

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
Старооскольский филиал
(С О Ф Н И У « Б е л Г У »)

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ, ИНФОРМАТИКИ И МАТЕМАТИКИ

**ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО
ВНЕДРЕНИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА С ЦЕЛЬЮ
ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПОЛЮС ПЛЮС»)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
38.03.01 Экономика
профиль Экономика городского хозяйства
заочной формы обучения, группы 92071252
Тищенко Сергея Сергеевича

Научный руководитель
к.э.н., доцент
Ровенских М.В.

СТАРЫЙ ОСКОЛ 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ	5
1.1. Методические основы организации подготовки производства к выпуску новой продукции.....	5
1.2. Производство новых видов продукции как один из методов повышения эффективности производства.....	12
1.3. Проблемы управления товарным ассортиментом.....	15
2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».....	28
2.1. Организационная характеристика ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».....	28
2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».....	32
2.3. Обоснование выбора внедрения нового строительного материала ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».....	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	54
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	57
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	61

ВВЕДЕНИЕ

В условиях развития рыночной экономики и становления рыночных отношений прибыль является основным показателем оценки хозяйственной деятельности предприятий, так как в ней аккумулируются все доходы, расходы, потери и убытки, обобщаются результаты функционирования предприятия.

Высшей целью деятельности предприятий является превышение доходов над затратами, т.е. достижение возможно большей прибыли или возможно высокой рентабельности. Достижение этой цели возможно только при условии производства нужной для потребителей продукции, пользующейся спросом.

Реализуя непосредственно цель производства - получение максимальной величины прибыли, - предприятие реализует и цель общества - наиболее полного удовлетворения постоянно растущих потребностей общества. Нельзя получить прибыль, не изучив потребности и не начав производить тот продукт, который удовлетворит потребности. Необходимо изготовить продукт, который удовлетворит потребности и притом по такой цене, которая соответствует платежеспособным потребностям. Приемлемая цена возможна только в том случае, если предприятие выдерживает определенный уровень издержек, когда все затраты потребляемых ресурсов меньше, чем получившаяся выручка. В этом смысле прибыль - непосредственная цель функционирования предприятия и одновременно результат его деятельности.

Показатель прибыли отражает результаты всех сторон деятельности предприятия. На ее величину влияет объем продукции, ее ассортимент, качество, уровень себестоимости, штрафы, неустойки и другие факторы. Получение прибыли важнейшее условие конкурентоспособности предприятия. По сравнению с другими стоимостными показателями, прибыль в наибольшей мере подходит для оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия, так как выражает в стоимостной форме результат этой деятельности.

Объектом исследования является ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».

Предметом исследования выступает производство продукции на предприятии.

Целью данной работы является разработка мероприятий по внедрению дополнительного производства с целью повышения прибыли ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».

Для достижения указанной цели необходимо решить ряд задач:

- рассмотреть теоретические аспекты производства новых видов продукции на предприятии;
- изучить организационно-экономическую характеристику предприятия;
- рассчитать экономическую эффективность от внедрения предложенных мероприятий по внедрению дополнительного производства с целью повышения прибыли.

Практическую основу работы составила бухгалтерская финансовая отчетность ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» за 2014-2016 годы, и статистические обзоры Госкомстата за 2014-2016гг.

При проведении финансового анализа были использованы следующие приемы и методы: анализ коэффициентов (относительных показателей) и сравнительный анализ.

В первой главе представлены теоретические аспекты исследования производства новых видов продукции на предприятии.

Во второй главе представлены основные показатели деятельности предприятия и основные мероприятия по повышению прибыли предприятия.

В заключении представлены основные выводы по исследуемой теме.

Список литературы содержит 50 наименований.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ

1.1. Методические основы организации подготовки производства к выпуску новой продукции

Задача подготовки производства новой продукции состоит в том, чтобы обеспечить необходимые условия для функционирования производственного процесса. Но, в отличие от таких процессов подготовительной фазы, как приобретение предметов труда, наем рабочей силы и других повторяющихся систематически при каждом обороте производственных фондов, подготовка производства стала единовременным актом, осуществляемым при переходе предприятия на выпуск новой продукции.

Подготовка производства - это процесс непосредственного приложения труда коллектива работников в целях разработки и организации выпуска новых видов продукции или модернизации изготавливаемых изделий. Процесс подготовки производства представляет собой особый вид деятельности, совмещающий выработку научно-технической информации с ее превращением в материальный объект - новую продукцию [46].

По виду и характеру работ этапы подготовки производства подразделяются на исследовательские, конструкторские, технологические, производственные и экономические. В основе выделения этих процессов лежит вид трудовой деятельности.

Процессы научных исследований, технических и организационных разработок и другие работы инженерного характера являются основными для подготовительной стадии. В них входят: проведение исследований, инженерных расчетов, проектирование конструкций, технологических процессов, форм и методов организации производства, экспериментирование, экономические расчеты и обоснования.

Основными процессами подготовки производства являются и процессы изготовления и испытания макетов, опытных образцов и серий машин. Они называются экспериментальными производственными процессами.

По расположению во времени и пространстве процессы подготовки производства делятся следующим образом (рис. 1.1):



Рис. 1.1. Процессы подготовки производства.

Операция - первичное звено процесса создания новой техники. Она выполняется на одном рабочем месте одним исполнителем и состоит из ряда последовательных действий. Операции объединяются в работы.

Работа - совокупность последовательно выполняемых операций, которая характеризуется логической завершенностью и законченностью действий по выполнению определенной части процесса.

Стадия - совокупность ряда работ, связанных между собой единством содержания и методов выполнения, обеспечивающая решение конкретной задачи подготовки производства.

Фаза - комплекс стадий и работ, характеризующий законченную часть процесса подготовки производства; связана с переходом объекта работ в новое качественное состояние [42].

По отношению к объекту управления выделяются собственно процессы подготовки производства и процессы управления подготовкой производства.

Содержание подготовки производства. Создание новой продукции в осуществляется в определенной последовательности фаз единого процесса подготовки производства:

- теоретические исследования, имеющие фундаментальный и поисковый характер;
- прикладные исследования, в процессе которых полученные на первом этапе знания находят практическое применение;
- опытно-конструкторские работы, в ходе выполнения которых получен-

ные знания и выводы исследований реализуются в чертежах и образцах новых машин;

- технологическое проектирование и проектно-организационные работы, в процессе выполнения которых разрабатываются технологические методы изготовления и формы организации производства новых изделий;

- техническое оснащение нового производства, заключающееся в приобретении и изготовлении оборудования, технологической оснастки и инструмента, а также при необходимости - и в реконструкции предприятий и их подразделений;

- освоение производства новой продукции, когда созданные на предыдущих этапах конструкции изделий и методы их изготовления проверяются и внедряются в производство;

- промышленное производство, обеспечивающее выпуск новой продукции по качеству и в количествах, удовлетворяющих потребности общества;

- использование вновь созданного продукта в сфере эксплуатации;

- разработка и освоение выпуска новых видов продукции, воплощающих последние достижения науки и техники, соответствующих самым высоким требованиям потребителей, конкурентоспособных на мировом рынке;

- обеспечение надлежащих технико-организационных условий для существенного повышения производительности труда в народном хозяйстве;

- создание новой продукции, которая обладала бы высоким качественным уровнем при минимальных затратах на ее производство;

- сокращение длительности конструкторских, технологических, организационных и других работ, входящих в комплекс подготовки производства, и освоение производства новых изделий в сжатые сроки;

- экономия затрат, связанных с подготовкой производства и освоением новой продукции [16].

Главная задача подготовки производства - создание и организация выпуска новых изделий. Для ее решения необходимо четко сочетать все многообразные процессы подготовки производства, рационально соединять

личные и вещественные элементы процесса создания новой техники, определять экономические отношения между участниками работ по подготовке производства. Возникает необходимость организовать процессы подготовки производства.

Организация процессов создания новых видов продукции охватывает проектирование, осуществление на практике и совершенствование системы подготовки производства. Система подготовки производства - это объективно существующий комплекс материальных объектов, коллективов людей и совокупность процессов научного, технического, производственного и экономического характера для разработки и организации выпуска новой или усовершенствованной продукции. Организация подготовки производства направлена на рациональное сочетание всех элементов процесса создания и освоения новой техники в пространстве и во времени, установление необходимых связей и согласование действий участников этого процесса, создание условий для повышения заинтересованности ученых, инженеров, производственников в ускоренной разработке и организации производства новой высокоэффективной техники.

Организация подготовки производства выражается в следующих видах деятельности [31]:

- определение цели организации и ее ориентация на достижение этой цели;
- установление перечня всех работ, которые должны быть выполнены для достижения поставленной цели по созданию конкретных видов новой продукции;
- закрепление каждой работы за соответствующим подразделением (отделом, группой, цехом и т.п.) предприятия;
- организация работ по созданию новых видов продукции во времени;
- обеспечение рациональной организации труда работников и необходимых условий для осуществления всего комплекса работ по подготовке производства к выпуску новой продукции;
- установление экономических отношений между участниками процесса

создания новой техники, обеспечивающих заинтересованность производителей в создании и освоении технически прогрессивной и экономически эффективной техники и ускоренной организации ее промышленного производства [11].

В основе рациональной организации процессов создания новой продукции лежат общие закономерности организации производства: соответствие организации производства целям, поставленным перед предприятием; соответствие форм и методов организации производства характеристикам его материально-технической базы; ориентация на конкретные производственно-технические и экономические условия; и т.д. Учитывая особенности процессов создания новой техники, необходимо при построении и совершенствовании системы подготовки производства руководствоваться рядом специфических принципов (рис. 1.2):

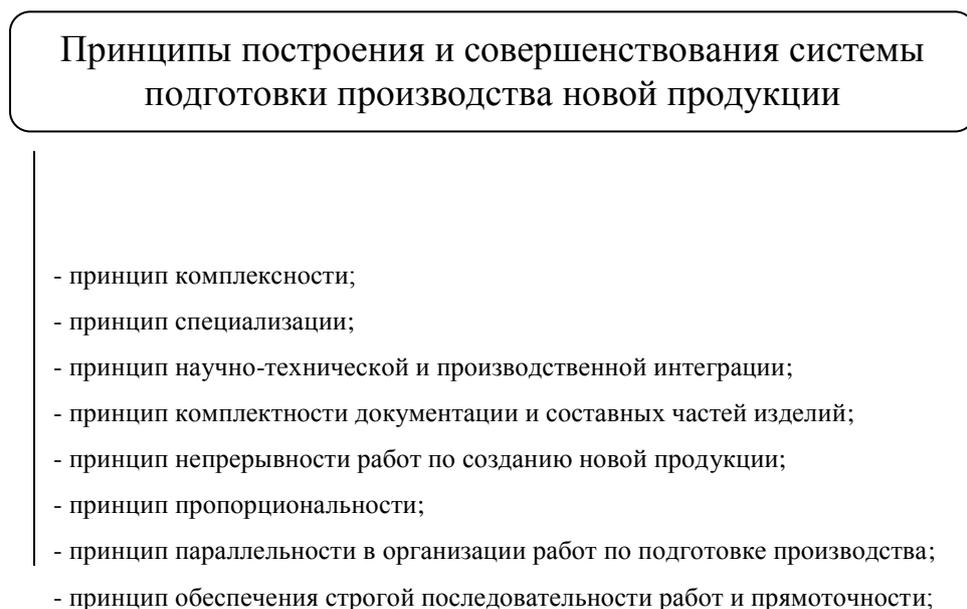


Рис. 1.2. Классификация принципов построения и совершенствования системы подготовки производства новой продукции.

