

СИБИРСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА, УПРАВЛЕНИЯ И
ПСИХОЛОГИИ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Разработка мероприятий по улучшению финансово – хозяйственной
деятельности предприятия ООО «Алекс – Мебель»

Дипломник (Корнева О. А.)

Руководитель (Тарасюк Н. С.)

Консультанты:

Кафедра ПМИИ (Тольский А. С)

Нормоконтроль (Феофанова А. А.)

Допускается к защите

Зав. Кафедрой

« » ноября 2007 г.

Красноярск - 2007

РЕФЕРАТ

Дипломная работа _____ с., иллюстраций - _____, таблиц- _____, источников - _____.

ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА, ПРОИЗВДСТВО МЕБЕЛИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА.

Цель работы — проведение экономического анализа, характеризующего наличие, размещение и использование финансовых, материальных и трудовых ресурсов, а также оценивающего результаты работы предприятия с целью выявления резервов повышения эффективности производства.

Методы исследования - совокупность приемов и методов, с помощью которых исследуется уровень финансового развития изучаемой организации: методы, основанные на мнениях компетентных специалистов и методы, основанные на конкретных математических расчетах, такие как метод сравнения, балансовый метод, детерминированный факторный анализ, приемы цепных подстановок и арифметических разниц.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ: РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ	8
1.1 Принципы организации финансового анализа	10
1.2 Цели и методы финансового анализа	11
1.3 Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия.....	14
1.4 Общий анализ финансового анализа	18
1.5 Система показателей финансового состояния предприятия и методы их определения	20
1.5.1 Оценка платежеспособности	21
1.5.2 Оценка кредитоспособности	23
1.5.3 Оценка финансовой устойчивости	26
1.5.4 Анализ коэффициентов финансовых результатов.....	28
2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АЛЕКС- МЕБЕЛЬ» ЗА 2003 - 2004 ГОДЫ	35
2.1 Общие сведения о предприятии.....	38
2.2 Бизнес анализ деятельности ООО «Алекс-Мебель»	40
2.2.1 Анализ производства и реализации продукции.....	42
2.2.2 Анализ состояния показателей по труду.....	44
2.2.3 Анализ затрат на производство и реализацию продукции.....	49
2.3 Анализ финансового состояния предприятия.....	51
2.3.1 Анализ структуры баланса.....	54
2.3.2 Анализ ликвидности.....	63
2.3.3 Анализ финансовой устойчивости	65
2.3.4 Анализ оборачиваемости средств предприятия	69
2.3.5 Анализ рентабельности	70

3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	73
3.1 Содержание, цели и задачи проекта.....	79
3.2 Разработка плана маркетинга	76
3.2.1 Оценка конкурентоспособности предприятия.....	76
3.2.2 Выбор стратегии ценообразования	80
3.2.3 Сегментация рынка. Определение емкости рынка	81
3.2.4 Разработка рекламной политики	87
3.2.5 Выбор поставщиков	89
3.3 Производственный план	89
3.4 Финансовый план	92
3.5 Оценка эффективности проекта	94
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	97
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	101

ВВЕДЕНИЕ

Для современной экономики России характерна нестабильность, неопределенность в поведении покупателей, конкурентов, поставщиков, государственных органов, что в свою очередь порождает сбои в деятельности конкретных предприятий и в частности предприятий промышленности. В условиях массовой неплатежеспособности российских предприятий, а также по причине острой необходимости формирования действенной антикризисной стратегии их развития первостепенное значение приобретает проблема объективной оценки текущего состояния хозяйствующего субъекта, а особенно – описание тенденций его развития на ближайшую перспективу.

Приведенные причины обуславливают необходимость грамотного проведения финансово-экономического анализа не только собственного предприятия, но и потенциальных или действующих партнеров по бизнесу, а также предприятий – конкурентов. Для осуществления данной задачи необходимо соблюдение следующих основных условий: достоверность информации, квалифицированные специалисты в области оценки хозяйственной деятельности. Экономический анализ является существенным элементом финансового менеджмента и аудита. Практически все пользователи финансовых отчетов предприятий используют методы финансово-экономического анализа для принятия решений по оптимизации своих интересов. Собственники анализируют финансовые отчеты для повышения доходности капитала, обеспечения стабильности положения фирмы. Кредиторы и инвесторы анализируют финансовые отчеты, чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам. Методика финансового анализа необходима для обоснованного выбора делового партнера, определения степени финансовой устойчивости предприятия, оценки деловой активности и эффективности предпринимательской деятельности.

Следует отметить, что всем выше сказанным подтверждается

актуальность и востребованность выбранной темы для написания квалификационной работы, а именно «Разработка мероприятий по улучшению финансово-хозяйственной деятельности предприятия».

Таким образом, целью настоящей дипломной работы, является: проведение экономического анализа, характеризующего наличие, размещение и использование финансовых, материальных и трудовых ресурсов, а также оценивающего результаты работы предприятия с целью выявления резервов повышения эффективности производства.

Для реализации указанной цели в работе предполагается решение следующих задач:

- изложить и систематизировать теоретические методические основы анализа финансово-экономического состояния на примере предприятия;
- сделать выводы о платежеспособности, деловой активности и рентабельности данного предприятия;
- предложить мероприятие для повышения прибыли.

Методологической основой написания дипломной работы является вся совокупность приемов и методов, с помощью которых исследуется уровень финансового развития изучаемой организации: методы, основанные на мнениях компетентных специалистов и методы, основанные на конкретных математических расчетах, такие как метод сравнения, балансовый метод, детерминированный факторный анализ, приемы цепных подстановок и арифметических разниц.

Основным источником информации для написания дипломной работы послужила бухгалтерская отчетность исследуемого предприятия, а именно форма № 1 (бухгалтерский баланс), форма № 2 (Отчет о прибылях и убытках), форма № 3 (Отчет об изменениях капитала), форма № 4 (Отчет о движении денежных средств), форма № 5 (Приложение к бухгалтерскому балансу).

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ: РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ

Развитие рыночных отношений поставило хозяйствующие субъекты различных организационно-правовых форм в такие жесткие экономические условия, которые объективно обуславливают проведение ими сбалансированной заинтересованной политики по поддержанию и укреплению финансового состояния, его платежеспособности и финансовой устойчивости. Оценка финансового состояния является частью финансового анализа. Характеризуется определенной совокупностью показателей, отраженных в балансе по состоянию на определенную дату. Финансовое состояние характеризует в самом общем виде изменения в размещении средств и источников их покрытия.

Финансовое состояние является результатом взаимодействия всех производственно-хозяйственных факторов: труда, земли, капитала, предпринимательства.

Финансовое состояние проявляется в платежеспособности хозяйствующего субъекта, в способности вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, выплачивать зарплату, вовремя вносить платежи в бюджет.

Основная цель анализа финансового состояния заключается в том, чтобы на основе объективной оценки использования финансовых ресурсов выявить внутрихозяйственные резервы укрепления финансового положения и повышения платежеспособности.

Цель анализа финансового состояния определяет задачи анализа финансового состояния, которыми являются:

- оценка динамики, состава и структуры активов, их состояния и движения;
- оценка динамики, состава и структуры источников собственного и

заемного капитала, их состояния и движения;

- анализ абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости предприятия и оценка изменения ее уровня;

- анализ платежеспособности хозяйствующего субъекта и ликвидности активов его баланса.

Основными источниками информации для анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта являются:

- информация о технической подготовке производства;
- нормативная информация;
- плановая информация (бизнес-план);
- хозяйственный (экономический) учет, оперативный (оперативно-технический) учет, бухгалтерский учет, статистический учет;

- отчетность (публичная финансовая бухгалтерская отчетность (годовая), квартальная отчетность (непубличная, представляющая собой коммерческую тайну), выборочная статистическая и финансовая отчетность (коммерческая отчетность, производимая по специальным указаниям), обязательная статистическая отчетность);

- прочая информация (публикации в прессе, опросы руководителя, экспертная информация).

В составе годового бухгалтерского отчета предприятия имеются следующие формы, представляющие информацию для анализа финансового состояния:

- форма № 1 «Бухгалтерский баланс». В нем фиксируется стоимость (денежное выражение) остатков внеоборотных и оборотных активов капитала, фондов, прибыли, кредитов и займов, кредиторской задолженности прочих пассивов. Баланс содержит обобщенную информацию о состоянии хозяйственных средств предприятия, входящих в актив, и источников их образования, составляющих пассивы. Эта информация представляется «на начала года» и «на конец года», что и дает возможность анализа, сопоставления показателей, выявления их роста или снижения. Однако

отражение в балансе только остатков не дает возможности ответить на все вопросы собственников и прочих заинтересованных служб. Нужны дополнительные подробные сведения не только об остатках, но и о движении хозяйственных средств и их источников. Это достигается подготовкой следующих форм отчетности:

- форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках»;
- форма № 3 «Отчет о движении капитала»;
- форма № 4 «Отчет о движении денежных средств»;
- форма № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу».

«Пояснительная записка» с изложением основных факторов, повлиявших в начале годана итоговые результаты деятельности предприятия, с оценкой его финансового состояния.

1.1 Принципы организации финансового анализа

Принципами финансового анализа являются непрерывность наблюдения за состоянием и развитием финансовых процессов, преемственность, объективность, научность, динамичность, комплексность, системность, практическая значимость, существенность, надежность, согласованность и взаимоувязка данных форм бухгалтерской отчетности, ясность в интерпретации результатов финансового анализа, обоснованность и оперативность в принятии управленческих решений. Для проведения финансового анализа применяется широкий спектр его видов, методов и приемов: структурный, структурно-динамический, трендовый (перспективный), межхозяйственный анализ; коэффициентный анализ; факторный анализ с использованием методов цепных подстановок, интегрального, корреляционного, регрессионного и экспоненциального анализа, а также такие распространенные приемы, как абсолютное сравнение достигнутых уровней, расчет абсолютных и относительных отклонений «долевого участия», детализация показателей на его сопоставляющие, группировка, дисконтирование и др.

Следует различать типы моделей финансового анализа. К важнейшим

из них относятся дискриптивные, предикативные и нормативные. Дискриптивные модели чаще всего описательного характера. Они построены на использовании бухгалтерской отчетности и пояснительных записок к ней. Для такой модели финансового анализа широко используется структурный, структурно-динамический и коэффициентный анализ. Предикативные модели, как правило, прогностического характера. Их используют для построения прогнозных оценок текущего и перспективного характера о прибылях и доходах, платежеспособности, финансовой устойчивости.

Содержание финансового анализа во многом определяется тем, кто является пользователем информации, и какова сфера его экономических интересов в оценке различных сторон и аспектов финансовой деятельности коммерческой организации. Направления финансового анализа для каждого внешнего пользователя финансово-аналитической информации коммерческой организации позволяют им (пользователям) сосредоточить усилия при подборе партнеров, инвесторов, кредитозаемщиков на наиболее важных вопросах оценки результатов их финансово-хозяйственной деятельности во избежание просчетов, упущений и потерь из-за неэффективного использования финансовых ресурсов.

1.2 Цели и методы финансового анализа

Качество принимаемых управленческих решений на уровне хозяйствующего субъекта зависит от качества их аналитического обоснования.

Получение небольшого числа ключевых информативных показателей, дающих объективную оценку финансового состояния предприятия, является основной целью финансового анализа. В ходе финансового анализа выявляются изменения в составе имущества хозяйствующего субъекта и в источниках его формирования, в финансовых результатах деятельности (его прибылей и убытков), в расчетах с дебиторами и кредиторами.

Исходной базой финансового анализа являются данные бухгалтерского учета и отчетности.

Одним из важнейших приемов является чтение финансовой отчетности и изучение абсолютных величин, представленных в отчетности. Однако данная информация, несмотря на ее значимость для принятия управленческих решений, не достаточна, так как не позволяет оценить динамику основных показателей, место хозяйствующего субъекта среди аналогичных предприятий, что актуально в условиях конкурентной борьбы. Это достигается с помощью:

- составления сравнительных таблиц, выявления абсолютного и относительного отклонения;
- исчисления показателей за ряд лет в процентах к итоговому показателю (к итогу баланса);
- исчисления относительных отклонений в процентах по отношению к базисному году.

Наряду с абсолютными показателями, характеризующими различные аспекты финансового состояния, используются и финансовые коэффициенты. Финансовый коэффициент представляет собой

относительные показатели финансового состояния. Они подразделяются на коэффициенты распределения и координации. Коэффициенты распределения применяются в тех случаях, когда необходимо определить, какую часть тот или иной абсолютный показатель составляет от итога включающей его группы абсолютных показателей. Данные коэффициенты используются в основном в предварительном анализе.

Коэффициенты координации используются для выражения отношений разных по существу абсолютных показателей финансового состояния.

Анализ финансовых коэффициентов заключается в сравнении их значения по периодам. В качестве базисных величин могут использоваться показатели базисного периода данного хозяйствующего субъекта.

Специальные финансовые коэффициенты, расчет которых основан на

существовании определенных соотношений между статьями отчетности, называются финансово-оперативными показателями. Они позволяют реально оценить положение данного хозяйствующего субъекта.

Помимо финансовых коэффициентов в анализе финансового состояния важную роль играют абсолютные показатели, которые рассчитываются на основе отчетности (чистые активы — реальный собственный капитал, собственные оборотные средства, показатели оборачиваемости запасов собственными оборотными средствами). С помощью данных показателей формулируются критерии, позволяющие оценить качество финансового состояния.

Практика финансового анализа позволяет выявить основные методы чтения финансовой отчетности.

Горизонтальный (временный) анализ позволяет осуществить сравнение каждой позиции с предыдущим периодом.

Вертикальный (структурный) анализ позволяет определить структуру итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом.

Трендовый анализ позволяет осуществить сравнение позиции с рядом предшествующих периодов и определить тренд, т. е. основную тенденцию динамики показателей, исключая случайные влияния и индивидуальные особенности отдельных периодов. С помощью тренда определяется возможное значение показателей в будущем.

Анализ относительных показателей (коэффициентов) позволяет осуществить расчет отношений данных отчетности, определить взаимосвязи показателей.

Факторный анализ позволяет определить влияние отдельных факторов (причин) на результативный показатель с помощью различных приемов исследования.

Сравнительный (пространственный) анализ может осуществляться как внутри предприятия (сравнение внутрихозяйственное по отдельным

показателям хозяйствующего субъекта), так и вне, т. е. сравнение показателей данного хозяйствующего субъекта с показателями конкурирующих субъектов хозяйствования, со средними общеэкономическими данными.

Финансово-экономический анализ может осуществляться разными методами. К количественным методам относят статистические (наблюдение, сравнение, абсолютные и относительные величины, средние величины, сводка, группировка, ряды динамики, индексы и т. д.), экономико-математические (методы математического программирования, экономико-математического моделирования и факторного анализа, исследование операции и т. д.). Каждый из экономико-математических методов делится на отдельные приемы, способы, используемые в аналитической работе.

1.3 Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия

Главная цель анализа – своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности. При этом необходимо решать следующие задачи:

1. На основе изучения взаимосвязи между разными показателями производственной, коммерческой и финансовой деятельности дать оценку выполнения плана по поступлению финансовых ресурсов и их использованию с позиции улучшения финансового состояния предприятия.

2. Прогнозировать возможные финансовые результаты, экономическую рентабельность исходя из реальных условий хозяйственной деятельности, наличия собственных и заемных ресурсов и разработанных моделей финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов.

3. Разрабатывать конкретные мероприятия, направленные на более

эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия.

Для оценки устойчивости финансового состояния предприятия используется система показателей, характеризующих изменения:

- структуры капитала предприятия по его размещению и источникам образования;
- эффективности и интенсивности использования капитала;
- платежеспособности и кредитоспособности предприятия;
- запаса финансовой устойчивости предприятия.

Анализ финансового состояния предприятия основывается главным образом на относительных показателях, так как абсолютные показатели баланса в условиях инфляции сложно привести к сопоставимому виду. Относительные показатели финансового состояния анализируемого предприятия можно сравнить:

- с общепринятыми «нормами» для оценки степени риска и прогнозирования возможности банкротства;
- с аналогичными данными других предприятий, что позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия и его возможности;
- с аналогичными данными за предыдущие годы для изучения тенденции улучшения или ухудшения финансового состояния предприятия.

Анализом финансового состояния занимаются не только руководители и соответствующие службы предприятия, но и его учредители, инвесторы – с целью изучения эффективности использования ресурсов; банки – для оценки условий кредитования и определения степени риска; поставщики – для своевременного получения платежей; налоговые инспекции – для выполнения плана поступления средств в бюджет и т. д. В соответствии с этим анализ делится на внутренний и внешний (рисунок 1. 1).

Внутренний анализ проводится службами предприятия, его результаты используются для планирования, контроля и прогнозирования финансового состояния предприятия. Его цель – обеспечить планомерное поступление

денежных средств и разместить собственные и заемные средства таким образом, чтобы получить максимальную прибыль и исключить банкротство.

Внешний анализ осуществляется инвесторами, поставщиками материальных и финансовых ресурсов, контролирующими органами на основе публикуемой отчетности. Его цель – установить возможность выгодного вложения средств, чтобы обеспечить максимум прибыли и исключить потери.

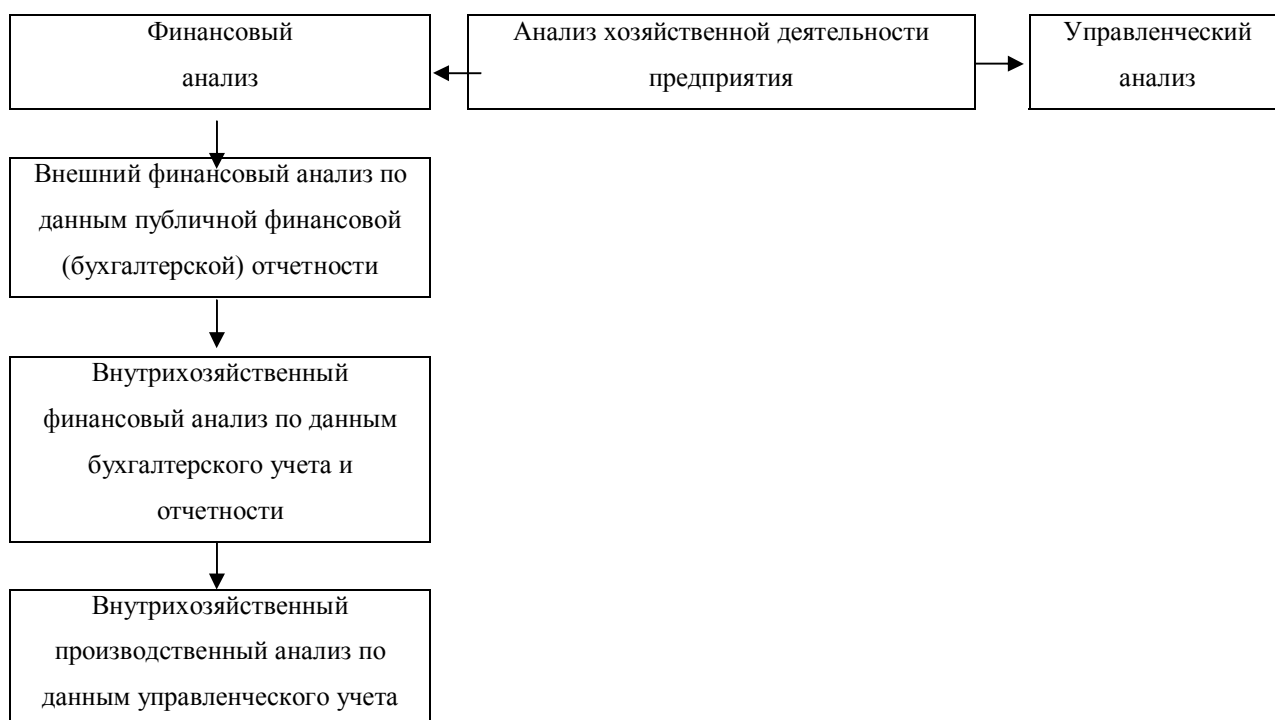


Рис. 1. 1 Направления анализа хозяйственной деятельности

Внешний анализ имеет следующие особенности:

- множество субъектов анализа, пользователей информацией о деятельности предприятия;
- разнообразие целей и интересов субъектов анализа;
- наличие типовых методик, стандартов учета и отчетности;
- ориентация анализа только на внешнюю отчетность;
- ограниченность задач анализа при использовании только внешней отчетности;
- максимальная открытость результатов анализа для пользователей

информации о деятельности предприятия.

