных средств и повышение доли запасов.

Важное направление анализа оборотных средств – определение их оборачиваемости. Показатели оборачиваемости приведены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Анализ оборачиваемости оборотных средств

Показатели	Ед. изм.	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Выручка от реализации продукции	тыс. руб.	11 563,0	21 003,0	9 440,0
Краткосрочные текущие активы	тыс. руб.	13 033,0	23 193,0	10 160,0
Оборачиваемость оборотных средств	об.	0,89	0,91	0,02
Продолжительность оборота	дн.	411	403	-8

Анализ данных таблицы 2.6 свидетельствует о том, что в 2016 году общий коэффициент оборачиваемости оборотных активов составил 0,91 оборота, в 2015 году оборачиваемость оборотных средств составляла 0,89 оборота. Соответственно длительность оборота в 2016 году уменьшилась и составила 403 дней, что меньше показателя длительности оборота 2015 года, который составлял 411 дней.

Такой уровень оборачиваемости достаточно высок, так как оборотные активы должны оборачиваться не менее 1 раза за год. Повышение оборачиваемости указывает на повышение эффективности использования оборотных активов в 2016 году. Причиной является увеличение выручки от реализации продукции на 9 440,0 тыс. руб. В результате длительность оборота текущих активов увеличилась на 8 дней.

Далее необходимо провести анализ дебиторской задолженности предприятия за 2015-2016 гг., таблица 2.7.

Таблица 2.7 – Анализ дебиторской задолженности

Показатели	Ед. изм.	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Дебиторская задолженность	тыс. руб.	5 121,0	11 432,0	6 311,0
в том числе покупатели и заказчики	тыс. руб.	4 880,0	10 095,0	5 215,0
Выручка от реализации продукции	тыс. руб.	11 563,0	21 003,0	9 440,0
Доля дебиторской задолженности в выручке от реализации	%	44,3	54,4	10,1
Оборачиваемость дебиторской задолженности	об.	2,26	1,84	-0,4
Период погашения дебиторской задолженности	дн.	162	199	37,0

Согласно данным таблицы 2.7, в 2016 году сумма дебиторской задолженности предприятия составляет 11 432,0 тыс. руб. или 54,4 % от суммы выручки, такая величина задолженности является приемлемой для предприятия и в данном случае оправдывается спецификой деятельности предприятия. В 2015 году дебиторская задолженность составляла 44,3 % в доле выручки, что на 10,1 процентных пункта больше чем в 2016 году.

На данном предприятии всю задолженность формируют следующие категории дебиторов: покупатели и заказчики, и прочие дебиторы. В 2016 году сумма дебиторской задолженности повысилась на 6 311,0 тыс. руб. За год дебиторская задолженность совершает 1,84 оборота, а средний период его погашения составляет 199 день. Негативным моментом является рост дебиторской задолженности и замедление ее оборачиваемости на 37 дней.

В таблице 2.8 представлена структура дебиторской задолженности по категориям дебиторов предприятия за 2015-2016 гг.

Таблица 2.8 – Анализ структуры дебиторской задолженности

Показатели	2015 год		2016 год		Отклонения сумма, тыс. руб.
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	
1. Дебиторская задолженность всего	5 121,0	100,0	11 432,0	100,0	6 311,0
1.1. Покупатели и заказчики	4 880,0	95,3	10 095,0	88,3	5 215,0
1.2. Поставщики и подрядчики	152,0	3,0	124,0	1,1	-28,0
1.3. Прочие дебиторы	89,0	1,7	1 213,0	10,6	1 124,0

Следует отметить, что наибольший удельный вес в 2016 году занимает задолженность покупателей и заказчиков – 88,3 %. Задолженность прочих дебиторов составляет всего 10,6 %. За 2015-2016 годы сумма задолженности покупателей возросла на 5 215,0 тыс. руб., задолженность поставщиков уменьшилась на 28,0 тыс. руб., прочих дебиторов возросла на 1 124,0 тыс. руб.

Анализ состояния и использования оборотных средств предприятия представлен в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Состояние и использование оборотных средств

Показатели	Ед. изм.	2015 г.	2016 г.	Отклонения
1. Средняя величина оборотных средств	тыс.руб.	12 763,0	18 113,0	5 350,0
- материальных оборотных средств	тыс.руб.	2 574,0	2 965,0	391,0
- средств в расчетах	тыс.руб.	7 019,0	8 277,0	1 258,0
- денежных средств и краткосрочных финансовых вложения	тыс.руб.	6 633,0	6 872,0	239,0
2. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств		1,1	0,86	-0,2
3. Длительность оборота	дн.	331	423	93
4. Коэффициент закрепления		0,9	1,2	0,3
5. Доля оборотных средств в валюте баланса	%	89,29	74,84	-14,5
6. Материалоотдача	руб.	4,49	7,08	2,59
7. Материалоемкость	руб.	0,22	0,14	-0,08

Из таблицы 2.9, видно, что средняя величина оборотных средств в 2016 году составила 18 113,0 руб. и увеличилась на 5 350,0 тыс. руб.

Средняя величина денежных средств увеличились на 239,0 тыс. руб., средств в расчетах на 1 258,0 тыс. руб., что благоприятно для предприятия с точки зрения его платежеспособности.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств в 2016 году составил 1,1, данное значение показателя ниже требуемого значения оборачиваемости оборотных средств, период оборота которых должен быть меньше 1 года, соответственно период оборота составляет 423 дня. Из-за увеличения средней величины оборотных средств в анализируемом периоде и повышения выручки от реализации в 2016 году произошла относительный перерасход оборотных средств. Материалоемкость продукции - отношение суммы материальных затрат к стоимости произведенной продукции. Нормативное значение коэффициента меньше 1, в данном случае он составляет 0,22 в 2015 году и 0,14 в 2016 году, выявлено повышение материалоотдачи в 2016 году на 2,59 руб.

### 2.3 Анализ пассивов баланса

Анализ пассивов является неотъемлемой частью любого анализа предприятия, так как пассивы – это капитал, вовлеченный организацией в свою хозяйственную деятельность, таблица 2.10.

Таблица 2.10 – Структура обязательств

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	%
1.Всего источников:	14 293,0	100,0	24 203,0	100,0	9 910,0	69,33
1.1собственных	1 140,0	8,0	1 438,0	5,9	298,0	-2,0
1.2 заемных	13 153,0	92,0	22 765,0	94,1	9 612,0	2,0
1.2.1долгосрочных	0,0	0,0	10 100,0	41,7	10 100,0	41,7
1.2.2 краткосрочных	13 153,0	92,0	12 665,0	52,3	-488,0	-39,7

По данным таблицы 2.10, деятельность организации в 2016 году на 5,9 %

обеспечена собственными источниками финансирования в 2015 году на 8,0 %. Увеличение суммы собственных источников в структуре пассивного капитала в абсолютном выражении составило 298,0 тыс. руб. за счет увеличения суммы нераспределенной прибыли 2016 года. Сумма заемных обязательств носит краткосрочный и долгосрочный характер. В 2016 году общая сумма заемных обязательств составляет 22 765,0 тыс. руб. выявлено повышение по сравнению с 2015 годом на 9 612,0 тыс. руб., что является фактором снижения финансовой устойчивости предприятия.

Анализ структуры пассива баланса предприятия приведен в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Структура и динамика заемного капитала по категориям кредиторов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу
Всего заемного капитала	13 153,0	100,0	22 765,0	122,0	9 612,0	22,0
Кредиты и займы	5 466,0	41,6	20 862,0	91,6	15 396,0	50,1
Кредиторская задолженность	7 687,0	58,4	6 903,0	30,3	-784,0	-28,1
-поставщики	5 851,0	44,5	5 875,0	25,8	24,0	-18,7
-работники предприятия	647,0	4,9	452,0	2,0	-195,0	-2,9
-соцстрах	431,0	3,3	187,0	0,8	-244,0	-2,5
-бюджет	383,0	2,9	44,0	0,2	-339,0	-2,7
-прочие кредиторы	375,0	2,9	345,0	1,5	-30,0	-1,3

Анализ данных таблицы 2.11 показал, что в 2016 году сумма заемного капитала составила 22 765,0 тыс. руб., что на 9 612,0 тыс. руб. больше чем в 2015 году. Увеличение произошло в сумме полученных кредитов и займов, которое составило 15 396,0 тыс. руб., при этом сумма кредиторской задолженности снизилась на 784 тыс. руб. за счет покрытия обязательств перед поставщиками, персоналом предприятия и расчетов с бюджетом. Темп снижения кредиторской задолженности составил 28,1 %, перед поставщиками 18,7 %. Заемный капитал представлен в основном кредитами и займами, что можно расценить как зависимость от внешних источников финансирования, а с другой стороны как потенциальную возможность расширения деятельности.

## 2.4 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости предприятия

Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие - ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

Построение агрегированного аналитического баланса является первым этапом анализа финансового состояния предприятия, таблица 2.12.

Таблица 2.12 – Агрегированный аналитический баланс тыс. руб.

Показатели	2015 г.	2016 г.
1. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	5 182,0	8 561,0
2. Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы	5 121,0	11 432,0
3. Запасы и затраты	2 730,0	3 200,0
Всего текущих активов (оборотных средств)	13 033,0	23 193,0
4. Имобилизованные средства (внеоборотные активы)	1 260,0	1 010,0
Итого активов (имущество)	14 293,0	24 203,0
1. Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы	7 687,0	6 903,0
2. Краткосрочные кредиты и займы	5 466,0	5 762,0
3. Всего краткосрочный заемный капитал (краткосрочные обязательства)	13 153,0	12 665,0
4. Долгосрочный заемный капитал	0,0	10 100,0
5. Собственный капитал	1 140,0	1 438,0
Итого пассивов	14 293,0	24 203,0

Данные таблицы 2.12 свидетельствуют о том, что в 2016 году валюта баланса предприятия составляет 24 203,0 тыс. руб., наблюдается повышение



валюты баланса на 9 910,0 тыс. руб., что свидетельствует о росте масштабов деятельности предприятия.

Платежеспособность оценивается по балансу на основе характеристики ликвидности оборотных активов, которая определяется временем, необходимым для превращения их в денежные средства

Для анализа ликвидности предприятия составим агрегированный аналитический баланс, таблица 2.13.

Таблица 2.13 – Группировка статей баланса тыс. руб.

Актив	2015 г.	2016 г.	Пассив	2015 г.	2016 г.
Наиболее ликвидные активы	5 182,0	8 561,0	Наиболее срочные обязательства	7 687,0	6 903,0
Быстрореализуемые активы	5 121,0	11 432,0	Краткосрочные обязательства	5 466,0	5 762,0
Медленно реализуемые активы	2 730,0	3 200,0	Долгосрочные обязательства	0,0	10 100,0
Труднореализуемые активы	1 260,0	1 010,0	Постоянные пассивы	1 140,0	1 438,0
Баланс	14 918,0	15 253,0	Баланс	14 293,0	24 203,0

На основе анализа внешних признаков ликвидности и платежеспособности, приведенных в таблице 2.13, ООО «Сибэлектрод» является платежеспособным предприятием.

Наиболее срочные обязательства предприятия в 2016 году можно погасить, взыскав наиболее ликвидные активы. Быстрореализуемых активов достаточно для погашения краткосрочных обязательств.

Постоянные пассивы в 2016 году превышают труднореализуемые активы, что соответствует условиям ликвидности.

В 2016 году ситуация с платежеспособностью лучше чем в 2015 году, отмечается только платежный недостаток медленно реализуемых активов, что обусловлено появлением в 2016 году долгосрочных обязательств.

Расчет коэффициентов ликвидности предприятия приведен в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2015 г.	2016 г.	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,39	0,68	>0,05
Коэффициент критической ликвидности	0,78	1,58	≥1,0
Коэффициент текущей ликвидности	0,99	1,83	≥1,5

Коэффициент абсолютной ликвидности в 2016 году, составил 0,68, таблица 2.14., что намного выше нормативного значения, то есть, наиболее ликвидных активов достаточно для покрытия наиболее срочных обязательств.

В 2016 году коэффициент критической ликвидности составил 1,58, что характеризует критическую ликвидность как достаточную.

Значение коэффициента текущей ликвидности, равное 1,83 выше нормативного значения, что отражает нормальное состояние текущей платежеспособности и ликвидности предприятия то есть, если реализовать все свои оборотные активы, можно было бы покрыть 183 % текущих обязательств. За анализируемый период происходит повышение всех показателей ликвидности, что свидетельствует о повышении текущей платежеспособности и ликвидности предприятия в 2016 году.