Одним из основных направлений работы по формированию структуры системы подготовки производства является определение состава подразделений, которые должны функционировать на предприятии в период разработки и освоения новой продукции.

Структура, являясь формой системы, определяется ее содержанием, т.е.

процессами, протекающими в системе. Отсюда следует, что разработка структуры органов подготовки производства должна базироваться на исследовании процессов создания и освоения новой продукции. Основным классификационным группам процессов создания новой продукции должны соответствовать структурные подразделения, в которых и будут осуществляться эти процессы (таблица 1.1) [31].

Таблица 1.1

Основные группы процессов подготовки производства и соответствующие им структурные единицы

Процессы подготовки производства	Структурные единицы подразделения
Исследовательские	Отдел изучения потребностей, научно-исследовательские тематические отделы, отдел (бюро) технико-экономических исследований, отдел внедрения результатов ПИР
Инженерные	Конструкторские тематические отделы, технологическая служба, отдел стандартизации и нормализации, центральная заводская лаборатория, отдел организации производства, труда и управления
Производственные	Макетные мастерские, экспериментальное производство, цехи мелких серий, производственные цехи
Обеспечивающие	Служба научно-технической информации, отдел кадров и подготовки кадров, отдел материально-технического снабжения, инструментальное хозяйство, отделы главного механика и энергетика, отдел и цех нестандартного оборудования, служба управления качеством
Обслуживающие	Бюро технической документации, складское хозяйство, транспортное хозяйство
Управленческие	Вычислительный центр, отдел управления разработками и подготовкой производства, планово-экономический производственный отделы, отдел труда и заработной платы, бюро по рационализации

При проектировании производственной структуры фактическая пропускная способность подразделений сопоставляется с плановой и выравнивается за счет перераспределения ресурсов и работ, повышения производительности труда работников, увеличения сменности работы оборудования.

Структура органов подготовки производства во многом зависит от сложившейся системы подготовки. На промышленных предприятиях

функционируют три разновидности таких систем: централизованная, при которой вся работа по конструированию, технологическому и организационному проектированию осуществляется в заводских службах и других подразделениях; децентрализованная, при которой основная тяжесть работы по технологической и организационной подготовке переносится на цеховые органы; смешанная, когда работа по подготовке производства распределяется между центральными и цеховыми органами.

На предприятиях с массовым и крупносерийным типом производства подготовка, производства новых изделий осуществляется, как правило, централизованно. На заводах серийного производства преобладает смешанная система подготовки, а на предприятиях единичного и мелко-серийного типа – децентрализованная [21].

Подготовка производства представляет собой систему организации работ, которая охватывает все этапы разработки, освоения производства и внедрения новых видов продукции и обеспечивает протекание всех процессов подготовительной стадии во взаимной связи, обусловленности и последовательности. Таким образом, построенная организация подготовки производства реализует принцип комплексности и называется комплексной подготовкой производства.

Основными направлениями этой работы могут быть: сокращение времени рабочего периода за счет проведения мероприятий по сокращению трудовых затрат; сокращение времени перерывов в процессе подготовки производства, внедрение параллельно-совмещенного метода организации работ.

Удлинение сроков подготовки производства и освоения выпуска новых видов продукции отрицательно влияет на темпы научно-технического прогресса и эффективность производства. Продолжительные сроки освоения выпуска новых эффективных машин замедляют поступление техники в соответствующие отрасли, ведут к снижению темпов их технического перевооружения, ухудшению показателей производительности труда и рентабельности производства. Кроме того, нередки случаи, когда новая техника

устаревает еще до начала ее производства.

Существенно ухудшаются при удлинении сроков подготовки производства технико-экономические показатели работы предприятий, осваивающих новую технику. Отрицательные результаты длительных сроков создания и освоения новой техники проявляются в замедлении оборачиваемости оборотных средств вследствие роста объема незавершенного производства и увеличения запасов специального оборудования и оснащения; в снижении достигнутого уровня производительности труда, что является следствием отвлечения трудовых ресурсов на создание новой техники без соответствующего увеличения выпуска продукции; в частичном повышении себестоимости продукции, которое является следствием ухудшения использования оборудования и площадей, повышенных затрат в сфере исследований и разработок, роста доли накладных расходов и т.п.

1.2. Производство новых видов продукции как один из методов повышения эффективности производства

В условиях рискованного предпринимательства, при постоянно меняющихся запросах покупателей, технологий и конкурентного окружения компании для поддержания скорости ее роста и сохранения доходов недостаточно полагаться только на уже существующие товары. Фирма, которая рассчитывает продолжительное время сохранять свой рынок и быть прибыльной, должна постоянно обновлять предложение. Предпосылкой для выживания этих компаний на рынке служат новые и улучшенные товары и услуги. Убыстряющиеся изменения запросов клиентов, меняющиеся требования к качеству, короткие жизненные циклы продукции и возрастающие темпы ее обновления приводят к тому, что производственные программы малых и средних предприятий должны быстро перестраиваться. Это достигается реализацией эффективной системы управления товаро-оборотом. Одним из направлений совершенствования товарной политики и эффективным способом повышения конкурентоспособности организации является диверсификация

производства.

Стратегия диверсификации производства представляет собой сложный процесс, который не может быть охарактеризован однозначно. Зачастую она используется для снижения предпринимательского риска, но сама является достаточно рискованным решением, способным привести к негативным последствиям. Разные предприятия, прибегая к диверсификации, преследуют различные цели, но все они по своей сути направлены на улучшение функционирования фирмы, обеспечение финансовой устойчивости в рыночной конъюнктуре[21].

Правомерным является рассмотрение динамики развития понятия «диверсификация производства» в соответствии с направленностью ее соотношения с производственной сферой деятельности. В Современном экономическом словаре «диверсификация» трактуется как одно-временное развитие многих, не связанных друг с другом видов деятельности, а также различается как диверсификация производства и диверсификация кредитов.

Диверсификация производства (деятельности) определяется как переход от односторонней, часто базирующейся лишь на одном продукте производственной структуре, к многопрофильному производству с широкой номенклатурой выпускаемой продукции. Диверсификация производства - расширение ассортимента, изменение вида продукции, производимой предприятием, освоение новых производств с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды, предотвращения банкротства. Диверсификация кредитов - распределение вкладываемых в экономику или кредитуемых денежных капиталов между разнообразными объектами с целью снижения риска потерь и в надежде получить более высокий доход.

Последствия кризиса в период трансформации экономики России заставили отечественных экономистов обратиться к проблемам диверсификации как возможности возрождения промышленного и экономического потенциала на микро- и макроуровне хозяйствования.

Реструктуризация предполагает не только специфические преобразования (частные мероприятия по технико-технологической или финансовой реструктуризации - сокращению дебиторской задолженности и обеспечению нормального финансового состояния или организационной перестройки), но изменение организационно-экономической структуры самого предприятия.

Реструктуризация предусматривает изменение производственной программы и связанные с этим нововведения в следующих структурах:

- производственной (составляющие производственно-технической базы);
- функциональной (при реализации функции общественного разделения труда);
- информационной (используемые информационные системы);
- организационной (экономико-правовые формы и принятое на предприятии распределение прав и обязанностей);
- кадровой;
- финансовой (активы и пассивы).

Рассматривая структурные преобразования производства на протяжении последних десятилетий, следует отметить различное сочетание специализации и диверсификации производства как асимметричных форм его организации.

Прежде чем диверсификация приобрела современные черты, она прошла сложный путь развития в рамках общих стратегий предприятий, изменяясь под влиянием внешних и внутренних факторов. В такой эволюции выделяются четыре основные формы организации производства: товарный набор, отраслевой набор, набор отраслей и сфер деятельности; набор стран.

Каждая форма характеризуется как последующий шаг в достижении целей производства и изменением приоритетов в деятельности предприятий.

Многие авторы в той или иной форме выделяют следующие предпосылки диверсификационных реформ:

- технологические (рост производственного потенциала, загрузка производственных мощностей, применение новых технологических схем);
- стратегические (расширение хозяйственной деятельности, возможность

стратегического маневра, приспособленность к колебаниям рыночной конъюнктуры и антимонопольному законодательству, завоевание новых рынков, страхование будущих инвестиций и рисков);

- экономические (избыток капитала и поиск новых сфер капиталовложений, ограниченность ресурсов и ресурсосбережение, получение дополнительного эффекта за счет роста масштабов производства);

- финансовые (распределение финансовых рисков между разнородными и большими объемами производства, достижение общей финансовой стабильности);

- социальные (сохранение существующих и создание новых рабочих мест, проведение активной социальной политики предприятия, благотворительность). Диверсификация, наряду с концентрацией и вертикальной интеграцией, выступает как часть единой стратегической процессуальной системы «предприятие». В пользу программ диверсификации производства выдвигается ряд дополнительных мотивов [31].

Мотивы наступательного характера (поиск выгоды):

- управление риском (распределение рисков, связанных с конъюнктурными колебаниями и с жизненным циклом товаров);

- получение прямых финансовых выгод (поиск сфер деятельности с высокой рентабельностью).

Мотивы оборонительного характера (предотвращение потерь):

- опасности экономического характера (снижение спроса и т. д.);

- причины косвенного характера (окончание срока действия патентов, лицензий, изменения законодательства и т. д.);

- улучшение имиджа предприятия.

1.3. Проблемы управления товарным ассортиментом

Сущность планирования, формирования и управления ассортиментом заключается в том, чтобы товаропроизводитель своевременно предлагал

определенную совокупность товаров, которые бы, соответствуя в целом профилю его производственной деятельности, наиболее полно удовлетворяли требованиям определенных категорий покупателей. Как уже было выяснено Ранее, набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке, называют ассортиментом. Далее считаем необходимым определить основные позиции формирования товарного ассортимента.

Товарный ассортимент характеризуется широтой (количеством ассортиментных групп), глубиной (количеством позиций в каждой ассортиментной группе) и сопоставимостью (соотношением между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения общности потребителей, конечного использования, каналов распределения и цен). Насыщенность (полнота) – это общее количество составляющих ассортимент конкретных товаров. Она характеризует степень или плотность заполнения марками товара внутри товарной линии. Гармоничность ассортимента – это степень близости товара различных ассортиментных групп относительно их конечного использования, требования к организации производства, каналов распределения и других показателей. Рациональность – это способность набора товаров наиболее полно удовлетворять потребность покупателей. Устойчивость – это способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенность таких товаров – наличие устойчивого спроса на них. Новизна – это способность ассортимента удовлетворять изменившиеся потребности за счёт новых товаров. Управление ассортиментом – деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента [24].

Формирование ассортимента - проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определения соотношений между «старыми» и «новыми» товарами, товарами единичного и серийного производства, «научеёмкими» и «обычными» товарами, овеществленными товарами или лицензиями и «ноу-хау» [11].

При формировании ассортимента, как правило, возникают проблемы цен, качества, гарантий, сервиса, собирается ли производитель играть роль лидера в

создании принципиально новых видов продуктов или вынужден следовать за другими изготовителями в зависимости от стратегии предприятия. Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием ассортиментной концепции. Она представляет собой направленное построение оптимальной ассортиментной структуры, товарного предложения, при этом за основу принимаются, с одной стороны, потребительские требования определенных групп (сегментов рынка), а с другой, — необходимость обеспечить наиболее эффективное использование предприятием сырьевых, технологических, финансовых и иных ресурсов с тем, чтобы производить изделия с низкими издержками [27].