Как известно, предприятие – сложное формирование, состоящее из партнерских групп, находящихся в тесном взаимном общении. Среди партнерских групп можно выделить основные и не основные.

Основные партнерские группы заинтересованы в успехах предприятия, так как от этого находится в прямой зависимости их благополучие.

К не основным партнерским группам относятся группы, опосредованно заинтересованные в успехах предприятия – страховые компании, аудиторские и юридические фирмы и т. д.

Практика финансового анализа уже выработала методику анализа финансовых отчетов. Можно выделить шесть основных видов анализа:

- горизонтальный (временной) анализ – сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом;

- вертикальный (структурный) анализ – определение структуры финансовых показателей;

- трендовый анализ – сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение тренда, то есть основной тенденции динамики показателя, очищенного от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов;

- анализ относительных показателей (финансовых коэффициентов) – расчет числовых отношений различных форм отчетности, определение взаимосвязей показателей;

- сравнительный анализ, который делится на:

- внутрихозяйственный – сравнение основных показателей предприятия и дочерних предприятий, подразделений;

- межхозяйственный – сравнение показателей предприятия с показателями конкурентов, со среднеотраслевыми;

- факторный анализ – анализ влияния отдельных факторов (причин) на результативный показатель.

1.4 Общий анализ финансового анализа

Основными составляющими финансового анализа предприятия являются:

- Общий анализ.
- Анализ финансовой устойчивости.
- Анализ ликвидности баланса.
- Анализ коэффициентов финансового состояния.
- Анализ коэффициентов финансовых результатов.

В условиях рыночных отношений большую роль играет анализ финансового состояния предприятия. Это связано с тем, что предприятие, приобретая самостоятельность, несет полную ответственность за результаты своей деятельности. Эта ответственность, прежде всего, перед своими акционерами, работниками предприятия, банком, финансовыми органами и кредиторами.

Финансовое состояние предприятия определяется способностью погасить свои долги и обязательства.

Финансовое состояние предприятия зависит как от производственно-коммерческой деятельности, так и от финансовой деятельности.

Производственно-коммерческая деятельность обеспечивает своевременный выпуск и реализацию продукции, и, соответственно, своевременное поступление денежных средств.

Финансовая деятельность охватывает процессы формирования, движения, обеспечения сохранности имущества предприятия, контроль за их правильным размещением и эффективностью использования.

Задачи анализа финансового состояния предприятия:

- изучение платежеспособности предприятия и ликвидности активов баланса;
- оценка динамики состава и структуры активов, изучение их состояния и движения;

- оценка динамики состава и структуры источников средств, изучение их состояния и движения;

- изучение финансовой устойчивости предприятия;

- определение эффективности использования оборотных средств.

Результатом общего анализа является предварительная оценка финансового состояния предприятия, исключая итоги анализа:

- динамики валюты баланса (суммы значений показателей актива и пассива баланса). Нормой считается увеличение валюты баланса. Уменьшение, как правило, сигнализирует о снижении объемов производства и может служить одной из причин неплатежеспособности предприятия;

- структуры активов. Определение долей иммобилизованных (внеоборотных) и мобильных (оборотных) активов, установление стоимости материальных оборотных активов (необоснованное превышение приводит к затовариванию, а недостача – к невозможности нормального функционирования производства). Определение величины дебиторской задолженности со сроком погашения менее года и больше года, просроченной дебиторской задолженности, величины свободных денежных средств предприятия в наличной (касса) и безналичной (расчетный счет) формах и краткосрочных финансовых вложений;

- структуры пассивов. Анализ проводится во взаимосвязи с анализом источников формирования оборотных средств. При этом долгосрочные заемные средства в силу своего преимущества использования для формирования основного фонда, прочие источники формирования оборотных средств (доходы будущих периодов, резервы предстоящих расходов и платежей) также могут учитываться в составе собственных источников средств. При анализе структуры пассивов определяется соотношение между заемными и собственными источниками средств предприятия (значительный удельный вес заемных источников – больше 50%

- свидетельствует о рискованной деятельности предприятия, что может послужить причиной неплатежеспособности), динамика и структура

кредиторской задолженности предприятия и ее удельный вес в пассивах;

- структуры запасов и затрат предприятия. Анализ запасов и затрат предприятия обусловлен значимостью раздела «Запасы» баланса для определения финансовой устойчивости предприятия. При анализе выявляются наиболее «значимые», имеющие наибольший удельный вес статьи (почему бы этот пункт не объединить с анализом структуры активов);

- структуры финансовых расчетов деятельности предприятия. В ходе анализа дается оценка динамики показателей выручки и прибыли (выявление и измерения действия различных факторов) (по данным ф. №2, а не баланса).

Для проведения общего анализа рассчитываются:

1. Удельные веса абсолютных значений показателей баланса, которые характеризуют активы, пассивы, запасы предприятия;

2. Изменения в абсолютных величинах (разница в абсолютных значениях на конец и на начало периода), характеризующие прирост или уменьшение той или иной статьи баланса;

3. Изменения в удельных весах (разница в удельных весах на конец и на начало периода), показывающие динамику структуры актива и пассива баланса, запасов предприятия;

4. Темп прироста показателей баланса рассматриваемый период;

5. Удельный вес изменений показателей баланса в изменении валюты за анализируемый период.

При проведении общего анализа финансового состояния предприятия в условиях инфляции и частых переоценках основных фондов основное внимание целесообразно уделять относительным величинам.

1.5 Система показателей финансового состояния предприятия и методы их определения

Большинство методик анализа финансового состояния предприятия предполагает расчет следующих групп показателей:

- платежеспособности;
- кредитоспособности;
- финансовой устойчивости.

1.5.1 Оценка платежеспособности

Оценка платежеспособности предприятия производится с помощью коэффициентов платежеспособности, являющихся относительными величинами. Коэффициенты платежеспособности, приведенные ниже, отражают возможность предприятия погасить краткосрочную задолженность за счет тех или иных элементов оборотных средств.

Коэффициент абсолютной ликвидности $K_{ла}$ показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть покрыта наиболее ликвидными оборотными активами – денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями:

$$K_{ла} = ДС / КП, \quad (1.1)$$

где ДС – денежные средства и их эквиваленты (стр. 260), тыс. руб. ;
КП - краткосрочные пассивы (стр. 690-(стр. 640+650+660)), тыс. руб.

Принято считать, что нормальный уровень коэффициента абсолютной ликвидности должен быть 0,03-0,08.

Коэффициент промежуточного покрытия (быстрой ликвидности) показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить за счет денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторских долгов:

$$K_{лп} = (ДС + ДБ) / КП, \quad (1.2)$$

где ДБ – дебиторская задолженность, тыс. руб.

Нормальный уровень коэффициента промежуточного покрытия должен быть не менее 0,7.

Общий коэффициент покрытия (текущей ликвидности) $K_{ло}$ показывает, в какой степени оборотные активы предприятия превышают его краткосрочные обязательства:

$$K_{до} = \text{ПА} / \text{КП}, \quad (1.3)$$

где ПА – итог второго раздела баланса, тыс. руб.

Принято считать, что нормальный уровень коэффициента общего покрытия должен быть равен 1,5-3 и не должен опускаться ниже 1.

Чем выше коэффициент общего покрытия, тем больше доверия вызывает предприятие у кредиторов. Если данный коэффициент меньше 1, то такое предприятие неплатежеспособно. При отсутствии у предприятия денежных средств и средств в расчетах, оно может погасить часть краткосрочных обязательств, реализовав товарно-материальные ценности:

$$K_{\text{лгм. ц}} = 3 / \text{КП} \quad (1.4)$$

где $K_{\text{лгм. ц}}$ – коэффициент ликвидности товарно - материальных ценностей, %;

3 – запасы (без 217 стр.), тыс. руб.

Для правильного вывода о динамике и уровне платежеспособности предприятия необходимо принимать в расчет следующие факторы:

- характер деятельности предприятия. Например, у предприятий промышленности и строительства велик удельный вес запасов и мал удельный вес денежных средств; у предприятий розничной торговли высока доля денежных средств, хотя значительны и размеры товаров для перепродажи и т. д. ;

- условия расчетов с дебиторами. Поступление дебиторской задолженности через короткие промежутки времени после покупки товаров (работ, услуг) приводит к небольшой доле в составе оборотных активов долгов покупателей, и наоборот;

- состояние запасов. У предприятия может быть излишек или недостаток запасов по сравнению с величиной, необходимой для бесперебойной деятельности;

- состояние дебиторской задолженности: наличие или отсутствие в ее составе просроченных и безнадежных долгов.

1.5.2 Оценка кредитоспособности

Кредитоспособность – это возможность, имеющаяся у предприятия для своевременного погашения кредитов. Следует учесть, что кредитоспособность – это не только наличие у предприятия возможности вернуть кредит, но и уплатить проценты за него.

Для оценки кредитоспособности предприятия применяются различные методы.

Основными показателями для оценки кредитоспособности предприятия являются:

1. Отношение объема реализации к чистым текущим активам:

$$K_1 = N_p / A_{\text{чт}}, \quad (1.5)$$

где $A_{\text{чт}}$ – чистые текущие активы, тыс. руб. ;

N_p – объем реализации, тыс. руб.

Чистые текущие активы – это оборотные активы за вычетом краткосрочных долгов предприятия. Коэффициент K_1 показывает эффективность использования оборотных активов. Высокий уровень этого показателя благоприятно характеризует кредитоспособность предприятия. Однако в случае, когда он очень высок или очень быстро увеличивается, можно предположить, что деятельность ведется в объемах, не соответствующих стоимости оборотных активов. Такая ситуация повышает вероятность замедления оборачиваемости задолженности или может вызвать падение продаж и вследствие этого – затруднения в расчетах предприятия со своими кредиторами.

Замедление оборачиваемости дебиторской задолженности может быть вызвано неготовностью дебиторов к оплате возрастающих объемов поставок; может возникнуть и просроченная дебиторская задолженность.

Падение объема продаж является результатом недостаточности материальных оборотных активов для продолжения бесперебойной деятельности в прежних масштабах.

1. Отношение объема реализации к собственному капиталу:

$$K_2 = N_p / СК, \quad (1.6)$$

где СК – собственный капитал, тыс. руб.

Этот показатель характеризует оборачиваемость собственных источников средств. Однако необходимо реально оценить величину собственного капитала. В активе баланса собственным источником покрытия соответствуют, в частности, нематериальные активы и запасы. При оценке стоимости собственного капитала рекомендуется уменьшить его на величину нематериальных активов, которые практически ничего бы не стоили, например, при вынужденной ликвидации или реорганизации предприятия. Кроме того, запасы надо уменьшить в соответствии с разницей цен, по какой они числятся на балансе и по какой они могли бы быть реализованы или списаны.

Собственный капитал, откорректированный с учетом реального состояния названных элементов внеоборотных и оборотных активов, отражает более точно стоимость имущества предприятия в части, обеспеченной собственными источниками покрытия. Выручка от реализации, отнесенная к этой стоимости, показывает оборачиваемость собственных источников более точно, так как ни материальные активы, ни превышение балансовой стоимости запасов над реальной их стоимостью не являются факторами, способствующими увеличению объема продаж.

2. Отношение краткосрочной задолженности к собственному капиталу:

$$K_3 = Д_k / СК, \quad (1.7)$$

где $Д_k$ – краткосрочная задолженность, тыс. руб.

Данный коэффициент показывает долю краткосрочной задолженности в собственном капитале предприятия. Если краткосрочная задолженность в несколько раз меньше собственного капитала, то можно расплатиться со всеми кредиторами полностью. На практике существуют первоочередные кредиторы, долги которым должны быть оплачены прежде, чем предъявят претензии остальные кредиторы. Поэтому практически правильнее

сопоставлять первоочередную краткосрочную задолженность с величиной капитала и резервов.

3. Отношение дебиторской задолженности к выручке от реализации:

$$K_4 = ДЗ / N_p, \quad (1.8)$$

где ДЗ – дебиторская задолженность, тыс. руб.

Этот показатель дает представление о величине среднего периода времени, затрачиваемого на получение причитающихся с покупателей денег. Например, отношение 1:4 означает трехмесячный срок погашения дебиторской задолженности. Много это или мало, зависит от сферы деятельности, состояния расчетов с кредиторами, длительности производственного цикла и т. д. Ускорение оборачиваемости дебиторской задолженности, то есть снижение показателя K_4 можно рассматривать как признак повышения кредитоспособности предприятия, поскольку долги покупателей быстрее превращаются в деньги.

4. Отношение ликвидных активов к краткосрочной задолженности предприятия:

$$K_5 = A_{л} / Д_k, \quad (1.9)$$

где $A_{л}$ – ликвидные активы, тыс. руб.

Как известно, под ликвидными активами подразумеваются оборотные активы за вычетом запасов и других позиций, которые нельзя немедленно обратить в деньги. Если в составе оборотных активов преобладает дебиторская задолженность для оценки кредитоспособности предприятия важно, существует ли резерв на случай безнадежной дебиторской задолженности.

В идеальном случае наилучшим способом повышения кредитоспособности явился бы рост объема реализации при одновременном снижении чистых текущих активов, собственного капитала и дебиторской задолженности.

Под финансовой устойчивостью понимается такое состояние (экономическое и финансовое) предприятия, при котором

платежеспособность постоянна во времени, а соотношение собственного и заемного капитала обеспечивает эту платежеспособность.

На практике увеличение объема реализации вызывает рост оборотных активов и в части запасов, и в части дебиторской задолженности; увеличиваются и долги предприятия, особенно в форме кредиторской задолженности, если не меняются состав кредиторов и договорные условия расчетов с ними. Это значит, что реальное повышение кредитоспособности по трем названным показателям будет достигнуто, если объем реализации увеличивается в большей степени, чем запасы и дебиторская задолженность, а кредиторская задолженность растет быстрее дебиторской.

Одна из важнейших характеристик финансового состояния – стабильность деятельности в свете долгосрочной перспективы. Она связана со структурой баланса предприятия, степенью его зависимости от кредиторов и инвесторов, с условиями, на которых привлечены и обслуживаются внешние источники средств.

1.5.3 Оценка финансовой устойчивости

В отличие от понятий «платежеспособность» и «кредитоспособность», понятие «финансовая устойчивость» - более широкое, так как включает в себя оценку разных сторон деятельности предприятия.

Для оценки финансовой устойчивости применяется система коэффициентов.

1. Коэффициент концентрации собственного капитала (автономии, независимости) $K_{КС}$:

$$K_{КС} = \text{СК} / \text{ВБ}, \quad (1.10)$$

где СК – собственный капитал, тыс. руб. ;

ВБ – валюта баланса, тыс. руб.

Этот показатель характеризует долю владельцев предприятия в общей сумме средств, авансированных в его деятельность. Считается, что чем выше значение этого коэффициента, тем более финансово устойчиво, стабильно и

независимо от внешних кредиторов предприятие.

Дополнением к этому показателю является коэффициент концентрации заемного капитала $K_{кп}$:

$$K_{кп} = ЗК / ВБ, \quad (1.11)$$

где ЗК – заемный капитал, тыс. руб.

Эти два коэффициента в сумме: $K_{кс} + K_{кп} = 1$.

1.) Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала K_c :

$$K_c = ЗК / СК. \quad (1.12)$$

Он показывает величину заемных средств, приходящихся на каждый рубль собственных средств, вложенных в активы предприятия.

2.) Коэффициент маневренности собственных средств K_m :

$$K_m = СОС / СК, \quad (1.13)$$

где СОС – собственные оборотные средства, тыс. руб.

Этот коэффициент показывает, какая часть собственного капитала используется для финансирования текущей деятельности, то есть, вложена в оборотные средства, а какая часть капитализирована. Значение этого показателя может существенно изменяться в зависимости от вида деятельности предприятия и структуры активов, в том числе оборотных активов.

$$СОС = СК + ДП - ВА = (III + IV - I). \quad (1.14)$$

Предполагается, что долгосрочные пассивы предназначаются для финансирования основных средств и капитальных вложений.

Коэффициент структуры долгосрочных вложений $K_{св}$:

$$K_{св} = ДП / ВА, \quad (1.15)$$

где ДП – долгосрочные пассивы, тыс. руб. ;

ВА – внеоборотные активы, тыс. руб.

Коэффициент показывает, какая часть основных средств и других внеоборотных активов профинансирована за счет долгосрочных заемных источников.

Коэффициент устойчивого финансирования $K_{уф}$:

$$K_{yf} = (СК + ДП) / (ВА + ТА), \quad (1.16)$$

где (СК + ДП) – перманентный капитал, тыс. руб. ;

(ВА + ТА) – сумма внеоборотных и текущих активов, тыс. руб.

Это отношение суммарной величины собственных и долгосрочных заемных источников средств к суммарной стоимости внеоборотных и оборотных активов показывает, какая часть активов финансируется за счет устойчивых источников. Кроме того, K_{yf} отражает степень независимости (или зависимости) предприятия от краткосрочных заемных источников покрытия.

1.5.4 Анализ коэффициентов финансовых результатов

Задачей анализа является явление тенденций изменения деловой активности, определяемой через оборачиваемость и рентабельность предприятия.

Рентабельность предприятия показывает долю прибыли, заложенную в выручке от реализации продукции. Чем в структуре реализованной продукции больше доля наиболее рентабельных видов продукции, тем выше выручка и, соответственно, прибыль предприятия.

Коэффициенты финансовых результатов деятельности предприятия приведены в таблице 1.1.

Таблица 1. 1

Коэффициенты финансовых результатов деятельности предприятия

Наименование коэффициента	Расчетная формула	Влияние изменений коэффициента на финансовое положение предприятия.
1	2	3
Коэффициент: 1. Рентабельности продаж	$\frac{Пр}{В}$	Показывает сколько прибыли приходится на 1 рубль реализованной продукции. Уменьшение свидетельствует о снижении спроса на продукцию предприятия.
2. Рентабельности всего капитала предприятия	$\frac{Пр}{ВБ}$	Показывает эффективность использования всего имущества предприятия. Уменьшение свидетельствует о падении спроса и перенакоплении активов.
3. Рентабельности	$\frac{Пр}{Т}$	Отражает эффективность использования внеоборотных активов

внеоборотных активов	A1	
4. Рентабельности собственного капитала	Пр/П4	Показывает эффективность использования собственного капитала. Динамика коэффициента оказывает влияние на уровень котировки акций предприятия.
5. Рентабельности перманентного капитала	$\frac{\text{Пр}}{\text{П3}+\text{П4}}$	Отражает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность предприятия, собственного и заемного.
6. Общей оборачиваемости капитала	В/ВБ	Отражает скорость оборота всего капитала предприятия. Рост означает ускорение кругооборота средств или инфляционный рост цен.
7. Оборачиваемости мобильных средств	$\frac{\text{В}}{\text{А2}}$	Показывает скорость оборота мобильных средств. Рост оценивается положительно.
8. Оборачиваемости материальных оборотных средств	$\frac{\text{В}}{\text{З}}$	Отражает число оборотов, запасов и затрат предприятия, уменьшение свидетельствует об относительном увеличении запасов и затрат в незавершенном производстве или о снижении спроса на готовую продукцию.
9. Оборачиваемости готовой продукции	$\frac{\text{В}}{\text{ГП}}$	Показывает скорость оборота готовой продукции. Рост коэффициента означает увеличение спроса на продукцию предприятия, снижение на затоваривание.
10. Оборачиваемости дебиторской задолженности	$\frac{\text{В}}{\text{ДЗ}}$	Показывает расширение (увеличение) или снижение (уменьшение) коэффициента коммерческого кредита, предоставляемого предприятием.
11. Среднего срока оборота дебиторской задолженности	$\frac{\text{НЧДЗ}}{\text{В}}$	Характеризует средний срок погашения дебиторской задолженности. Уменьшение коэффициента оценивается положительно.
12. Оборачиваемости кредиторской задолженности.	$\frac{\text{В}}{\text{КЗ}}$	Показывает расширение или уменьшение коммерческого, предоставляемого предприятию. Рост означает увеличение скорости оплаты задолженности предприятия; снижение – рост покупок в кредит.
13. Среднего срока оборота кредиторской задолженности, дни	$\frac{\text{НЧКЗ}}{\text{В}}$	Отражает средний срок возврата коммерческого кредита предприятием.
14. Фондоотдача внеоборотных активов	$\frac{\text{В}}{\text{А1}}$	Характеризует эффективность использования внеоборотных активов, измеряемую величину продаж, приходящихся на единицу стоимости средств
15. Оборачиваемости собственного капитала	$\frac{\text{В}}{\text{П4}}$	Показывает скорость оборота собственного капитала. Резкий рост отражает уменьшение уровня продаж. Существенное снижение – тенденцию к бездействию части собственных средств.