Общий коэффициент ликвидности приведен в формуле 2.1.

$$K_{общ} = \frac{A_{нл} + 0,5A_{бр} + 0,3A_{мр}}{П_{нс} + 0,5П_{ко} + 0,3П_{до}} \quad (2.1)$$

где:  $A_{нл}$  – наиболее ликвидные активы;

$A_{бр}$  - быстрореализуемые активы;

$A_{мр}$  - медленно реализуемые активы;

$П_{нс}$  – наиболее срочные обязательства;

$П_{ко}$  – краткосрочные обязательства;

$П_{до}$  – долгосрочные обязательства;

$$K_{общ.} = (8561 + 0,5 * 11432 + 0,3 * 3200) / (6903 + 0,5 * 5762 + 0,3 * 10100) = 1,18$$

Коэффициент общей ликвидности предприятия составил 1,18 что свидетельствует о том, что в организации достаточно средств, которые могут быть использованы для погашения его краткосрочных, наиболее срочных и долгосрочных обязательств.

## 2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия

Финансовый результат – это показатель хозяйственной деятельности предприятия, увеличения или снижение объема прибыли (убытка) за конкретный промежуток времени.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия за 2015-2016 гг. (Приложение Б) приведен в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Анализ финансовых результатов тыс. руб.

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонение	
			сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	11 563,0	21 003,0	9 440,0	81,64
Полная себестоимость	8 239,0	17 397,0	9 158,0	111,15
Прибыль (убыток) от продаж	3 324,0	3 606,0	282,0	8,48
Прибыль (убыток) до налогообложения	4 398,0	3 511,0	-887,0	-20,17
Налоги	443,0	645,0	202,0	45,6
Прибыль чистая	3 955,0	2 866,0	-1 089,0	-27,53

Анализ данных таблицы 2.15 свидетельствует о том, что в 2016 году ООО «Сибэлектрод» получил чистую прибыль в размере 2 866,0 тыс. руб.

По сравнению с 2015 годом сумма прибыли снизилась на 1 089,0 тыс. руб. От реализации товаров в отчетном периоде получена прибыль в размере 3 606,0 тыс. руб., что на 282,0 тыс. руб. больше аналогичного показателя 2015 года. Выручка от реализации продукции увеличилась на 9 440,0 тыс. руб., при этом себестоимость возросла на 9 158,0 тыс. руб.

Анализ деловой активности позволяет охарактеризовать результаты и

эффективность текущей основной производственной деятельности.

Деловая активность предприятия проявляется в динамичности его развития, достижении поставленных целей, эффективном использовании экономического потенциала, расширении рынков сбыта своей продукции.

Для анализа деловой активности сопоставим основные статьи баланса и выручку от реализации продукции, таблица 2.16.

Таблица 2.16 – Показатели деловой активности

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Коэффициент деловой активности	0,8	0,9	0,1
Фондоотдача основных средств	0,11	0,05	-0,06
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	0,89	0,91	0,02
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	10,14	14,61	4,46
Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	0,9	0,9	0,0

В 2016 году значение коэффициентов деловой активности и оборачиваемости оборотных активов равны 0,9, что говорит о том, что предприятие, вкладывая средства в имущество, получает отдачу в размере в пределах 90 копеек с 1 рубля выручки. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала увеличился на 4,46 %.

Анализ показателей рентабельности предприятия за 2015-2016 гг. представлен в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – Показатели рентабельности процент

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Рентабельность продаж	28,75	17,17	-11,58
Рентабельность конечных результатов	37,7	16,4	-21,26
Рентабельность активов	30,5	14,2	-16,23
Рентабельность основных средств	345,6	341,2	-4,45
Рентабельность оборотных средств	33,4	14,9	-18,56
Рентабельность собственного капитала	382,0	239,6	-142,38
Рентабельность заемного капитала	33,1	15,1	-17,97

Согласно данных таблицы 2.17, за 2016 год все показатели рентабельности, рассчитанные на различных стадиях прибыли, имеют положительное значение. Рентабельность продаж за 2016 год составила 17,17 % и снизилась на 11,58 процентных пунктов по сравнению с 2015 годом. Показатели рентабельности имеют тенденцию снижения, что обусловлено уменьшением чистой прибыли в 2016 году.

Показатели финансовой устойчивости предприятия за 2015-2016 гг. представлены в таблице 2.18.

Таблица 2.18 – Показатели финансовой устойчивости

Показатели	Рекомендуемые значения	2015 г.	2016 г.	Изменения
1. Коэффициент автономии	$K_a > 0,5$	0,08	0,06	-0,02
2. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$K_z/c < 1$	11,5	15,8	4,29
3. Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	-	-0,04	0,13	0,18
4. Коэффициент маневренности	$K_m > 0,5$	-0,01	0,02	0,03
5. Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками	$K_o > 0,6-0,8$	-0,11	0,3	0,4

Для финансово устойчивого предприятия коэффициент автономии должен быть больше 0,5. Коэффициент автономии в 2016 году составил 0,06, что является свидетельством зависимости предприятия от внешних кредиторов. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств показывает, что хозяйствующий субъект в большей мере финансируется за счет заемного капитала, значение коэффициента в 2016 году 15,8, что ниже нормативного значения. Значение коэффициента маневренности 0,02 свидетельствует о том, что доля собственного капитала не находится в мобильной форме.

Коэффициент обеспеченности запасов показывает, что собственный капитал не обеспечивает необходимое покрытие материальных активов, за анализируемый период данный показатель повысился на 0,4.

По результатам проведенного исследования предприятия за 2015-2016 гг.

может быть признано финансово неустойчивым, со значительным превышением заемного капитала, над собственным. Предприятие не имеет достаточную степень финансовой автономии и обеспеченности собственными оборотными средствами. Оборотные активы организации в большей части финансируются за счет заемного капитала и в меньшей степени собственного. Отрицательным моментом в характеристике финансового состояния организации можно назвать низкое значение наиболее ликвидных активов и снижение выручки от продаж.

В 2016 году все показатели деловой активности ООО «Сибэлектрод» свидетельствуют о том, что капитал предприятия в анализируемом году использовался более эффективно, вместе с тем коэффициент общей оборачиваемости капитала ниже 1, что негативно характеризует организацию с точки зрения эффективности его деятельности. За 2015-2016 годы наблюдается снижение данного показателя на 0,1 %. Коэффициент отдачи собственного капитала за 2016 год составляет 14,61, что на 4,46 пунктов выше показателя 2015 года.

По результатам анализа можно сказать, что предприятие является прибыльной, за 2015-2016 гг. отмечается рост выручки, но по причине опережения темпа роста себестоимости по сравнению с темпом роста выручки предприятие имеет снижение чистой прибыли.

## **2.6   Управленческий анализ**

Управленческий анализ — это процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем. Конечной целью управленческого анализа является предоставление информации менеджерам и другим заинтересованным лицам для принятия адекватных стратегических решений, выбора стратегии, которая в наибольшей степени соответствует будущему предприятия.

Выбор эффективного, надежного и простого инструмента для принятия управленческого решения всегда проблематичен, ведь управленческий анализ затрат не только предполагает формирование аналитической информации на базе управленческого учета, но и осуществляет специальные меры при выборе и оценке принимаемого управленческого решения.

Анализ себестоимости предприятия по элементам затрат за 2015-2016 гг. представлен в таблице 2.19.

Таблица 2.19 – Анализ себестоимости

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	по сумме, тыс.руб.	по уд весу
Материальные затраты	2 785,0	33,0	5 162,0	28,0	2 377,0	-5,0
Затраты на оплату труда	3 629,0	43,0	8 295,0	45,0	4 667,0	2,0
Начисления на оплату труда	1 350,0	16,0	3 134,0	17,0	1 784,0	1,0
Амортизация	245,0	2,9	645,0	3,5	400,0	0,6
Прочее	430,0	5,1	1 198,0	6,5	768,0	1,4
Всего	8 439,0	100,0	18 434,0	100,0	9 995,0	0,0

Анализ себестоимости по элементам затрат, приведенный в таблице 2.19, свидетельствует о том, что за анализируемый период произошло увеличение себестоимости продукции на 9 995,0 тыс. руб. за счет увеличения материальных затрат – на 2 377,0 тыс. руб., это можно объяснить увеличением объемов производства и увеличением расходов на оплату труда, связанное с ростом численности персонала.

Увеличение фонда оплаты труда составило 4 667,0 тыс. руб., прочих расходов 768,0 тыс. руб., что связано с увеличением доли постоянных затрат в себестоимости единицы продукции.

В структуре себестоимости продукции наибольший удельный вес составляют оплата труда – 45,0 %.

Анализ количества персонала предприятия за 2015-2016 гг. представлен в таблице 2.20.

Таблица 2.20 – Количество работающих

Наименование	Количество, чел.	
	2015 г.	2016 г.
Администрация	4	4
Служащие	8	10
Вспомогательные рабочие	2	3
Основные рабочие	14	22
Итого	28	39

Численность работающих в 2016 года составила 39 человека, таблица 2.20, и увеличилась по сравнению с 2015 г. на 11 чел. В структуре работников наибольший удельный вес составляют основные рабочие 22 человека, и служащие 10 человек. Увеличение численности произошло по категории основные рабочие на 8 чел. Численность вспомогательных рабочих за анализируемый период увеличилась на 1 человека.

В таблице 2.21 рассмотрим движение рабочей силы предприятия за 2015 - 2016 гг.

Таблица 2.21 – Движение рабочей силы

Показатели	2015 г.	2016 г.	Изменения	
			абс.	отн.
1. Среднесписочная численность, чел.	28	39	11	39,3
2. Принято работников, чел.	12	6	-6	-50,0
3. Выбыло работников, чел.:	1	5	4	400,0
по собственному желанию и за нарушение трудовой дисциплины	1	6	5	500,0
4. Коэффициент оборота по приему	43,0	15,0	-27,0	-65,1
5. Коэффициент оборота по выбытию	4,0	13,0	9,0	225,0
6. Коэффициент текучести кадров	4,0	15,0	12,0	275,0

Показатели оборота кадров, приведенные в таблице 2.21, свидетельствуют о высокой интенсивности движения работников предприятия.

Среднесписочная численность работников за 2016 год составила 39 человек и увеличилась по сравнению с показателями 2015 года на 11 человек.



Коэффициент оборота по приему в 2016 году составил 15,0 %, в то время как в 2015 году он составлял 43,0 %, то есть выявлено снижение движения рабочей силы. Коэффициент текучести кадров за 2016 г. увеличился на 12,0 % по сравнению с 2015 г., за счет ухода на пенсию сотрудников.

Для оценки эффективности использования средств на оплату труда следует изучить динамику трудовых показателей, выполнение плана по их уровню, для чего используем систему обобщающих, частных и вспомогательных показателей, таблица 2.22.

Таблица 2.22 – Состояние персонала

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			абс.	отн.
1. Списочная численность работников, чел.	28	39	11	39,3
2. Администрация и служащие, чел., всего:	12	14	2	16,7
- в том числе руководители	2	2	0	0,0
- специалисты	2	2	0	0,0
- служащие	8	10	2	25,0
3. Рабочие, чел., всего:	16	25	9	56,3
- в том числе основные рабочие	14	22	8	57,1
- вспомогательные	2	3	1	50,0
5. Фонд заработной платы, тыс.руб.	5 328,0	8 417,0	3 089,0	58,0
6. Средняя заработная плата, тыс.руб.	15,857	17,985	2,128	13,4
в том числе рабочих:	12,6	14,9	2,3	18,3
7. Выработка на одного работника, тыс.руб.	413,0	538,5	125,6	30,4
в том числе рабочего	722,7	840,1	117,4	16,2

За анализируемый период среднесписочная численность работников увеличилась на 11 человек за счет роста численности администрации и служащих на 2 человека, численности рабочих на 9 человек.

Наибольшее увеличение произошло по категории основные рабочие, вспомогательных рабочих.

Фонд заработной платы в 2016 году составил 8 417,0 тыс. руб. и увеличился по сравнению с 2015 годом на 58,0 % по причине увеличение

численности работников (на 11 чел.) и росте средней заработной платы персонала.

Средняя заработная плата на предприятии за 2016 год составила 17,985 тыс. руб., при сравнении со средней заработной платой по Республике Хакасия за 2016 год (29,552 тыс. руб.) следует отметить, что уровень заработной платы на предприятии находится на уровне ниже среднего по Республике Хакасия.

Благодаря росту объемов продаж за 2015-2016 годы выработка на одного работника в 2016 году составила 538,5 тыс. руб. и повысилась по сравнению с 2015 годом на 125,6 тыс. руб., а выработка на 1 рабочего – на 117,4 тыс. руб., что свидетельствует о повышении эффективности использования рабочей силы.

Для анализа эффективности использования управленческого труда предприятия рассмотрим систему показателей в таблице 2.23.