Ассортиментная концепция выражается в виде системы показателей, характеризующих возможности оптимального развития производственного ассортимента данного вида товаров. К таким показателям относятся: разнообразие видов и разновидностей товаров (с учетом типологии потребителей); уровень и частота обновления ассортимента; уровень и соотношения цен на товары данного вида и др. Цель ассортиментных концепций — сориентировать предприятие на выпуск товаров, наиболее соответствующих структуре и разнообразию спроса конкретных покупателей.

Необходимо отметить, что подкрепленная мерами организационного и иного характера по обеспечению выпуска продукции в предусмотренных структуре и наборе ассортиментная концепция может рассматриваться как своего рода программа по управлению развитием производства и реализацией соответствующих товаров. По структуре целевая ее часть включает требования к оптимальной структуре ассортимента, а программная — систему мер по ее достижению за определенный период. Этой программе придает комплексный характер включение в нее вопросов, связанных с оптимизацией ассортимента. В качестве критериев оптимальности практически всегда, выступают требования потребителей к ассортименту и качеству товаров, ресурсные возможности, социальные установки.

Достижение соответствия между структурно-ассортиментным

предложением товаров предприятием и спросом на них связано с определением и прогнозированием структуры ассортимента. Прогноз структуры ассортимента на долгосрочный период, в котором были бы учтены такие важные для потребителя признаки товара, как эстетические характеристики, точные размеры, конкретная цена, маловероятен или практически невозможен. Специалисты отмечают, что дело не в детализации ассортимента по потребительским свойствам (например, по цветовой гамме, размерам изделий, соотношению цен), а, к примеру, в оптимальном разнообразии ассортимента по определенным признакам с расчетом на конкретные группы (сегменты) потребителей. Прогнозируется лишь тенденция развития ассортимента (а более точно — ассортиментная структура спроса и товарного предложения) [14].

Указанные прогнозы, учитывая влияние фактора взаимозаменяемости товаров, необходимо рассматривать во взаимосвязи, считают некоторые авторы. Прогноз тенденции развития ассортимента должен показывать такую траекторию развития процесса, которая позволит обеспечить достижение намечаемого соответствия товарного предложения предприятия меняющейся в перспективе ассортиментной структуре спроса на рынке [24].

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

Далее необходимо обосновать основные моменты, которые включает система формирования ассортимента:

- определение текущих и перспективных потребностей покупателей, анализ способов использования данной продукции и особенностей покупательского поведения на соответствующих рынках.

- оценка существующих аналогов конкурентов по тем же направлениям.
- критическая оценка выпускаемых предприятием изделий в том же ассортименте, что и в п.п. 1 и 2, но уже с позиции покупателя.
- решение вопросов, какие продукты следует добавить в ассортимент, а какие исключить из него из-за изменений в уровне конкурентоспособности; следует ли диверсифицировать продукцию за счет других направлений производства предприятия, выходящих за рамки его сложившегося профиля.
- рассмотрение предложений о создании новых продуктов, усовершенствование существующих, а также о новых способах и областях применения товаров.
- разработка спецификаций новых или улучшенных продуктов в соответствии с требованиями покупателей.
- изучение возможностей производства новых или усовершенствованных продуктов, включая вопросы цен, себестоимости и рентабельности.
- проведение испытаний (тестирование) продуктов с учетом потенциальных потребителей в целях выяснения их приемлемости по основным показателям.
- разработка специальных рекомендаций для производственных подразделений предприятия относительно качества, фасона, цены, наименования, упаковки, сервиса и т.д. в соответствии с результатами проведенных испытаний, подтверждающих приемлемость характеристик изделия или предопределивших необходимость их изменения.
- оценка и пересмотр всего ассортимента.

Управление ассортиментом предполагает, как считают авторы, координацию взаимосвязанных видов деятельности — научно-технической и проектной, комплексного исследования рынка, организации сбыта, сервиса, рекламы, стимулирования спроса. Трудность решения данной задачи, по их мнению, состоит в сложности объединения всех этих элементов для достижения конечной цели оптимизации ассортимента с учетом поставленных стратегических рыночных целей предприятием. Если этого достигнуть не удастся, то может получиться, что в ассортимент начнут включаться изделия, разработанные скорее для удобства производственных подразделений

предприятия, нежели для потребителя [21].

Задачи планирования и формирования ассортимента состоят, прежде всего, в том, чтобы подготовить «потребительскую» спецификацию на изделие, передать ее проектному (конструкторскому) отделу, а затем проследить, чтобы опытный образец был испытан, при необходимости модифицирован и доведен до уровня требований потребителей. Иначе говоря, в формировании ассортимента решающее слово должно принадлежать руководителям службы маркетинга предприятия, которые должны решать вопрос о том, когда более целесообразно вложить средства в модификацию изделия, а не нести дополнительные возрастающие расходы по рекламе и реализации устаревающего товара или снижать цену на него. Именно руководитель службы маркетинга предприятия должен решать, настало ли время ввести в ассортимент новые продукты взамен существующих или в дополнение к ним.

Формирование ассортимента, как свидетельствует практика, может осуществляться различными методами, в зависимости от масштабов сбыта, специфики производимой продукции, целей и задач, стоящих перед изготовителем.

В определенных случаях целесообразно создание постоянного органа под председательством генерального директора (его заместителя), в который в качестве постоянных членов включались бы руководители ведущих служб и отделов предприятия. Его главная задача — принятие принципиальных решений относительно ассортимента, включая: изъятие нерентабельных видов продукции, ее отдельных моделей, типоразмеров; определение необходимости исследований и разработок для создания новых и модификации существующих изделий; утверждение планов и программ разработки новых или совершенствования уже выпускаемых продуктов; выделение финансовых средств на утвержденные программы и планы [33].

Насущный вопрос для предприятия-изготовителя необходимо ли разрабатывать стандартный товар, годный для всех отобранных рынков, или приспособлять его к специфическим требованиям и особенностям каждого

отдельного сегмента, создавая для этого определенное число модификаций базового изделия. И в том, и в другом случаях есть свои плюсы и минусы.

Так, хотя создание стандартного товара, единого для всех рынков, весьма заманчиво, но это нередко практически неосуществимо. В то же время политика дифференциации не оправдывает себя экономически там, где условия рынка позволяют осуществлять частичную или полную стандартизацию (универсализацию) изделия. К выгодам такого рода стандартизации товара следует отнести: снижение затрат на производство, распределение, сбыт и обслуживание; ускорение окупаемости капиталовложений и др. Неполное использование (в сравнении с дифференциацией) потенциальных возможностей рынка, недостаточно гибкая реакция маркетинга на меняющиеся рыночные условия в этом случае сдерживают нововведения [16].

Дифференциация, или модификация, товара позволяет более полно использовать «поглощающие» возможности рынков с учетом специфики их требований в отдельных регионах страны и зарубежных странах, заполнять те товарные ниши, где нет конкуренции или она незначительна. Однако определение такого направления в ассортиментной стратегии — дорогостоящее мероприятие, связанное с необходимостью модернизации и расширения производственных мощностей, диверсификации и перестройки сбытовой сети и, конечно, расширения комплекса маркетинга. В конечном счете, считаем, что использование стандартизации, дифференциации или их сочетания зависит от конкретных условий деятельности изготовителя и определяется конечным результатом — уровнем экономической эффективности сбыта и его объемом, достигаемых с помощью этих методов.

Еще один важный элемент ассортимента и в целом, как элемент товарной политики - изъятие из программы малорентабельных товаров. Изыматься могут товары, морально устаревшие и экономически, неэффективные, хотя и, возможно, пользующиеся некоторым спросом. Принятию решения об изъятии или оставлении товара в программе предприятия предшествует оценка качества индивидуальных показателей каждого товара на рынке. При этом необходимо

учесть объединенную информацию со всех рынков, где они реализуются, чтобы установить реальный объем продаж и уровень рентабельности в динамике, которые обеспечивает изготовителю каждый из его товаров.

Главный вывод из сказанного относительно своевременного изъятия товара из программы (ассортимента) состоит в том, что изготовитель должен организовать систематический контроль за поведением товара на рынке, за его жизненным циклом. Только при таком условии будет получена полная и достоверная информация, позволяющая принимать верные решения. Для облегчения решения проблемы следует иметь методику оценки положения товара на различных рынках, где предприятие работает.

Принятие окончательного решения об изъятии товара из программы или о продолжении его реализации можно упростить, считают специалисты, если уже на стадии разработки изделия установить количественные требования к нему: уровень (норматив) окупаемости, объем продаж или прибыли (с учетом полных затрат ресурсов). Если товар перестает отвечать этим критериям, то тем самым предопределяется и характер решения по его изъятию [28].

Исчерпавший свои рыночные возможности товар, вовремя не изъятый из производственной программы, приносит большие убытки, требуя несоразмерно получаемым результатам затрат средств, усилий и времени. Поэтому, что очень важно, если производитель не будет иметь четкой системы критериев изъятия товаров из производственно-сбытовой программы, и не будет систематически проводить анализ изготавливаемых и реализуемых товаров, то его ассортимент неизбежно окажется «перегруженным» неэффективными изделиями, со всеми вытекающими отсюда отрицательными последствиями для производителя [20]:

Анализ литературы по направлению исследования позволяет выделить следующие шаги по управлению ассортиментной политикой предприятия:

Шаг 1. Анализ ситуации на рынке, оценка перспектив и угроз развитию предприятия, определение текущих и перспективных потребностей покупателей, особенностей покупательского поведения на соответствующих рынках.

Шаг 2. Анализ внутренних сильных и слабых элементов организации внутренней среды предприятия.

Шаг 3. SWOT – анализ деятельности предприятия

Шаг 4. Определение стратегии развития и стратегии конкуренции предприятия на рынке.

Шаг 5. Анализ динамики рынков выпускаемой продукции.

Шаг 6. Оценка сложившегося товарного ассортимента предприятия.

Шаг 7. Решение вопросов, какие продукты следует добавить в ассортимент, какие усовершенствовать, а какие исключить из него из-за изменений в уровне конкурентоспособности; следует и диверсифицировать продукцию за счет других направлений производства предприятия, выходящих за рамки его сложившегося профиля.

Шаг 8. Разработка спецификаций новых или улучшенных продуктов в соответствии с требованиями покупателей.

Шаг 9. Изучение возможностей производства новых или усовершенствованных продуктов, включая вопросы цен, себестоимости и рентабельности.

Шаг 10. Проведение испытаний (тестирование) продуктов с учетом потенциальных потребителей в целях выяснения их приемлемости по основным показателям.

Шаг 11. Разработка специальных рекомендаций для производственных подразделений предприятия относительно качества, фасона, цены, наименования, упаковки, сервиса и т.д. в соответствии с результатами проведенных испытаний, подтверждающих приемлемость характеристик изделия или предопределивших необходимость их изменения.

Шаг 12. Оценка и пересмотр всего ассортимента. Вследствие значительных объемов исследования перечисленных выше вопросов и ограниченности объемов работы рассмотрим более подробно первые 6 этапов, которые представляют собой не что иное, как анализ ассортиментной политики предприятия [21].

Как было сказано выше, управление ассортиментом представляет собой деятельность соответствующих служб предприятия по контролю, анализу и принятию управленческих решений в области маркетинга, сбыта и производства с целью адаптации ассортимента к потребностям покупателей.