Условные обозначения:

P_p – прибыль (тыс. руб.);

V – выручка от реализации (тыс. руб.);

$ВБ$ – валюта баланса (тыс. руб.);

A_1 - итог раздела актива баланса (тыс. руб.);

A_2 – итог раздела пассива баланса (тыс. руб.);

P_3 – итог раздела 3 раздела баланса (тыс. руб.);

P_4 – итог раздела 4 раздела баланса (тыс. руб.);

Z – запасы (тыс. руб.);

$ГП$ – готовая продукция (тыс. руб.);

$ДЗ$ – дебиторская задолженность со сроком погашения менее 12 месяцев (тыс. руб.);

$КЗ$ – кредиторская задолженность (тыс. руб.);

N – количество дней в анализируемом периоде (дн.).

Еще один подход к анализу финансовых результатов, основанный на методологии точки безубыточности производства предлагают Керимов В. Э. и Роженецкий О. А. По их мнению одним из мощных инструментов является анализ соотношения «затраты – объем – прибыль» (cost – volume – profit; CVP - анализ). Бухгалтеры, аудиторы, эксперты и консультанты могут с помощью данного метода дать более глубокую оценку финансовых результатов и точнее обосновать рекомендации для улучшения работы предприятия.

Ключевыми элементами CVP – анализа выступают:

1. Маржинальный доход,
2. Порог рентабельности,
3. Производственный левередж,
4. Маржинальный запас прочности.

1. Маржинальный доход – это разница между выручкой предприятия от реализации и суммой переменных затрат.

Величина маржинального дохода показывает вклад предприятия в

покрытие постоянных затрат и получение прибыли.

1. Существует два подхода при определении величины маржинального дохода:

- Выручка за вычетом всех переменных затрат, то есть всех прямых расходов и части накладных расходов (общепроизводственные расходы), зависящих от объема производства;

- Величина маржинального дохода равняется сумме постоянных затрат и прибыли предприятия.

Средняя величина маржинального дохода – это разница между ценой и средними переменными затратами, она показывает вклад единицы изделия в покрытие постоянных затрат и получение прибыли.

Норма маржинального дохода – доля величины маржинального дохода при выручке от реализации (для отдельного изделия) доля средней величины маржинального дохода в цене товара.

2. Порог рентабельности – это показатель, характеризующий объем реализации предприятия, при котором выручка предприятия равна всем его совокупным затратам.

Для вычисления порога рентабельности используются три метода:

- графический;
- метод уравнений;
- метод маржинального дохода

Метод уравнений:

Прибыль предприятия равна выручке за вычетом величины переменных и постоянных затрат.

Детализируя порядок расчета показателей формулы:

Прибыль = (Цена за единицу \cdot количество единиц) - (переменные затраты на единицу \cdot количество единиц) – постоянные затраты

Метод маржинального дохода:

Точка безубыточности = (постоянные затраты)/(норма маржинального дохода)

3. Производственный леввередж (рычаг) – механизм управления прибылью предприятия, основанный на оптимизации соотношения постоянных и переменных затрат, с его помощью можно прогнозировать изменение прибыли предприятия в зависимости от изменения объема продаж.

Чем ниже удельный вес постоянных затрат в общей сумме затрат предприятия, тем в меньшей степени изменяется величина прибыли по отношению к темпам изменения выручки предприятия.

Производственный леввередж определяется с помощью следующей формулы:

$$\mathcal{E}_{\text{пл}} = \text{МД} / \text{П} \quad (1.17)$$

или

$$(\text{З}_{\text{пост}} + \text{П}) / \text{П} = 1 + \text{З}_{\text{пост}} / \text{П}, \quad (1.18)$$

где МД – маржинальный доход, тыс. руб. ;

П – прибыль, тыс. руб. ;

З_{пост} – постоянные затраты, тыс. руб.

$$\mathcal{E}_{\text{пл}} = \Delta \text{П} / \Delta \text{В} \quad , \quad (1.19)$$

Э_{пл} – изменение прибыли в зависимости от изменения выручки, %.

4. Маржинальный запас прочности (МЗП)– величина, показывающая превышение фактической выручки от реализации продукции (работ, услуг) над пороговой обеспечивающей безубыточность реализации.

$$\text{МЗП} = (\text{В}_{\text{ф}} - \text{В}_{\text{порог}}) / (\text{В}_{\text{ф}}) \cdot 100\% \quad (1.20)$$

где В_ф – фактическая выручка, тыс. руб. ;

В_{порог} – пороговая выручка, тыс. руб. .

Значение маржинального запаса прочности показывает, если в силу рыночной ситуации выручка сократится менее чем на данную величину маржинального запаса прочности, то предприятие будет получать прибыль, но если более, то окажется в убытке.

При этом цена продукции при безубыточной реализации будет равна:

$$\text{Ц}_{\text{б}} = \text{В}_{\text{порог}} / \text{V}_{\text{пр}}, \quad (1.21)$$

где $V_{\text{пр}}$ —объем произведенной продукции в натуральном выражении (шт.).

Кроме рассмотренных выше элементов CVP – анализа, в статье Донцовой Л. В. предлагается концепцию финансового рычага. . Она имеет место в том случае, если в структуре источников формирования капитала (инвестиционных ресурсов) содержатся обязательства с фиксированной ставкой процента. В этом случае прибыль после уплаты процентов увеличивается или уменьшается более быстрыми темпами, чем изменение в объемах выпускаемой продукции. Финансовый рычаг предоставляет возможность выиграть от постоянной величины затрат, не меняющейся при изменении масштаба производственной деятельности.

Умение вкладывать капитал так, чтобы полученная ставка доходности инвестированного капитала была выше текущей ставки ссудного процента, в западной экономике называется «преимуществом спекуляции капиталом». Оно заключается в том, что нужно взять в долг столько, сколько позволят кредиторы и затем обеспечить рост ставки доходности собственного капитала на величину разницы между достигнутой ставкой доходности инвестированного капитала и ставкой уплаченного ссудного процента. Убыток будет в том случае, если организация получит прибыль меньшую, чем стоимость заемного капитала. В этом заключается смысл концепции финансового рычага.

Ставка доходности собственного капитала:

$$N=P/K, \quad (1.22)$$

где P – прибыль после уплаты налогов (чистая прибыль), тыс. руб. ;

K – размер собственного капитала, тыс. руб.

Ставка доходности инвестированного капитала:

$$n=(P+Z\text{ЧS})/(K+Z), \quad (1.23)$$

где Z – долгосрочная задолженность, тыс. руб. ;

S – ставка процента по кредитам, %.

Прибыль составит:

$$P=nЧ(K+Z)-ZЧS. \quad (1.24)$$

То есть прибыль, полученная предприятием, равна разности между прибылью на общую сумму капитализации и стоимостью процентов по непогашенной задолженности с учетом налогов.

С учетом предыдущей формулы ставка доходности собственного капитала будет определяться:

$$N=(nЧ(K+Z)-ZЧS)/K \quad (1.25)$$

Отсюда:

$$N=n+Z/KЧ(n-S). \quad (1.26)$$

Таким образом, можно отметить, что из-за наличия долгов(Z) в структуре чистых активов ($Z+K$) доходность собственного капитала (K) увеличивается до тех пор, пока стоимость уплаченных процентов не превысит прибыль.

Для отечественных предприятий метод анализа безубыточности производства не является официально рекомендованным, в связи с чем он пока остается для прогнозных расчетов значений цены и прибыли.

2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АЛЕКС-МЕБЕЛЬ» ЗА 2003 - 2004 ГОДЫ

2.1 Общие сведения о предприятии

Месторасположение фирмы «Алекс-Мебель»: г. Красноярск ул. Урванцева, 21; предметом ее деятельности является:

- оптовая и розничная торговля;
- оказание бытовых услуг населению;
- продажа населению товаров и предоставление услуг за наличный расчет;
- реализация строительных и отделочных материалов;
- производство и реализация мягкой и корпусной мебели;
- открытие собственных магазинов;
- внешнеэкономическая деятельность и т.д.

При осуществлении хозяйственной или иной деятельности предприятие может от своего имени приобретать имущественные и неимущественные права, заключать договора, быть истцом и ответчиком в суде и арбитраже, совершать в стране и за рубежом в установленном порядке сделки, осуществлять иную деятельность в соответствии с действующим законодательством, прекращение деятельности предприятия может осуществляться в виде его ликвидации и реорганизации.

Возможности продаж, которыми располагает розничная торговля, зависят от того, насколько запас товаров, которые она может предложить покупателям, соответствует их запросам, формирующимся под воздействием рекламы. Однако эти возможности зависят от других факторов, влияющих на выбор покупателями того или иного магазина. В своей совокупности эти факторы образуют услуги, представляют собой специфическую продукцию розничной торговли, имеют сложный состав: они включают в себя как элементы, относящиеся к самим товарам (продажная цена, качество,

ассортимент), так и другие не менее важные элементы (удобная дорога к магазину, наличие стоянки для автомобилей, внутреннее оформление магазина, выкладка товаров и др.).

В магазинах фирмы «Алекс-Мебель» все товары выставлены на обозрение покупателям, то есть весь магазин представляет собой сплошную витрину товаров, привлекающую внимание проходящих мимо покупателей. На данном торговом предприятии применяются прогрессивные методы продажи: продажа с открытым доступом к товару и продажа товаров предварительно заказанных по образцу.

Продажа товаров по заказам осуществляется следующим образом. Покупатель знакомится с ассортиментом новых коллекций по каталогу, а после заказывает понравившийся ему товар. Продавец принимает заказ и передает его директору. Затем директор отправляет этот заказ по Интернету поставщику и через некоторое время товар поступает в магазин.

Фирма «Алекс-Мебель» — молодое предприятие, существующее с ноября 1996г. в г. Красноярске. До конца 2004г. фирма, имея успешное развитие хозяйственно-финансовой деятельности, смогла увеличить обороты и создать свой рынок сбыта.

Набирая обороты реализации, фирма продолжает расширять рынок сбыта своей продукции. В настоящее время наладились прочные деловые долговременные отношения с мебельными салонами и производителями мебели таких крупных городов России как Москва, Челябинск, Новосибирск, Екатеринбург, Тюмень и др. Продукция фирмы пользуется заслуженным успехом в г. Красноярске, где фирма имеет свою розничную сеть, в которой успешно функционируют пять мебельных салонов. Реализацией бытовой мебели занимаются четыре салона, и один салон реализует офисную мебель.

На данный момент предприятие специализируется на продаже:

- кухонных гарнитуров широкого ассортимента с фасадами из МДФ ПВХ, софтформинга, ламината;
- мягкой мебели различной модификации (механизм трансформации,

механизм «выкатной»), механизмы альтернатива, книжка и др.);

- корпусной мебели (стенки-горки из МДВ ПВХ и т.д.).

Фирма «Алекс-Мебель» за время своей деятельности принимала активное участие на международных специализированных выставках «Евроэкспомебель» в КВЦ «Сокольники» и «Мебель» в ВК на Красной Пресне г. Москвы. Это дало возможность фирме представить себя достойным образом. В результате на 8-ой международной специализированной выставке-ярмарке «Евроэкспомебель — 2000» фирма была награждена дипломами в двух номинациях — «за активное участие в международных выставках» и «за продвижение качественной мебели на отечественный рынок».

На первой специализированной выставке-ярмарке «Мебельный салон — 2001» в г. Красноярске, прошедшей 9-12 октября 2001г., фирма была награждена дипломом «за производство корпусной мебели для кухни и офиса». В 2002 году фирма принимала участие в региональных выставках. В результате коллекция наград пополнилась рядом дипломов, которыми фирма награждалась в следующих номинациях: «Мебель России — 2002» (г. Екатеринбург), «Достижения в мебельной индустрии» (г. Самара). В мае 2002 года фирма традиционно приняла участие в международной выставке «Евроэкспомебель», г. Москва (Сокольники). Данное участие также отмечено дипломами «За активную работу на стенде», «За активное участие в международной выставке «Евроэкспомебель — 2002».

Организационная структура управления на предприятии строится по принципу подчинения нижестоящего органа вышестоящему. При создании предприятия была линейная структура управления, но с развитием предприятия возникла необходимость в создании функциональных подразделений, поскольку руководитель не являлся универсальным специалистом и с увеличением масштабов предприятия не мог учитывать все его стороны деятельности. Ныне существующая структура управления представлена на рисунке 2.1. Возглавляет предприятие директор, который

назначается Собранием учредителей, в чьем ведении находится предприятие. Директор представляет во всех хозяйственных и государственных учреждениях.



Рис. 2.1 Организационная структура предприятия

Одним из первых и важных этапов комплексной оценки работы предприятия является анализ эффективности его хозяйственной деятельности (таблица 2.1).

Данные таблицы свидетельствуют о том, что за анализируемый период объем выполненных работ возрос на 7752,1 тыс. руб. или на 100,5%. Комплексный показатель эффективности хозяйствования в результате всех изменений повысился на 42,4%. Долевое участие интенсивного направления использования ресурсного потенциала в приросте объема работ составил 42,2% $(42,4 / 100,5 * 100)$, оценивается положительно, так как ведет к относительному сокращению затрат. В отчетном периоде отмечено повышение эффективности использования трудовых ресурсов и материально технической базы.

Основные технико–экономические показатели

ПОКАЗАТЕЛИ	2003г	2004г
1	2	3
Объем товарной продукции, тыс. руб.	7713,3	15465,4
Материальные затраты, тыс. руб.	3014,9	7933,5
Материалоотдача, руб.	2,6	1,9
Среднесписочная численность работников, всего, чел.	49	52
В том числе работников прилавка, чел.	15	18
Удельный вес работников, прилавка в среднесписочной численности работников, %	30,61	34,62
Среднегодовая выработка одного работника, тыс. руб.	157,4	297,4
Среднегодовая выработка одного работника, тыс. руб.	514,2	859,2
Среднегодовая стоимость основных средств (по первоначальной стоимости)	8747,2	8719,7
Фондоотдача, тыс. руб.	0,88	1,77
Себестоимость, тыс. руб.	7591	1525,1
Прибыль, тыс. руб.	309	280,3
Рентабельность продаж	1,58	1,39

Рост фондоотдачи на 101,1% обеспечил прирост объема работ на 7760,5 тыс. руб. $(0,9 \cdot 8719,7)$. Причем, повышение фондоотдачи происходит в условиях некоторого сокращения средней годовой стоимости основных средств – на 27,5 тыс. руб. или 0,3%. Следовательно, материально-техническая база используется в интенсивном направлении, что оценивается положительно.

Эффективно используются и трудовые ресурсы, о чем свидетельствует рост производительности труда как одного работника, так и одного работника прилавка. При этом наблюдается улучшение структуры рабочей силы, о чем говорит рост удельного веса работников прилавка, что привело к росту выручки от продажи на 70552,2 тыс. руб. В качестве негативного момента следует выделить снижение материалоотдачи на 0,7 тыс. руб. или 23,9%, что обусловило относительный перерасход по материальным затратам с учетом динамики объема товарной продукции на 9861,9 тыс. руб. $((7933,5 - 3014,9) \cdot 15465,4 / 7713,3)$.

В целом же проведенный анализ позволяет дать положительную

оценку хозяйственной деятельности.

2.2 Бизнес анализ деятельности ООО «Алекс-Мебель»

2.2.1 Анализ производства и реализации продукции

Основной целью анализа доходов торгового предприятия является поиск резервов их роста и достижение на основе этого оптимального соотношения с финансовыми результатами, создание работающей модели управления ими

Одним из основных показателей, при помощи которого оценивается хозяйственная деятельность торгового предприятия, является товарооборот. Размер товарооборота оказывает влияние на другие экономические показатели деятельности предприятия. Так, рост товарооборота способствует снижению издержек обращения, обеспечивает повышение рентабельности и укрепляет финансовое положение предприятия. Поэтому экономический анализ целесообразно начинать с изучения розничного товарооборота. В условиях рыночных отношений, при увеличивающемся росте инфляции, розничный товарооборот должен изучаться и оцениваться как в действующих, так и в сопоставимых ценах, с использованием индекса роста цен.

Анализ динамики розничного товарооборота (таблица 2.2), показывает, что за розничный товарооборот в сопоставимых ценах по сравнению с базисным годом возрос на 3045,9 тыс. руб. и составил в отчетном году 8787,2 тыс. руб. Аналогичная динамика роста происходит и в сопоставимых ценах к предшествующему году, данный показатель в 2004 году составил 8787,2 тыс. руб., что на 3645,0 тыс. руб. или на 70,88% больше чем в 2003 году, но в 2003 году наблюдается сокращение товарооборота в сопоставимых ценах по сравнению с 2002 годом на 1408,7 тыс. руб. или на 21,5%, что говорит об увеличении товарооборота за счет ценового фактора в 2003 году.

Таблица 2.2

Динамика товарооборота в сопоставимых ценах (тыс. руб.)

Годы	Товарооборот в действующих ценах	Индексы цен		Товарооборот в сопоставимых ценах (к сопоставимому году)	Прирост оборота по сравнению с предыдущим годом	Прирост оборота по сравнению с сопоставимым годом	Темпы роста (в сопоставимых ценах, %)	
		цепные	базисные				базисные	цепные
2001	5741,3	-	-	5741,3	-	-	-	-
2002	8123,1	1,24	1,24	6550,9	809,6	809,6	114,10	114,10
2003	7713,3	1,21	1,50	5142,2	-599,1	-1408,7	89,66	78,50
2004	15465,4	1,17	1,76	8787,2	3045,9	3645,0	153,05	170,88

Изменение объема розничного товарооборота в отчетном и прошлом периодах обусловлено влиянием двух факторов: физического объема и уровнем цен на реализуемые товары. Необходимо определить это влияние.

Таблица 2.3

Анализ влияния цен на изменение розничного товарооборота, (тыс. руб.)

Год	Розничный товарооборот			Абсолютный прирост (снижение) за год			Темп роста, %	
	в действующих ценах	индекс цен	в сопоставимых ценах	всего	в т.ч. за счет изменения		в действующих ценах	в сопоставимых ценах
					физического объема	роста цен		
2003	7713,3	-	-	-	-	-	-	-
2004	15465,4	1,17	13218,3	7752,1	39,8	7712,3	200,50	171,37

Анализ влияния цен на изменение розничного товарооборота в отчетном году (таблица 2.3) показал, что розничный товарооборот на данном предприятии увеличился, в большей степени за счет ценового фактора - на 7712,3 тыс. руб.. Его влияние велико, так как в отчетном году товарооборот, за счет физической массы, увеличился всего на 39,8 тыс. руб. Это говорит о менее эффективной работе предприятия в отчетном году, о некотором неэффективном распределении ресурсов.

Наиболее полное удовлетворение спроса населения продукцией высокого качества является основной задачей промышленных предприятий. Темпы роста объема производства продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на величину издержек, прибыль и рентабельность

предприятия. Также немаловажную роль играет ассортимент продукции. В таблице 2.4 представлен ассортимент продукции ООО «Алекс-Мебель», реализованной за 2003 – 2004 года.

Таблица 2. 4 Анализ ассортимента реализованной продукции

На основании таблицы построены диаграммы в стоимостном и натуральном выражении.