Таблица 2.23 – Динамика показателей эффективности

Показатели	Ед. изм.	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
				абс.	отн.
Численность работников управления	чел.	12	14	2	16,7
Удельный вес работников управления в списочном составе организации	%	43,0	36,0	-7,0	-16,2
Удельный вес затрат на управление в общих затратах в организации	%	45,0	47,0	2,0	4,4
Удельный вес заработной платы работников управления в общем фонде заработной платы	%	48,0	52,0	4,0	8,3
Производство валовой продукции на 1 работника управления	тыс. руб.	1 059,9	1 635,2	575,3	54,3
Производство товарной продукции на 1 работника управления,	тыс. руб.	963,6	1 500,2	536,6	55,7
Производство валовой продукции на 1 тыс. руб. заработной платы работников управления	руб.	4,97	5,23	0,26	5,2
Производство товарной продукции на 1 тыс.руб. заработной платы работников управления	руб.	4,52	4,8	0,28	6,1
Рентабельность производства	%	34,2	13,6	-20,6	-60,1

Согласно данных таблицы 2.23 эффективность использования

управленческого труда в ООО «Сибэлектрод» за 2015 - 2016 гг. повысилась.

Удельный вес работников управления в списочном составе предприятия составил 36,0 %, при этом удельный вес заработной платы в общем фонде заработной платы составил 47,0 % и увеличился за анализируемый период на 8,3 %. Производство валовой продукции на 1 тыс. руб. заработной платы работников управления в 2016 году составило 1 653,2 руб., что выше показателя 2015 года на 575,3 руб.

Производство товарной продукции на 1,0 тыс. руб. заработной платы работников управления составило в 2016 году 1 500,2 тыс. руб. и повысилось на 536,6 руб. Рентабельность производства в 2016 году составила 13,6 %, и его снижение составило 20,6 процентных пункта.

В таблице 2.24 приведена динамика фонда оплаты труда работников ООО «Сибэлектрод» за 2015 - 2016 гг.

Таблица 2.24 – Динамика фонда оплаты труда работников тыс. руб.

Наименование	2015 г.	2016 г.	Изменение	
			сумма, тыс. руб.	%
Основная заработная плата	4 040,4	6 992,9	2 952,5	73,1
Премия	361,6	479,0	117,4	32,5
Отпускные	760,2	830,8	70,6	9,3
Компенсация	98,6	41,3	-57,3	-58,1
Больничный лист за счет работодателя	67,2	73,0	5,8	8,6
Итого фонд оплаты труда	5 328,0	8 417,0	3 089,0	58,0

Фонд оплаты труда за 2016 год составил 8 417,0 тыс. руб., таблица 2.24 и увеличился по сравнению с показателем 2015 года на 58,0 %.

В структуре фонда оплаты труда основная заработная плата составила 6 992,8 тыс. руб., что больше показателя 2015 года на 2 952,5 тыс. руб., размер премиальных вознаграждений составил 479,0 тыс. руб.

Наблюдается повышение суммы отпускных (на 70,6 тыс. руб.) за счет повышения компенсации отпускных, а так же снижение суммы б/л за счет

работодателя (на 5,8 тыс. руб.).

Анализ состояния парка оборудования предприятия за 2015 - 2016 гг. приведен в таблице 2.25.

Таблица 2.25 – Состояние и использование парка оборудования

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Среднегодовая стоимость оборудования, тыс. руб.	1 145,0	1 135,0	535,0
Коэффициент поступления	20,0	23,0	3,0
Коэффициент выбытия	50,0	56,0	6,0
Коэффициент годности	61,0	60,0	-1,0
Коэффициент износа	39,0	40,0	1,0
Коэффициент загрузки оборудования	65,0	85,6	20,6
Коэффициент интенсивного использования	0,27	0,29	0,02
Коэффициент экстенсивного использования	0,3	0,3	0,0
Интегральный коэффициент	0,09	0,1	0,01
Средний возраст установленного оборудования, лет	5,3	5,6	0,3

По данным таблицы 2.25, в 2016 году среднегодовая стоимость оборудования составила 1 138,0 тыс. руб. Коэффициент поступления составил 23,0 %, а коэффициент выбытия – 56,0 %, что свидетельствует о суженном воспроизводстве основных фондов учреждения.

Коэффициент годности оборудования в 2016 году составляет 60,0 %, что свидетельствует о том, что на предприятии функционируют новые основные средства. Данный факт так же подтверждает средний возраст установленного оборудования, который за 2016 год составил 5,6 лет.

Коэффициент интенсивного использования составляет 0,29, а коэффициент экстенсивного использования – 0,3. Обобщающий интегральный коэффициент, характеризующий использование оборудования, как по времени, так и по производительности составляет в 2016 году 0,1.

Таким образом, предприятие расширила свою деятельность, и увеличила объем продаж, при этом отмечается снижение эффективности производства. Для обеспечения эффективного функционирования предприятия необходима выработка экономической стратегии его развития.

## 2.7 Заключительная оценка деятельности предприятия

По результатам анализа финансового состояния ООО «Сибэлектрод» можно сказать следующее:

В структуре активного капитала наибольшую долю составляют оборотные активы – 95,8 %, доля внеоборотных активов в 2016 году составляет 4,2 %, собственный капитал занимает только 5,9 % структуры баланса, заемный капитал 94,1 %, увеличение суммы текущих активов составило 78,0 %, дебиторская задолженность составляет 54,4 % от выручки предприятия и имеет тенденцию ускорения оборачиваемости, что благоприятно для действующего предприятия, и вызвано осмотрительной кредитной политикой по отношению к покупателям.

Общий коэффициент оборачиваемости оборотных активов составил 0,91. длительность оборота составила 395 дней, выявлено снижение оборачиваемости, которое связано с повышением суммы оборотных активов, при этом наблюдается и повышение выручки от реализации продукции.

В структуре дебиторской задолженности в 2016 году наибольший удельный вес занимает задолженность покупателей 88,3 %. Средняя величина оборотных средств в 2016 году составила 18 113,0 руб. и повысилась за 2016 год на 5 350,0 тыс. руб. Основную долю в структуре оборотного капитала составляют материальные оборотные средства и денежные средства, что благоприятно для предприятия с точки зрения его платежеспособности.

Деятельность организации за 2016 год на 5,9 % обеспечена собственными источниками финансирования. Сумма заемных обязательств предприятия носит краткосрочный и долгосрочный характер.

Банковские кредиты в составе краткосрочной задолженности в анализируемом периоде предприятия составили 5 762,0 тыс. руб. Основную долю в структуре кредиторской задолженности занимает задолженность поставщикам – 50,0 %. В структуре кредиторской задолженности положительным является то, что вся сумма кредиторского капитала не является

просроченной.

На предприятии наблюдается соответствие структуры имущества и обязательств, но следует отметить, что ликвидность активов снижают большие остатки производственных запасов и наиболее ликвидных активов недостаточно для покрытия наиболее срочных обязательств.

Выявлено нормальное состояние текущей платежеспособности и ликвидности предприятия, если реализовать все свои оборотные активы, можно было бы покрыть 1,63 текущих обязательств.

В 2016 году предприятие получило чистой прибыли в размере 2 866,0 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом сумма прибыли снизилась на 1 089,0 тыс.руб. за счет повышения себестоимости продукции.

За анализируемый период наблюдается незначительное повышение показателей деловой активности предприятия. При росте общей величины запасов и затрат в 2016 году выявлен недостаток собственных оборотных средств и недостаток источников их финансирования.

При росте объемов продаж выявлено повышение выработки на одного работника в 2016 году, что свидетельствует о повышении эффективности использования рабочей силы.

Рентабельность фондов, активов и продаж в 2016 году снизилась, что является отрицательным моментом в деятельности предприятия и связано в первую очередь с ростом себестоимости продукции.

Таким образом, для того чтобы увеличить результативность функционирования организации необходимо снизить издержки; расширить ассортимент продукции, а, следовательно, увеличить спрос на свою продукцию и увеличить прибыль. И тем самым, эти факторы помогут организации быть более конкурентной в условиях рыночной экономики.

## 2.8 Вопросы экологии

Обеспечение экологической безопасности организации требует комплексного подхода. На начальном этапе необходимо определить производственные факторы, оказывающие негативное воздействие на окружающую среду. Оценка текущей ситуации осуществляется в рамках экологического аудита, в рамках которого проводится проверка деятельности предприятия нормативным требованиям, касающихся охраны окружающей среды и сохранения санитарно-эпидемиологического благополучия населения.

Экологическая безопасность напрямую связана с организацией и проведением производственного контроля, предусматривающего также формирование оптимальных условий не только для снижения вредности производства, но и для уменьшения ресурсоемкости техпроцессов. Экологический производственный контроль подразумевает модернизацию защитного комплекса, обеспечивающего снижение объема вредных выбросов и разработку мероприятий, направленных на минимизацию вероятности возникновения нештатных ситуаций.

Осуществление производственного контроля в разрезе обеспечения экологической безопасности подразумевает контроль над техническим состоянием оборудования, обеспечивающего безопасность работников и возможность устранения последствий возникновения нештатной ситуации. Своевременное проведение экологического аудита на предприятии и применение необходимых мер позволит избежать штрафных санкций.

Взаимосвязь проблем экологической безопасности хозяйственной деятельности предприятия и его социального развития является наиболее сложной.

Многие аспекты социального развития предприятия достаточно условно могут быть отнесены к экологической безопасности. Работы в этом направлении пока что находятся в стадии становления. Необходимо систематизировать нормативную базу экологических показателей

по охране труда и технике безопасности, организации питания и отдыха, профилактике заболеваний работников. Вопросы повышения уровня профессиональных знаний, дополнительного пенсионного обеспечения, отдыха, а также влияние этих факторов на психоэнергетическое состояние человека и совместимость работников в коллективе, требуют серьезных экологических и социологических исследований. В результате всех этих исследований может быть разработана экологическая база дополнительных нормативов и методов контроля.

Социальная гармония человека и интеллектуального обеспечения хозяйственной деятельности предприятия, прежде всего с позиций ее экологизации, представляется сложной проблемой для разных типов предприятий. Она требует поиска наиболее эффективных решений. В конечном счете, наиболее ответственные интеллектуальные, в том числе управленческие, решения принимают человек или группа людей. Социальное поведение человека в производственной деятельности, безусловно, зависит от экологических факторов хозяйственной деятельности предприятия. Поэтому взаимосвязь экологической безопасности и социального развития предприятия следует рассматривать как одно из приоритетных направлений экологических исследований.

Социальное благополучие предприятия, осуществляющего хозяйственную и экологическую деятельность, можно оценить с качественных позиций определенным уровнем комфорта пребывания работников предприятия на своих рабочих местах, степенью удовлетворенности результатами своего труда и адекватным размером получаемой заработной платы, состоянием специальных удобств для отдыха, гигиены, охраны труда, питания, профилактики заболеваний. Состояние собственной удовлетворенности при участии в хозяйственной деятельности переносится в семьи работников предприятия. Таким образом, главными объектами социального развития предприятия являются его работники и их семьи.



## **ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ И УКРЕПЛЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «СИБЭЛЕКТРОД»**

### **3.1 Анализ ассортимента товарной продукции предприятия**

Опираясь на результаты анализа финансово-экономического состояния предприятия ООО «Сибэлектрод», не выявившие существенных недостатков в хозяйственной деятельности, характеризующие организацию как эффективно функционирующую, финансово устойчивую и стабильно развивающейся, принято решение о формировании мероприятия по расширению ассортимента продукции предприятия.

Целью данного мероприятия является расширение границ деятельности предприятия, завоевание новых рынков, получение конкурентных преимуществ, динамичный рост прибыли в долгосрочной перспективе.

При формировании ассортимента продукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой – наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении.

Систему формирования ассортимента продукции составляют:

- 1) определение текущих и перспективных потребностей потребителей.
- 2) оценка уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции.
- 3) изучение жизненного цикла товара, принятие своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов продукции и изъятие из производственной программы морально устаревших и экономически неэффективных изделий.
- 4) оценка экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции.

Структуру реализованной продукции ООО «Сибэлектрод» за 2015-2016 гг. можно увидеть в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Структура и динамика товарной продукции

Наименование	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	%
Колосник печной бытовой	1 931,0	16,7	3 297,0	15,7	1 366,0	70,8
Колосник для бани	2 278,0	19,7	4 222,0	20,1	1 944,0	85,3
Люк легкий	3 758,0	32,5	7 036,0	33,5	3 278,0	87,2
Люк тяжелый	2 463,0	21,3	4 285,0	20,4	1 822,0	74,0
Дождеприемник	1 133,0	9,8	2 163,0	10,3	1 030,0	90,9
Всего	11 563,0	100,0	21 003,0	100,0	9 440,0	81,6

Как видно из таблицы 3.1, ассортимент товарной продукции предприятия составляют пять основных групп. Основной удельный вес в структуре реализованной продукции составляет люк легкий 32,5 % в 2015 году и 33,5 % в 2016 году. В объеме реализованной продукции в 2016 году произошло увеличение на 9 440,0 тыс. руб., что составило 81,6 % прироста к показателю 2015 года. Причиной увеличения явилось выполнение заказа по договору, заключенному с ООО «СибВостокМонтаж». Увеличение объемов реализации отмечается по всем группам выпускаемой продукции.

Структура товарной продукции предприятия за 2016 год приведена на рисунке 3.1.