Ассортиментная политика – искусство принятия решений по отдельной товарной единице, товарной группе и по всему ассортименту в целом для достижения компанией поставленных целей. Основные цели ассортиментной политики:

- увеличение сбыта за счёт оптимизации структуры ассортимента;
- увеличение оборачиваемости товарных запасов;
- достижение конкурентного преимущества за счёт более привлекательного ассортимента;
- выход на новые рынки;
- снижение издержек, связанных с содержанием ассортимента;
- формирование имиджа компании путем позиционирования ассортиментных товарных единиц.

Проблемы управления ассортиментом определяются исходя из следующих факторов:

1. Потребности покупателей быстро меняются, поэтому предприятие вынуждено постоянно обновлять свой ассортимент, а для этого нужны дополнительные ресурсы.

2. Жёсткая конкуренция приводит к тому, что выведенный на рынок новый товар не успевает окупить инвестиции в его производство и продвижение.

3. На предприятиях не налажена система управления ассортиментом из-за сложности прогнозирования изменения спроса потребителей и отсутствия методик оптимизации ассортимента. Процесс управления ассортиментом можно представить графически.

Товарный ассортимент (товарная номенклатура) определим как совокупность всех товарных групп, предлагаемых компанией рынку в целом

или каждому сегменту в отдельности, тогда ассортиментная позиция представляет собой конкретную единицу товара - модель, марку или его типоразмер [29].

Товарный ассортимент состоит из: товарных групп; товарных категорий; товарных линий; товарных единиц.

Товарная группа – совокупность товаров и их видов, сгруппированных по определённому сочетанию, важнейшим из которых являются схожее назначение товаров. Товарная категория – совокупность однородных товаров, находящихся внутри товарной группы. Товарная линия (линейка) – совокупность товаров, предназначенных одним и тем же клиентам или реализуемые через одни и те же каналы сбыта или имеющие одинаковый ценовой диапазон. Товарный ассортимент (номенклатура) характеризуется:

- длиной (насыщенностью), показывающей общее число товарных единиц, реализуемых компанией;
- шириной, равной числу товарных групп, составляющих ассортимент;
- глубиной, показывающей число вариантов каждого вида товара.

Классификация видов товарного ассортимента по степени важности для предприятия:

- основной ассортимент – включает товары, пользующиеся повышенным спросом. Продажа, в первую очередь, именно этих товаров, приносящих наибольшую прибыль, является целью деятельности предприятия. Необходимо обеспечить постоянное присутствие на складе основного ассортимента.
- дополнительный ассортимент – включает товары, придающие завершенность основному ассортименту. Это дополняющие товары, товары импульсной покупки, товары для особых случаев, отсутствующие в других торговых местах[21].

Дополнительный ассортимент может не всегда присутствовать на складе, меняться по наименованиям, т.е. относится к категории переменного ассортимента. В зависимости от количества товарных групп в ассортименте:

- широкий ассортимент – состоит из множества товарных групп, в каждой из

которых представлено большое количество товаров. Достоинства широкого ассортимента: притягивает различные категории покупателей и увеличивает их число; возрастает число незапланированных покупок; позволяет более эффективно управлять прибылью за счёт варьирования торговыми наценками. Недостатки широкого ассортимента: требуются дополнительные площади оборудования; замедляется общая оборачиваемость товарных запасов; возрастает трудоёмкость учёта; трудно поддерживать стабильность ассортимента. Узкий ассортимент – состоит из небольшого числа товаров нескольких товарных групп (3 - 5). Достоинства узкого ассортимента: более легко поддерживать стабильность ассортимента; можно сконцентрироваться на удовлетворении специфических потребностях покупателей; легче осуществлять учёт и управление. Недостатки узкого ассортимента: велик риск недополучения требуемой прибыли при снижении спроса на данные товарные группы; покупатели могут предпочитать продавцов с широким или специализированным ассортиментом:

Специализированный ассортимент – состоит из 1 – 2 товарных групп. Специализированный ассортимент привлекает тех покупателей, которые хотят иметь широкий выбор товара и получить квалифицированное обслуживание и консультацию [21].

Достоинством специализированного ассортимента является – глубина ассортимента, что даёт возможность широкого выбора для покупателя.

В зависимости от количества похожих товаров:

Глубокий ассортимент – представлено много вариантов похожих или аналогичных товаров. Достоинства глубокого ассортимента: большой выбор способствует тому, что покупатель вряд ли уйдёт без покупки; вырабатывается преданность покупателя. Недостатки глубокого ассортимента: слишком большое разнообразие одного и того же товара вызывает раздражение покупателя; продавцы сами плохо ориентируются в различиях между товарами; проявляется эффект "каннибализма".

По данным лишь 2% промышленных предприятий формируют

ассортимент по глубине (по ширине-34%). Плоский ассортимент – представлено небольшое число разновидностей товаров. Следует тщательно подбирать товары, ориентируясь только на самые ходовые. В зависимости от степени дифференциации товара:

Простой ассортимент – состоит из простых недифференцированных товаров (металлопрокат, овощи, сахар, крупы и тд)

Сложный ассортимент – состоит из основных, дополняющих, взаимозаменяемых товаров или товаров, имеющих в пределах одного вида свою внутреннюю классификацию по различным признакам (обувь: фасоны, размеры, цвет, украшения и тд)

Смешанный ассортимент – в нём представлены совершенно разные товарные группы: продукты питания, товары бытовой химии, товары для личной гигиены, газеты и тд).

2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПОЛЮС ПЛЮС»

2.1. Организационная характеристика ООО «ПОЛЮС ПЛЮС»

Объектом выпускной квалификационной работы являлось общество с ограниченной ответственностью «ПОЛЮС ПЛЮС».

ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» имеет статус юридического лица и располагается по адресу: 309537, Белгородская область, Старооскольский район, М-Н Жукова , д.27 кв 165.

Полное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «ПОЛЮС ПЛЮС», сокращенное наименование на русском языке: ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».

Обществом с ограниченной ответственностью признается общество учрежденное одним или несколькими лицами, уставной капитал которого разделен на доли, размер которых определен учредительными документами.

Правовое положение общества с ограниченной ответственностью, а также права и обязанности его участников определяются Гражданским кодексом Российской Федерации, законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и Уставом общества (приложение 1).

Общество обладает полной хозяйственной самостоятельностью, имеет в собственности имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, от своего имени приобретает и осуществляет имущественные и личные неимущественные права, несет обязанности, выступает в качестве истца и ответчика в судах.

ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» является юридическим лицом, имеет счета в банках, круглую печать, штампы и бланки установленного образца и другие реквизиты.

Имущество ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» составляют основные фонды и оборотные средства, а также иное имущество, стоимость которых отражается на самостоятельном балансе общества.

Источниками формирования имущества ООО «Старооскольские ПОЛЮС

ПЛЮС» являются:

- денежные и иные имущественные вклады участников;
- доходы, полученные от реализации продукции, работ, услуг, а также от других видов хозяйственной деятельности;
- доходы от ценных бумаг;
- кредиты банков и других кредиторов;
- безвозмездные или благотворительные взносы, пожертвования организаций, предприятий, граждан;
- нематериальные активы;
- другие источники, не запрещенные действующим законодательством.

Денежные средства ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» хранятся на расчетных счетах в учреждениях банков. Открытие счетов и расчетные операции осуществляются в соответствии с требованиями действующего Законодательства.

ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» самостоятельно осуществляет свою хозяйственную деятельность на принципах полного хозяйственного расчета, несет ответственность за результаты своей хозяйственной деятельности, за выполнение взятых на себя обязательств перед партнерами по заключенным договорам, перед госбюджетом и банками согласно законодательства.

Основная цель общества – получение прибыли от хозяйственной и финансовой деятельности.

Видами деятельности ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» являются следующие:

- строительство жилых и нежилых зданий;
- планировка и строительство участка;
- устройство кровель различных видов;
- производство строительных материалов;
- организация торгово-закупочной деятельности с использованием различных форм торговли, в том числе с организацией собственных торговых точек, специализированных и фирменных магазинов, оптовых баз;
- организация оптовой, розничной торговли, в том числе комиссионной,

подакцизными товарами, в частности, путем создания собственной сети и аренды торговых площадей, магазинов, складов, осуществление экспортно-импортных операций;

- осуществление снабженческо-сбытовой, оптовой, розничной и комиссионной торговли товарами народного потребления, строительными материалами, сельскохозяйственной продукцией, товарами промышленного и научно-технического назначения;

- организация коммерческих и комиссионных магазинов и отделов для реализации как собственной продукции и услуг, так продукции и услуг других производителей на комиссионной или иной основе;

- оптовая, розничная торговля строительными материалами.

а также осуществление других работ и оказание других услуг, не запрещенных и не противоречащих действующему законодательству РФ.

Общество имеет гражданские права и несет обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных Федеральным законодательством.

Размер уставного капитала составляет 10 тыс. руб.

ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» имеет линейную структуру управления.

Данная структура управления характеризуется тем, что функциональные руководители координируют, контролируют и отвечают за результаты выполнения только одной определенной функции, но в рамках предприятия или отдельного подразделения. Линейные подразделения осуществляют основную деятельность, функциональные подразделения обеспечивают деятельность основных подразделений.

Достоинства структуры управления ООО «ПОЛЮС ПЛЮС»:

- высокая компетентность функциональных руководителей;
- уменьшение дублирования усилий и потребления материальных ресурсов в функциональных областях;
- улучшение координации в функциональных областях;
- высокая эффективность при небольшом разнообразии продукции и

рынков;

- максимальная адаптация к диверсификации производства;
- формализация и стандартизация процессов;
- высокий уровень использования мощностей.

Недостатки:

– чрезмерная заинтересованность в результатах деятельности «своих» подразделений. Ответственность за общие результаты только на высшем уровне;

- проблемы межфункциональной координации;
- чрезмерная централизация;
- увеличение времени принятия решений из-за необходимости согласований;

- реакция на изменения рынка чрезвычайно замедлена;
- ограничены масштабы предпринимательства и инноваций.

Общее руководство осуществляет директор. Он решает все вопросы текущей деятельности предприятия. Директор ООО «ПОЛЮС ПЛЮС»: обеспечивает выполнение решений общего собрания учредителей, распоряжается имуществом в пределах, установленных Уставом и действующим законодательством, определяет организационную структуру предприятия, утверждает правила, процедуры и другие внутренние документы, утверждает штатное расписание, принимает на работу и увольняет с работы сотрудников, в том числе назначает и руководителей всех подразделений и прочих служб.

Главный бухгалтер руководит финансовой политикой предприятия, занимается анализом хозяйственной деятельности, прогнозированием развития фирмы, привлечением долгосрочных инвестиций.

Бухгалтерия производит учет всех хозяйственных операций. В ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» применяется автоматизированная форма бухгалтерского учета. Ведение бухгалтерского учета обеспечивается автоматизированными системами, разработанными посредством сбора информации о хозяйственных

операциях, обработки этой информации, выполнения необходимых расчетов, хранения данных и формирования различных форм отчетности.

2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

ООО «ПОЛЮС ПЛЮС»

Анализ хозяйственной деятельности, оценка ее эффективности является важным элементом в системе управления. Управленческие решения и действия сегодня должны быть основаны на точных расчетах, глубоком и всестороннем экономическом анализе.

Основной целью финансового анализа является получение небольшого числа ключевых (наиболее информативных) параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами.

Представление об эффективности работы любого предприятия дает финансовая отчетность. Отчетность фирмы представляет собой систему показателей, отражающих результаты хозяйственной деятельности организации за отчетный период.