Номенкла-тура	2003 г.				2004 г.				отклонение			
	Шт.	%	Тыс. руб.	%	Шт.	%	Тыс. руб.	%	Шт.	%	Тыс. руб.	%
1. Мягкая мебель	349	43	3085	40	596	37	5413	35	247	- 6	2328	- 5
- диван	86	-	774	-	130	-	1170	-	44	-	396	-
- кресло	154	-	770	-	260	-	1300	-	106	-	530	-
- мягкий уголок	64	-	768	-	112	-	1344	-	48	-	576	-
- комплект	45	-	773	-	94	-	1598	-	49	-	825	-
2. Кухонные гарнитуры	89	11	1465	19	189	12	3093	20	100	1	1628	1
- угловые	41	-	738	-	86	-	1548	-	45	-	810	-
- простые	48	-	727	-	103	-	1545	-	55	-	818	-
3. Корпусная мебель	369	46	3162	41	816	51	6959	45	447	5	3797	1
- шкаф-купе	151	-	1057	-	331	-	2317	-	180	-	1560	-
- прихожие	176	-	1055	-	394	-	2367	-	218	-	1312	-
- стенки	42	-	1050	-	91	-	2275	-	49	-	1225	-
ИТОГО	807	100	7713	100	1601	100	15465	100	-	-	-	-

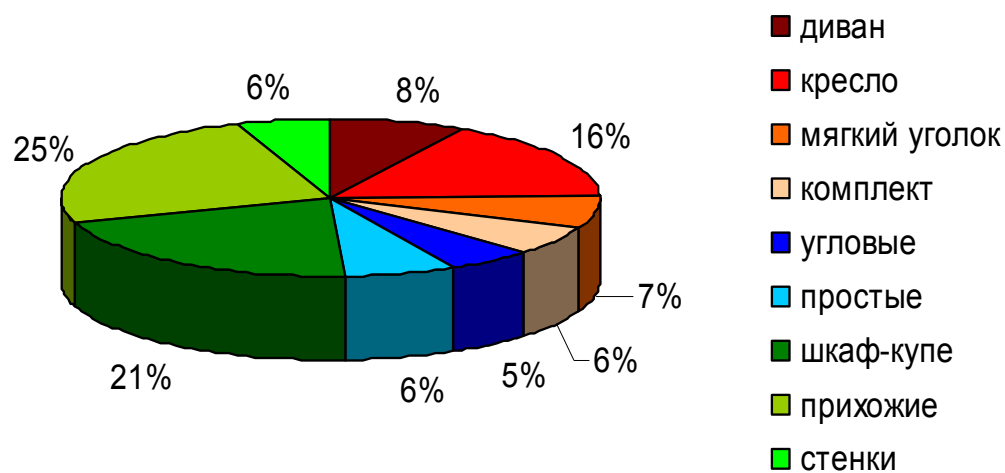


Рис. 2. 2 Реализованная продукция за 2004 г., в натуральном выражении

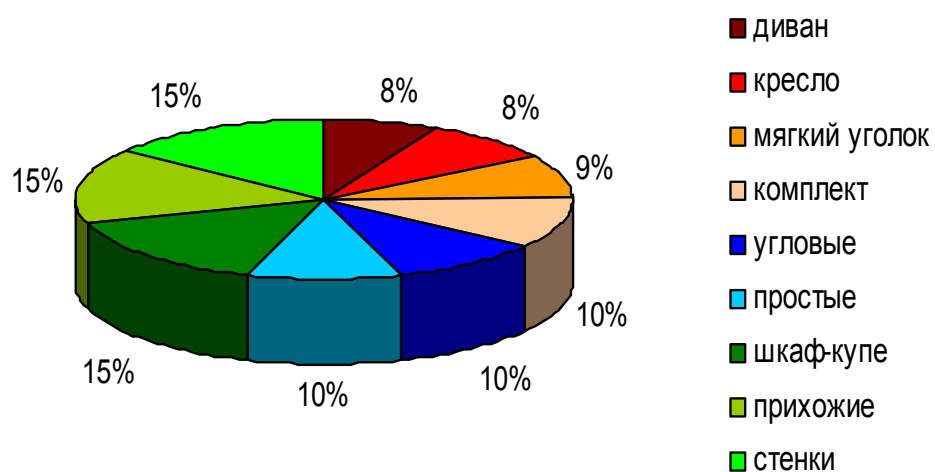


Рис. 2.3 Реализованная продукция за 2004 г., в стоимостном выражении

2.2.2 Анализ состояния показателей по труду

Трудовые ресурсы являются неотъемлемой частью любого предприятия, поэтому анализ их использования имеет важное социально-экономическое значение. На данном предприятии существует тарифная система оплаты труда работников, которая позволяет соизмерять разнообразные конкретные виды труда, учитывая их сложность и условия выполнения, т. е. учитывать качество труда, и является самой распространенной на российских предприятиях. Формы и системы заработной платы устанавливают связь между величиной заработка и количеством и качеством труда и обуславливают определенный порядок ее начисления в зависимости от организационных условий и результатов труда.

Численность работников составила 52 человека, из них работников торгово-оперативного персонала 18 человека, по сравнению с прошлым годом штат увеличился на 3 человека. Данную динамику численности следует оценивать положительно, так как данный факт увеличил производительность труда работников, что привело к увеличению товарооборота (в действующих ценах).

В сопоставимых ценах картина та же. Физический объем товарооборота, увеличился на 5505 тыс. руб. вследствие роста штата работников на 3 человека, что свидетельствует о рациональной кадровой политике, эффективном использовании трудовых ресурсов. Большое позитивное влияние на объем розничного товарооборота оказала производительность труда всего персонала и работников торгово-оперативного персонала, за счет которых выручка от продаж возросла соответственно на 5033,6 и 3961,8 тыс. руб.

При увеличении товарооборота на 7752,1 тыс. руб. в действующих ценах и ростом на 5505 тыс. руб. в сопоставимых, при одновременном росте численности работников на 3 человека, - общая производительность труда работников увеличилась на 140 тыс. руб./чел. в действующих ценах или на 96,8 тыс. руб./чел. в сопоставимых, и составила соответственно 297,4 тыс.

руб./чел. и 254,2 тыс. руб./чел. Увеличение производительности явилось следствием того, что товарооборот рос более быстрыми темпами, чем численность. Следует отметить, что увеличение производительности труда положительно характеризует работу предприятия.

Фонд заработной платы сократился на 43 тыс. руб. в действующих ценах и на 74,5 тыс. руб. снизился в сопоставимых ценах. Динамика показателей по труду представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Анализ динамики показателей по труду торгового предприятия

Показатели	2003 год	2004 год
1. Товарооборот, тыс. руб.	7713,3	15465,4
2. Численность работников всего, чел.	49	52
в т.ч. работников ТОП	15	18
3. Производительность труда общая, тыс. руб./чел.	157,4	297,4
в т.ч. работников ТОП, тыс. руб./чел	514,2	859,2
4. Фонд заработной платы тыс. руб.	259,8	216,8
в % к товарообороту	3,37	1,40
5. Средняя заработная плата одного работника за год, тыс. руб.	5,3	4,2

Ситуация, сложившаяся на предприятии, оценивается как негативная по отношению к кадрам предприятия, так как при росте товарооборота в 2 раза и, соответственно, производительности труда, фонд заработной платы и средняя заработная плата работников сокращаются. Анализ динамики численности работников торгового предприятия проведен в таблице 2.6.

Из таблицы 2. 6 видно, что:

- Численность административно-управленческого персонала за анализируемый период не изменилась и составила 12 человек;

- Торгово-оперативный персонал в отчетном году составлял 18 человек, что на 3 человека выше численности прошлого года, это объясняется ростом оборота предприятия.

- В отчетном периоде численность вспомогательного персонала не изменилась и составила 22 человека.

Таблица 2. 6

Анализ численности работников по составу

Категории работающих	2003 г.		2004 г.		Отк. (+;-) по		Темп изменения, %
	численность, чел.	удельный вес, %	численность, чел.	удельный вес, %	численности, чел.	удельному весу, %	
1. Административно-управленческий персонал и специалисты, всего	12	24,49	12	23,08	-	-1,41	100,00
2. Торгово-оперативный персонал, всего	15	30,61	18	34,62	3	4,01	120,00
3. Вспомогательный персонал, всего	22	44,90	22	42,31	-	-2,59	100,00
Всего работников	49	100,0	52	100,0	3	-	106,12

Расчет коэффициента текучести:

$$K_{\text{ТЕК.}} = K_{\text{УВОЛ. ПО СОБСТВ. ЖЕЛ.}} / \text{Ч}_{\text{СРЕДНЕСПИСОЧ.}}, \quad (2.1)$$

где $K_{\text{УВОЛ. ПО СОБСТВ. ЖЕЛ.}}$ - количество уволенных работников по собственному желанию;

$\text{Ч}_{\text{СРЕДНЕСПИСОЧ.}}$ - среднесписочная численность работников.

Расчет коэффициента оборота по приему:

$$K_{\text{ОБОРОТА ПО ПРИЕМУ}} = K_{\text{ПРИНЯТЫХ.}} / \text{Ч}_{\text{СРЕДНЕСПИСОЧ.}}, \quad (2.2)$$

где $K_{\text{ПРИНЯТЫХ.}}$ - количество принятых работников.

Расчет коэффициента оборота по выбытию:

$$K_{\text{ОБОРОТА ПО ВЫБЫТИЮ}} = K_{\text{УВОЛЕННЫХ.}} / \text{Ч}_{\text{СРЕДНЕСПИСОЧ.}}, \quad (2.3)$$

где $K_{\text{УВОЛЕННЫХ.}}$ - количество уволенных работников.

По торговой организации "Алекс-Мебель" имеются следующие данные о движении трудовых ресурсов (таблица 2.7).

Таблица 2.7

Движение кадров анализируемого предприятия, (чел.)

Показатели	2003 г.	2004 г.	Отклонение (+/-), %	Темп изменения, %
Состояло работников по списку на начало года	47	50	3	106,38
Принято работников	4	3	-1	75,00
Уволено работников, всего	2	-	-2	x
в том числе:				
1. По собственному желанию	2	-	-2	x
Состояло по списку на конец года	50	53	3	106,00
Среднесписочная численность	49	52	3	106,12
Коэффициент текучести	0,04	x	-0,04	x
Коэффициент оборота по приему	0,08	0,06	-0,02	75,00
Коэффициент оборота по выбытию	0,04	x	-0,04	x

Анализ движения кадров данного торгового предприятия за отчетный год, проведенный по таблице 2.7, позволил выявить следующее:

- в отчетном периоде по сравнению с прошлым среднесписочная численность увеличилась на 3 человека или на 6,12% и составила 52 человека;

- коэффициент текучести и коэффициент оборота по выбытию составил в прошлом году 0,04 соответственно, в отчетном периоде уволенных не было;

- необходимо отметить, что основной коллектив фирмы постоянный, в прошлом году уволили 2 человека, в отчетном – ни одного. Такая ситуация на предприятии оценивается позитивно, поскольку текучесть кадров, сокращение стажа работы - отрицательно сказывается на повышении квалификации и производственных навыках работников, что в конечном итоге ведет к снижению производительности труда и сокращению других показателей хозяйственной деятельности предприятия.

Проанализируем состав и структуру фонда заработной платы предприятия (таблица 2.8.). Рассчитаем относительную и абсолютную экономию фонда заработной платы предприятия за отчетный период.

Таблица 2. 8

Структура и состав фонда заработной платы

Показатели	2003 г.		2004 г.		Отклонение по		Темп изменения, %
	сумма,	уд.	сумма,	уд.	сумме,	уд.	
	тыс. руб.	вес, %	тыс. руб.	вес, %	тыс. руб.	весу, %	
I. Фонд заработной платы всего, в т.ч.	259,8	100,0	216,8	100,0	-43,0	-	83,45
I.1. Заработная плата в денежной форме, из нее	259,8	100,0	216,8	100,0	-43,0	-	83,45
А) заработная плата по тарифным ставкам, окладам	135,1	52	114,9	53	-20,2	1,0	85,05
Б) выплаты компенсирующего и стимулирующего характера	114,3	44	93,2	43	-21,1	-1,0	81,55
В) оплата неотработанного времени	10,4	4	8,7	4	-1,7	0,0	83,45

В 2003 году фонд заработной платы составил 259,8 тыс. руб., наблюдается значительное сокращение этого показателя в 2004 году на 43 тыс. руб. или чуть больше 16%. При чем, заработная плата в денежной форме составляет весь фонд заработной платы. Чуть больше половины составляет заработная плата по тарифным ставкам, окладам 53 %; в абсолютном выражении снижение составило 20,2 тыс. руб. или 14,95 %.

Выплаты компенсирующего характера сократились в отчетном году по сравнению с прошлым годом на 18,45 %, их удельный вес в фонде заработной платы сократился на 1 % и составил 43 %. Что касается оплаты за неотработанное время, то по сумме произошло сокращение на 1,7 тыс. руб. и в отчетном году указанные выплаты составили 8,7 тыс. руб. Их удельный вес в общем фонде заработной платы не изменился на протяжении анализируемого периода и составил 4 %. На данном предприятии не наблюдается денежных компенсаций работникам и заработной платы в натуральном выражении.

Рассчитаем относительную и абсолютную экономию (перерасход) фонда заработной платы предприятия за отчетный период:

Относительная экономия (перерасход)

$$\text{Э}_{\pm} = \text{ФЗП}_{\text{отч}} - (\text{РТО}_{\text{отч}} * \text{Уфзп}_{\text{пр}} / 100), \quad (2.4)$$

где ФЗП отч – фонд заработной платы отчетного года, руб.;

РТО отч – розничный товароборот отчетного года, руб.;

Уфзп_{пр} – уровень фонда заработной платы прошлого года, %.

$$\Delta \pm = 216,8 - (15465,4 * 3,37 / 100) = -304,4 \text{ (тыс. руб.)}$$

$$Уфзп_{пр} = ФЗП_{пр} / РТО_{пр} * 100 = 259,8 / 7713,3 * 100 = 3,37 (\%)$$

Или

$$\Delta \pm = (У фзп_{отч} - Уфзп_{пр}) * РТО_{отч} / 100, \quad (2.5)$$

где Уфзп_{отч} – уровень фонда заработной платы отчетного года, %.

$$У фзп_{отч} = ФЗП_{отч} / РТО_{отч} * 100 = 216,8 / 15465,4 * 100 = 1,40 \%$$

$$\Delta \pm = (1,40 - 3,37) * 15465,4 / 100 = -304,4 \text{ (тыс. руб.)}$$

$$\text{Абсолютная экономия} = ФЗП_{отч} - ФЗП_{пр} = 216,8 - 259,8 = -43 \text{ тыс. руб.}$$

Из приведенных расчетов можно говорить об абсолютной и относительной экономии фонда заработной платы.

2.2.3 Анализ затрат на производство и реализацию продукции

В таблице 2.9 представлена динамика расходов рассматриваемого торгового предприятия. Общая сумма составила 722,4 тыс. руб. в отчетном году, что меньше прошлого года на 60 тыс. руб. Издержки обращения имеют наибольший удельный вес 78,68%, их сумма составила 568,4 тыс. руб. В отчетном году предприятие платит налог на прибыль в сумме 108,2 тыс. руб.

Таблица 2. 9

Анализ расходов предприятия ООО «Алекс-Мебель», (тыс. руб.)

Показатели	2003 г.		2004 г.		Отклонение, (+,-)		Темп изменения, %
	сумма	уд. вес, %	сумма	уд. вес, %	по сумме	по уд. весу, %	
Расходы всего, в том числе:	782,4	100,00	722,4	100,00	-60,0	-	92,33
-издержки обращения	714,2	91,28	568,4	78,68	-145,8	-12,60	79,59
- проценты к уплате	-	-	-	-	-	-	-
-операционные расходы	59,6	7,62	45,8	6,34	-13,8	-1,28	76,85
-налог на прибыль	8,6	1,10	108,2	14,98	99,6	13,88	1258,1

Рассмотрим динамику издержек обращения и их структуру на основе данных таблицы 2.10.

Таблица 2.10

Анализ уровня издержек обращения по статьям затрат предприятия, тыс. руб.

Наименование статей	2003 г.		2004 г.		Отклонение по		Относит. Экономия/ перерасход
	сум- ма, руб.	уро- вень, %	сум- ма, руб.	уро- вень, %	сум- ме, руб.	по уров- ню, %	
Транспортные расходы	117,0	1,517	110,3	0,713	-6,7	-0,803	-124,2
Расходы на оплату труда	259,8	3,368	216,8	1,402	-43,0	-1,966	-304,0
Отчисления на социальные нужды	92,5	1,199	77,2	0,499	-15,3	-0,700	-108,3
Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров	15,9	0,206	6,4	0,042	-9,4	-0,164	-25,4
Расходы на рекламу	122,7	1,591	58,7	0,379	-64,0	-1,211	-187,4
Амортизация основных средств	0,7	0,009	0,7	0,004	0,0	-0,005	-0,7
Ремонт основных средств	17,7	0,230	4,5	0,029	-13,2	-0,200	-31,0
Расходы на аренду	25,9	0,336	24,4	0,158	-1,5	-0,178	-27,6
Прочие расходы	62,1	0,805	69,4	0,449	7,3	-0,356	-55,1
Итого	714,2	9,259	568,4	3,675	-145,8	-5,584	-863,6

Анализ структуры издержек обращения за отчетный и прошлый годы, проведенный по таблице 2.10 показал, что общая сумма издержек обращения сократилась на 145,8 тыс. руб. или на 20,41% и составила в отчетном году 568,4 тыс. руб.

На сокращение общей суммы издержек обращения в отчетном году повлияло сокращение сумм расходов по различным статьям, в частности расходы на рекламу сократились на 64 тыс. руб. или более чем на 50%, сумма которых составила 58,7 тыс. руб.

Еще одним важным моментом анализа издержек обращения является определение относительной экономии или перерасхода, которые определяется по формуле.

$$\text{Отн. э (п)} = (\text{Рсн(пов)} * \text{РТОотч.}) / 100, \quad (2.6)$$

где Отн э (п) – относительная экономия (перерасход), руб.;

Рсн (пов) – размер снижения или повышения уровня издержек

обращения, %;

РТОотч. – розничный товарооборот за отчетный период, руб.

Отн. э (п) = $(-5,584 * 15465,4) / 100 = -863,6$ (тыс. руб.)

Расчет говорит о том, что в отчетном году происходит экономия издержек обращения по отношению к прошлому периоду на 863,6 тыс. руб. Как показано в таблице 2.11, уровень издержек обращения сокращается за анализируемый период на 5,6 % и он составил в отчетном году 3,68%. Данная тенденция была обусловлена снижением уровней всех затрат предприятия.

2.3 Анализ финансового состояния предприятия

2.3.1 Анализ структуры баланса

Финансовое состояние предприятия во многом зависит от того, какие средства оно имеет в своем распоряжении и куда они вложены. По степени принадлежности используемый капитал подразделяется на собственный (раздел 1 пассива баланса) и заемный (разделы 2 и 3 пассива).

Следовательно, от того, насколько оптимально соотношение собственного и заемного капитала, во многом зависит финансовое положение предприятия. Структура источников формирования имущества исследуемого предприятия приведена в таблице 2.11.

Данные таблицы 2.11 свидетельствуют о следующем: величина источников формирования имущества за отчетный период сократилась на 235,9 тыс. руб. или на 2,4 % и составила на конец отчетного года 9423 тыс. руб. Это было обусловлено сокращением как собственного капитала, так и заемного на 72,9 тыс. руб., или 0,9% и на 163,2 тыс. руб., или на 8,8% соответственно. Положительным в данной ситуации является то, что удельный вес собственного капитала в составе всего имущества за отчетный период возрос на 1,3%, что обусловило сокращение доли заемного капитала на ту же величину.

Таблица 2.11

Состав и структура источников формирования имущества

Наименование Показателя	На 01.01.2004 г.		На 01.01.2005 г.		Отклонение (+;-)		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	удельн. вес, %	сумма, тыс. руб.	удельн. вес, %	по сумме, тыс. руб.	по уд. весу, %	
1.Всего источников формирования имущества, в том числе:	9659,1	100,0	9423,0	100,0	-235,9	X	97,6
2.Собственный капитал	7801,0	80,7	7728,1	82,0	-72,9	1,3	99,1
3.Заемный капитал	1858,1	19,3	1694,9	18,0	-163,2	-1,3	91,2

Сложившуюся структуру капитала, как в начале, так и на конец периода, можно оценить как вполне оптимальную, так как на долю собственного капитала приходится основная часть источников формирования имущества (80,7 и 82% соответственно). Таким образом, можно сделать вывод об относительной независимости организации от внешних источников финансирования. Более наглядно структура капитала фирмы представлена на рисунках 2.4, 2.5.

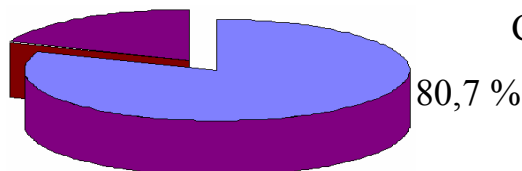
Заемный капитал 18 %



Собственный капитал 82

Рис. 2.4 Структура капитала фирмы на начало 2004 г., %

Заемный капитал 19,3 %



Собственный капитал

Рис. 2.5 Структура капитала фирмы на конец 2004 г., %

В ходе дальнейшего анализа необходимо остановиться на изучении структуры источников формирования имущества (таблица 2.12).