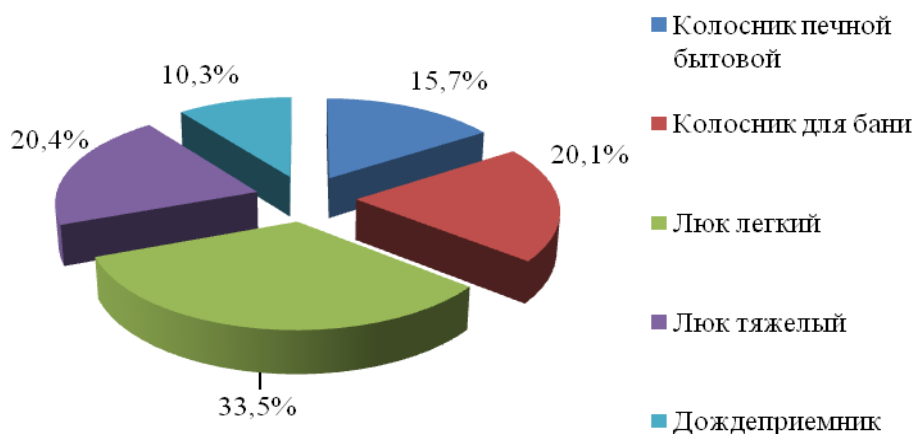


Рисунок 3.1 – Структура реализованной продукции за 2016 год

Перечень товарного ассортимента ООО «Сибэлектрод» приведен в Приложении В. На основании этого перечня, определим ширину и глубину ассортимента выпускаемой предприятием продукции по всем товарным группам в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Анализ ширины и глубины ассортимента товарной продукции

Наименование	Насыщенность	Глубина
Колосник печной бытовой	4	8
Колосник для бани	3	6
Люк легкий	3	6
Люк тяжелый	5	12
Дождеприемник	6	12

Колосниковая решетка является неотъемлемой частью любого отопительного агрегата, работающего на твердом топливе (угле, торфе, дровах), изготавливаются из чугуна методом литья. Широта и глубина группы «колосники» составила 4 наименования печного бытового с глубиной 8 и 3 наименования «колосника для бани» с глубиной 6.

Чугунные люки имеют множество различных классификаций по своим техническим параметрам, а так же по их применяемости в различных системах. Одной из основных характеристик которую имеет каждый чугунный люк - это номинальная нагрузка на крышку люка. Насыщенность ассортимента данной товарной группы составляет 3 (легкий) и 5 (тяжелый), глубина 5 и 12 соответственно.

Дождеприемник выпускается в 6 наименованиях с глубиной ассортимента 12.

Таким образом, ассортиментный перечень продукции предприятия можно охарактеризовать как продукция промышленного назначения. Потребители продукции – специализированные предприятия Хакасии. Данное производство имеет специфику, требующую специального оснащения и специализации по работе с литьем.

На рынке Республики Хакасия имеется лишь один конкурент по выпуску

чугунного литья промышленного назначения – ОАО «Черногорский РМЗ». Объем заказов ООО «Сибэлектрод» является стабильным, увеличение объема товарной продукции может быть вызвано получением заказа по крупному контракту, как например в 2016 году.

Предприятие имеет устойчивое финансовое состояние и возможности для расширения деятельности. Для реализации данного направления необходимо формирование эффективной ассортиментной политики, которая должна приводить к появлению гармоничного ассортимента услуг, в котором, например, новые услуги дополняют уже существующие.

Предприятие осуществляет выпуск пяти групп однородной продукции чугуна, предназначенных для промышленного применения. По результатам анализа товарного ассортимента продукции и действующей ассортиментной политики можно выделить следующие недостатки в управлении ассортиментом предприятия, таблица 3.3.

Таблица 3.3 – Недостатки в управлении ассортиментом предприятия

Недостатки	Последствия
Недостаточный мониторинг изменений на рынке	Упущенная выгода из-за отсутствия в ассортименте новых продуктовых линий и товаров или, напротив, сохранения в ассортименте товаров, находящихся в конце жизненного цикла.
Формирование ассортимента на основе потребительских предпочтений менеджера	Отсутствие учета рыночных данных о потребительских предпочтениях большинства клиентов
Длинная цепочка принятия решений о внесении изменений в ассортимент/прейскурант	Невозможность эффективного оперативного управления ассортиментом, ценами

Таким образом, необходимо сформировать качественно новый подход к управлению ассортиментом. При выводе на рынок новой продукции важно не допустить снижения качества уже выпускаемой. Необходимо наладить жёсткий контроль качества на предприятии.

Формирование и реализация ассортиментной политики необходимы для достижения безубыточности деятельности фирмы, управления объемом

прибыли для оптимизации налогообложения и прогнозирования собственных вложений в развитие бизнеса. Изменение ассортимента непосредственно влияет на величину продаж или прибыли.

Таким образом, ассортиментная политика имеет большое значение для деятельности предприятия, поскольку управление ассортиментом предлагаемой продукции и его расширение влияет на многие сферы деятельности предприятия, его доход, а значит и главную цель – увеличение прибыли.

В целом, конкурентоспособная ассортиментная политика, является необходимой не только в условиях кризиса, но и в повседневной деятельности предприятия, поскольку без гармоничного, соответствующего потребностям клиентов ассортимента невозможны максимально эффективная деятельность предприятия, удержание рынка, получение максимальной прибыли.

Продукция ООО «Сибэлектрод» размещена в сегменте продукции для промышленного применения, предметы изготовленные методом чугунного литья могут быть широко использованы на потребительском рынке. Сюда относится следующий перечень изделий: чугунная посуда, мангалы, кованые решетки, ограждения, элементы декора для дома и сада, изделия для каминов и печей.

Важнейшим принципом формирования ассортимента товаров является обеспечение его соответствия характеру спроса, предъявляемого избранными для обслуживания контингентами покупателей. Так как успешное проникновение и закрепление предприятия на потребительском рынке связано с поиском и полнотой освоения той или иной ниши, формированию конкретного ассортимента товаров, соответствующему параметрам этой рыночной ниши, отводится первостепенная роль.

Чтобы определить основные направления формирования ассортимента, необходимо сначала установить текущие и перспективные потребности покупателей. Для этого нужно провести маркетинговые исследования такими методами как социологический опрос или наблюдение. На основе полученных данных определить направление формирования ассортимента.

### 3.2 Формирование ассортиментной политики предприятия

Любой рынок состоит из потребителей, отличающихся друг от друга своими вкусами, желаниями, потребностями и приоритетами. Поэтому осуществление успешной деятельности предполагает учет индивидуальных предпочтений различных категорий потребителей.

Маркетинговое исследование предпочтений потребителей невозможно осуществить без сбора полноценной информации, основным источником которой является анкета.

Для того, чтобы выявить потребительские предпочтения на рынке чугунного литья для бытовых нужд было проведено исследование ассортимента хозяйственных и строительных магазинов г. Черногорска и г. Абакана (магазин «Илона», магазин «Премьер», магазин «Джем»).

По результатам исследования были получены следующие результаты:

В ассортиментном перечне всех магазинов имеются в наличии изделия из чугуна. Структура ассортимента по товарным группам приведена на рисунке 3.2.

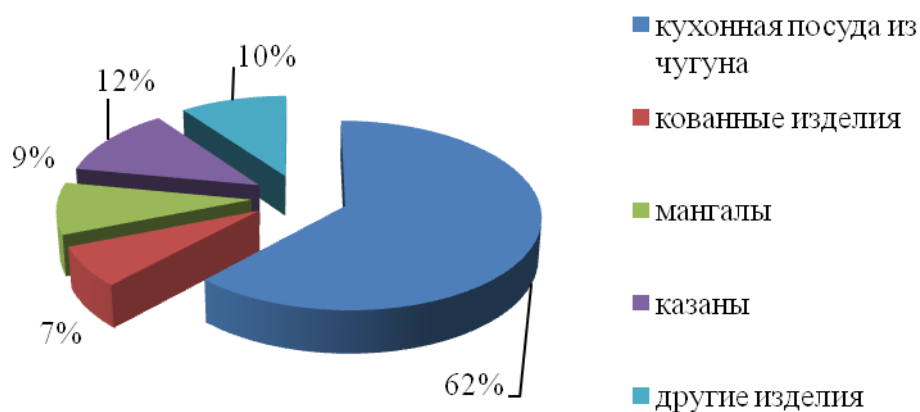


Рисунок 3.2 – Структура ассортимента магазинов по товарным группам изделий из чугуна

Как видно на рисунке 3.2, в ассортименте магазинов имеется в наличии

посуда из чугуна (сковороды, кастрюли), удельный вес этих изделий составляет в среднем 62,0 % из всего ассортимента чугунных изделий. Казаны, мангалы, кованые изделия представлены в диапазоне 7,0-10,0 %.

На вопрос есть - ли спрос на чугунное печное литье (печные заслонки, каминные решетки, каминные приборы и пр.), получен утвердительный ответ. Для индивидуального жилищного строительства являются востребованными кованые изделия для каминов и печей, а так же предметы интерьера, кованые решетки для скамьи, элементы ограждения для лестниц.

В наличии изделий данного ассортимента не оказалось, либо были представлены единичные вещи.

Таким образом, ООО «Сибэлектрод» в качестве направления улучшения финансовой деятельности может использовать стратегию расширения ассортимента чугунного литья бытового назначения.

Среди намеченных мероприятий наиболее существенными, обеспечивающими повышение эффективности предприятия, являются следующие, рисунок 3.3.

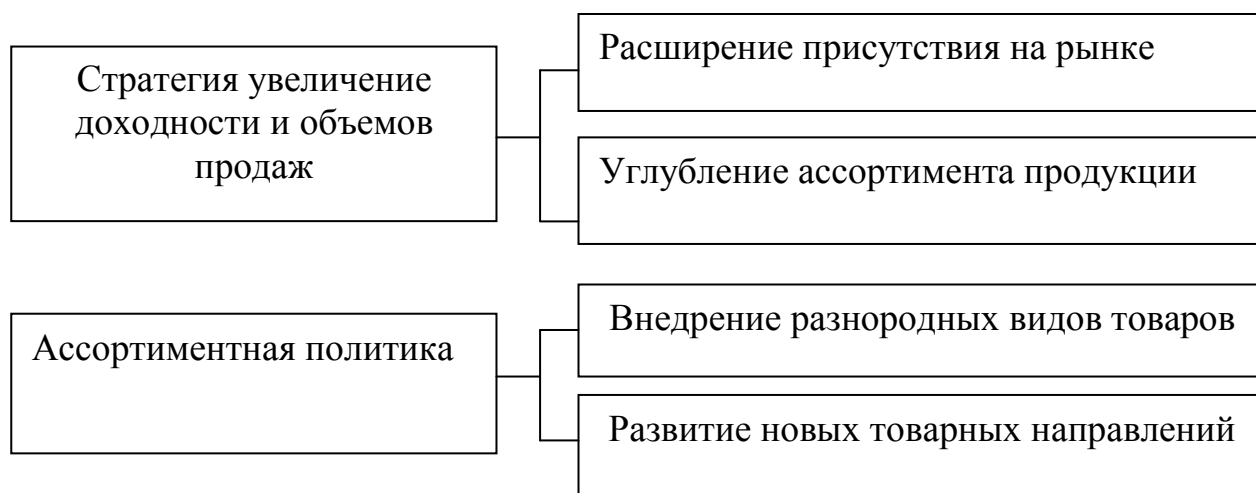


Рисунок 3.3 – Конкурентные стратегии повышения эффективности ООО «Сибэлектрод»

Не меняя профиля предприятия, может быть предложено направление углубления ассортимента бытового назначения: печного чугунного литья для печей, каминов и барбекю. В дальнейшем возможно углубление ассортимента в

направлении производства художественного литья из чугуна: плитка для каминов, балясины, ступени, пики, секции ограждений, столбы, рисунок 3.4.



Рисунок 3.4 – Направления расширения ассортимента продукции

При внедрении новых процессов производства с целью расширения ассортимента, следует учитывать возможные значительные затраты на разработку технологий, время на их освоение, наем и обучение персонала, что также может потребовать дополнительных затрат. Анализируя затраты следует отметить, что при производстве продукции наибольшее значение имеют сырьевые затраты, а второе по значению в 2015 году и первое в 2016 году в структуре себестоимости реализуемых товаров имеют затраты на оплату труда.

Расширение ассортимента предлагаемой продукции требует затрат средств и времени, поэтому необходимо рассчитывать затраты на внедрение мероприятий, а также экономический эффект от их внедрения.



### 3.3 Расчет основных экономических показателей

Затраты на внедрение мероприятий по укреплению финансового состояния предприятия могут потребовать изыскания дополнительных средств, и, как следствие этого - изменения финансовой и ассортиментной политики предприятия. В таблице 3.4 приведен прогноз сметы затрат на внедрение мероприятий.

Таблица 3.4 – Прогноз сметы затрат тыс. руб.