Финансовая отчетность позволяет оценить имущественное состояние, финансовую устойчивость, платежеспособность предприятия и другие результаты, необходимые для обоснования тех или иных управленческих решений.

Для изучения ресурсного потенциала ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» исследуем деятельность предприятия за 2014 – 2016 годы при помощи данных бухгалтерской отчетности.

Бухгалтерская отчетность представляет собой единую систему данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности. Составляют ее по данным бухгалтерского учета.

Далее рассмотрим основные экономические показатели ООО «ПОЛЮС

ПЛЮС» за период с 2014 по 2016 годы.

Таблица 2.1

Показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «ПОЛЮС ПЛЮС»

Показатели	2011	2012	2014	Отклонение		Темп роста	
				2014 к 2011	2014 к 2012	2014 к 2011	2014 к 2012
Выручка	21834	24463	23879	2045	-584	109,37	97,61
Себестоимость	16808	18122	17049	241	-1073	101,43	94,08
Коммерческие расходы	429	573	754	325	181	175,76	131,59
Проценты к получению	104	129	115	11	-14	110,58	89,15
Прочие расходы	267	306	273	6	-33	102,25	89,22
Прибыль до налогообложения	2856	3571	3793	937	222	132,81	106,22
Чистая прибыль	2582	3173	3358	776	185	130,05	105,83

Рассматривая показатели финансово-хозяйственной деятельности мы можем отметить, следующие результаты.

Выручка в анализируемом периоде увеличилась на 9,37 процента, что составило 2045 тыс. руб., однако за последний год наблюдалось снижение на 2,39 процента, что составило 584 тыс. руб.

Себестоимость в исследуемом периоде увеличилась на 1,43 процента, что составило 241 тыс. руб., однако за последний год наблюдалось снижение на 5,92 процента, что составило 1073 тыс. руб.

Чистая прибыль за период с 2014 по 2016 годы увеличилась и на конец составила 3358 тыс. руб.

Подводя итог полученным показателям можно отметить, что в исследуемом периоде ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» значительно увеличили объемы деятельности, что является отрицательным моментом в деятельности предприятия, так же можно отметить меньший рост себестоимости что привело к опережающему росту прибыли, что в целом характеризует предприятие как успешное.

Для определения ресурсного потенциала предприятия рассмотрим динамику баланса ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Анализ динамики капитала предприятия

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение		Темп роста	
				2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Основные средства	13492	13185	12673	-819	-512	93,93	96,12
Запасы	2917	2614	2438	-479	-176	83,58	93,27
Дебиторская задолженность	673	431	593	-80	162	88,11	137,59
Денежные средства	791	824	1007	216	183	127,31	122,21
Оборотные средства	4381	3869	4038	-343	169	92,17	104,37
Актив	17873	17054	16711	-1162	-343	93,50	97,99
Уставный капитал	10	10	10	0	0	100,00	100,00
Нераспределенная прибыль	2984	2736	3008	24	272	100,80	109,94
Собственные средства	2994	2746	3018	24	272	100,80	109,91
Долгосрочная задолженность	3256	2899	2175	-1081	-724	66,80	75,03
Краткосрочная задолженность	11633	11409	11518	-115	109	99,01	100,96
Пассив	17873	17054	16711	-1162	-343	93,50	97,99

Рассматривая показатели изменения в капитале, ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» мы получили следующие результаты. Активы предприятия сократились на 6,5 процента, что составило 1162 тыс.руб., в том числе за последний год снизились на 2,01 процента, что составило 343 тыс. руб.

Основные средства предприятия снизились на 6,07 раза, что составило 819 тыс. руб., в том числе за последний год снизились на 3,88 процента, что составило 512 тыс. руб.

Оборотные средства снизились за анализируемый период на 7,83 процента, что составило 343 тыс. руб., однако за последний период увеличились на 4,37 процента, что составило 41391 тыс. руб.

Рассматривая пассивы, ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» мы можем отметить, что собственный капитал предприятия в анализируемом периоде увеличился за анализируемый период в 6,75 раза, что составило 169 тыс. руб.

Анализируя полученные результаты мы можем отметить, что сокращение размеров активом является отрицательным моментом в деятельности

предприятия, так же можно отметить, что это сокращение идет за счет заемных средств компании.

Все рассмотренные задачи управления операционными активами предприятия теснейшим образом взаимосвязаны, хотя отдельные из них и носят разнонаправленный характер. Поэтому в процессе управления операционными активами отдельные задачи должны быть оптимизированы между собой по критерию возможного роста рыночной стоимости предприятия.

Расчет показателей динамики оборотного капитала ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» за 2014– 2016 гг. производится в таблице 2.3 на основании приложения 2-5.

Таблица 2.3

Анализ динамики и структуры оборотных средств

Показатель	2014	2015	2016	Структура, %			Отклонение	
				2014	2015	2016	2016 к 2014	2016 к 2015
Запасы	2917	2614	2438	66,58	67,56	60,38	-6,21	-7,19
Дебиторская задолженность	673	431	593	15,36	11,14	14,69	-0,68	3,55
Денежные средства и денежные эквиваленты	791	824	1007	18,06	21,30	24,94	6,88	3,64
Оборотные средства	4381	3869	4038	100	100	100		

Рассматривая структуру оборотных фондов в таблице 2.3 ООО «ПОЛЮС ПЛЮС», мы можем отметить, что общая сумма оборотных средств увеличилась в исследуемом периоде.

Доля запасов за анализируемый период сократилась на 6,21 процентных пункта, в том числе за последний год увеличилась на 7,19 процентных пункта.

Доля дебиторской задолженности сократилась на 0,68 процентных пункта, однако за последний год увеличилась на 3,55 процентных пункта.

Удельный вес денежных средств увеличился в исследуемом периоде на 6,88 процентных пункта, в том числе за последний год снизились на 3,64 процентных пункта.

Подводя итог полученным результатам мы можем отметить сокращение оборотных средств ООО «ПОЛЮС ПЛЮС», а также можно отметить рост денежных средств, что повышает ликвидность предприятия,

Далее рассмотрим эффективность использования оборотных средств ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» за период с 2014 по 2016 годы в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Показатели оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение		Темп роста	
				2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
1	2	3	4	5	6	7	8
Коэффициент оборачиваемости активов	1,22	1,43	1,43	0,21	-0,01	116,97	99,62
Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	4,98	6,32	5,91	0,93	-0,41	118,66	93,53
Коэффициент оборачиваемости запасов	7,49	9,36	9,79	2,31	0,44	130,85	104,66
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	32,44	56,76	40,27	7,83	-16,49	124,12	70,95
Коэффициент оборачиваемости денежных средств	27,60	29,69	23,71	-3,89	-5,98	85,91	79,87

Рассматривая показатели динамики коэффициента оборачиваемости, мы можно отметить следующее. Коэффициент оборачиваемости активов за анализируемый период ускорился на 16,97 процента, что в сумме составило 0,21 раза.

Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала ускорился на 18,66 процента, что составило 10,93раза, однако за последний год замедлился на 6,47 процента, что составило 0,41 раза.

Коэффициент оборачиваемости запасов ускорился на 30,85 процента, что составило 2,31 раза, в том числе за последний год на 4,66 процента, что составило 0,44 раза.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности в исследуемом периоде ускорился на 24,12 процента, что составил 7,83 раза, однако за последний год замедлился на 29,05 процента, что составило 16,49 раза.

Коэффициент оборачиваемости денежных средств в анализируемом периоде замедлился 14,09 раза.

Далее рассмотрим эффективности использования оборотных средств в разрезе времени нахождения в обороте активов.

Таблица 2.5

Показатели времени одного оборота оборотных средств

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение		Темп роста	
				2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Длительность одного оборота активов	295	251	252	-43	1	85,49	100,39
Длительность одного оборота текущих активов	72	57	61	-11	4	84,28	106,92
Средний срок хранения запасов	48	38	37	-11	-2	76,42	95,55
Средний срок погашения дебиторской задолженности	11	6	9	-2	3	80,57	140,95
Длительность одного оборота денежных средств	13	12	15	2	3	116,40	125,20

Исследуя данные таблицы 2.5, мы можем отметить, следующие результаты. Длительность одного оборота активов ускорилась за исследуемый период на 14,51 процента, что составило 43 дня.

Длительность одного оборота текущих активов ускорилась на 15,72 процента, что составило 11 дня, однако за последний год замедлился на 6,92 процента, что составило 4 дня.

Срок хранения запасов ускорился на 23,58 процента, что составило 11 дней.

Средний срок погашения дебиторской задолженности в анализируемом периоде ускорился на 19,43 процента, что составило 2 дня, однако за последний

год замедлился на 40,95 процента, что составило 3 дня.

Подводя итог проведенному исследованию мы можем отметить, что оборачиваемость оборотных средств на ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» в целом ускорилась. Данное ускорение произошло в основном за счет сокращения всех оборотных средств и увеличения выручки большими темпами чем вложения. На основе этого можно сделать вывод что, эффективность использования оборотных средств в ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» находится на высоком уровне.

2.3. Обоснование выбора внедрения нового строительного материала ООО «ПОЛЮС ПЛЮС»

Современный уровень развития науки позволил наладить выпуск современных новых строительных материалов, которые начинают применяться в строительстве с использованием новых строительных технологий с целью повышения эффективности строительных работ.

Новая продукция и материалы, используемые в строительстве должны быть пригодны для применения в условиях строительства и эксплуатации объектов на территории Российской Федерации (18).

Пригодность новой продукции подтверждается техническим свидетельством Госстроя России. Техническое свидетельство является документом, разрешающим применение в строительстве на территории Российской Федерации новой продукции при условии ее соответствия приведенным в свидетельстве требованиям.

Техническое свидетельство выдается с учетом обязательных требований строительных, санитарных, пожарных, промышленных, экологических, а также других норм безопасности, утвержденных в соответствии с действующим законодательством (34).

Проверке и подтверждению пригодности подлежит новая продукция и материалы, от которой зависят эксплуатационные свойства зданий и сооружений, их надежность и долговечность, безопасность для жизни и

здоровья людей, их имущества, а также окружающей среды, в том числе:

- вновь разработанная на территории Российской Федерации и передаваемая в массовое (серийное) производство;

- требования к свойствам и условиям применения которой полностью или частично отсутствуют в действующих строительных нормах и правилах, государственных стандартах, технических условиях и других нормативных документах;

- впервые осваиваемая производством по зарубежным технологиям, если она отличается (по материалам, составу, конструкции и т.д.) от продукции аналогичного назначения, отвечающей требованиям действующей нормативно - технической документации;

- изготавливаемая по зарубежным нормам и стандартам и поставляемая в соответствии с требованиями этих норм и стандартов на территорию Российской Федерации (14).

Об актуальных проблемах применения новых строительных технологий посвящены работы многих ученых и научных центров. Интерес к проблемам применения указанных материалов при утеплении зданий в стране особенно возрос после нормативных документах о мерах по повышению эффективности эксплуатации жилищного фонда, объектов коммунального и социально-культурного назначения и защите прав потребителей коммунальных услуг" согласно которым в нашей стране до 2016 г. решено провести тепловую модернизацию около 2 тысяч крупнопанельных жилых домов первых массовых серий (45).