Таблица 2.12

Структура собственного капитала по источникам образования

Состав собственного капитала	На 01.01.2004 г.		На 01.01.2005 г.		Отклонение по		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	удельн. вес, %	сумма, тыс. руб.	удельн. вес, %	сумме, тыс. руб.	уд. весу, %	
1. Собственный капитал, всего	7801,0	100,00	7728,1	100,00	-73,1	x	99,1
2. Авансированный капитал	1200,0	15,38	1200,0	15,53	-	0,15	100,0
в том числе:							
2.1 Уставный капитал (за вычетом пополнения за счет прибыли)	1200,0	100,00	1200,0	100,00	-	-	100,0
3. Накопленный капитал,	6601,0	84,62	6528,1	84,47	-73,1	-0,15	98,9
3.1 Добавочный капитал (исключая эмиссионный доход)	4263,8	64,59	4263,8	65,31	-	0,72	100,0
3.2 Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	2337,2	35,41	2264,3	34,69	-73,1	-0,72	96,9

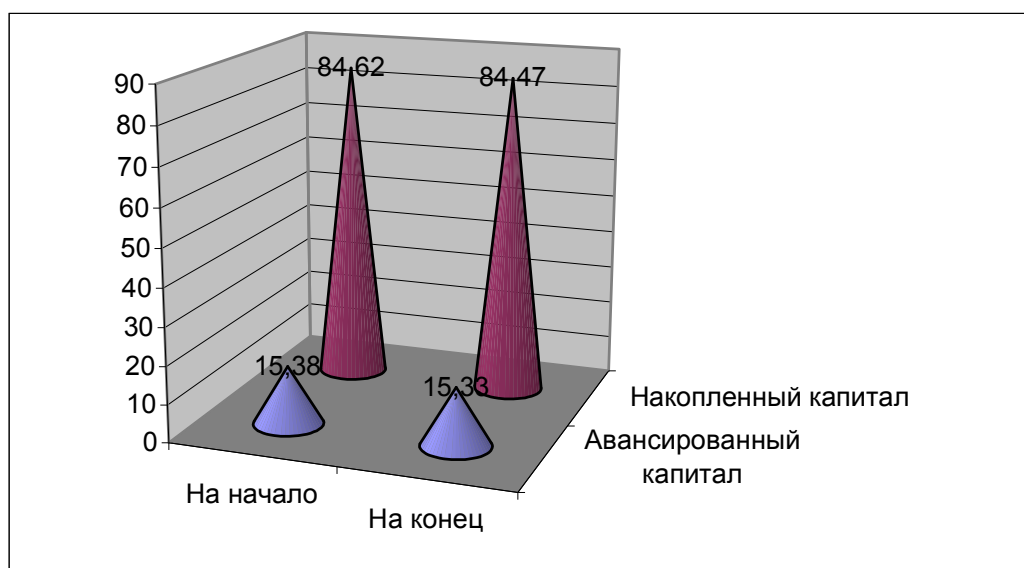


Рис. 2.6 Структура собственного капитала фирмы за 2004 год, %

Анализ таблицы 2.12 свидетельствует о том, что наибольший удельный вес приходится на накопленную часть – на конец отчетного периода доля данного источника собственного капитала составила 84,47%, что на 0,15% меньше аналогичного показателя прошлого года. Следует отметить, что накопленная часть собственного капитала была преимущественно сформирована за счет добавочного капитала, удельный вес которого за 2004

год возрос на 0,72% и составил 65,31% и нераспределенной прибыли прошлых лет – 34,69%, что на 0,72 % меньше показателя 2003 года. Авансированный капитал фирмы представлен только Уставным капиталом в размере 1200 тыс. руб., причем, данный показатель в динамике за два года не изменился.

Структуру собственного капитала по источникам образования имущества можно считать удовлетворительной, так как преобладающую долю в нем занимает накопленный капитал, а в его составе значительная доля приходится на нераспределенную прибыль.

Та часть собственного капитала, которая направляется на финансирование оборотных активов, называется собственными оборотными средствами. Они рассчитываются по формуле:

$$СОС = СК + ДО - ВА, \quad (2.6)$$

где: СОС – собственные оборотные средства;

ДО – долгосрочные обязательства;

ВА – внеоборотные активы.

Долю собственных оборотных средств в общей величине собственных финансовых ресурсов характеризует коэффициент маневренности собственного капитала. Он рассчитывается по формуле:

$$Км = \frac{СОС}{СК} \quad (2.7)$$

Расчет собственных оборотных средств, их доли в структуре собственного капитала на начало и конец анализируемого периода, а также изменений величины указанных показателей оформляется в таблице 2.13.

Таблица 2.13

Расчет собственных оборотных средств фирмы за 2004 г.

Показатели	На начало периода	На конец периода	Отклонение (+;-)	Темп роста, %
1. Собственный капитал	7801,0	7728,1	-71	99,1
2. Долгосрочные пассивы	-	-	-	-
3. Внеоборотные активы	5614,1	4881,5	-732,6	87,0

4. Собственные оборотные средства	2186,9	2846,6	659,7	130,2
5. Коэффициент маневренности собственного капитала	0,28	0,37	0,09	132,1

В таблице 2. 14 показаны состав и структура заемного капитала фирмы.

Таблица 2.14

Состав и структура заемного капитала фирмы

Наименование показателя	На 01.01 2004 г.		На 01.01 2005 г.		Отклонение (+;-)		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	удельн. вес, %	сумма, тыс. руб.	удельн. вес, %	по сумме, тыс. руб.	по уд. весу, %	
Заемный капитал, в том числе:	1858,1	100,0	1694,9	100,0	-163	X	91,2
Краткосрочные обязательства, из них:	1858,1	100,0	1694,9	100,0	-163	X	91,2
Кредиторская задолженность	1858,1	100,0	1694,9	100,0	-163	X	91,2

Динамика коэффициента маневренности оценивается позитивно, так как данный показатель возрастает на 32,14% и в отчетном периоде он составляет 0,37, что соответствует оптимальному значению. Сложившаяся на предприятии ситуация оценивается позитивно, так как свидетельствует о финансовой устойчивости анализируемой организации, т.е. оборотные активы предприятия могут финансироваться за счет его собственных оборотных средств. Положительное влияние на сложившуюся ситуацию оказали рост собственных оборотных средств, при этом сокращение в динамике стоимости внеоборотных активов также оказало положительное влияние на изменение коэффициента маневренности.

Анализируя данные, представленные в таблице 2.14, можно отметить, что заемный капитал фирмы в анализируемом периоде представлен только краткосрочными обязательствами, в частности кредиторской задолженностью, которая к концу года сократилась на 163 тыс. руб. или на 8,8 %.

Кредиторская задолженность исследуемой организации на 01.01.2003 года представлена следующими статьями:

1. Кредиторская задолженность товарного характера имела тенденцию

к снижению на 24,1% или на 53,5 тыс. руб. и на конец отчетного периода она составила 178,6 тыс. руб., при чем ее уровень сократился на 1,95% и составил 10,54%. Данная динамика кредиторской задолженности товарного характера была обусловлена изменением следующих статей:

- задолженность поставщикам и подрядчикам на конец отчетного периода этот показатель сократился на 131 тыс. руб. или на 56,6 %, что в свою очередь оказало влияние на изменение доли задолженности в кредиторской задолженности товарного характера, которая сократилась на 6,53%;

- авансы полученные - в динамике произошло наращивание данного показателя в 130 раз или на 77,5 тыс. руб., причем удельный вес данной задолженности также возрос на 4,58 %.

Таблица 2. 15

Состав и структура кредиторской задолженности

Виды задолженности	На 01.01.2004 г.		На 01.01.2005 г.		Отклонение (+;-)		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	удель- ный вес, %	сумма, тыс. руб.	удель- ный вес, %	по сумме, тыс. руб.	по уд. весу, %	
1. Кредиторская задолженность товарного характера	232,1	12,49	178,6	10,54	-53,5	-1,95	76,9
1.1 Поставщики и подрядчики	231,5	12,46	100,5	5,93	-131	-6,53	43,4
1.2 Авансы полученные	0,6	0,03	78,1	4,61	77,5	4,58	13016,7
2. Прочая кредиторская задолженность	1626,0	87,51	1516,4	89,47	-109,6	1,96	93,3
2.1. Перед персоналом организации	173,2	9,32	130,0	7,67	-43,2	-1,65	75,1
2.2. Перед государственными внебюджетными фондами	83,5	4,49	79,2	4,67	-4,3	0,18	94,9
2.3. Перед бюджетом	1260,6	67,84	1285,0	75,82	24,4	7,98	101,9
2.4 Прочие кредиторы	108,7	5,85	22,2	1,31	-86,5	-4,54	20,4
3. Итого кредиторская задолженность	1858,1	100,00	1694,9	100,00	-163,2	X	91,2
4. в том числе просроченная	46,9	2,52	19,1	1,13	-27,8	-1,39	40,7
4.1 из нее длительностью свыше 3 месяцев	46,9	2,52	19,1	1,13	-27,8	-1,39	40,7

2. Прочая кредиторская задолженность - в динамике происходит сокращение этого показателя на 6,7% или на 109,6 тыс. руб. и на конец отчетного года она составила 1516,4 тыс. руб. Следует отметить, что прочая кредиторская задолженность занимает значительную долю в общей кредиторской задолженности организации, так на конец отчетного периода удельный вес данной статьи составил 89,47%, что на 1,96% больше показателя на начало года. Прочая кредиторская задолженность представлена следующими статьями:

- задолженность перед бюджетом, сумма которой на 01.01.05 возросла на 1,9 % или на 24,4 тыс. руб. следует отметить, что данный вид задолженности занимал на начало года 67,84% общей задолженности нетоварного характера и этот показатель увеличился на 7,98% к концу года. (такая динамика характеризует деятельность предприятия с отрицательной стороны);

- задолженность перед персоналом организации сокращается в динамике на 24,9% или на 43,2 тыс. руб., что характеризует деятельность предприятия с положительной стороны;

- по остальным статьям прочей кредиторской задолженности происходит значительное сокращение: задолженность прочим кредиторам сократилась почти на 80%, и задолженность перед государственными внебюджетными фондами на 5%.

В конечном итоге общая кредиторская задолженность на конец отчетного года сократилась на 163,2 тыс. руб. или на 8,8%.

Немаловажным является тот факт, что доля просроченной кредиторской задолженности за анализируемый период сократилась на 59,3% или на 27,8 тыс. руб. и составила на конец отчетного года 1,13%. Следует отметить, что просроченная кредиторская задолженность полностью относится к просроченной задолженности длительностью более 3 месяцев, что оценивается негативно.

В обобщении вышесказанного хочется отметить, что положительными

в деятельности организации за отчетный год являются следующие аспекты:

- имущество организации сформировано преимущественно за счет собственного капитала, причем его доля за год возрастает;
- собственный капитал организации в основном представлен накопленным капиталом, в составе которого значительная доля приходится на нераспределенную прибыль;
- коэффициент маневренности собственного капитала возрастает к концу года и соответствует оптимальному значению, что свидетельствует о финансовой устойчивости организации;
- заемный капитал организации представлен бесплатным источником финансирования – кредиторской задолженностью, которая в динамике сокращается.

Основными этапами анализа имущественного положения организации являются:

- Изучение изменения общей балансовой стоимости активов;
- Изучение состава и структуры имущества в разрезе основных слагаемых (внеоборотных и оборотных активов) и их изменений;
- Изучение состава и структуры каждого из слагаемых имущества и их изменений в течение анализируемого периода.

Последовательное решение указанных задач позволяет сформировать экономически обоснованную оценку степени оптимальности структуры имущества, выявить направления использования финансовых ресурсов. В ходе решения описанных выше задач используются приемы горизонтального, вертикального и трендового анализа.

Анализ таблицы 2.16 позволяет сделать следующие выводы: на конец 2004 года на предприятии «Алекс-Мебель» произошло незначительное (на 2,44%) сокращение стоимости его активов (за счет его внеоборотной части). Следует отметить, что в отчетном периоде в организации имело место превышение темпов роста выручки от продажи товаров над темпами роста стоимости имущества, что в свою очередь свидетельствует об ускорении

скорости обращения активов и поэтому является положительным моментом в деятельности данного предприятия.

Таблица 2.16

Состав и структура имущества фирмы

Показатели	На 01.01.04 г.		На 01.01.05 г.		Отклонение (+;-)		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	по сумме, тыс. руб.	по уд. весу, %	
1. Внеоборотные активы, в т.ч.	5614,1	58,12	4881,6	51,80	-732,5	-6,32	87,0
1.1. Нематериальные активы	10,0	0,18	2,7	0,06	-7,3	-0,12	27,0
1.2. Основные средства	5604,1	99,82	4878,9	99,94	-725,2	0,12	87,1
2. Оборотные активы, в т.ч.	4045,0	41,88	4541,4	48,20	496,4	6,32	112,3
2.1. Запасы и затраты, НДС по приобретенным ценностям	2862,0	70,75	3045,8	67,07	183,8	-3,68	106,4
2.2. Краткосрочная дебиторская задолженность	1179,1	29,15	1236,5	27,23	57,4	-1,92	104,9
2.3. Денежные средства	3,9	0,10	259,1	5,71	255,2	5,61	6643,6
Итого имущества	9659,1	100,00	9423,0	100,00	-236	-	97,6

Из таблицы видно, что активы предприятия представлены оборотным и внеоборотным имуществом. Доля последнего на 01.01.05 составила 51,8%, что на 6,32 % ниже значения на начало отчетного периода. Сложившуюся структуру активов можно оценить не удовлетворительно, так как в организациях преобладающим элементом должны являться основные средства, входящие в состав внеоборотных активов.

Однако следует отметить ухудшение структуры активов в связи со снижением удельного веса внеоборотных активов за счет сокращения остаточной стоимости основных средств, что характеризует ухудшение состояния материально-технической базы организации.

Далее следует отметить, что внеоборотное имущество представлено нематериальными активами и основными средствами. Сокращение в

динамике рассматриваемого вида активов произошло преимущественно за счет сокращения стоимости основных средств – на 725,2 тыс. руб., которые занимают в составе внеоборотных активов наибольший удельный вес, а именно более 99% на 01.01.05.

Что касается нематериальных активов, то стоимость их в динамике в абсолютном выражении сократилась несущественно – на 7,3 тыс. руб.

Теперь рассмотрим состав и структуру оборотных активов торговой организации «Алекс-Мебель». Следует отметить, что основная доля в составе данного вида имущества пришлась на запасы и затраты. Положительным моментом является тот факт, что сумма запасов возрастает к концу анализируемого периода меньшими темпами, чем выручка от продаж, что обеспечивает ускорение оборачиваемости запасов. Увеличение дебиторской задолженности в течение отчетного периода не является значительным – 57,4 тыс. руб. или 4,9%. В условиях роста выручки в 2 раза данное увеличение дебиторской задолженности оценивается удовлетворительно. В качестве позитивного момента следует выделить сокращение доли дебиторской задолженности в составе оборотных активов на 1,92%. Позитивно также оценивается увеличение денежных средств на 255,2 тыс. руб., и повышение их доли в составе оборотных активов до 5,71%, что свидетельствует о существенно повышении абсолютной ликвидности баланса. Таким образом, можно сделать вывод об удовлетворительной структуре оборотных активов организации и ее улучшении в течение анализируемого периода.

Анализируя состав и структуру материальных оборотных активов можно отметить, что за отчетный период материальные оборотные активы возросли на 363,8 тыс. руб. или на 6,4% преимущественно за счет роста готовой продукции и товаров для перепродажи на 30,7 % или на 185,4 тыс. руб., а также за счет увеличения показателя по статье – сырье, материалы и другие аналогичные ценности с учетом НДС – на 14,6 тыс. руб. или на 0,7%.

Таблица 2.17

Состав и структура материальных оборотных активов фирмы

Материальные оборотные активы	На 01.01.2004 г.		На 01.01.2005 г.		Отклонение (+;-)		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	по сумме, тыс. руб.	по уд. весу, %	
Сырье, материалы и другие аналогичные ценности (с учетом НДС)	2238,6	78,22	2253,2	73,98	14,6	-4,24	100,7
Готовая продукция товары для перепродажи	603,7	21,09	789,1	25,91	185,4	4,82	130,7
Расходы будущих периодов	19,7	0,69	3,5	0,11	-16,2	-0,58	17,8
ИТОГО	2862,0	100,00	3045,8	100,00	363,8	X	106,4

Наибольший удельный вес в общей величине материальных оборотных активов принадлежит материалам 73,98% на конец 2004 года. Следует отметить, что доля данной статьи в общей величине материально-производственных запасов сокращается на 4,24% в пользу увеличения доли готовой продукции, которая на конец отчетного года составила 25,91%.

Далее проведем анализ дебиторской задолженности (таблица 2.18). Дебиторская задолженность возрастает за отчетных год на 57,4 тыс. руб. или на 4,9%.

Увеличение дебиторской задолженности было обусловлено ростом краткосрочной дебиторской задолженности, в частности задолженности покупателей и заказчиков на сумму 69,8 тыс. руб. или 7,9%, следует отметить, что 77,6% всей дебиторской задолженности относится на данную статью и доля ее возрастает на 2,16%. Рост краткосрочной дебиторской задолженности был уменьшен сокращением задолженности прочих дебиторов на 4,2% или на 12,3 тыс. руб.

Таблица 2.18

Состав и структура дебиторской задолженности фирмы

Виды задолженности	На 1.01.2004 г.		На 1.01.2005 г.		Отклонение (+;-)		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	удельный вес, %	сумма, тыс. руб.	удельный вес, %	по сумме, тыс. руб.	по уд. весу, %	
1. Дебиторская задолженность, всего	1179,1	100,00	1236,5	100,00	57,4	100,00	104,9
3. Краткосрочная дебиторская задолженность	1179,1	100,00	1236,5	100,00	57,4	-	104,9
3.1 Покупатели и заказчики	883,1	74,90	952,9	77,06	69,8	2,16	107,9
3.2 Прочие дебиторы	295,9	25,10	283,6	22,94	-12,3	-2,16	95,8
4. Просроченная задолженность	657,4	55,75	596,1	48,21	-61,3	-7,54	90,7
4.1 В том числе длительностью более 3-х месяцев	657,4	55,75	596,1	48,21	-61,3	-7,54	90,7

Необходимо отметить, что долгосрочная дебиторская задолженность у данной организации отсутствует, что оценивается позитивно.

Подводя итоги этого раздела дипломной работы можно отметить следующее:

Наибольшая доля в структуре имущества организации принадлежит внеоборотным активам, в частности основным средствам. Оборотные активы сформированы в большей степени за счет запасов и затрат с учетом НДС. С учетом отраслевой специфике деятельности данная структура имущества оценивается как неудовлетворительная. Динамика внеоборотных активов оценивается негативно: уменьшение остаточной стоимости основных средств свидетельствует об ухудшении состояния собственной материально-технической базы организации;

Динамику оборотных активов можно оценить позитивно: запасы и дебиторская задолженность увеличиваются более низкими темпами, чем выручка от продажи, что свидетельствует об ускорении их оборачиваемости; увеличение денежных средств характеризует повышение абсолютной ликвидности баланса.

2.3.2 Анализ ликвидности

В качестве внешнего проявления финансовой устойчивости выступает платежеспособность предприятия, сущностью которой является обеспеченность оборотных активов долгосрочными источниками формирования. Большая или меньшая текущая платежеспособность (или неплатежеспособность) обусловлена большей или меньшей степенью обеспеченности (или необеспеченности) оборотных активов долгосрочными источниками.

Платежеспособность – это возможность предприятия своевременно и в полном объеме расплачиваться по своим обязательствам и требованиям, предъявляемым одновременно со стороны всех кредиторов организации. При анализе платежеспособности осуществляют анализ ликвидности баланса. Ликвидность баланса – это степень покрытия отдельных статей активов, расположенных по степени убывания уровня ликвидности, соответствующими статьями пассивов, которые расположены по принципу убывания необходимости их возврата.

Для начала рассмотрим ликвидность баланса фирмы (таблица 2.19).