Элемент затрат	1- год	2 - год	3 - год	4 - год.	5 - год
Материальные затраты	7 320,0	7 803,0	8 317,0	8 867,0	9 452,0
Затраты на оплату труда	4 477,0	4 773,0	5 088,0	5 423,0	5 781,0
Страховые взносы	1 343,0	1 432,0	1 526,0	1 627,0	1 734,0
Амортизация	797,0	849,0	906,0	966,0	1 030,0
Прочие затраты	483,0	515,0	549,0	586,0	624,0
Итого затрат	14 421,0	15 373,0	16 387,0	17 469,0	18 622,0

Итого полная производственная себестоимость в первый год реализации проекта составит 14 421,0 тыс. руб., в пятый год полная себестоимость с учетом инфляции составит 18 622,0 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в общем объеме себестоимости продукции ООО «Сибэлектрод» занимают материальные затраты – 50,38 %, а также велика доля затрат на оплату труда – 31,5 %. В таблице 3.5 приводится сводный расчет прогнозируемой прибыли от реализации продукции хозяйствующего субъекта.

Таблица 3.5 –Прогноз прибыли от реализации по годам тыс. руб.

Показатель	1- год	2 - год	3 - год	4 - год.	5 - год
Выручка	22 500,0	23 985,0	25 568,0	27 255,0	29 054,0
Себестоимость	-14 421,0	-15 373,0	-16 387,0	-17 469,0	-18 622,0
Прибыль от продаж	8 079,0	8 612,0	9 181,0	9 787,0	10 433,0

Прибыль от продаж расширенного ассортимента продукции в конце первого года составит 8 079,0 тыс. руб., в конце пятого года 10 433,0 тыс. руб.

Прогноз денежного потока от операционной деятельности для оценки

эффективности проекта приведен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Прогноз денежного потока от операционной деятельности для оценки эффективности проекта тыс.руб.

Показатель	1- год	2 - год	3 - год	4 - год.	5 - год
Выручка от реализации	22 500,0	23 985,0	25 568,0	27 255,0	29 054,0
Себестоимость	-14 421,0	-15 373,0	-16 387,0	-17 469,0	-18 622,0
Прибыль от реализации	8 079,0	8 612,0	9 180,0	9 787,0	10 433,0
Налог на прибыль	-1 615,0	-1 722,0	-1 836,0	-1 957,0	-2 086,0
Чистая прибыль	6 463,0	6 890,0	7 345,0	7 830,0	8 346,0
Амортизация	797,0	850,0	906,0	966,0	1 030,0
Сальдо от операционной деятельности	7 222,0	7 740,0	8 251,0	8 795,0	9 376,0

Сальдо от операционной деятельности ООО «Сибэлектрод» на первом году реализации проекта составило 7 222,0 тыс. руб., к 5 году его величина возросла до 9 376,0 тыс. руб. Расчет денежного потока от инвестиционной деятельности для оценки эффективности проекта приведен в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Расчет денежного потока от инвестиционной деятельности для оценки эффективности проекта тыс.руб.

Показатель	0 -год	1- год	2 - год	3 - год	4 - год.	5 - год
Затраты на основные средства	-3 740,0	0,0	0,0	0,0	+435,0	+ 598,4
в т.ч. на производственный инвентарь и оргтехнику	-151,0	0,0	0,0	0,0	+150,0	+207,2
Затраты на оборотные средства	-150,0	0,0	0,0	0,0	+150,0	+ 207,1
Сальдо от инвестиционной деятельности	-4 041,0	0,0	0,0	0,0	585,0	805,6

Размер инвестиций для реализации данного проекта составляет 4 041,0 тыс. руб. Источниками финансирования будут являться личные вложения учредителей в размере 2 021,0 тыс. руб. и банковский кредит в размере 2 020,0 тыс. руб. Инвестиционный кредит берется в банке ВТБ под 15,6 % годовых на 1 год, проценты начисляются ежемесячно.

Часть процентов по кредиту, согласно Налоговому кодексу, может быть отнесена на себестоимость продукции. Данная часть рассчитывается как ставка рефинансирования равная 9,25 % умноженная на индекс 1,8 и составляет 16,65 %. Остальные проценты (0,75 %) выплачиваются из чистой прибыли предприятия.

Прогноз погашения кредита представлен в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Прогноз погашения кредита тыс.руб.

Период	Задолженность	Выплаты по основному долгу	Процент за пользование кредитом	Сумма платежа	Процент переносимый на себестоимость	Процент к уплате из чистой прибыли
1 –й год	2 020,0	2 020,0	170, 69	2 190, 69	162, 484	8, 206

Таким образом, в 2017 г. сумма выплат по основному долгу составит 2020,0 тыс. руб. На себестоимость будет списано 162,484 тыс. руб., а сумма процентов к уплате из чистой прибыли составит 8,206 тыс. руб.

В таблице 3.9 представлен прогноз денежного потока от финансовой деятельности.

Таблица 3.9 – Прогноз денежного потока

Показатель	1- год	2 - год	3 - год	4 - год.	5 - год
Собственный капитал, тыс.руб	2 021,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Долгосрочные кредиты, тыс.руб.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Краткосрочные кредиты, тыс.руб,	2 020,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Погашение задолженности, тыс.руб	0,0	-2 020,0	0,0	0,0	0,0
Сальдо от финансовой деятельности, тыс.руб.	4 041,0	-2 020,0	0,0	0,0	0,0

В первом году объем инвестиций на реализацию проекта составит 4 041,0 тыс. руб., из них 2 021,0 тыс. руб. за счет собственного капитала и 2 020,0 тыс. руб. за счет краткосрочного кредита. В 2017 г. выплаты по основному долгу составят 2 020,0 тыс. руб. Прогноз денежного потока от

операционной и инвестиционной деятельности и показателей коммерческой эффективности проекта представлен в Приложении Г.

Величина чистого дисконтированного дохода проекта составила 23 348,0 тыс. руб. Значение данного показателя больше нуля, что свидетельствует о целесообразности принятия данного проекта. Внутренняя норма доходности равна 212 %, что больше принятой по проекту ставки дисконтирования, это также говорит об эффективности проекта. Проект является приемлемым, так как срок окупаемости равный 0,58 года не превышает срока его действия.

Показатель доходности инвестиций равен 6,78 его значение больше единицы также свидетельствует об эффективности вложений денежных средств в проект, о том, что проект является прибыльным.

Расчет денежного потока от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности и показателей эффективности участия собственного капитала в проекте представлен в Приложении Д. Показатель доходности инвестиций равен 11,12 его значение больше единицы также свидетельствует об эффективности вложений денежных средств в проект, о том, что проект является прибыльным.

Экономический эффект от расширения ассортимента продукции представлен в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Планируемые показатели развития предприятия

Показатель	Ед. изм	До введения мероприятий		После введения мероприятий
		в текущих ценах	в прогнозных ценах	
Выручка от реализации	тыс. руб.	22 388,0	22 500,0	23 985,0
Численность персонала	чел	28,0	39,0	40,0
Производительность труда	тыс. руб.	800,0	577,0	600,0
Себестоимость	тыс. руб.	14 416,0	14 421,0	15 373,0
Прибыль от реализации	тыс. руб.	7 972,0	8 079,0	8 612,0
Налог на прибыль	тыс. руб.	1 594,0	1 616,0	1 722,0
Планируемая чистая прибыль	тыс. руб.	6 378,0	6 463,0	6 890,0
Рентабельность продукции	%	28,5	28,7	28,7
Рентабельность продаж	%	35,6	35,9	35,9

Таким образом, в результате реализации проекта рентабельность продукции повысится на 0,41 % и составит 28,7 %, рентабельность продаж на 0,23 % и составит 35,9 %, что говорит о повышении эффективности использования производственной деятельности.

В таблице 3.11 представлен расчет запаса финансовой устойчивости предприятия, который выступает важнейшим показателем степени финансовой устойчивости. Расчет этого показателя позволяет оценить возможности дополнительного снижения выручки от реализации продукции в границах точки безубыточности. Прогноз безубыточного объема продаж и запаса финансовой прочности предприятия приведен в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Прогноз безубыточного объема продаж и запаса финансовой устойчивости предприятия

Показатель	Ед. изм	До введения мероприятий		После введения мероприятий
		в текущих ценах	в прогнозных ценах	
Выручка от реализации	тыс. руб.	22 388,0	22 500,0	23 985,0
Себестоимость	тыс. руб.	14 416,0	14 421,0	15 373,0
Переменные затраты	тыс. руб.	10 956,0	11104,0	11837,0
Постоянные затраты,	тыс. руб.	3 460,0	3 317,0	3 536,0
Сумма маржинальной прибыли	тыс. руб.	11 432,0	11 396,0	12 148,0
Доля маржинальной прибыли в выручке	%	51,1	52,4	52,4
Безубыточный объем продаж	тыс. руб.	11 364,0	11 330,0	12 078,0
Запас финансовой устойчивости	%	68,0	68,0	70,0

Уровень доли маржинального дохода показывает, какую долю занимает маржинальный доход в выручке, то есть без участия проекта он будет занимать 51,1 %, с участием проекта – 52,4 %.

Запас финансовой устойчивости показывает, на сколько можно сократить реализацию (производство) продукции, не неся при этом убытков, то есть реализовав 68 % (без участия проекта) и 70,0 % (с участием проекта) продукции, предприятие сможет покрыть свои издержки и лишь, соответственно, 32,0 и 30,0 % реализованной продукции приносят предприятию прибыль.

Для количественной оценки рискованности проекта проведем анализ

чувствительности проекта. В качестве варьируемых параметров выбрано изменение физического объема продаж, цены на продукцию при неизменном объеме продаж, а также изменение суммы инвестиционных затрат.

Оценим влияние параметров на главный, или базовый, показатель эффективности инвестиционных решений, т. е. на чистый дисконтированный доход проекта (NPV). Прогноз чувствительности проекта представлены в таблице 3.12.

Таблица 3.12 – Прогноз чувствительности инвестиционного проекта

Наименование варьируемого параметра	Текущее значение NPV, тыс. руб.	Отношение изменения NPV (%) к изменению (%) параметра	Ранг параметра
Снижение цен на продукцию на 10 %	14 790,0	59,54	1
Снижение физического объема продаж на 10 %	16 652,0	40,92	2
Увеличение суммы инвестиционные затрат на 10 %	20 334,0	4,1	3

Таким образом, проранжировав параметры по степени риска, можно сделать вывод, что наибольшее влияние на весь проект оказывает изменение цены на продукцию.

Затраты по внедрению проекта в будущем окупят себя за счет повышения спроса в связи с максимальным удовлетворением потребностей покупателей, ускорением оборачиваемости товарных запасов, увеличением маржинального дохода от продажи товаров.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Формирование ассортимента, как свидетельствует практика, может осуществляться различными методами, в зависимости от масштабов сбыта, специфики производимой продукции, целей и задач, стоящих перед изготовителем. Вместе с тем их объединяет то, что управление ассортиментом обычно подчинено руководителю службы маркетинга. В определенных случаях целесообразно создание постоянного органа под председательством генерального директора (его заместителя), в который в качестве постоянных членов включались бы руководители ведущих служб и отделов предприятия. Его главная задача — принятие принципиальных решений относительно ассортимента.

Эффективность функционирования предприятия и его экономический рост во многом зависят от способов совершенства управления и организации всех сторон его деятельности. Само по себе использование того или иного фактора вне связи с другими еще не означает, что будет обеспечено должное экономическое и техническое развитие предприятия. Нужна интеграция всех факторов. Эта функция принадлежит управлению производством в условиях рыночных отношений.

Управление ассортиментом предполагает координацию взаимосвязанных видов деятельности — научно-технической и проектной, комплексного исследования рынка, организации сбыта, сервиса, рекламы, стимулирования спроса. Трудность решения данной задачи состоит в сложности объединения всех этих элементов для достижения конечной цели — оптимизации ассортимента с учетом поставленных стратегических рыночных целей предприятием.

В ходе практического исследования результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия выявлено следующее:

Деятельность организации за 2016 год на 5,9 % обеспечена собственными источниками финансирования. Сумма заемных обязательств

ООО «Сибэлектрод» носит краткосрочный и долгосрочный характер. Банковские кредиты предприятия в составе краткосрочной задолженности в анализируемом периоде составили 5 762,0 тыс. руб. Основную долю в структуре кредиторской задолженности занимает, задолженность поставщикам – 50,0 %. В структуре кредиторской задолженности положительным является то, что вся сумма кредиторского капитала не является просроченной.

На предприятии наблюдается соответствие структуры имущества и обязательств, но следует отметить, что ликвидность активов снижают большие остатки производственных запасов и наиболее ликвидных активов недостаточно для покрытия наиболее срочных обязательств.

Выявлено нормальное состояние текущей платежеспособности и ликвидности ООО «Сибэлектрод», если реализовать все свои оборотные активы, можно было бы покрыть 1,63 текущих обязательств.