Согласно нормативным документам "Проектирование и устройство тепловой изоляции ограждающих конструкций зданий и сооружений" (ПЗ-2000 к СНиП 3.03.01-87), в соответствии с которым легкие штукатурные системы утепления с теплоизоляцией из пенополистирола допускается, в частности, применять в зданиях высотой до 12 этажей для городов областного подчинения и районных центров. Однако среди специалистов существуют разные мнения, касающиеся многообразных аспектов использования пенополистирола при

утеплении зданий.

В последнее время появилось много публикаций, ратующих за применение пенополистирола в качестве утеплителя в строительстве как для малоэтажной застройки, так и для многоэтажной — до 9 этажей.

Рассмотрим характеристику нового материала теплолита - блоков и плит из полистеролбетон.

Полистеролбетон - строительный материал, представляющий собой вспененный бетон с пеностирольным наполнителем и специальными добавками. Он предназначен для устройства теплоизоляции стен, кровель, перекрытий над холодными чердаками, подвалами и проездами. Теплолит получают, разливая смесь цемента, пенополистирола и добавок в формы, в которых эта масса затвердевает. Выпускают его в виде блоков и плит.

По теплофизическим характеристикам теплолит в 5 раз превосходит традиционную кирпичную кладку (блок толщиной 375 мм равнозначен кирпичной кладке толщиной 2150 мм). Материал долговечен, трудногорюч (класс Г), экологически безопасен, обладает низкой сорбционной влажностью, морозостоек, имеет оптимальную паропроницаемость (как у древесины), что создает комфортные условия для проживания (25).

Теплолит – блоки – стеновой кладочный материал, который используют для возведения стен как самостоятельно, так в комбинации с другими конструктивными элементами. В зависимости от марки он имеет различную несущую способность, а в зависимости от плотности может применяться для возведения как самонесущих стен (ПСБ 3,0 И ПСБ 3,5), так и несущих стен в малоэтажном строительстве (ПСБ 4,0, ПСБ 4,5, ПСБ 4,5). Решение об использовании теплолит-блоков в том или ином качестве должен принимать специалист- проектировщик, учитывая конструкцию здания и отдельных его узлов на основании технических характеристик конкретной марки изделий.

Марки плит по плотности выбирают исходя из требуемой степени тепловой защиты, а также необходимой прочности конструкции (чем выше плотность, тем выше прочность плиты, но ниже ее теплозащитные свойства).

Толщину теплолита подбирают близкой к оптимальному значению, которое рассчитывают по коэффициенту теплопроводности выбранной марки и требуемого сопротивления теплопередаче конструкции (стены, пола, перекрытия).

Теплолит- материал на цементном связующем. Поэтому он имеет хорошее сцепление с цементосодержащими составами, различными плиточными клеями, шпатлевками и т.п. Укладывать блоки целесообразно на клей, что позволяет обеспечить малую оув и как соедствие, лучшую тепловую защиту конструкции. Плиты рекомендуется крепить к утепляемой поверхности специальным клеем. Отделку проводят обычным способом (штукатурка, шпатлевка, облицовка кирпичом, плиткой, камнем и т.д.)

Главный аргумент — экономичность: пенополистирол почти в 5 раз дешевле, чем каменная вата. Казалось бы, все просто: материал более дешевый, вопрос экономии в строительстве весьма актуален, материал действительно недорогой, в 4,9-5,2 раза дешевле каменной или минеральной ваты с аналогичными показателями. В России разработаны и официально приняты и сертифицированы компетентными ведомствами конструктивные схемы использования пенополистирольных плит для наружного утепления зданий до 12 этажей и до 9 этажей в остальных городах. Одной из главных причин, сдерживающих широкое применение пенополистирола при утеплении жилых зданий большей этажности, с официальной точки зрения органов пожарного надзора является отсутствие необходимой техники для тушения пожаров и эвакуации людей (11).

Наблюдается дефицит высококачественных, недорогих с высокими техническими характеристиками, строительных материалов. Огромная потребность на рынке страны в недорогом, качественном и новом продукте. Блоки из особо легкого полистиролбетона представляют новое поколение строительных материалов, предназначенных для устройства теплоэффективных наружных стен в соответствии с новыми повышенными требованиями СНиП для зданий различного назначения в жилищном, гражданском и промышленном строительстве. Полистиролбетонные блоки, сочетают в себе достоинства таких

известных материалов, как бетон (прочность), дерево (легкость обработки) и пенополистирол (высокие тепло- и звукозащитные свойства) Производство полистиролбетонных блоком минимизирует риск брака, так как технология уникальна в своем роде. Необходимость стабилизировать экологическую обстановку в городах, промышленных центрах и курортных зонах. Производство и сам материал (полистеролбетон) экологически чисты, что подтверждается соответствующими документами (19).

Возможные рынки сбыта и потребители-посредники. По мнению ведущих маркетологов, строительный рынок будет продолжать расти быстрыми темпами, это касается не только капитального крупномасштабного строительства, но и строительства коттеджей, загородных домов и небольших промышленных объектов, а также ремонта жилых зданий. В связи с этим резко возросли требования к сопротивлению теплопередачи ограждающих конструкций зданий и сооружений, и возникла большая потребность в эффективных стеновых строительных материалах, имеющих высокие теплотехнические характеристики. Все это привело к повышенным требованиям к оборудованию, производящему эти материалы. В связи с возросшими требованиями к сопротивлению теплопередачи ограждающих конструкций зданий и сооружений, потребность в эффективных стеновых строительных материалов, имеющих высокие теплотехнические характеристики, значительно возросла.

Анализ рынка и потенциальные возможности рынка. На сегодняшний день для строительства перегородок используется такие материалы как кирпич строительный обыкновенный, кирпич силикатный, газосиликатные блоки.

Анализ показывает, что в сравнении с традиционными материалами, используемыми для устройства перегородок, планируемая стоимость готовой продукции из полистиролбетона дешевле перегородок из кирпича. Еще одним видом продукции, емкость рынка по которому практически не ограничена, являются стеновые блоки объемным весом 800-1200 кг/м³. Основная область применения: в качестве несущих ограждающих конструкций в малоэтажном

строительстве.

Поскольку в настоящее время на строительном рынке наибольшим спросом пользуются стандартные блоки полистиролбетона (теплоизоляционные и перегородочные), и емкость рынка по этим позициям практически не ограничена, необходимо остановиться на выпуске данного вида продукции. При запуске линии по производству полистиролбетона, можно при дополнительных затратах улучшить качество полистиролбетона используя применение химических присадок и модификаторов свойств бетона. Модификаторы свойств бетона изготовлены по новейшим технологиям, разработанными техническими специалистами профильных Научно-Исследовательских Институтов России, суть которых заключается в применении высококачественных компонентов позволяющих получить бетоны, растворы, сухие смеси с высокими эксплуатационными свойствами и техническими показателями.

Политика ценообразования основана на изучении рынка подобной продукции (пенобетон) с учетом конкурентоспособности. Результат анализа будет заключаться в определении уровня снижения цен относительно предполагаемых конкурентов и обеспечении высоких оборотов финансовых средств. Будет применена так называемая методика захвата рынка с последующей возможностью маневрирования ценой продукции в сторону её уменьшения.

Направленность маркетинговой политики предприятия на региональный рынок практически не требует рекламных затрат.

Стены из полистиролбетона в 1,5-2 раза дешевле стен из ячеистого бетона, кирпичных стен с утеплителем из навесных панелей. Экономия на 12-15% сметной стоимости строительства за счет дополнительной площади, получаемой при более "тонких" полистиролбетонных стенах. Затраты на отопление в 2-3,5 раза ниже, чем у кирпичного дома. Снижение материалоемкости примерно в 5 раз Экономия до 70 % кладочного раствора. Полистиролбетон – это простота в строительстве. Блок, толщиной 30 см по

теплопроводности заменяет около 2-х м кирпичной кладки. Высокая технологичность строительства, блоки легко пилятся, гвоздятся (придание любой геометрической формы, устройство каналов для скрытой проводки). Кладка на клеевой основе для пенобетонов, что позволяет получить межблочный шов не более 3-4 мм и избежать образования мостиков холода.

Полистиролбетон – это легкость в строительстве. Снижение трудозатрат примерно в 3 раза. Исключение тяжелой грузоподъемной техники при строительных работах. Снижение затрат на доставку строительных материалов примерно в 4 раза. Один блок заменяет 17 кирпичей и весит не более 25 кг. Полистиролбетон – это безопасный материал. В производстве используется только пищевой полистирол. Экологически безопасен.

Полистиролбетон – это комфортность. Высокая теплосберегающая способность стен дома. Прекрасная звуковая изоляция. Отличная гидроизоляция при сохранении паропроницаемости. Полистиролбетон сочетает в себе достоинства таких материалов, как бетон (прочность), дерево (легкость обработки) и пенопласт (высокие тепло- и звукозащитные свойства). Наблюдается дефицит высококачественных, недорогих с высокими техническими характеристиками, строительных материалов. Огромная потребность на рынке страны в недорогом, качественном и новом продукте. Блоки из особо легкого полистиролбетона представляют новое поколение строительных материалов, предназначенных для устройства теплоэффективных наружных стен в соответствии с новыми повышенными требованиями СНиП для зданий различного назначения в жилищном, гражданском и промышленном строительстве. Полистиролбетонные блоки, сочетают в себе достоинства таких известных материалов, как бетон (прочность), дерево (легкость обработки) и пенополистирол (высокие тепло- и звукозащитные свойства) Производство полистиролбетонных блоком минимизирует риск брака, так как технология уникальна в своем роде. Производство и сам материал (полистеролбетон) экологически чисты, что подтверждается соответствующими документами.

Рассмотрим отрицательные характеристики пенополистерола. Во-первых,

пожарная опасность. Во-вторых, недолговечность. И в-третьих, экологическая небезопасность. Эти свойства требуют дополнительных исследований. Они не требуют запрещения материала, но они требуют дополнительного — внимательного — к нему отношения и дополнительных исследований.

Вернемся к проблеме экономии затрат при использовании пенополистирола как утеплителя. В этом качестве его свойства и срок службы зависят от технологии производства. Если, согласно западным производителям, этот срок 15 — максимум 20 лет, то в России эта цифра — всего 10 лет. То есть, если через 10 лет свойства утеплителя будут существенно ухудшаться, то это естественно, и к этому надо быть готовыми. Это наводит на определенные размышления: заменяя долговечный "дорогой" утеплитель на "дешевый" недолговечный, особенно при многоэтажном строительстве и одноэтажном индивидуальном строительстве.

Но допустим, что срок службы пенополистирола равен сроку службы здания — какова же тогда реальная экономия стоимости квадратного метра? "При замене минераловатных плит на пенополистирольные снижение стоимости 1 м² утепления ограждающих конструкций составляет от 138 до 150 долларов США. Экономия денежных средств при утеплении типового пятиэтажного жилого дома в этом случае составляет до 10-11 тыс. долларов США, или около 39,9 млн. рублей, что составляет 16-18% от общей стоимости утепления здания.

Таким образом, экономическая выгода преобладает над экологическими недостатками данного материала, который в последнее время приобретает большое распространение.

Для расчета дополнительной прибыли, получаемой предприятием за счет ввода новой линии необходимо рассчитать себестоимость выпускаемой продукции и объем производства.

Полистиролбетон - разновидность легких бетонов и представляет собой композиционный материал, в состав которого входит портландцемент, пористый заполнитель, в качестве которого выступают гранулы вспененного

полистирола, а также модифицирующие добавки (ускорители схватывания, пластификаторы и т. д.). В связи с отсутствием на рынке аналогичной продукции, предлагаемые изделия являются уникальным, конкурентоспособным и высоко ликвидным товаром, способным завоевать рынок.