Таблица 2.19

Анализ ликвидности баланса фирмы за 2004 год

АКТИВ	На 1.01.04	На 1.01.05	ПАССИВ	На 1.01.04	На 1.01.05	Платежный недостаток / излишек	
						на 1.01.03	на 1.01.04
Наиболее ликвидные активы - А1	3,9	259,1	Наиболее срочные пассивы - П1	1858,1	1694,9	-1854,2	-1435,8
Быстрореализуемые активы - А2	1822,6	2044,7	Краткосрочные пассивы - П2	-	-	1822,6	2044,7
Труднореализуемые активы - А3	2215,5	2237,6	Долгосрочные пассивы - П3	-	-	2215,5	2237,6
Постоянные активы - А4	5614,1	4881,5	Постоянные пассивы - П4	7801,0	7728,1	-2186,9	-2846,6
БАЛАНС	9659,1	9423,0	БАЛАНС	9659,1	9423,0	X	X

Анализ данных, представленных в таблице, позволил сделать вывод, что баланс исследуемого предприятия, не является абсолютно ликвидным, так как наблюдается не соблюдение первое неравенства системы, предусматривающего покрытие краткосрочной задолженности предприятия его денежными средствами.

Следует отметить, что в связи с отсутствием у фирмы краткосрочных кредитов и займов, а так же долгосрочных пассивов, отмечалось соблюдение второго и третьего неравенств системы. Таким образом, у предприятия не очень высок риск неплатежеспособности и средства для дальнейшего развития у него в принципе есть. Однако количественная и объективная оценка действительного уровня ликвидности организации может быть дана только на основе расчета системы относительных показателей ликвидности, которые представлены в таблице 2.20.

Таблица 2.20

Анализ динамики текущего уровня платежеспособности за 2004 год

Показатели	На 01.01.04	На 01.01.05	Отклонение (+;-)	Темп роста, %
1. Краткосрочные обязательства	1858,1	1694,9	-163,2	91,22
2. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	3,9	259,1	255,2	6643,6
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	-	0,15	0,15	-
4. Краткосрочная дебиторская задолженность	1179,1	1236,5	57,4	104,87
5. Коэффициент срочной ликвидности	0,64	0,88	0,24	-
6. Запасы и затраты с НДС	2838,9	3030,2	191,3	106,74
7. Коэффициент текущей ликвидности	2,16	2,67	0,51	-

Рассчитанный коэффициент абсолютной ликвидности показал, что на конец 2004 года повышается доля краткосрочных долгов организации, которую она в состоянии погасить за счет наиболее ликвидных активов. Так если в конце прошлого периода фирма за счет своих денежных средств могло погасить лишь 0,2 % обязательств краткосрочного характера, то в связи с ростом в 66 раз денежных средств, в конце 2003 года организация была способна погасить 15 % краткосрочной задолженности, что соответствует

оптимальному значению.

Далее проанализируем коэффициент срочной ликвидности. В динамике наблюдается рост данного показателя. Причем его значение соответствует оптимальному (0,7-1,0), что свидетельствует о том, что денежные средства и предстоящие поступления от текущей деятельности предприятия в состоянии покрыть его текущие долги на 88 % при условии полного погашения дебиторской задолженности. Наблюдается рост коэффициента текущей ликвидности на 0,51, его значение на конец года составило 2,67. Считается допустимым, когда коэффициент текущей ликвидности варьирует в пределах 1,0-2,0. Нижняя граница указывает на то, что величина оборотных активов должна быть достаточной для погашения всех обязательств краткосрочного характера. Анализ коэффициента покрытия позволил сделать вывод, что рассматриваемое в дипломной работе предприятие ликвидно, т.е. в состоянии продолжать свою деятельность после погашения краткосрочных долгов.

Таким образом, можно выделить следующие моменты, характеризующие деятельность фирмы. Для начала необходимо отметить, что для предприятия характерна оптимальная структура активов (доля внеоборотных активов организации занимает чуть более 50 % в общей стоимости его имущества). К концу 2004 года происходит незначительное улучшение состава и структуры имущества предприятия. На протяжении двух периодов наблюдается наличие не значительного удельного веса краткосрочной задолженности, что ограждает предприятия от риска неплатежеспособности. На 01.01.2005 года удельный вес реального собственного капитала анализируемого предприятия составил 82 % от общей суммы его пассивов. В динамике также наблюдается снижение финансовой зависимости предприятия от внешних источников финансирования.

2.3.3 Анализ финансовой устойчивости

Для начала проведем анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости анализируемой организации, используя данные таблицы 2.21.

Согласно данным таблицы на начало 2004 года у предприятия было неустойчивое финансовое положение. Данное заключение основывается на превышении суммы запасов и затрат над величиной нормальных источников финансирования (в нашем случае это сумма кредиторской задолженности товарного характера и собственные оборотные средства) над суммой запасов и затрат.

Таблица 2.21

Анализ динамики абсолютных показателей финансовой устойчивости фирмы «Алекс-Мебель» на начало и конец 2004 года, тыс. руб.

Показатели	На 01.01.04	На 01.01.05	Отклонение, (+;-)	Темп роста, %
1. Запасы и затраты с НДС	2842,3	3042,3	200,0	107,0
2. Собственный капитал	7801,0	7728,1	-73,1	99,1
3. Внеоборотные активы	5614,1	4881,5	-732,6	87,0
4. Собственные оборотные средства	2186,9	2846,6	659,7	130,2
5. Уд. вес СОС в общей стоимости запасов и затрат, %	76,94	93,57	16,63	-
6. Кредиторская задолженность товарного характера	232,1	178,6	-53,5	76,9
7. Просроченные краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность	46,9	19,1	-27,8	40,7
8. Кредиторская задолженность нетоварного характера	1626,0	1516,4	-109,6	93,3
9. Общая величина основных источников для финансирования запасов и затрат (стр. 5+стр.7+стр.8-стр.9)	2372,1	3006,1	634,0	126,7
10. Излишек/недостаток общей величины основных источников финансирования запасов (стр.11-стр.1)	-470,2	-36,2	434,0	7,7

Как показывает таблица 2.21, общая величина основных источников, предназначенных для финансирования запасов и затрат предприятия на 01.01.2005 года составила 3006,1 тыс. руб., что на 26,7 % больше, чем на начало периода.

Следует отметить, что в динамике произошло значительное сокращение нормальных источников финансирования запасов на 434 тыс.

руб. или 92,3%. В результате этого анализируемая организация на конец периода, в отличие от начала 2004 года, получила недостаток общей величины основных источников финансирования запасов в размере 36,2 тыс. руб. Теперь приступим к непосредственному анализу относительных коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость фирмы «Алекс-Мебель» (табл. 2.22).

Таблица 2.22

Расчет относительных коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость на конец прошлого и отчетного периодов

Показатели	Полученное значение		Отклонение (+;-)
	На 1.01.04	На 1.01.05	
Коэффициент финансовой автономии (K_a)	0,81	0,82	0,01
Коэффициент перманентного капитала ($K_{пк}$)	0,81	0,82	0,01
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными оборотными средствами ($K_{мпз}$)	0,76	0,94	0,18
Коэффициент соотношения собственных и заемных средств ($K_{з/с}$)	4,20	4,60	0,40
Коэффициент концентрации заемного капитала ($K_{кзк}$)	0,19	0,18	-0,01
Коэффициент маневренности собственного капитала (K_m)	0,28	0,37	0,09
Коэффициент покрытия инвестиций ($K_{пн}$)	2,59	1,72	-0,87
Доля вложения средств в торгово–производственный потенциал предприятия ($K_{дс}$)	0,88	0,84	-0,04

Полученное на 01.01.2004 года значение коэффициента финансовой автономии (в размере 0,81 ед.) показало не значительную зависимость исследуемого предприятия от внешних источников финансирования. В динамике же происходит еще большее наращивание финансовой самостоятельности организации.

В связи с отсутствием у предприятия долгосрочных обязательств, значение коэффициента перманентного капитала совпадает со значением коэффициента финансовой автономии, как на начало, так и на конец отчетного периода. Повышение коэффициента в динамике оценивается положительно, так как способствует увеличению размера собственных оборотных средств.

Для коэффициента обеспеченности запасов и затрат собственными оборотными средствами на протяжении отчетного периода также характерно положительное значение. Следует отметить, что коэффициент на 1.01.04 соответствовал оптимальному значению (05-08) – 0,76 ед. и к концу года этот показатель возрос до 0,94 ед., это свидетельствует о позитивной тенденции в деятельности организации.

Коэффициент соотношения собственных и заемных средств рассчитывается в качестве дополнения к коэффициенту финансовой автономии. Полученное значение данного показателя на 1 января 2004 года составило 4,2 ед., тогда как нормативное значение коэффициента составляет единицу. К тому же на конец отчетного периода происходит увеличение данного показателя на 0,4 ед., что свидетельствует о дальнейшем улучшении сложившейся на предприятии ситуации: происходит еще большее сокращение доли заемных средств по сравнению с собственными. Полученное значение коэффициента концентрации заемного капитала оценивается положительно и свидетельствует о том, что доля последнего в валюте баланса на конец отчетного периода составила 18 %, что ниже значения показателя, рассчитанного на 01.01.2004 года.

Полученное значение коэффициента покрытия инвестиций показывает, что на начало года большая часть собственного капитала фирмы служила источником формирования оборотных активов. В динамике происходит снижение анализируемого коэффициента.

Далее необходимо сказать, что доля вложения средств в торгово-производственный потенциал предприятия в течение 2004 года была намного выше рекомендуемого значения данного показателя (при этом в динамике наблюдается его снижение на 0,04 ед.) и на конец отчетного периода он составил 0,84 против рекомендуемого – 0,5, что свидетельствует об удовлетворительном развитии материально-технической базы анализируемой организации.

2.3.4 Анализ оборачиваемости средств предприятия

Как было сказано ранее в дипломной работе, деловая активность предприятия в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота его средств. Для анализа деловой активности фирмы «Алекс-Мебель» был взят ряд показателей, характеризующих оборачиваемость имущества данного предприятия и источников его формирования (таблица 2.23).

Таблица 2.23

Расчет относительных коэффициентов, характеризующих деловую активность фирмы «Алекс-Мебель» за 2003 и 2004 гг.

Показатель	2003 г	2004 г	Отклонение (+;-)
1. Фондоотдача, руб.	0,9	1,9	1,00
2. Оборачиваемость дебиторской задолженности, обороты	6,9	12,8	6,1
3. Оборачиваемость запасов, обороты	2,9	5,3	2,4
4. Оборачиваемость собственного капитала, обороты	1,0	2,0	1,0
5. Оборачиваемость всех оборотных активов	2,0	3,6	1,6
6. Общая оборачиваемость капитала, обороты	0,8	1,6	0,8

Согласно данным таблицы в отчетном периоде, по сравнению с 2003 годом, произошло увеличение значений всех показателей деловой активности анализируемого предприятия, что рассматривается как позитивный момент в деятельности фирмы «Алекс-Мебель». Рост в динамике фондоотдачи на 1 руб. свидетельствует о повышении эффективности использования основных средств и ведет к их относительной экономии. Ускорение в 2004 году оборачиваемости дебиторской задолженности может быть вызвано сокращением продаж в кредит и улучшением платежеспособности покупателей, а также сокращением периода рассрочки платежа, указанного в договорах.

Далее отметим, что в динамике также происходит относительное сокращение запасов, о чем свидетельствует рост их скорости обращения данного показателя на 2,38 оборота. Также необходимо отметить, что увеличение в динамике оборачиваемости собственного капитала фирмы

«Алекс-Мебель» составило 1,01 оборота.

В динамике наблюдалось увеличение оборачиваемости всех оборотных активов анализируемой организации на 1,5 оборота. Следует отметить, что для данного предприятия на протяжении двух лет была характерна низкая скорость обращения капитала (0,8 и 1,64 оборота. соответственно). Рост данного показателя в динамике означает ускорение кругооборота средств фирмы.

2.3.5 Анализ рентабельности

Далее проведем анализ рентабельности деятельности фирмы (таблица 2.24.).

Таблица 2.24

Расчет относительных коэффициентов, характеризующих рентабельность фирмы «Алекс-Мебель» за 2003 - 2004 гг., %.

Показатель	2003 г.	2004 г.	Отклонение (+;-)
1. Рентабельность продаж	1,58	1,39	-0,19
2. Чистая рентабельность собственного капитала	0,3	2,6	2,3
3. Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов	0,4	4,1	3,7
4. Рентабельность обычной деятельности предприятия	0,26	1,30	1,04
5. Рентабельность конечной деятельности	0,26	1,30	1,04
6. Рентабельность активов	0,2	2,1	1,9
7. Рентабельность инвестиций	0,4	4,0	3,6

Следует отметить, что в течение отчетного периода для предприятия была характерна низкая рентабельность. Однако на конец 2004 года происходит хоть и незначительное, но увеличение всех показателей, характеризующих эффективность хозяйственной деятельности данной организации. Причиной сложившейся ситуации послужил существенный рост прибыли. Однако следует заметить, что, несмотря на положительную динамику анализируемых показателей их величина незначительна, поэтому говорить о высокой эффективности деятельности фирмы «Алекс-Мебель» нецелесообразно.

Далее проведем анализ каждого из показателей, характеризующих рентабельность отдельных видов деятельности и имущества данной организации в отдельности. Так, на конец 2004 год рентабельность продаж предприятия составила 1,39 %, что примерно на 0,2 % ниже базисного значения. Что касается рентабельности обычной и конечной деятельности рассматриваемой организации, то значения этих двух показателей совпадают, поскольку в течение анализируемого периода у фирмы «Алекс-Мебель» отсутствовали чрезвычайные расходы и доходы, величина которых оказывает влияние на чистую прибыль предприятия. Также следует отметить, что величина данных коэффициентов составила в отчетном периоде 1,3 %, увеличившись по сравнению с началом года на 1,04 %.

Теперь рассмотрим рентабельность имущества предприятия и источников его формирования. Так, величина рентабельности активов показывает, что в среднем за 2004 год фирма «Алекс-Мебель» с каждых 100 рублей вложенных средств получила 2,1 руб. чистой прибыли. Эффективность использования основных средств анализируемого предприятия в отчетном периоде по сравнению с прошлым выросла на 3,7 %, составив 4,1 %.

Согласно данным таблицы 2.13 с каждых 100 рублей капитала, вложенного собственниками, предприятие получает 2,6 рубля чистой прибыли, что на 2,3 руб. выше значения данного показателя, полученного в среднем за 2003 год. Что касается рентабельности инвестиций, то полученное за отчетный период значение данного показателя свидетельствует о росте в динамике эффективности использования средств, инвестированных в предприятие.

Таким образом, в отчетном периоде происходит рост основных показателей оборачиваемости и рентабельности деятельности торговой организации «Алекс-Мебель», что свидетельствует о повышении ее деловой активности.

Далее определим влияние изменения показателей использования

оборотных активов на динамику выручки (таблица 2.25).

Таблица 2.25

Расчет влияния объема и оборачиваемости оборотных средств на изменение выручки от продаж фирмы за 2003 - 2004 гг.

Факторы	Влияние на изменение выручки		
	методика расчета	расчет	величина, тыс. руб.
1. Средняя величина оборотных активов ($\overline{ОбА}$)	$\Delta B(\overline{ОбА}) = \Delta \overline{ОбА} * C_{ОбА_0}$	459,8*2,012	925,2
2. Оборачиваемость оборотных активов ($C_{ОбА}$), обор.	$\Delta B(C_{ОбА}) = \Delta C_{ОбА} * ОбА_1$	1,590*4293,3	6826,9
3. Выручка от продаж (В)	$\Delta B(\overline{ОбА}) + \Delta B(C_{ОбА})$	925,2+6826,9	7752,1

Выручка от продаж увеличилась за отчетный период на 7752,1 тыс. руб. На это изменение в большей степени повлияло ускорение оборачиваемости оборотных средств, которые привели к росту выручки от продаж на 6826,9 тыс. руб., а также средняя величина оборотных активов, которая увеличила анализируемый показатель на 925,2 тыс. руб. Данная динамика показателей оценивается позитивно.

Сумма высвобожденных из оборота средств в связи с изменением оборачиваемости оборотных активов составила 3393 тыс. руб.

$$\Delta \overline{ОбА}(C_{ОбА}) = \overline{ОбА}_1 - \overline{ОбА}_0 * \frac{B_1}{B_0} = 4293,3 - 3833,5 * 15465,4/7713,3 = -3393$$

тыс. руб.

Таким образом, ускорение оборачиваемости оборотных средств позитивно отразилось на финансовом положении, способствовало относительному сокращению привлеченных финансовых ресурсов, повышению эффективности деятельности организации. В целом происходит наращивание оборачиваемости и рентабельности основных показателей деятельности организации, что является признаком повышения деловой активности фирмы «Алекс-Мебель».

3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.1 Содержание, цели и задачи проекта

В данной работе предлагается организовать производство детского уголка из части комплектующих произведенных в США, Англии, Германии и части комплектующих производства ООО «Алекс-Мебель».

Для исследования деятельности конкурентов, была придумана модель детского уголка, которая предъявлялась фирмам для заказа.

Модель представляет собой четыре секции следующих размеров:

Шкаф-сектор: ширина 1.1, глубина 0.25, высота 1.8.

Шкаф-колонка: ширина 0.44, глубина 0.35, высота 1.8.

Шкаф-тумба: ширина 0.84, глубина 0.35, высота 1.8.

Шкаф платяной: ширина 0.84, глубина 0.55, высота 1.8.

Внутреннее пространство занято полками, посередине шкафа перегородка из ДСП.

Удобство данного детского уголка заключается в том, что он может выступать в виде самостоятельного шкафа и как встроенный шкаф, где в качестве задних и боковых стенок используют стены комнат, что наиболее удобно, так как во многих квартирах есть ниши и углубления.

Предлагаемый уголок займет намного меньше места в детской комнате, чем обычная мебель. В свою очередь, благодаря раздвижным дверям, предложенным для платяного шкафа, не потребуется ни одного лишнего сантиметра площади.

В результате были выбраны наилучшие экологически чистые плиты ДСП из Германии, безопасные зеркала из Англии, надежные металлические профили. В наше время, когда из-за загрязнения окружающей среды, из-за использования в быту и на рабочих местах мебели выделяющей формальдегидные смолы, происходит ухудшение здоровья, большую

актуальность имеет задача производства экологически чистой мебели. Используемые плиты ДСП, облицованные декоративной пленкой, имеют Сертификат Общества сертификации в Европе и Гигиенический сертификат ГК СЭН Российской Федерации.

Все поставляемые комплектующие и материалы проходят обязательный входной контроль. Высокий уровень качества продукции позволяет давать трехлетнюю гарантию на двери и пятилетнюю гарантию на внутренние каркасы. Послепродажная гарантия – это еще один важный показатель среди прочих, формирующих положительный образ предлагаемого продукта в сознании потребителя.

Еще одним из многочисленных преимуществ является то, что внутреннее пространство уголка полностью в распоряжении заказчика. Для того чтобы сделать внутреннее пространство уголка максимально удобным, полезным, практичным и элегантным существует широкий диапазон возможностей:

- полки и внутренние панели/перегородки из ДСП-плиты;
- различной модификации выдвижные ящики;
- сотовые элементы конструкции;
- любая комбинация сотовых элементов, полок и внутренних панелей/перегородок из ДСП-плиты.

Кроме того, сотовые элементы – это последнее слово в современном шкафостроении. Их преимущества состоят в том, что они:

- обеспечивают постоянную сквозную циркуляцию воздуха в шкафу – все и везде проветривается;
- не накапливают влагу – в шкафу идеально сухо;
- все и везде видно, а значит доступно в любой момент – легко найти, не выворачивая шкаф наизнанку;
- являются экологически чистыми продуктами – не загрязняют одежду;
- просты и удобны в использовании.

Еще одно достоинство – одиннадцать вариантов расцветок, что тоже

должно привлечь покупателей.

Кедровые элементы, встроенные в уголок, помогут избежать появления моли, кроме того, кедр – лучший природный дезодорант – избавит от неприятных запахов.

Не хотелось, чтобы сложилось мнение, что детский уголок применим только в быту. Кроме квартиры он имеет множество офисных применений, например, можно построить офисные перегородки, которые одновременно будут и шкафами, служащими для хранения документации, товара и т.д.

Подводя итог вышеперечисленному, хочется подчеркнуть что:

Детский уголок, изготавливаемый под любой размер по желанию заказчика, является товаром – новинкой высокого качества, которым должны заинтересоваться потребители при соответствующем уровне цен.

Данный уголок применим как в быту, так и в офисах, что должно привлечь как бытовых потребителей, так и различные организации при должном уровне рекламной кампании.

Организация производства данного изделия не требует больших производственных затрат, так как сборка мебели производится из готовых комплектующих; не требует большого количества рабочих; требуется небольшая площадь – 60 – 80 кв.м.