В 2016 году предприятие получило чистой прибыли в размере 2 866,0 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом сумма прибыли снизилась на 1 089 тыс.руб. за счет повышения себестоимости продукции.

Предприятию в качестве направления улучшения финансовой деятельности предложено использовать стратегию расширения ассортимента чугунного литья бытового назначения: печного чугунного литья для печей, каминов и барбекю.

Применив предложенные мероприятия по совершенствованию показателей ассортимента, предприятие может значительно повысить спрос, уровень рентабельности реализации товаров, увеличить объем продаж, улучшить свое экономическое состояние.

Таким образом, разработка ассортиментного перечня товаров и осуществление контроля за его соблюдением способствуют лучшему обслуживанию целевого рынка и созданию устойчивого ассортимента.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51 – ФЗ (ред. от 23.05.2016)
2. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135 – ФЗ (ред. от 13.07.2015).
3. Еремин, В. Н. Маркетинг : основы и маркетинг информации : учебник / В. Н. Еремин. – М. : КНОРУС, 2014. – 656 с.
4. Сергеев, И. В. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие / И. В. Сергеев. – Москва : Финансы и статистика, 2015. – 573 с.
5. Лихачева, О. Н, Финансовое планирование на предприятии : Учебно-практическое пособие. – М. : ТК Велби, Изд-во проспект, 2015. – 264 с.
6. Любушин, Н. П. Экономика организации : учебник под ред Н. П. Любушина. – М. : КноРус. – 2013. – 220 с.
7. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. – М. : ЮНИТИ – Дана, 2013. – 750 с.
8. Кандалинцев, В. Г. Сбалансированное управление предприятием : учеб. пособие для вузов / В. Г. Кандалинцев. – М. : КНОРУС, 2015. – 224 с.
9. Когденко, В. Г. Экономический анализ : учеб. пособие для студентов вузов/ В. Г. Когденко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 390 с.
10. Лапыгин, Ю. Н. Планирование на предприятии : практич. пособие / Ю. Н. Лапыгин. – М. : Омега-Л, 2015. – 92 с.
11. Морозова, Т. Г. и др. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учебное пособие для ВУЗов. – Москва : ЮНИТИ, 2015. – 318 с.
12. Печенкин, А. В. Оценка конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей / А. А. Печенкин. — Москва : МГЭИ, 2016. – 123с.
13. Прыкин, Б. В. Экономический анализ предприятия [Текст] : учебник /Б. В. Прыкин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА. – 2015. – 552с.
14. Сергеев, И. В. Экономика предприятия: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2015.

15. Селезнева, Н. Н., Ионова А. Ф. Финансовый анализ. Управление финансами : Учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., перераб и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 639 с.
16. Сысоева, С. В. Управление ассортиментом. Категорийный менеджмент / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. – СПб. : Питер, 2013. – 288 с.
17. Чернышев, Б. Н. Экономика организации (предприятия, фирмы) : учебник / Б. Н. Чернышев, В. Я. Горфинкель. – М. : Вузовский учебник, 2015. – 536 с.
18. Шохин, Е. И. Финансовый менеджмент : учебник для вузов. / под ред. Е. И. Шохина, Е. В. Серегина, М. Н. Гермогентова. КноРус, – 2015. – 480 с.
19. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник / Л. А. Чалдаева. – Москва : Юрайт, 2015. – 347 с.
20. Чувакова, С. Г. Управление ассортиментом : Практическое пособие / С. Г. Чувакова. – М. : Дашков и К, 2012. – 260 с.
21. Шепеленко, Г. И. Экономика, предприятие и планирование производства на предприятии : учебное пособие / Г. И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2013. – 600 с.
22. Экономика предприятия и управление на предприятии: учебное пособие / А. В. Тычинский и др.. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 475 с.
23. Экономика отрасли : учебное пособие / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. – Москва : ИНФРА-М, 2015. – 307 с.
24. Экономика предприятия : учебник / И. Н. Чуев, Л. Н. Чуева. – Москва: Дашков и К, 2012. – 414 с.
25. Экономика предприятия: учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. – Москва : Финансы и статистика, 2015. – 334 с.
26. Экономика предприятий (организаций): учебник / А. И. Нечитайло, А. Е. Карлик. – Москва : Проспект : Кнорус, 2013. – 304 с.
27. Экономика предприятия : учебник / В. М. Семенов и др. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 416 с.
28. Экономика предприятия : учебник / А. П. Аксенов и др. – Москва: КноРус, 2015. – 346 с.

29. Экономика фирмы : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель и др. – Москва: ИД Юрайт, 2015. – 678 с

30. Калужский, М. Товарная политика в маркетинге / М. Калужский// Центр дистанционного образования «Элитариум». Режим доступа: <http://www.elitarium.ru>.

31. Щербакова С. А. Пути повышения эффективности деятельности предприятия // Молодой ученый. – 2016. – №9.2. – С. 63-65.

32. Нестеров, А.К. Ассортимент продукции и ассортиментная политика предприятия [Электронный ресурс]/А.К. Нестеров // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru – Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/assortiment-produkcii-i-assortimentnaya-politika-predpriyatiya.html> – (Дата обращения: 07.05.2017)

Подготовлено с использованием системы ГАРАНТ

Утв. приказом Минфина РФ  
от 2 июля 2010 г. № 66н  
(в ред. от 5 октября 2011 г.)

**Бухгалтерский баланс**  
на 31 декабря 2016 г.

Организация ООО "Сибэлектрод" по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН  
Вид экономической деятельности оптовая торговля по ОКВЭД  
Организационно-правовая форма / форма собственности Открытое общество с ограниченной ответственностью/ частная собственность по ОКОПФ/ОКФС  
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ  
Местонахождение (адрес) \_\_\_\_\_

Дата (число, месяц, год)  
Форма по ОКУД  
по ОКПО  
ИНН  
по ОКВЭД  
по ОКОПФ/ОКФС  
по ОКЕИ

Коды		
0710001		
31	12	2016
56769652		
1903013436		
25.93		
65	16	
384(385)		

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	На 31 декабря 20 <u>16</u> г. <sup>3</sup>	На 31 декабря 20 <u>15</u> г. <sup>4</sup>	На 31 декабря 20 <u>14</u> г. <sup>5</sup>
	<b>АКТИВ</b>			
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
	Нематериальные активы			
	Результаты исследований и разработок			
	Нематериальные поисковые активы			
	Материальные поисковые активы			
	Основные средства	1010	1260	1120
	Доходные вложения в материальные ценности			
	Финансовые вложения			
	Отложенные налоговые активы			
	Прочие внеоборотные активы			
	Итого по разделу I	1010	1260	1120
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
	Запасы	3200	2730	2300
	расходы будущих периодов			
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям			
	Дебиторская задолженность			
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	19993	10303	9073
	Прочие оборотные активы			
	Итого по разделу II	23193	13033	11373
	<b>БАЛАНС</b>	24203	14293	12493

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	На 31 декабря 20 16 г. <sup>3</sup>	На 31 декабря 20 15 г. <sup>4</sup>	На 31 декабря 20 14 г. <sup>5</sup>
	<b>ПАССИВ</b>			
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ<sup>6</sup></b>			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	18	18	18
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	( )	( )	( )
	Переоценка внеоборотных активов			
	Добавочный капитал (без переоценки)			
	Резервный капитал			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1420	1122	982
	Итого по разделу III	1438	1140	1000
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
	Заемные средства	10100		10379
	Отложенные налоговые обязательства			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу IV	10100	0	10379
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
	Заемные средства	10762	5466	1114
	Кредиторская задолженность	1903	7687	0
	Доходы будущих периодов			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу V	12665	13153	1114
	<b>БАЛАНС</b>	<b>24203</b>	<b>14293</b>	<b>12493</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ Щербинин А.А.  
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)

« 31 » декабря 20 16 г.

### Отчет о прибылях и убытках за январь-декабрь 20 16 г.

Организация \_\_\_\_\_ ООО "Сибэлектрод" \_\_\_\_\_ по ОКПО  
 Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН  
 Вид экономической деятельности \_\_\_\_\_ Оптовая торговля \_\_\_\_\_ по ОКВЭД  
 Организационно-правовая форма / форма собственности \_\_\_\_\_ частная \_\_\_\_\_ по ОКОПФ/ОКФС  
 Единица измерения: тыс. руб. \_\_\_\_\_ по ОКЕИ

Коды		
0710001		
31	12	2016
29629859		
190109622		
65	16	
384(385)		

Пояснения	Наименование показателя <sup>2</sup>	За _____ г. <sup>3</sup>		За _____ г. <sup>4</sup>	
		20	16	20	15
	Выручка	21003		11563	
	Себестоимость продаж	(7397)		(21239)	
	Валовая прибыль (убыток)	13606		-9676	
	Коммерческие расходы	(3898)		(2746)	
	Управленческие расходы	(0)		(0)	
	Прибыль (убыток) от продаж	9708		-12422	
	Доходы от участия в других организациях				
	Проценты к получению				
	Проценты к уплате	(0)		(0)	
	Прочие доходы	122		109	
	Прочие расходы	(217)		(245)	
	Прибыль (убыток) до налогообложения	9613		-12558	
	Текущий налог на прибыль	(717)		(430)	
	в т. ч. постоянные налоговые обязательства (активы)				
	Изменение отложенных налоговых обязательств	(0)		(0)	
	Изменение отложенных налоговых активов				
	Прочее	(0)		(0)	
	Чистая прибыль (убыток)	8896		-12988	

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За _____	
		20__16__ г. <sup>3</sup>	20__15__ г. <sup>4</sup>
	<b>СПРАВОЧНО</b>		
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода <sup>6</sup>	8896	-12988
	Базовая прибыль (убыток) на акцию		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель \_\_\_\_\_  
(подпись)

Щербинин А.А.  
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер \_\_\_\_\_  
(подпись)

(расшифровка подписи)

« 31 » декабря 20 16 г.

Приложение В

Ширина, глубина, насыщенность ассортиментной группы «колосники»

Наименование	Тип	Характеристика	Цена, руб.
Колосник	печной бытовой	390*250	380
Колосник	печной бытовой	350*200	280
Колосник	печной бытовой	300*200	250
Колосник	печной бытовой	200*180	190
Колосник	для бани круглый	ф 500	950
Колосник	для бани круглый сборный	ф 500	1350
Колосник	для бани круглый сборный	ф 400	1150
Люк чугунный	запорный ЛК	1000*1000	120000
Люк чугунный	тип Т «ГТС»		6150
Люк чугунный	Л «ГТС»		3550
Люк тяжелый	канализационный		4800
Люк тяжелый	с замком на шарнире		6100
Люк легкий			2700
Люк средний	с замком на шарнире		4550
Люк легкий	с замком на шарнире		4950
Дождеприемник		800*400*120	6800
Дождеприемник			6200
Дождеприемник	круглый		6000
Дождеприемник	круглый с замком на шарнире		6500
Дождеприемник	квадратный с замком на шарнире		4550
Дождеприемник	квадратный	500*500	6950



Приложение Г

Прогноз денежного потока от операционной, инвестиционной деятельности и показателей коммерческой эффективности проекта

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
	0-год	1-год	2-год	3-год	4-год	5-год
<b>Операционная деятельность</b>						
Выручка от реализации, тыс. руб.	0,0	22500,0	23 985,0	25 568,0	27 255,0	29 054,0
Себестоимость, тыс. руб.	0,0	-14421,0	-15 373,0	-16 387,0	-17 469,0	-18 622,0
Прибыль от реализации, тыс. руб.	0,0	8 079,0	8 612,0	9 181,0	9 787,0	10 433,0
Налог на прибыль (20%), тыс. руб.	0,0	-1 615,0	-1 722,0	-1 836,0	-1 957,0	-2 086,0
Налог на имущество 1,1% остат. стоим., тыс. руб.		- 32,4	-23,0	- 13,1	- 2,4	0,0
Чистая прибыль, тыс. руб.	0,0	6 425,0	6 860,0	7 324,0	7 819,0	8 338,0
Амортизация, тыс. руб.	0,0	797,0	850,0	906,0	966,0	1 029,0
Чистый денежный поток от операционной деятельности, тыс. руб.	0,0	7 222,0	7 710,0	8 230,0	8 785,0	9 367,0
<b>Инвестиционная деятельность</b>						
Затраты на основные средства, тыс.руб.	-3 891,0	0,0	0,0	0,0	0,0	598,0
Затраты на оборотные средства, тыс. руб.	-150,0	0,0	0,0	0,0	0,0	207,0
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности, тыс. руб.	-4 041,0	0,0	0,0	0,0	0,0	806,0
Сальдо денежного потока от операционной и инвестиционной деятельности, тыс. руб.	-4 041,0	8 340,0	8 902,0	9 501,0	10 140,0	10 173,0
Коэффициент дисконтирования (16,35%)	1	0,831	0,69	0,57	0,477	0,396
Дисконтированный чистый денежный поток, тыс. руб.	-4 041,0	6 930,0	6 146,0	5 451,0	4 833,0	4 029,0
Дисконтированный чистый денежный поток с нарастающим итогом, тыс. руб.	-4 041,0	2 889,0	9035,0	14 486,0	19 319,0	23 348,0
Чистая текущая стоимость проекта (NPV), тыс. руб.	23 348,0					
Внутренняя норма доходности (IRR), %	212%					
Дисконтированный срок окупаемости (PBP), лет.	0,58					
Индекс доходности (PI), доли ед.	6,78					