Внедряемая продукция и ее характеристика- полистиролбетон.

Легкие бетоны с использованием пористых заполнителей находят в строительстве все большее применение. Снижая плотность бетона, строители достигают следующих положительных результатов:

- снижение массы конструкций;
- уменьшение стоимости строительства; повышение теплоизоляционных свойств;
- снижение трудозатрат и как следствие увеличение производительности труда.

Полистиролбетон подразделяется на следующие категории:

Конструкционные (D450-600);

Конструкционно-теплоизоляционные (D350-450);

Теплоизоляционные (D150-350).

От пенобетона полистиролбетон отличается в первую очередь свойствами заполнителя. Полистирольный заполнитель гораздо легче традиционных заполнителей (керамзита, перлита, вермикулита), обладает заметно меньшим водопоглощением и теплопроводностью.

Полистиролбетон, в отличие от пенобетона:

- быстрее схватывается и твердеет;
- не дает усадки; быстро набирает высокие прочностные характеристики; обладает низкой водопоглощаемостью;
- имеет меньшие требования к сырьевым компонентам (например, в пенобетоне использование пенообразователей разных марок приводит к качественному пересмотру рецептур, даже в пределах одной марки не обеспечена стабильность показателей пенообразователя и т. д.);

- в полистиролбетоне изменение марки цемента, качества песка не приводит к таким критическим изменениям физико-механических свойств получаемого материала;

-бетон защищает полистирольные гранулы от огня и атмосферных воздействий;

-полистирол придает бетону легкость и высокие теплоизолирующие свойства. Свойства получаемой конструкции существенно снижают нагрузку на фундамент и затраты на отопление. Часто выбор в пользу полистиролбетона делают, сравнивая свойства других ячеистых бетонов - газосиликата, пенобетона.

Полистиролбетон не имеет этих недостатков, сохраняя, однако, все положительные свойства легких и ячеистых бетонов. Показатели длительной прочности, морозостойкости и влагостойкости полистиролбетона на порядок выше, чем у ячеистых бетонов.

Габариты стеновых элементов определяются климатическими условиями эксплуатации и возможностью бескранового монтажа.

Основные характеристики полистиролбетонного блока представлены в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Основные характеристики полистиролбетонного блока

Марка блока " D-300 "	Стандарт		Марка блока " D-600 "	Стандарт	
	min	max		min	max
Класс бетона по прочности	B-0.5	B-0.75	Класс бетона по прочности	B-2	B-2.5
Марка бетона по прочности	M-7.5	M-10	Марка бетона по прочности	M-25	M-35
Прочность на сжатие	7.5 кг/см ²	10.8 кг/см ²	Прочность на сжатие	28.9 кг/см ²	32.7 кг/см ²
Теплопроводность	0,085 Вт/м*С		Теплопроводность	0,145 Вт/м*С	
Морозостойкость	F-50		Морозостойкость	F-50	
Водопоглощение	не более 4%		Водопоглощение	не более 8%	
Горючесть	Не горюч		Горючесть	Не горюч	
Размеры блока	200*300*600 мм		Размеры блока	200*300*600 мм	

Полистиролбетон, благодаря своим уникальным качествам, как нельзя лучше соответствует требованиям к сопротивлению теплопередаче он более

долговечен (в отличие от полимерных материалов, которые значительно быстрее стареют и разрушаются); обладает низкой плотностью (D200-D600), очень низкой теплопроводностью (0,06-0,08 Вт/м°C); экологически безопасен (из вспененного полистирола сегодня делаются продуктовые лоточки); обладает низкой сорбционной влажностью (что позволяет материалу сохранять низкие значения теплопроводности в условиях повышенной влажности; как следствие, высокой морозостойкостью (F25-F50).

Сравнительные характеристики толщин стеновых материалов, соответствующих 100 см. кирпичной кладки представлена на рис. 2.1. [22].



Рис. 2.1. Сравнительная характеристика стеновых материалов

При этом уменьшаются затраты на работы (штукатурка, покраска и т.д.). Изделия, произведенные по этой технологии, обладают высокими прочностными характеристиками: Прочность при сжатии от 600 до 1000 кг/см²; прочность на растяжение при изгибе от 60 до 150 кг/см²; морозостойкость не менее 500 циклов (F500); водопоглощение менее 3%; истираемость менее 0,4 г/см².

Технология производства полистиролбетона очень проста и доступна любому человеку. Производство полистиролбетона гораздо проще, чем, к примеру, производство пенобетона. При производстве полистиролбетона гораздо проще получать моно продукт, то есть материал с постоянными характеристиками.

Технология производства полистиролбетона ничем не отличается от

технологии производства простого цементного раствора или бетона: в растворосмесителе в определенном порядке перемешиваются исходные компоненты: цемент, песок и шарики пенопласта. Полученный раствор заливается в специальные формы или в несъемную (съемную) опалубку прямо на объекте.

Таблица 2.7

Составы полистиролбетона на 1 м³

Марка	D300	D400	D500
Вода, л	95	115	130
Портландцемент, кг	160	190	215
Песок кварцевый, кг	75	110	180
Полистирол, кг	9	10	11
СДО, л	3,5	4	5

Для организации полного цикла производства полистиролбетона (пенобетона) необходимо иметь следующее оборудование.

Комплект в минимальной комплектации, с участком вспенивания.

Срок комплектации данной линии - 15-20 календарных дней.

Внедрение данного оборудования позволит осуществить выпуск полистеролбетонных блоков.

Таблица 2.8

Расчет необходимого оборудования

Наименование	Цена в руб.
Участок производства полистеролбетона	
1. Смеситель СПП 250 – 2 шт.	178 000
2. Героторный насос НГ-420. Производительность - 4,2 м ³ в час	93 000
Участок вспенивания ПСВ-с	
3. Предвспениватель ПН-04	89 000
4. Приемный бункер ПБ-01	16 000
5. Вентилятор приемного бункера с подогревом	14 200
6. Мешок для бункера вылеживания	9 600
Итого	399 800

Комплект в минимальной комплектации, с участком вспенивания.

Срок комплектации данной линии - 15-20 календарных дней.

Внедрение данного оборудования позволит осуществить выпуск полистеролбетонных блоков.

Производительность до 40 м³ полистиролбетона в смену 8 часов.

40 м³ x 292 дня = 11680 м³

Приведенные расчеты подтверждают экономическую целесообразность приобретения и установки комплекта оборудования.

Таблица 2.9

Себестоимость выпускаемого ассортимента, руб.

Марка	D300	D400	D500
Вода, л	1140	2070	2340
Портландцемент, кг	800	950	1075
Песок кварцевый, кг	13,5	19,8	32,4
Полистирол, кг	360	400	440
СДО, л	80,5	92	115
Итого	2394	3531,8	4002,4

Средний срок службы подобного оборудования составляет 5 лет. Предполагается, что достигнуть загрузки производственной мощности 100%, поэтому объем производства в дальнейшем составит 11680 м³/год. В таблице представлен расчет себестоимости изготовления 1 м³ полистеролбетонных блоков (таблица 2.9.).

Цена 1 м³ полистеролбетонных блоков представлена в таблице 2.10.

Таблица 2.10

Цены на выпускаемый ассортимент, руб.

Марка по плотности (кг/м ³)	Размер блока, м	Объем блока, м ³	Кг/1 шт.	Руб./1 шт.	Руб./1м ³
D500	0,188*0,3*0,588	0,033	16,5	160	4848,5
D600			19,8	170	5151,5
D700			23,1	180	5454,5

Далее произведем расчет годовой выручки от реализации.

Таблица 2.11

Расчет годовой выручки от реализации

Наименование	Цена, руб/1 м ³	Объем производства, м ³	Выручка, тыс. руб.
D500	4848,5	3893	18877
D600	5151,5	3893	20057
D700	5454,5	3894	21240
Итого		11680	60173

Расчет предварительного эффекта показал, что внедрение линии по производству полистеролбетонных блоков на ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» позволит увеличить объемы производства, что в свою очередь позволит предприятию получать больший размер прибыли не только за счет основного производства, но и за счет линии по производству полистеролбетонных блоков.

Таким образом, с точки зрения технической и экономической стороны ввод современного оборудования экономически целесообразен, т.к. приводит к значительным выгодам, следовательно рассмотрение проекта по внедрению линии полистеролбетонных блоков на ООО «ПОЛЮС ПЛЮС» не вызывает сомнений.

Для расчета денежного потока по годам осуществления проекта необходимо определить размер ежегодной суммы амортизации. Списание оборудования предполагается осуществлять по линейному способу начисления амортизации. Учитывая, что ликвидационная стоимость линии составляет 10% от первоначальной стоимости и что срок полезного действия равен 15 лет, сумма амортизации за год составит:

$$A = 399,8/5=79,96 \text{ тыс. руб.}$$

На следующем этапе произведем расчет стоимостной оценки результатов табл. 3.6.

Ставка налога на прибыль равна 20%. При расчете выручки и себестоимости приняли во внимание ее рост, обусловленный ростом цен, расчет которой произведен в таблице 2.12.

Таблица 2.12

Расчет стоимостной оценки результатов, тыс. руб.

Год	Выручка от реализации	Себестоимость	Прибыль	Налог на прибыль, 20 %	Чистая прибыль
2018	60173	38656	21517	4303	17213
2019	63182	40589	22593	4519	18074
2020	66341	42619	23722	4744	18978
2021	69658	44750	24908	4982	19927
2022	73141	46987	26154	5231	20923
Итого	332496	213601	118894	23779	95115

На следующем этапе можем определить основные показатели эффективности капитальных вложений. Классическими показателями эффективности являются: срок окупаемости, чистый приведенный доход, внутренняя норма рентабельности, индекс прибыльности.

1. Расчет дисконтированного срока окупаемости произведем в таблице. Ставка дисконта составляет 23 %, исходя из ключевой ставки на момент расчета в 9,25% и среднего риска инвестиций в 6,75%, инфляционных ожиданий – 7 процентов.

Таблица 2.13

Расчет дисконтированного срока окупаемости, тыс. руб.

год	Чистый доход Dt	Амортизации	Денежные потоки, ДП	Коэффициент дисконтирования	Дисконтированные потоки, ЧДП	Кумулятивный приведенный денежный поток
2017	-399,8					
2018	17213	79,96	17292,96	0,813	14059,32	14059,32
2019	18074	79,96	18153,96	0,661	11999,44	26058,76
2020	18978	79,96	19057,96	0,537	10241,44	36300,20
2021	19927	79,96	20006,96	0,437	8740,99	45041,19
2022	20923	79,96	21002,96	0,355	7460,28	52501,47
Итого	95115	399,8	95514,8		52501,47	52501,47
Чистый дисконтированный доход						52901,27

Оценка денежных потоков: $ДП_t = A_t + D_t$;

Коэффициент дисконтирования: $q_t = (1+r)^{-(t-1)}$,

где $t_p = 2017$ год – год осуществления капитальных вложений; r -ставка дисконта ($r=23\%$);

Оценка денежных потоков, приведенная к расчетному году:

$$\text{ДДП} = \sum_{t=tt}^{tk} \text{ДП}_t \times q_t, \quad (2.1)$$

Срок окупаемости можно найти по следующей схеме:

Как видно из таблицы 2.13. капитальные вложения окупаются полностью за один год, если быть точнее, то полный срок окупаемости составит $399,8/14059,32=0,34$, т.е. 1 месяц.