Часть внутренних комплектующих можно изготавливать непосредственно в ООО «Алекс-Мебель», что значительно удешевит стоимость уголка.

Московская фирма ProMa предлагает поставку комплектующих для производства детского уголка. Предлагается также многоразовая возвратная тара для транспортировки зеркальных дверей.

Рентабельность данного производства по Москве составляет 90 -100 %.

В данном дипломном проекте рассматривается возможность организации производства детского уголка на базе ООО «Алекс-Мебель».

3.2 Разработка плана маркетинга

С увеличением динамики и сложности среды, окружающей предприятие, возрастает роль планирования, причем планирование должно позволять приспосабливаться к быстроменяющимся условиям. Планирование маркетинга имеет в этой связи особое значение. Очень важно правильно выбрать формы инструментов маркетинга и объединить их в наиболее оптимальный, с точки зрения поставленной цели, комплекс.

При выдвигании товара на рынок, одним из наиболее важных моментов удержания на нем является конкурентоспособность, т.е. возможность сбыта на данном рынке. Конкурентоспособность определяется теми свойствами, которые представляют существенный интерес для покупателя.

Для того чтобы не только удержаться на рынке, но и захватить большую долю рынка необходимо создать конкурентное преимущество.

Завоевать такое преимущество можно по следующим показателям:

количество расцветок; выезд для замера; стоимость сборки; срок изготовления; стоимость подъема; цена; внимание к покупателям; качество; гарантия.

3.2.1 Оценка конкурентоспособности предприятия

Исследуя рекламу на страницах наиболее популярных газет и телерекламу, было выявлено, что в г. Красноярске существует несколько предприятий, занимающихся производством и реализацией мебели, а также несколько фирм, продаваемых мебель. Среди них такие как: мебельная фабрика «Нильс», ЗАО «Енисейстрой», мебельный салон «Кристи», сеть магазинов «Шатура-Мебель», фирма «Люкс», ООО «Командор». Это далеко не полный перечень, но остальные не настолько велики, чтобы выступать в качестве конкурентов. Рассмотрим какую долю рынка занимает каждая из этих фирм (Рисунок 3.1).

В качестве конкурентов могут выступить три фирмы, занимающиеся аналогичным изготовлением мебели:

Мебельный салон «Шатура-Мебель», находящийся на проспекте Красноярский рабочий;

ООО «Командор», находящееся на ул. Парижской Коммуны;

Фирма «Люкс», которая находится на ул. Сурикова, в микрорайоне Северный, на ул. К.Маркса.

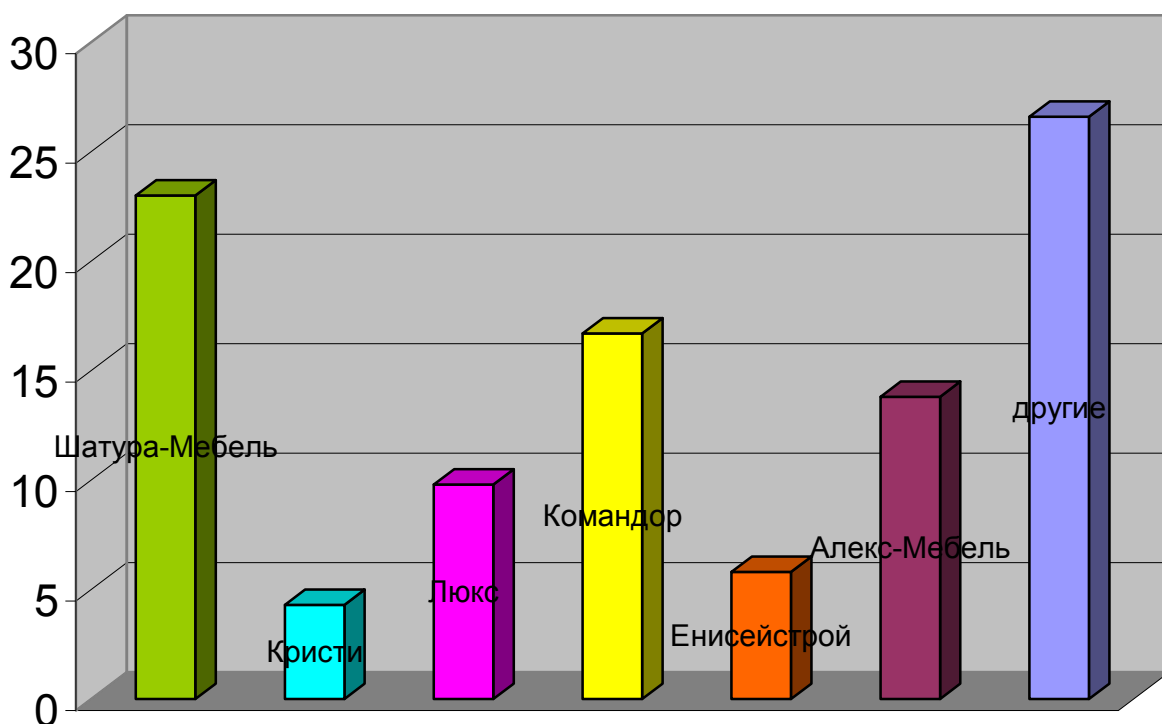


Рис. 3.1 Доли конкурентов на рынке

В результате проделанной работы выявлено следующее:

В салоне «Шатура» представлены расцветки 10 видов. Комплектующие фирмы «Stenli». Выезд для замера на дом – 50 руб. Стоимость сборки – 7% от стоимости заказа. Стоимость подъема – 15 руб. за этаж. Стоимость представленного для обсчета заказа составила 14600 рублей. Представители фирмы очень подробно рассказали стоимость каждого элемента и посоветовали из чего сделать перегородки и полки, чтобы уголок обошелся дешевле. Срок изготовления – 5 дня. Впечатление о фирме осталось хорошее.

Период существования – полтора года. За этот период было изготовлено и продано 1290 заказов.

В ООО «Командор» представлены расцветки 7 видов. Комплектующие фирмы «Mr.Doors». Выезд для замера на дом бесплатный. Стоимость сборки – 10% от стоимости заказа. Стоимость подъема – 10 руб. за этаж. В этой фирме представленный уголок обойдется 15200 рублей. Срок изготовления – пять дней. Сведения о стоимости каждого элемента в отдельности представители фирмы давали неохотно. Период существования – 1 год 4 месяца. За это время было продано 590 уголков.

В фирме «Люкс» представлены расцветки 10 видов. Комплектующие фирмы «Stenli». Выезд для замера бесплатный. Стоимость сборки – 6% от стоимости заказа.

Срок изготовления – 7 дней. Стоимость уголка составит 16900 руб.

Качество изготовления сравнительно одинаковое, все фирмы дают гарантию на 3 года.

Теперь рассмотрим показатели ООО «Алекс-Мебель»:

Для улучшения качества обслуживания, работники будут выезжать на дом к заказчикам для снятия мерок. Причем данная услуга будет предоставляться бесплатно.

За сборку мебели предлагаю брать сумму, которая составляет 5% от стоимости. По сравнению с конкурентами, стоимость этой услуги гораздо ниже.

На первом этапе (не менее 5-6 месяцев) срок изготовления предлагаем установить, как и у конкурентов – пять дней.

Своими работниками фирма видит людей грамотных, вежливых, внимательных к запросам клиентов. В качестве продавца-консультанта будет принят человек, который пройдет обучение и в дальнейшем сможет консультировать заказчиков по следующим вопросам:

- как лучше подобрать цветовую гамму;
- какая комбинация секций наиболее приемлема для данных размеров;

- какую начинку подобрать в соответствии с запросами клиентов.

Доставка и подъем на любой этаж – бесплатно.

Гарантию на изделия предлагаю установить 3,5 года, что несколько больше, чем у конкурентов, и это должно привлечь покупателей.

При сравнительном с конкурентами уровне качества, цену придется назначить ниже, т.к. на рынок с данным товаром мы выходим не первыми, т.е. являемся последователями.

Основываясь на вышеизложенном, составим таблицу 3.1.

Таблица 3.1

Показатели для установления конкурентоспособности

Показатели	Салон «Шатура»	ООО «Командор»	Фирма «Люкс»	ООО «Алекс- Мебель»
Кол-во расцветок	12	7	10	11
Выезд для замера	50 руб.	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно
Стоимость сборки	7% от стоимости	10 % от стоимости	6% от стоимости	5% от стоимости
Срок изготовления	5 дней	5 дней	7 дней	5 дней
Стоимость подъема, за этаж	15 руб.	10 руб.	Бесплатно	Бесплатно
Цена	14600 руб.	15200 руб.	16900 руб.	13500 руб.
Внимание к покупателям	Хорошее	Хорошее	Хорошее	Хорошее
Качество	Хорошее	Хорошее	Хорошее	Хорошее
Гарантия	3 года	3 года	1 год	3,5 года

Как видно из таблицы фирма может предстать в глазах клиентов в более выгодном положении по сравнению с конкурентами по следующим показателям:

- цена изделия;
- стоимость сборки;
- срок гарантии;
- стоимость подъема.

Наиболее важным из перечисленных показателей является цена. Из таблицы видно, что у ООО «Алекс-Мебель» цена ощутимо ниже, чем у конкурентов.

3.2.2 Выбор стратегии ценообразования

Следующим шагом определения направления рыночной ориентации в деятельности организации является определение позиции продукта на отдельных рыночных сегментах – позиционирование рынка. Позиция продукта – это мнение определенной группы потребителей относительно важнейших характеристик продукта.

Респондентам предлагалось проранжировать по степени значимости для них следующие показатели исследуемого продукта: качество, дизайн, цена, полезность, срок гарантии.

По результатам опроса наибольший вес принадлежит таким показателям, как качество и цена. Именно на эти два показателя следует обратить внимание при позиционировании продукта.

Для завоевания крепких позиций в конкурентной борьбе, исходя из результатов позиционирования, следует развивать соответствующую маркетинговую деятельность, в частности подходящее ценообразование и хорошую рекламу.

Ценовая политика – одна из главных составляющих маркетинговой деятельности, роль которой все больше возрастает. Верная ценовая политика оказывает долговременное воздействие на всю производственно-сбытовую деятельность.

Проблема определения цен решается из трех подходов:

- каждое предприятие должно экономически обеспечить свое существование, т.е. цена должна покрывать затраты, связанные с деятельностью предприятия;
- предприятие должно получить достаточную прибыль;
- учитывать цены конкурентов, т.к. величина цены, которую потребитель готов платить существенно зависит от предложения конкурентов.

В данном проекте предлагается строить ценовую стратегию, исходя из издержек и конкуренции. Ориентация на издержки подразумевает

определение цены исходя из издержек производства, накладных расходов, к которым добавляется расчетная прибыль. Смысл ориентации на конкурентов заключается в установлении цены в районе цены конкурентов. В нашем случае цена должна быть ниже цены конкурентов для того, чтобы привлечь покупателей и завоевать большую долю рынка.

3.2.3 Сегментация рынка. Определение емкости рынка

Очевидно, что разные потребители желают приобрести разные товары. Для того, чтобы удовлетворить эти различные потребности, организации стремятся выявить группы потребителей, которые, скорее всего, положительно отреагируют на предлагаемый товар и ориентируют свою маркетинговую деятельность, прежде всего, на эти группы потребителей.

Сегментация рынка заключается в разделении рынка на четкие группы покупателей (рыночные сегменты). Рыночный сегмент – это группа потребителей, характеризующаяся однотипной реакцией на предлагаемый продукт и набор маркетинговых стимулов.

Роль сегментации при исследовании рынка очень важна.

Во-первых, обеспечивается лучшее понимание не только нужд потребителей, но и того, что они собой представляют (их личностные характеристики, характер поведения на рынке и т.д.).

Во-вторых, обеспечивается лучшее понимание природы конкурентной борьбы на конкретных рынках. Исходя из данных обстоятельств, легче выбирать рыночные сегменты для их освоения, и определять какими характеристиками должны обладать продукты для завоевания преимуществ в конкурентной борьбе.

В-третьих, предоставляется возможность концентрировать ограниченные ресурсы на наиболее выгодных направлениях их использования.

В-четвертых, при разработке планов маркетинговой деятельности учитываются особенности отдельных рыночных сегментов, в результате чего

достигается высокая степень ориентации инструментов маркетинговой деятельности на требования конкретных рыночных сегментов.

Первым шагом при проведении сегментации является выбор критериев сегментации. При сегментации рынка потребительских товаров используются такие критерии, как географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Можно сегментировать рынок по одному критерию или по нескольким. При сегментировании рынка на основе большего числа параметров точность каждого отдельного сегмента повышается. В нашем случае рынок будем сегментировать по двум признакам: демографическому и социально-экономическому.

Сегментирование по демографическому признаку заключается в разбивке рынка на группы на основе таких демографических переменных, как пол, возраст, размер семьи и т.д. Демографические переменные – самые популярные факторы, служащие основой для различения группы потребителей. Одна из причин подобной популярности состоит в том, что потребности и предпочтения, а также интенсивность потребления товара часто тесно связаны именно с демографическими признаками. Другая причина в том, что демографические характеристики легче всего поддаются замерам.

Социально-экономическая сегментация предполагает деление потребителей по уровню доходов, роду занятий, образованию.

Исследуя денежные доходы населения за последние 4 года, видно, что численность населения с денежными доходами выше прожиточного минимума год от года растет. Причем, этот показатель по Красноярскому краю выше, чем по России в целом. Данные представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2

Численность населения с денежными доходами выше прожиточного минимума (% от общего населения)

Год	Россия	Красноярский край
2000	75,6	75,9
2001	75	76,7
2002	78	79,4
2003	78,5	82,1

То же можно сказать и о динамике среднемесячной заработной платы. Данные представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3

Динамика среднемесячной зарплаты, тыс. руб.

Год	1999	2000	2001	2002
Россия	217	484	790	965
Красноярский край	320	758	1268	1473

На конец 2002 года средняя зарплата в месяц в Красноярском края составила 1473 рубля, что на 34,5 % выше, чем среднемесячная зарплата по России.

Еще в большей степени нас интересуют доходы на члена семьи.

На основе статистических исследований составлена таблица 3.4.

Таблица 3.4

Распределение населения по доходам

Доходы, руб	До 500	500-1000	1000-2000	2000-5000	Свыше 5000
% к общей численности населения	27,5	23,5	23,2	20,9	4,9

На основании данных таблицы построена диаграмма (рис. 3.2).

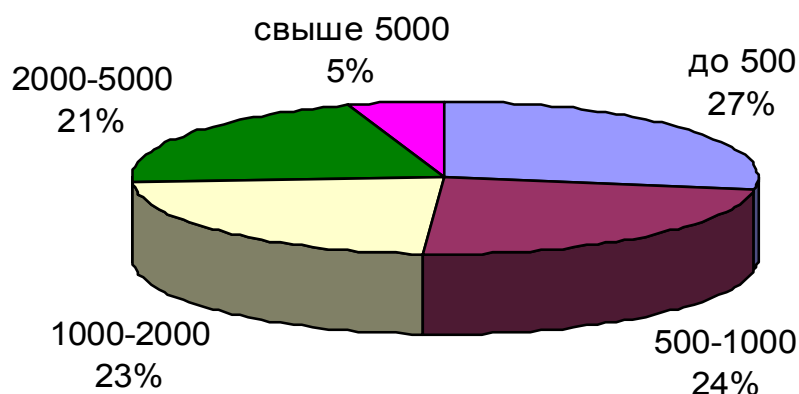


Рис. 3.2 Доходные группы

Как видно из диаграммы, 4,9 % населения имеют доход на каждого члена семьи более 5000 рублей. Интерес представляет именно этот сегмент рынка.

На основании исследований основными покупателями потребительских товаров являются женщины в возрасте 25-54 лет с уровнем дохода выше среднего. На втором месте – мужчины в возрасте 25-54 года. Если говорить о семейных покупателях, то наибольший интерес принадлежит покупателям с маленькими детьми и школьниками. Посмотрим, как распределяются эти слои населения в общей массе населения.

По данным статистического управления в г. Красноярске численность населения на 01.01.99 года составила 873,9 тысяч человек.

Рассмотрим состав домохозяйств. По данным составляем таблицу 3.5.

Таблица 3.5

Состав домохозяйств

Кол-во человек	1, 2 взрослых	3 и более взрослых	Есть дети	Нет детей
% к общему числу семей	46,7	53,3	51,2	48,8

Все рассматриваемые домохозяйства в разном составе составляют примерно 50 % от общего количества семей. Как женщины, так и мужчины с доходом выше среднего могут принадлежать к любой из четырех групп.

По данным статистического управления средний размер семьи

составляет 3,2 человека. Найдем примерное количество семей.

$$Ч = 873900 / 3,2 = 273000$$

Половозрастная структура населения представлена в таблице 3.6. Она показывает, что женщины 25-54 лет составляют порядка 24,3 % от общей численности населения.

Пользуясь таблицей 3.6 и принимая во внимание то, что общая численность населения г. Красноярска составляет 873900 человек, рассчитаем количество человек с доходом более 1000 рублей на члена семьи.

$$N1 = 873900 / 100 * 4,9 = 42821 \text{ человек}$$

Таблица 3.6

Половозрастная структура населения

Возраст	Оба пола	% к общему числу	Мужчины	% к общему числу	Женщины	% к общему числу
20-29	160775	18,4	76434	8,7	84341	9,6
30-39	159888	18,3	76578	8,8	83310	9,5
40-49	110438	12,6	51282	5,9	59156	6,8
50-59	102671	11,7	46499	5,3	56172	6,4
Сумма	533772	61,0	250793	28,7	282979	32,3
Средний возраст	32,8		30,8		34,5	

Пользуясь таблицей 3.6, найдем количество женщин в возрасте от 25 до 54 лет.

$$N2 = 42821 / 100 * 24,3 = 10406 \text{ человек}$$

Количество мужчин в возрасте от 25 до 54 лет составляет:

$$N3 = 42821 / 100 * 21,7 = 9292 \text{ человек}$$

Найдем %, который составляет данный сегмент от общего числа жителей г. Красноярска:

$$(N2 + N3) / 873900 * 100 = 2,3 \%$$

что в количественном отношении составляет примерно 20000 человек.

Как следует из таблицы 3.6 численность населения в возрасте от 20 до 60 лет, т.е. трудоспособного населения, составляет 61 % от общей

численности. Делаем пересчет:

$$2,3 / 61 * 100 = 3,7 \%$$

Следовательно, 3,7 % трудоспособного населения по своим возможностям может приобрести предлагаемый товар. Реально этот процент будет больше, т.к. часть населения скрывает свои доходы. Эти доходы не учтены в статистической информации и, соответственно, не учитывались в расчетах.

Еще одним подходом изучения рынка является исследование мотивации поведения потребителей путем проведения специальных обследований: интервьюирования, собеседования, анкетирования. Для изучения спроса населения была разработана анкета.

Для определения объема выборки использовали следующую формулу:

$$n = z^2 * p * q / e^2 \quad (3.1)$$

где n – объем выборки;

z – нормированное отклонение, определяемое исходя из выбранного уровня доверительности;

p – найденная вариация для выборки;

$$q = (100 - p).$$

Этой формулой можно пользоваться, если на заданный вопрос (в нашем случае таким вопросом является «Считаете ли вы возможным для себя приобретение детского уголка?») есть два варианта ответа (в нашем случае варианты ответов «да» и «нет»).

Зададим уровень доверительности 95 %. Нормированное отклонение z для этого уровня доверительности равен 1,96. Выберем точность – 10 %. При использовании процентной меры изменчивости принимаем в расчет то, что максимальная изменчивость достигается для вариации $p = 50 \%$, что является наихудшим случаем. Подставляя значения в формулу, получим значение объема выборки $n = 96$.

Анкетирование проводилось методом случайного отбора. Изучая результаты обработки анкет, можно сделать вывод, что 17 % опрошенных

видят для себя возможность приобретения такого уголка.

Еще 14 % опрошенных на вопрос «Считаете ли вы возможным для себя приобретение такого детского уголка?» ответили «В большей степени да». Анализируя анкеты, выясняем, что интересующий нас сегмент представляют женщины в возрасте 20-50 лет, имеющие состав семьи три и более человек с доходом более 1000 рублей на человека.