Приложение Д

Прогноз денежного потока от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности и показателей эффективности участия собственного капитала в проекте

Показатель	2017 г.		2018 г.		2019 г.		2020 г.		2021 г.		2022 г.	
	0-год	1-год	1-год	2-год	2-год	3-год	3-год	4-год	4-год	5-год	5-год	
Операционная деятельность												
Выручка от реализации, тыс. руб.	0,0	22 500,0	22 500,0	23 985,0	23 985,0	25 568,0	27 255,0	27 255,0	29 054,0			
Себестоимость, тыс. руб.	0,0	-14 421,0	-14 421,0	-15 372,0	-15 372,0	-16 387,0	-17 469,0	-17 469,0	-18 622,0			
Прибыль от реализации, тыс. руб.	0,0	8 079,0	8 079,0	8 612,0	8 612,0	9 181,0	9 787,0	9 787,0	10 433,0			
Процент за кредит (8.25%*1.8=14.85%), тыс. руб.	0,0	-162,0	-162,0									
Налогооблагаемая прибыль, тыс. руб.	0,0	7 916,0	7 916,0	8 612,0	8 612,0	9 181,0	9 787,0	9 787,0	10 433,0			
Налог на прибыль (20%), тыс. руб.	0,0	-1 583,0	-1 583,0	-1 772,0	-1 772,0	-1 836,0	-1 957,0	-1 957,0	-2 087,0			
Налог на имущество 1,1% остат. стоим., тыс. руб.	0,0	-32,4	-32,4	-23,0	-23,0	-13,1	-2,4	-2,4	0,0			
Чистая прибыль, тыс. руб.	0,0	6 294,0	6 294,0	6 860,0	6 860,0	7 324,0	7 819,0	7 819,0	8 338,0			
Процент за кредит (15.6%-14.85%=0.75%), тыс. р.	0,0	-8,2	-8,2									
Амортизация, тыс. руб.	0,0	797,0	797,0	850,0	850,0	906,0	966,0	966,0	1 030,0			
Чистый денежный поток от операционной деятельности, тыс. руб.	0,0	7 084,0	7 084,0	7 710,0	7 710,0	8 230,0	8 785,0	8 785,0	9 368,0			
Инвестиционная деятельность												
Затраты на основные средства, тыс. руб.	-3 891,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	598,0			
Затраты на оборотные средства, тыс. руб.	-150,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	207,0			
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности, тыс. руб.	-4 041,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	806,0			
Финансовая деятельность												
Поступление собственных средств, тыс. руб.	2 021,0			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0			
Поступление заемных средств, тыс. руб.	2 020,0			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0			
Погашение кредита, тыс. руб.		-2 020,0	-2 020,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0			
Чистый денежный поток от финансовой деятельности, тыс. руб.	4 041,0	-2 021,0	-2 021,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0			
Сальдо денежного потока от операционной, инвестиционной и фин-й деятельности, тыс.руб	0,0	5 063,0	5 063,0	7 710,0	7 710,0	8 230,0	8 785,0	8 785,0	10 173,0			
Сальдо денежного потока от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности для оценки участия собственного капитала в проекте, тыс. руб.	-2 121,0	5 063,0	5 063,0	7 710,0	7 710,0	8 230,0	8 785,0	8 785,0	10 173,0			
Коэффициент дисконтирования (16,35%)	1		0,831	0,69	0,574	0,477	0,396					
Дисконтированный чистый денежный поток, тыс. руб.	-2 021,0	4 207,0	4 207,0	5 523,0	4 721,0	4 187,0	4 029,0					
Дисконтированный чистый денежный поток с нарастающим итогом, тыс. руб.	-2 021,0	2 187,0	2 187,0	7 510,0	12 231,0	16 419,0	20 448,0					
Чистая текущая стоимость проекта (NPV), тыс. руб.	20 448,0											
Внутренняя норма доходности (IRR), %	286,0											
Дисконтированный срок окупаемости (PBP), лет.	0,48											
Индекс доходности (PI), доли ед.	11,12											

**Улучшение финансовой  
деятельности предприятия  
(на примере  
ООО «Сибэлектрод»)**

Руководитель доцент, к. э. н.  
Выпускник

Т. Б. Коняхина  
О. Е. Смирнова

**Актуальность темы обусловлена тем, что предприятие должно уметь выявлять все недостатки технологического и организационного ; процесса и устранять их.**

**Предприятие не может полагаться на существующее состояние технологического и организационного процесса, то есть он должен постоянно совершенствоваться.**

**Цель работы – разработка ассортиментной политики с целью улучшения финансовой деятельности предприятия**

**Объект исследования – ООО «Сибэлектрод»**

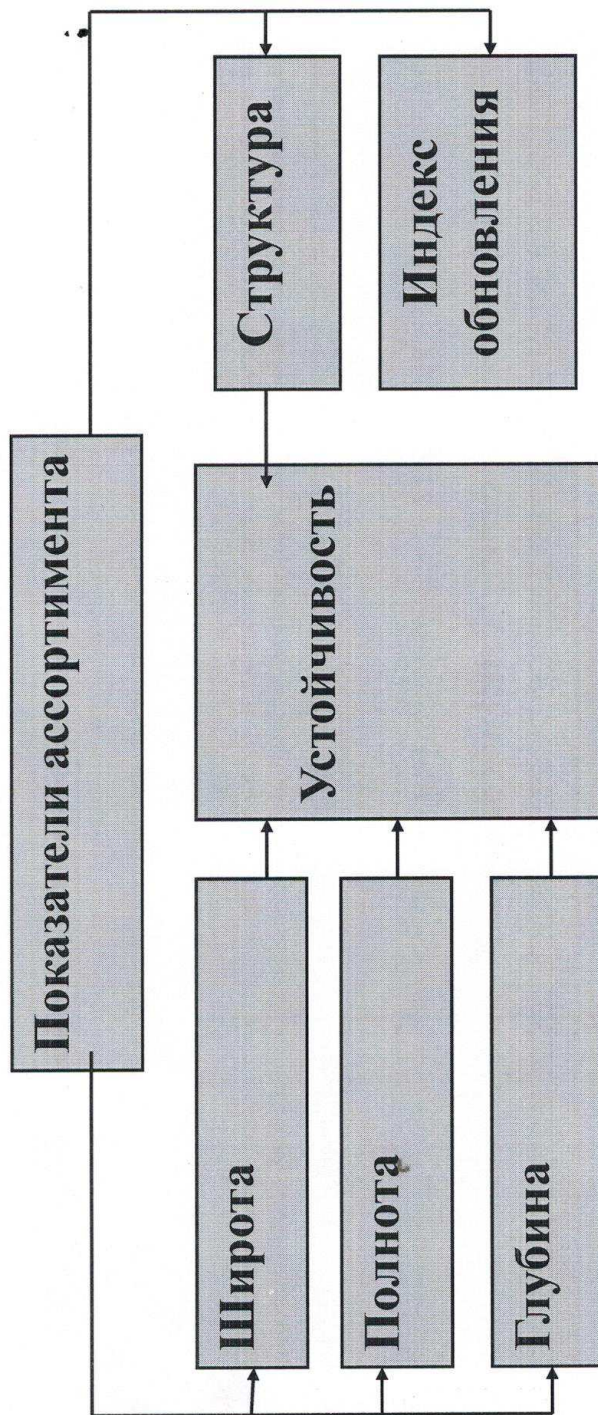
**Задачи:**

- рассмотреть методологические аспекты расширения ассортимента для производства изделий;
- провести оценку финансовой деятельности производственного предприятия;
- осуществить технико-экономическое обоснование расширения ассортимента выпускаемой продукции;
- провести оценку эффективности предлагаемых мероприятий

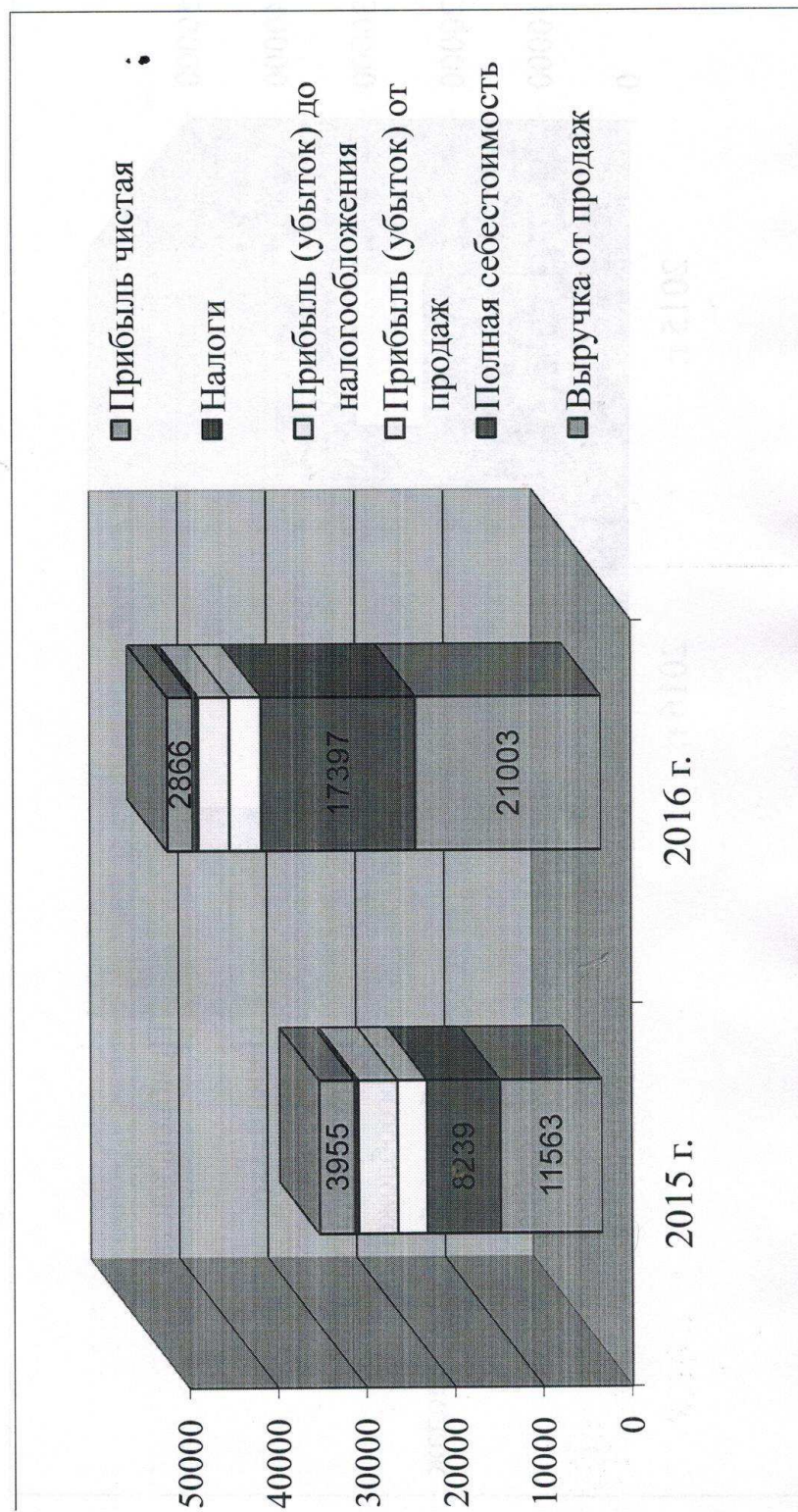
## Направления и показатели повышения эффективности деятельности

Направление деятельности	Показатели эффективности работы
	Широта ассортимента
	Глубина ассортимента
	Коэффициент обновления ассортимента
	Коэффициент устойчивости ассортимента
Ассортимент товаров и его формирование	Соответствие объема и структуры товарного предложения объему и структуре покупательского спроса
	Степень обновления ассортимента
	Коэффициент завершенности покупки
	Объем и структура неудовлетворенного спроса
	Рентабельность рекламных мероприятий
Формирование и стимулирование спроса	Прирост валового дохода от коммерческих операций
	Прирост прибыли от коммерческой деятельности
	Соотношение доходов и расходов по закупке и реализации товаров
	Экономическая эффективность коммерческой деятельности