2. Рассчитаем чистый приведенный доход (NPV), который равен разности между чистым дисконтированным доходом и суммой первоначальных инвестиций. Для нашего проекта NPV составит (по данным предыдущей таблицы):

$$\text{NPV} = 66021 - 399,8 = 65621,2 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом, NPV является положительной величиной, что свидетельствует об эффективности рассматриваемого проекта.

3. Индекс прибыльности можно найти из соотношения:

$$\text{PI} = \text{PV} / \text{IC} = 52501,47 / 399,8 = 131,32$$

Данный показатель показывает, какова отдача каждого вложенного рубля в проект. Чем больше значение этого показателя, тем эффективнее и выгоднее проект. В нашем случае отдача вложенного рубля составляет значительно больше 1, что свидетельствует о высокой доходности проекта.

Расчет показателей эффективности предложенного в дипломе проекта за период времени – 5 лет и ставке дисконта, равной 23%, показал следующее:

- дисконтированный срок окупаемости – 1 месяц;
- чистый приведенный доход проекта – 52501,47 тыс. руб.;
- индекс прибыльности – 131,32.

Проведенный анализ показал, что внедрение данной проекта является экономически целесообразным и существенно расширит масштабы производства ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный этап развития рыночных отношений в мире характеризуется значительным ужесточением конкуренции, превращением его в гиперконкуренцию.

Конкуренция как неотъемлемый атрибут рыночной экономики существует во всех сферах предпринимательской, коммерческой и иных видах деятельности на микро-, макро- и мезоуровнях. Как отметил М.Портер, «ни одна страна, ни одна компания не могут позволить себе игнорировать объективную необходимость конкуренции. Они должны постараться понять и овладеть искусством конкурентной борьбы».

Конкуренция побуждает предпринимателей и коммерсантов в наиболее сжатые сроки внедрять новое. Благодаря конкуренции на рынке обеспечиваются:

- наилучшее согласование планов производства продукции (услуг) производителей с потребностями потенциальных покупателей;
- наиболее эффективное расходование разного вида ресурсов, используемых при производстве продукции;
- распределение доходов (прибыли) между товаропроизводителями в соответствии с достигнутыми ими конечными экономическими и финансовыми результатами предпринимательской деятельности.

В представленной работе рассмотрены теоретические основы конкурентоспособности продукции и методы оценки ее показателей. Конкурентоспособность продукции предприятия может быть определена в стоимостных показателях в виде отношения занимаемых долей рынка, а также как вероятность покупки продукции. Этот метод оценки конкурентоспособности продукции по завоеванной предприятием доле целевого рынка прост, достаточно объективен и информативен. Он позволяет формировать реальную картину конкурентоспособности продукции предприятия и управлять ею. На основе получаемой информации предприятия

могут достаточно достоверно планировать объемы продаж своей продукции на перспективу.

Современный уровень развития науки позволил наладить выпуск современных новых строительных материалов, которые начинают применяться в строительстве с использованием новых строительных технологий с целью повышения эффективности строительных работ.

Новая продукция и материалы, используемые в строительстве должны быть пригодны для применения в условиях строительства и эксплуатации объектов на территории Российской Федерации.

В последнее время появилось много публикаций, ратующих за применение пенополистирола в качестве утеплителя в строительстве как для малоэтажной застройки, так и для многоэтажной — до 9 этажей.

Полистеролбетон - строительный материал, представляющий собой вспененный бетон с пеностирольным наполнителем и специальными добавками. Он предназначен для устройства теплоизоляции стен, кровель, перекрытий над холодными чердаками, подвалами и проездами. Теплолит получают, разливая смесь цемента, пенополистирола и добавок в формы, в которых эта масса затвердевает. Выпускают его в виде блоков и плит.

Технология производства полистиролбетона ничем не отличается от технологии производства простого цементного раствора или бетона: в растворосмесителе в определенном порядке перемешиваются исходные компоненты: цемент, песок и шарики пенопласта. Полученный раствор заливается в специальные формы или в несъемную (съемную) опалубку прямо на объекте.

Комплект в минимальной комплектации, с участком вспенивания.

Срок комплектации данной линии - 15-20 календарных дней.

Внедрение данного оборудования позволит осуществить выпуск полистеролбетонных блоков.

Для организации полного цикла производства полистиролбетона (пенобетона) необходимо инвестировать 399800 руб.

Данный показатель показывает, какова отдача каждого вложенного рубля в проект. Чем больше значение этого показателя, тем эффективнее и выгоднее проект. В нашем случае отдача вложенного рубля составляет значительно больше 1, что свидетельствует о высокой доходности проекта.

Расчет показателей эффективности предложенного в дипломе проекта за период времени – 5 лет и ставке дисконта, равной 23%, показал следующее:

- дисконтированный срок окупаемости – 1 месяц;
- чистый приведенный доход проекта – 52501,47 тыс. руб.;
- индекс прибыльности – 131,32.

Проведенный анализ показал, что внедрение данной проекта является экономически целесообразным и существенно расширит масштабы производства ООО «ПОЛЮС ПЛЮС».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая.. Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая. Федеральный закон от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99. Утверждено приказом Министерства финансов РФ от 6 июля 1999 г. № 43н.
4. О формах бухгалтерской отчетности организаций. Приказ Министерства финансов РФ от 13 января 2000 г. № 4н.
5. Методические рекомендации о порядке формирования показателей бухгалтерской отчетности организации. Утверждены приказом Министерства финансов РФ от 28 июня 2000 г. № 60н.
6. Приложение к приказу ФСФО РФ от 23 января 2001 г. № 16 «Об утверждении «Методических указаний по проведению анализа финансового состояния организаций».
7. Абрютин, Н. С. Экономический анализ торговой деятельности / Н. С. Абрютин.-М.: Дело и Сервис, 2016. – 509с.
8. Агапцов, С. А. Предпринимательская система хозяйствования / С. А. Агапцов - Волгоград: Перемена, 2016. – 489с.
9. Анализ финансовой устойчивости предприятий / Е. Н. Омельченко, П.А. Попов, О.О. Родионов, Д.И. Якушев. М.: Финансовый бизнес, 2016. - 477 с.
10. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности / Н. А. Русак, В. И. Стражев, О. Ф. Мигун и др.; Под общ. Ред. В. И. Стражева. - М.: Высш. шк., 2014. - 398 с.
11. Астринский, Д.П. Экономический анализ финансового положения предприятия / Д.П. Астринский. Экономист. - 2016. - 871 с.
12. Баканов, М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет - М.: Финансы и статистика, 2016. – 608с.
13. Балабанов, И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего

субъекта / И. Т. Балабанов - М.: Финансы и статистика, 2016. – 687с.

14.Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.Б. Бердникова - М., 2016. – 563с.

15.Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк - М.: Финансы, 2016. – 561с.

16.Бороненкова, С.А. Управленческий анализ / С.А. Бороненкова - М.: Финансы и статистика, 2014. – 458с.

17.Быкадоров, А.П. Финансово-экономическое состояние предприятия / А.П.Быкадоров, П.Д. Алексеев - М.: Бизнес школа, 2016. – 581с.

18.Грузинов, В.П. Экономика предприятия: Учебное пособие. - 2 - е издание / В.П. Грузинов, В.Д. Грибов - М.: Финансы и статистика, 2016. – 678с.

19.Долбилина, А. С. Издержки, доходы и прибыль торговых предприятий и потребительских обществ / А. С. Долбилина, Л. А. Пронина - М: Винити, 2016. - 563с.

20.Жилкина, А. Н . Финансовый анализ / А. Н Жилкина - М.: ГУУ, 2016. – 534с.

21.Зарубин, П.П. Зарубежные и отечественные подходы к определению кредитоспособности заемщика / П.П. Зарубин, В. Н. Едророва. –М.: Финансы и кредит. - 2014. - 378 с.

22.Ковалев, В. А. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. А. Ковалев.- М.: Финансы и статистика, 2016. –478 с.

23.Ковалев, В.А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / / В. А. Ковалев, О.Н. Волкова. - М.: Проспект, 2016. – 571с.

24.Ковалёва, А.М. Финансы фирмы / А.М. Ковалёва, Лапуста М.Г. - М.: Инфра-М, 2016. - 416 с.

25.Кондраков, Н.Г. Основы финансового анализа / Н.Г. Кондраков - М.: Перспектива, 2014. – 410с.

26.Крутик, А.Б. Основы финансово-хозяйственной деятельности предприятия / А.Б. Крутик, М.М.. Хайкин - СПб.: Бизнес пресса; Ростов н/Д: Феникс, 2014.-

448 с.

27.Любушин, Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 564с.

28.Негашев, Е. В. Анализ финансов предприятия в условиях рынка / Е. В. Негашев, - М.: Высш. шк., 2015. - 192 с.

29.Никифорова, Н.А. Анализ и мониторинг хозяйственной конъюнктуры / Н.А. Никифорова, - М., 2016. – 368с.

30.Пахрина, П.И. Практикум по финансам предприятия: / П.И. Пахрина - М.: Маркетинг, 2014. - 168 с.

31.Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия./ Л.В. Прыкина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 588 с.

32.Раицкий, К.А. Экономика предприятия./ К.А. Раицкий, - М.: Дашков и К, 2016. – 607 с.

33.Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия./ Г.В. Савицкая. - Минск: Новое издание, 2016. – 682с.

34.Самочкин, В.Н. Гибкое развитие предприятия: Анализ и планирование./ В.Н.Самочкин. - М.: Дело, 2016. – 456с.

35.Симачев, Ю.П. Финансовое состояние и финансовая политика производственных предприятий / Ю.П. Симачев. РЭЖ. 2016. № 8. - С. 33-41.

36.Степов, П.П. Справочник финансиста предприятия. - 2-е издание, доп. и перераб./ П.П. Степов. - М.: Инфра-М, 2014. - 559 с.

37.Сурасевич, И. Я. Стратегические показатели финансового анализа. /И. Я. Сурасевич. Финансы. - 2014г. №7. - с.52-55.

38.Финансовый анализ в коммерческих и некоммерческих организациях. /Сост. Д.Д. Петров. - М.: Издательство "Маркетинг", 2014г. -320с.

39.Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / Шеремет, А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. - М., 2015. – 670с.

40.Экономика и организация деятельности торгового предприятия / Сост. А. И. Соломатина. - М.: ИНФРА - М, 2014. -449с.

41. Экономика предприятия / Сост. В.Я. Горфинкеля, - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. -612с.
42. Экономика предприятия / Сост. В.Я. Хрипача. - Минск: ...-пресс, 2016.- 651с.
43. Экономика предприятия /Сост. О.И. Волкова. - М.: ИНФРА-М, 2016. -459с.
44. Экономика предприятия и отрасли промышленности /Сост. А. С. Пелиха - Ростов на Дону: Феникс, 2016. – 564с.
45. Экономика предприятия / Сост. В. М. Семенова. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2016. -785с.
46. Экономика предприятия / Сост. В.П. Грузинова - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2016. – 479с.
47. Экономика предприятия / Сост. А.Д. Дубина - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2016. – 479с.
48. Экономика торгового предприятия /Сост. П.П.Варуша - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 561с.
49. Яблонских, А.П. Финансовый анализ в коммерческих и некоммерческих организациях. / А.П. Яблонских. - М.: Издательство "Маркетинг", 2014г. -560с.
50. Якушев, О.Л. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия / О.Л. Якушев. - М.: Издательство "Маркетинг"2016. – 702с.

ПРИЛОЖЕНИЯ