Пользуясь таблицами 3.5 и 3.6, найдем количественный состав данного сегмента:

$$N = 873900 / 100 * 25,9 / 100 * 4,9 = 11090 \text{ человек}$$

Найдем среднюю квадратичную ошибку полученной генеральной совокупности. Для этого воспользуемся формулой (3.2):

$$S = \sqrt{p * q / n}, \quad (3.2)$$

$$S = \sqrt{50 * 50 / 96} = 5 \%,$$

что для данного случая составляет:

$$S = 11090 / 100 * 5 = 550 \text{ человек}$$

Таким образом, емкость рынка составляет 11090 ± 550 детских уголков, при условии покупки каждым потенциальным покупателем только одного уголка. Если же приобретаться будет более одного уголка, то емкость рынка соответственно увеличится.

3.2.4 Разработка рекламной политики

Рекламе отводится важная роль при формировании спроса на товар и дальнейшем продвижении этого товара на рынке. Каждый новый товар сталкивается с известным покупательским недоверием, и задача рекламы, опираясь на потребности и мотивации людей, преодолеть это недоверие.

Рекламное обращение должно создавать или закреплять определенные предпочтения для рекламируемого продукта. Иногда оно лишь подтверждает уже принятое решение о покупке. В конечном счете, обращение должно влиять на поведение целевой группы.

Необходимо учитывать, что при распространении рекламы теряется

часть потока информации. Только часть целевой группы заметит обращение, и только часть от этой части воспримет его. Поэтому не надо ограничиваться однократным распространением обращения, а следует публиковать его многократно, желательно в разных средствах информации.

Рассмотрим средства массовой информации с точки зрения эффективности вложения средств.

Согласно исследованиям аналитической службы ИД «Империиум» наибольший рейтинг по читаемости занимает газета «Комок». У нее же и самый наименьший CRR (CRR – величина стоимости рекламного формата к 1% целевой аудитории). Тираж газеты составляет 60000 экземпляров. Если предположить, что реклама окажет действие лишь на 30 % читателей, то в численном выражении это составит 18000 человек.

Следует также для рекламы использовать газету «Всем, всем, всем». По количеству тиража она занимает первое место – 280000 экземпляров. Предположим, что реклама возымеет действие на 10 % получающих эту газету, что составит 28000 человек.

Газета «Ориентир цены» также представляет интерес. В ней в компактном виде представлено большинство предлагаемых товаров и цен на них. Эту газету, в основном, покупают люди уже принявшие решение о покупке и ищущие наиболее приемлемый вариант. Тираж газеты – 12000 экземпляров. Предположим, что реклама воздействует на 50% читающих, что составляет 6000 человек.

Учитывая, что воздействия перечисленных газет накладываются друг на друга, охват составит 50% от суммарного количества человек откликнувшихся на рекламу - 26000 человек, что вполне достаточно для отобранного сегмента.

Необходимо также воспользоваться телевидением, т.к. реклама с помощью телевидения способна дойти до очень большого числа людей.

3.2.5 Выбор поставщиков

В качестве поставщика комплектующих для детского уголка предлагается фирма «Ргома», которая располагается в г. Москве.

Что касается технологии изготовления, то фирма дает инструкцию по сборке и установке с подробным описанием. Перечисляется также оборудование, необходимое для производства, даются рекомендации по площади и количеству занятых людей.

Условия поставки:

Отгрузка осуществляется в течении 3-х рабочих дней с момента оформления заказа. Минимальный объем отгрузок каждого наименования – 1 упаковка (за исключением фурнитуры). Стоимость отгрузки за месяц должна быть не менее 3000 \$ США (в этом случае действует система скидок) – этого количества хватит для изготовления 13 уголков.

Для транспортировки зеркал предоставляется многоразовая возвратная тара.

Некондиционные материалы и комплектующие подлежат замене поставщиком, если несоответствия техническим условиям не возникло в процессе транспортировки.

Альтернативный вариант – фирма «Новое пространство», которая располагается также в г. Москве.

3.3 Производственный план

Производственный процесс можно представить в виде схемы.

Доставка комплектующих → Сборка детского уголка → Гарантия

Рассмотрим представленную схему поэтапно.

Доставка импортных комплектующих будет осуществляться из г. Москвы контейнером (пять тонн). Комплектующие изделия подобраны таким образом, чтобы предложить многообразие типоразмеров.

Стоимость доставки Москва – Красноярск, по данным контейнерной

службы ст. Базаиха, обходится в 7000 рублей. Стоимость внутригородской доставки в обоих городах оценивается в 3500 рублей.

Сборка детского уголка подразделяется на несколько этапов:

- | | |
|-------------|--------------|
| 1. Замеры. | 4. Подгонка. |
| 2. Раскрой. | 5. Доставка. |
| 3. Распил. | 6. Сборка. |

Замеры делаются непосредственно в помещении, куда будет устанавливаться мебель.

Соответственно снятым меркам, продавец-консультант рисует план, согласно которому производится раскрой ДСП (перенесение нужных размеров на плиты ДСП), после чего плиты распиливают.

После распиловки осуществляется подгонка всех комплектующих мебели.

Сборка мебели – на дому у заказчика.

Гарантия на изготовленный детский уголок – 3,5 года. Если за это время что – либо выйдет из строя – в течение двух недель будет произведена замена.

Чтобы составить калькуляцию себестоимости одного уголка, нам необходимо знать следующее: стоимость материалов, используемых для изготовления одного уголка; заработную плату основных производственных рабочих; амортизацию основных средств.

Стоимость материалов, используемых для изготовления одного детского уголка, равна 7825 рублей. Эта сумма составляет 60 % от отпускной цены уголка.

Затраты времени на изготовление экземпляра показаны в таблице 3.7.

Таблица 3.7

Затраты времени на изготовление 1 детского уголка

Операция	Затраты времени в часах
Замер	1
Раскрой	0,7
Распиловка	1

Подгонка	3
Доставка	1
Сборка	1,3
ИТОГО	8

Итак, на изготовление одного уголка требуется 8 рабочих часов. Стоимость одного часа производственного рабочего – 150 рублей. Заработная плата основных производственных рабочих, задействованных в производстве детских уголков, составляет 1200 рублей за один уголок.

ООО «Алекс-Мебель» существует давно и все оборудование для производства мебели у нее имеется. В таблице 3.8 представлена минимальная комплектация оборудования для изготовления детских уголков.

Таблица 3.8

Необходимое оборудование

Наименование	Количество	Цена	Сумма
Электропила	3	8100	24300
Стеклорез	1	7700	7700
Лобзик	2	6200	12400
Комплект щипцов	2	7800	15600
ИТОГО			60000 руб.

Как видно из таблицы, капиталовложения составляет 60000 рублей. Учитывая, что срок службы оборудования – 5 лет, ежемесячная амортизация составит:

$$60000 / 5 / 12 = 1000 \text{ рублей}$$

В месяц планируется выпускать примерно 10 детских уголков.

$$1000 / 10 = 100 \text{ рублей}$$

Теперь составим калькуляцию себестоимости одного детского уголка.

Таблица 3.9

Калькуляция себестоимости одного детского уголка

Наименование статей	Сумма, руб.
1. Материалы	7825
2. Заработная плата основных рабочих	1200
3. Отчисления во внебюджетные фонды, 36 %	432

4. Амортизация	100
5. Обще заводские расходы (50 % от заработной платы основных рабочих)	600
6. Вспомогательные расходы (20 % от заработной платы основных рабочих)	240
7. Полная стоимость	10401
8. Норма прибыли, 10 %	1040
9. Оптовая цена	11441
10. НДС, 18 %	2059
11. Отпускная цена	13500

3.4 Финансовый план

Цель финансового плана предоставить всеобъемлющую и достоверную систему проектировок, которые отражают ожидаемые финансовые результаты деятельности организации.

Прежде всего, необходимо установить потребности предприятия в капитале, необходимом для приобретения материальных активов и расходов, связанных с организацией производства.

Стоимость необходимого оборудования и амортизация рассматривались ранее. Они равны, соответственно, 60000 и 1000 рублей.

Из предлагаемого фирмой «Proma» списка комплектующих и, с учетом того, что часть комплектующих будет изготавливать ООО «Алекс-Мебель», была сделана выборка и составлен новый список необходимый для сборки 13 детских уголков различных типоразмеров, с различным внутренним содержанием. Согласно предложенного списка, стоимость комплектующих изделий составляет 87000 руб.

Транспортные расходы составляют 10000 рублей. Заработная плата основных производственных рабочих, занятых изготовлением детских уголков, составляет 15600 рублей.

Рассчитаем количество теплоэнергии необходимое для обслуживания рабочего помещения (методика расчета предоставлена организацией «Энергосбыт»):

$$Q = Q_0 * a * k * V (T_{\text{внутр}} - T_{\text{наруж}}), \quad (3.1)$$

где Q , a , k – коэффициенты, которые для г. Красноярска, соответственно равны 0,43; 1,075; 1,92;

V – объем помещения;

$T_{\text{внутр}}$ – номинальная температура внутри помещения;

$T_{\text{наруж}}$ – максимально низкая температура воздуха.

$$Q(\text{в час}) = 0,43 * 1,075 * 0,92 * 175 (18 - (-37))$$

$$Q = 4093,22375 \text{ Ккал} = 0,004093 \text{ Гкал}$$

Стоимость за 1 Гкал – 0,213 руб.

Стоимость теплоэнергии за месяц составит:

$$Q_{\text{мес}} = Q_0 * 0,213 * 365 * 24 / 12 = 156 \text{ рублей.}$$

Рассчитаем стоимость необходимого количества электроэнергии.

Согласно паспортным данным используемого электрооборудования суммарная потребляемая мощность – 6,8 кВт в час. Учитывая, что электрооборудование будет в работе 6 часов в день, а стоимость 1 часа – 1,27 рубля, находим месячную стоимость потребляемой электроэнергии:

$$6,8 * 6 * 22 * 1,27 = 1140 \text{ рублей}$$

Кроме того, помещение будет освещаться в среднем 4 часа в день 10 лампочками по 100 Ватт. Стоимость электроэнергии составит:

$$10 * 0,1 * 4 * 22 * 1,27 = 112 \text{ рублей}$$

Почтовые, телефонные расходы – 1000 рублей в месяц.

Расходы на рекламу составят в первый месяц – 5000 рублей, в последующие месяцы – 10000 рублей.

Все расходы, которые необходимо произвести в 1-м месяце занесем в таблицу. Она показывает, что на эти расходы нам хватит собственных оборотных средств.

Таблица 3.10

Расходы за первый месяц

Виды расходов	Сумма, руб.	Постоянные расходы	Переменные расходы
Оборудование	60000		
Амортизация		1000	
Заработная плата	15600	15600	
Реклама	5000		5000
Транспортные	10000		10000
Комплектующие	87000		87000
Теплоэнергия	156	156	
Электроэнергия	1252	1252	
Почтовые, телефонные	1000	1000	
ИТОГО	180008	19008	102000

3.5 Оценка эффективности проекта

Чтобы оценить эффективность предлагаемого проекта, необходимо рассмотреть ряд показателей. Они представлены в таблице 3. 11.

Итак, для реализации проекта необходимы капиталовложения в размере 60000 рублей. Чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, по результатам работы в 2004 году, составляет 162900 рублей. Этой суммы достаточно для реализации проекта.

Сравним некоторые показатели финансовой деятельности до реализации проекта и после (Таблица 3.12).

Таблица 3.12

Анализ финансовых результатов

Показатели	До реализации проекта	После реализации проекта	Отклонение (+; -)
Выручка от продажи, тыс. руб.	15465,4	17513,3	2047,9
Производственные издержки, тыс. руб.	15251,1	17247,9	1996,8
Валовая прибыль, тыс. руб.	214,3	400,6	186,3
Налог на прибыль, тыс. руб.	51,4	96,5	45,1
Чистая прибыль, тыс. руб.	162,9	304,1	141,2
Рентабельность продаж, %	1,3 %	2,2 %	0,9 %

Проанализировав данные таблицы, делаем вывод об эффективности данного проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализом финансового состояния предприятия, организации занимаются руководители и соответствующие службы, так же учредители, инвесторы с целью изучения эффективности использования ресурсов. Банки для оценки условий предоставления кредита и определение степени риска, поставщики для своевременного получения платежей, налоговые инспекции для выполнения плана поступлений средств в бюджет и т. д. Финансовый анализ является гибким инструментом в руках руководителей предприятия. Финансовое состояние предприятия характеризуется размещением и использованием средств предприятия. Эти сведения представляются в балансе предприятия.

Основная цель анализа финансового состояния заключается в том, чтобы на основе объективной оценки использования финансовых ресурсов выявить внутривозможные резервы укрепления финансового положения и повышения платежеспособности.

Данная работа была написана по материалам предприятия ООО «Алекс - мебель», предметом деятельности которой является оптовая и розничная торговля; оказание бытовых услуг населению, реализация строительных и отделочных материалов; производство и реализация мягкой и корпусной мебели и т. п.

Анализируя результаты финансово – хозяйственной деятельности, полученные при анализе можно сделать следующие выводы:

На начало 2004 коэффициент финансовой автономии составлял 0,81, что соответствует нормативному значению $\geq 0,5$. На начало 2005 года - 0,82, следовательно у предприятия наблюдается незначительный рост финансовой независимости.

В течение отчетного периода для предприятия была характерна низкая рентабельность. Однако на конец 2004 года происходит хоть и незначительное, но увеличение всех показателей, характеризующих

эффективность хозяйственной деятельности данной организации. На конец 2004 год рентабельность продаж предприятия составила 1,39 %, что примерно на 0,2 % ниже базисного значения. Несмотря на положительную динамику анализируемых показателей их величина незначительна, поэтому говорить о высокой эффективности деятельности фирмы «Алекс-Мебель» нецелесообразно.

С целью сохранения положительной тенденции на предприятия, следует не уменьшать источники собственных средств, возможно дополнительное привлечение долгосрочных кредитов и заемных средств.

Руководству данного предприятия целесообразно принять меры для поддержания стабилизации сложившейся финансовой ситуации. Исходя из всего выше сказанного, финансовая работа на предприятии должна иметь целью постоянное улучшение его финансового состояния и своевременное устранение недостатков финансовой деятельности.

Для этого предлагается организовать производство детского уголка из части комплектующих произведенных в США, Англии, Германии и части комплектующих производства ООО «Алекс-Мебель».

Детский уголок, изготавливаемый под любой размер по желанию заказчика, является товаром – новинкой высокого качества, которым должны заинтересоваться потребители при соответствующем уровне цен.

Данный уголок применим как в быту, так и в офисах, что должно привлечь как бытовых потребителей, так и различные организации при должном уровне рекламной кампании.

Организация производства данного изделия не требует больших производственных затрат, так как сборка мебели производится из готовых комплектующих; не требует большого количества рабочих; требуется небольшая площадь – 60 – 80 кв.м.

Данный продукт по прогнозу должен оказаться довольно конкурентоспособным, по сравнению с продукцией салонов «Шатура», ООО «Командор», фирмы «Люкс».

В таком случае цена должна быть ниже цены конкурентов для того, чтобы привлечь покупателей и завоевать большую долю рынка.

Согласно сегментации по демографическому и социально – экономическому критериям, около 3,7 % трудоспособного населения по своим возможностям может приобрести предлагаемый товар. Реально этот процент будет больше, т.к. часть населения скрывает свои доходы.

Таким образом, емкость рынка составляет 11090 ± 550 детских уголков, при условии покупки каждым потенциальным покупателем только одного уголка.

Для рекламы использовать газеты «Всем, всем, всем» и «Комок», как наиболее читаемые рекламные издания, а так же «Ориентир цены». С учетом, что воздействия перечисленных газет накладываются друг на друга, охват составит 50% от суммарного количества человек откликнувшихся на рекламу, т.е. 26000 человек, что вполне достаточно для отобранного сегмента.

В качестве поставщика комплектующих для детского уголка предлагается фирма «Ргома», которая располагается в г. Москве.

Срок изготовления одного уголка – 8 дней, отпускная цена – 13500 рублей.

Рентабельность продаж в первый год существования производства составляет, согласно плану) 26 %, что является хорошим результатом деятельности организации.

Выручка от продажи после реализации проекта составит 17513,3 тыс. руб., что на 2047,9 тыс. руб. выше имеющейся.

Производственные издержки после реализации проекта составят 17247,9 тыс. руб. что на 1996,8 тыс. руб. выше имеющейся.

Валовая прибыль после реализации проекта составит 400,6 тыс. руб., что на 186,3 тыс. руб. выше имеющейся.

Чистая прибыль после реализации проекта составит 304,1 тыс. руб., что на 141,2 тыс. руб. выше имеющейся.

Таким образом, проект, разработанный в данной работе, способен реально улучшить финансовые показатели деятельности ООО «Алекс – мебель».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. - 1994. - № 32. - ст. 3301.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ // Российская газета. - 2001. - 31 декабря.
3. Абрютин М. С. , Грачев А. В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. - 2-е изд. , испр. - М. ; Изд-во «Дело и сервис», 2000. - 256 с.
4. Артёменко В. Г. , Беллендир М. В. Финансовый анализ: Учебное пособие. -М. : Издательство «ДИС», НГАЭиУ, 2002.
5. Баканов М. И. Теория анализа хозяйственной деятельности/ М. И. Баканов, А. Д. Шеремет, 2002
6. Балабанов И. Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. -2-е изд. доп. - М. : Финансы и статистика, 2000. - 208 с. : ил.
7. Белоусова С.Н.. Белоусов А.Г. Маркетинг. Ростов-на-Дону, 2001. - 224 с.
8. Бовыкин В.И. Новый менеджмент: управление предприятием на уровне высших стандартов; теория и практика эффективного управления. – М.: Экономика, 2001. – 368 с.
9. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник, 3-е изд. – М.: Гардарики, 1998. – 528 с.
10. Виханский О.С. Стратегическое управление. – М.: Гардарики, 2000. – 296 с.
11. Ефимова О. В. Анализ показателей ликвидности. // Бухгалтерский учет №6, 1996, с. 11-14.
12. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента. - Минск: БГЭУ, 2002.
13. Колпакова Г. М. Финансы. Денежное обращение. Кредит. - М. : Финансы и статистика, 2000. - 368 с.
14. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/Пер, с англ, под ред. Л.А.Волковой.

- Ю.Н. Каптуревского. - Спб.: Питер, 2002. - 752 с.
15. Крейнина М. Н. Цели и задачи финансового менеджмента. //Менеджмент в России и за рубежом №5, 2000, с 21-25.
 16. Литвак Б.Г. Управленческие решения. – М.: Ассоциация авторов и издателей "ТАНДЕМ", Изд-во ЭКМОС, 1998.-248с.
 17. Лукашевич В. В. Основы менеджмента в торговле: Учеб. для сред, спец. учеб. зав. - 2-е изд.. перераб. и доп. - М.: ООО «Издательство Экономика», 1998.- 238с.
 18. Любушин Н. П. , Лещева В. Б. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие для ВУЗов/ Под ред. проф. Н. П. Любушина. - М. : ЮНИТИ - ДАНА, 2000. - 471 с.
 19. Маркетинг: выбор лучшего решения/Е.П. Голубкова, Е.Н. Голубкова. В.Д. Секерин; Общ. ред. Е.П. Голубкова. - М.: Экономика, 1993. -222 с
 20. Мескон М. и др. Основы менеджмента /Пер с англ. – М.: Дело, 1992.-702с.
 21. Молл Е.Г. Менеджмент. Организационное поведение: Учебн. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 160 с.
 22. Прудников А. Г. Анализ финансового состояния предприятия: Лекция/ КГАУ, Краснодар. 1997. - 36 с.
 23. Раицкий К. А. Экономика предприятия: Учебник для вузов. –2-е изд. - М.: Информационно – внедренческий центр «Маркетинг», 2000. - 696 с.
 24. Хелферт Э. Техника финансового анализа /Пер. с англ. под ред. Белых Л. П. М. : Аудит, ЮНИТИ, 1996 - 70 с.
 25. Шеремет А. Д. , Сайфуллин Р. С. Методика финансового анализа. - М. : ИНФРА-М,2000. -208с.
 26. Экономика предприятия: Учеб. пособие / Под ред. В.М. Семёнова – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.-184с.
 27. Баланс и приложения к балансу ООО "Алекс-мебель" за 2003, Красноярск, 2003 год
 28. Баланс и приложения к балансу ООО "Алекс-мебель" за 2004,

Красноярск, 2004 год

29. Устав ООО "Алекс-мебель", Красноярск, 1996 год

30. Штатное расписание ООО "Алекс-мебель", Красноярск, 2004 год