## Показатели, характеризующие ассортимент продукции



## Динамика финансовых результатов ООО «Сибэлектрод» за 2015-2016 гг.





## Анализ финансового состояния

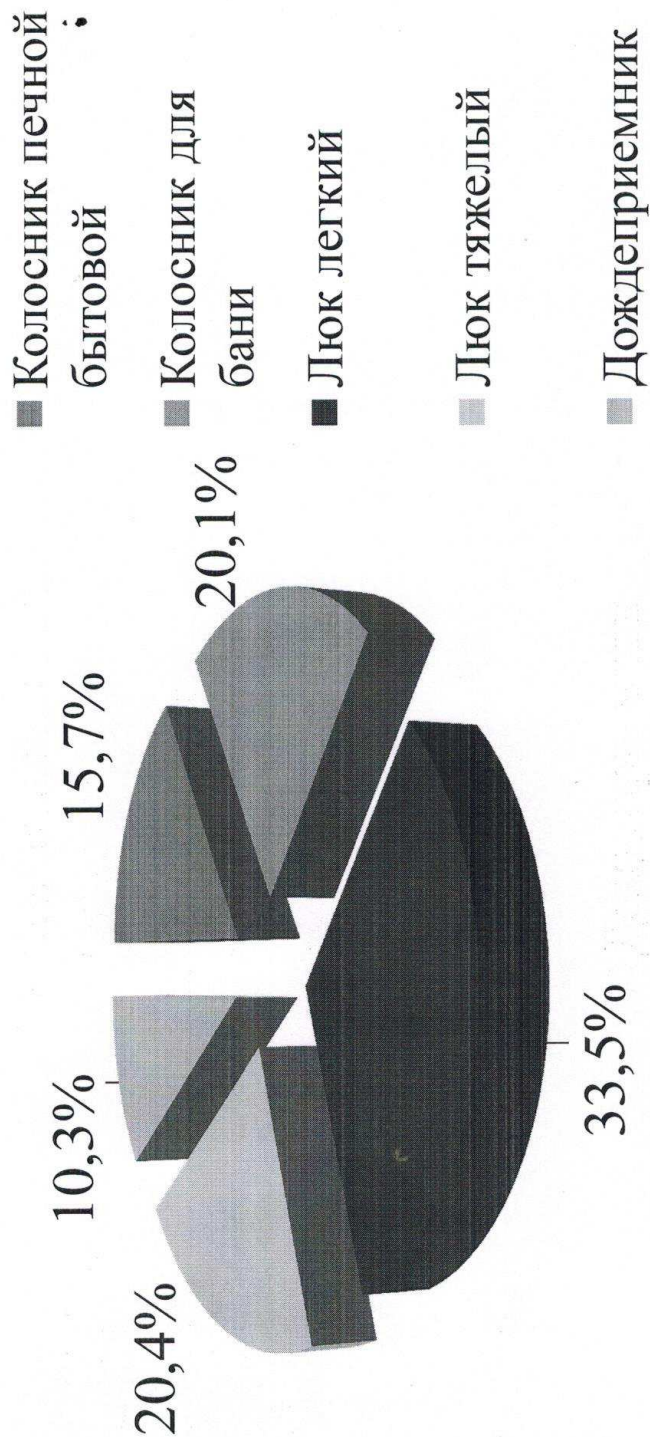
### Коэффициенты ликвидности

Показатель	2015 г.	2016 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,39	0,68
Коэффициент критической ликвидности	0,78	1,58
Коэффициент текущей ликвидности	0,99	1,83

### Финансовая устойчивость

Коэффициент автономии	0,08	0,06
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	11,5	15,8
Коэффициент обеспеченности оборотных средств	-0,99	-0,26
Коэффициент маневренности	-0,01	0,02

## Структура товарной продукции ООО «Сибэлектрод» за 2016 год



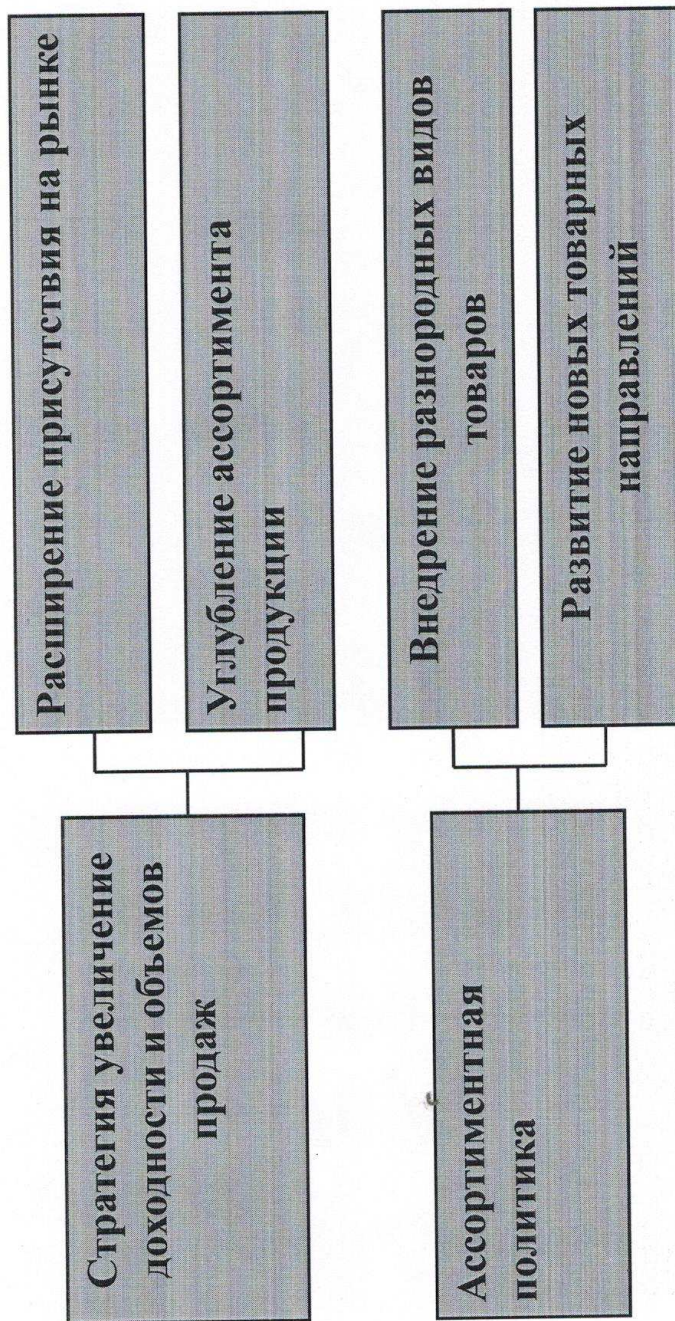
## Структура и динамика товарной продукции ООО «Сибэлектрод» за 2015 - 2016 года

Наименование	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%
Колосник печной бытовой	1 931	16,7	3 297	15,7	1 366	70,8
Колосник для бани	2 278	19,7	4 222	20,1	1 944	85,3
Люк легкий	3 758	32,5	7 036	33,5	3 278	87,2
Люк тяжелый	2 463	21,3	4 285	20,4	1 822	74,0
Дождеприемник	1 133	9,8	2 163	10,3	1 030	90,9
<b>Всего</b>	<b>11 563</b>	<b>100,0</b>	<b>21 003</b>	<b>100,0</b>	<b>9 440</b>	<b>81,6</b>

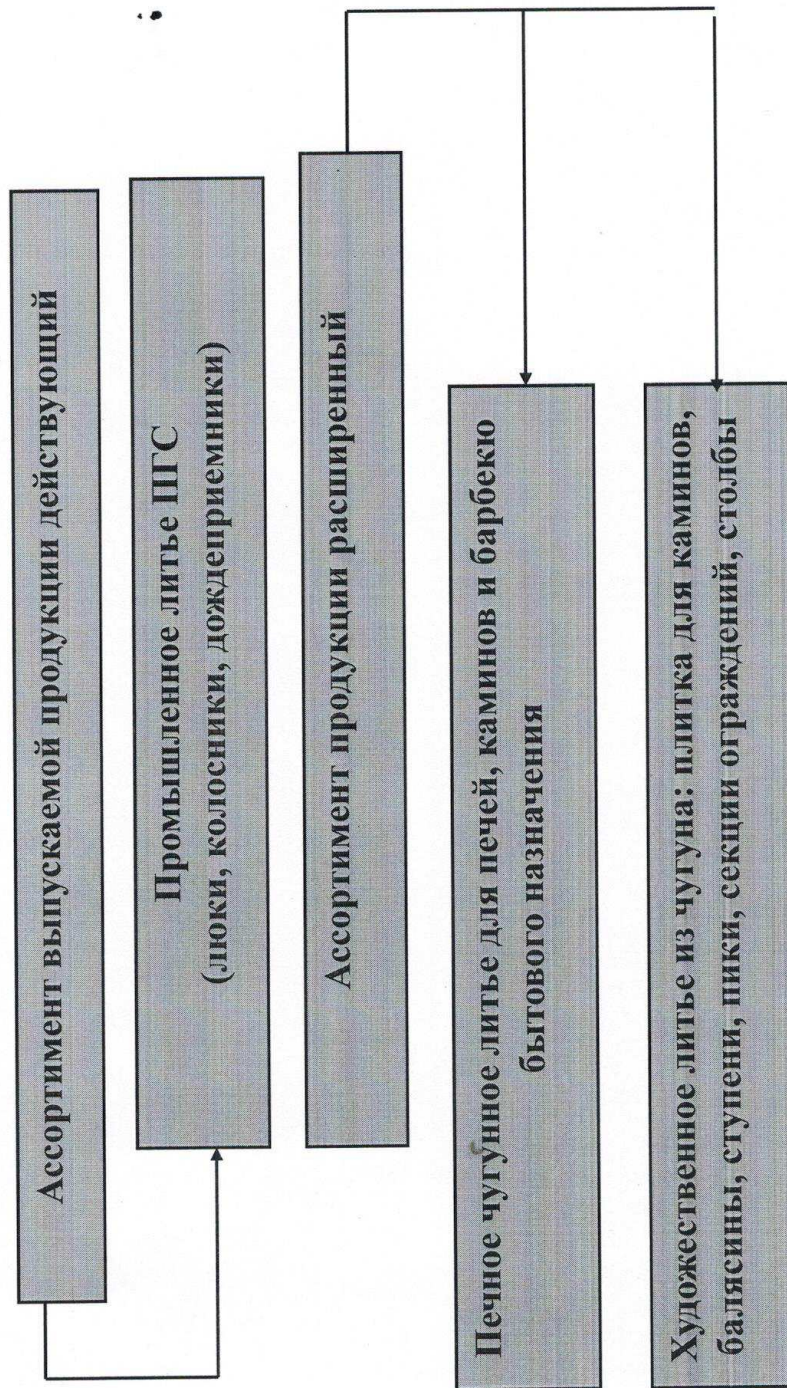
## Недостатки в управлении ассортиментом ООО «Сибэлектрод»

Недостатки	Последствия
Недостаточный мониторинг изменений на рынке	Упущенная выгода из-за отсутствия в ассортименте новых продуктовых линий и товаров или, напротив, сохранения в ассортименте товаров, находящихся в конце жизненного цикла.
Формирование ассортимента на основе потребительских предпочтений менеджера	Отсутствие учета рыночных данных о потребительских предпочтениях большинства клиентов
Длинная цепочка принятия решений о внесении изменений в ассортимент/прейскурант	Невозможность эффективного оперативного управления ассортиментом, ценами

## Конкурентные стратегии повышения эффективности ООО «Сибэлектра»



## Предложения по совершенствованию ассортиментной политики ООО «Сибэлектрод»



## Планируемые показатели развития предприятия

Показатель	До внедрения проекта		После внедрения проекта
	В текущих ценах	В прогнозных ценах	
Выручка от реализации, тыс. руб.	22 388,0	22 500,0	23 985,0
Численность персонала, чел	28	39	40
Производительность труда, тыс. руб.	800,0	577,0	600,0
Себестоимость, тыс. руб.	14 416,0	14 421,0	15 373,0
Прибыль от реализации, тыс. руб.	7 972,0	8 079,0	8 612,0
УСН, тыс. руб.	1 594,0	1 616,0	1 722,0
Планируемая чистая прибыль, тыс. руб.	6 378,0	6 463,0	6 890,0
Рентабельность продукции, %	28,5	28,7	28,7
Рентабельность продаж, %	35,6	35,9	35,9

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

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

Отпечатано в \_\_\_\_ экземплярах.

Список используемых источников \_\_\_\_ наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

дата

---

(подпись)

---

(Ф.И.О.)



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

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО

«Сибирский федеральный университет»

институт

Экономика и менеджмент

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

И. В. Панасенко

подпись    инициалы, фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Улучшение финансовой деятельности предприятия  
(на примере ООО «Сибэлектрод»)

тема

Руководитель

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

доцент, к. э. н.

должность, ученая степень

Т. Б. Коняхина

инициалы, фамилия

Выпускник

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

О. Е. Смирнова

инициалы, фамилия

Абакан 2017