СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ……..... 5

1.1 Сущность и содержание управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятия…… 5

1.2 Управленческие решения по повышению эффективности деятельности предприятия…… 7

1.3 Особенности управленческих решений на предприятиях издательской и полиграфической отрасли…….. 11

2. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ИЗДАТЕЛЬСТВО «МОЛОТ»… 23

2.1 Общая характеристика деятельности предприятия ОАО «Молот» и его организационной структуры управления……. 23

2.2 Анализ и оценка эффективности производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Издательство«Молот»……..... 27

2.3 Анализ и оценка маркетинговой среды предприятия ОАО «Издательство«Молот»……...…….. 38

3 РАЗРАБОТКА И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ИЗДАТЕЛЬСТВО «МОЛОТ»……...…… 44

3.1 Продажа непрофильных активов ОАО «Издательство «Молот»….. 44

3.2 Организация производства нового товара (упаковки)…… 55

3.3 Разработка маркетингового плана по реализации упаковки……. 61

3.4 Установка пожарной сигнализации и системы оповещения в офисных помещениях и помещениях складского хозяйства…… 62

3.5.Расчет коммерческой эффективности предложенных 74

мероприятий……
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 70
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 72
Приложение А -Основные технико-экономические показатели
Приложение Б - Структура основных средств
Приложение В - Структура оборотных активов
Приложение Г - Структура пассивов баланса
Приложение Д - Рост по сегментам печатной продукции
Приложение Е - Техническое описание средств пожарной сигнализации и системы оповещения
Приложение Ж - Технико-экономические показатели после проведения комплекса мероприятий

ВВЕДЕНИЕ

Улучшение производственной деятельности предприятия – это один из важнейших экономических рычагов не только в системе управления производством в целом, но и в системе внутрихозяйственного планирования, контроля и анализа. Поэтому разработка мероприятий по улучшению производственной деятельности является одной из главных задач деятельности предприятия.

В настоящее время необходимо добиться повышения рентабельности, ликвидации убыточности и увеличения прибыли, прежде всего, за счет повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности. Прибыль и рентабельность предприятия зависит от производственной, снабженческой и сбытовой деятельности, осуществляемой предприятием. На современном этапе развития экономики повышенное значение имеет проблема эффективности производственной деятельности предприятий.

В связи с этим проблемы улучшения производственной деятельности предприятия в настоящее время являются наиболее важными, что и указывает на актуальность выбранной темы работы. Актуальность выбранной темы также обусловлена необходимостью разработки управленческих решений, которые позволили бы каждому полиграфическому предприятию достигнуть желаемых результатов, не подвергая свое дело излишним рискам, в том числе и риску банкротства.

Уже сегодня, в условиях постоянного падения рентабельности полиграфических работ, возникает неотложная необходимость пересмотра существующих бизнес моделей большинства типографий страны.

В качестве объекта исследования было выбрано ОАО «Издательство «Молот». ОАО «Издательство «Молот» – является одной из крупнейших типографий Ростовской области, занимающее прочные позиции на рынке. Предметом исследования является производственная деятельность и пути ее улучшения.

Целью данной работы является анализ и разработка комплекса мероприятий по улучшению производственной деятельности организации на основе эмпирического анализа теоретического и практического материала.

Задачами, которые необходимо решить для достижения поставленной цели, являются:

-изучить теоретические аспекты организации и управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятия;

-определить основные показатели производственно-хозяйственной деятельности предприятия;

-охарактеризовать деятельность предприятия и исследовать его технико-экономические показатели;

-проанализировать объемы реализации продукции и структуру себестоимости продукции;

-разработать мероприятия по улучшению производственной деятельности организации.

Для достижения цели и задач данной работы применялись следующие методы исследования: экономико-статистический метод обработки информации, сравнительный анализ, анализ нормативных документов и др.

В процессе работы были использованы бухгалтерские документы (балансы, отчеты о затратах на производство и реализацию продукции и другие документы), данные статистической отчетности за 2012, 2013 и 2014 годы, отраслевые доклады, плановые и нормативные документы, монографии и статьи в научных журналах, законы, постановления правительства, статьи периодической печати, справочники, схемы и графики.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

1.1 Сущность и содержание управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятия

Сущность управления производственно-хозяйственной деятельностью трактуется большинством экономистов как достижение максимальных результатов в интересах общества при минимально возможных затратах. Поэтому определение этого показателя должно базироваться на сопоставлении результата производства с совокупными затратами живого и прошлого труда, обусловившими данный результат.

Особая значимость проблемы управления производством предопределяет необходимость правильно учитывать и анализировать уровень и масштабы эффективности всех средств и элементов производства. Определение эффективности требует применения методов количественного анализа и измерения, что предполагает установление критерия эффективности производственно-хозяйственной деятельности.

Процесс производства на любом предприятии осуществляется при взаимодействии трех определяющих показателей: персонала (рабочей силы), средств и предметов труда. Используя наличные средства производства, персонал предприятия выпускает социально полезную продукцию или представляет производству бытовые услуги. Это означает, с одной стороны, имеют место затраты живого и овеществленного труда, а с другой – такие или иные результаты производства (деятельности). Последние зависят от масштабов применяемых средств производства, кадрового потенциала и уровня его использования.

Целью эффективного управления производством является развитие теории организации производственных систем и формирование методов и

средств организационной деятельности, обеспечивающих достижение наивысшей эффективности организации промышленного производства[1].

При этом следует исходить из предложения о том, что эффективное управление производством не должно ориентироваться лишь на снижение производственных затрат, а призвано, наряду с ресурсосбережением обеспечить достижение предприятием устойчивой производственной деятельности, выпуска продукции высокого качества, упрощение производственных и управленческих процедур, сокращения длительности производственного цикла и ускорения выпуска продукции.

Эффективное управление производством должно базироваться на положениях, отражающих возможности воздействия организации на формирование высокого уровня эффективности во всех сферах деятельности предприятия. Характер этих положений указывает на направления работы по приведению организации производства в состояние, соответствующее требованиям повышения эффективности на современном этапе развития промышленного производства[2].

Важным постулатом концепции эффективного управления производством является формирование такой производственной стратегии, которая бы ориентировала руководителей предприятий на решение задач роста эффективности. Выбор стратегии во многом определяется характером рыночной конъюнктуры, формами конкурентной борьбы, материальными возможностями предприятия и уровнем подготовки управленческих кадров, экономической политикой государств.

1.2 Управленческие решения по повышению эффективности деятельности предприятия

Важнейшим предварительным условием создания целостного и эффективного хозяйственного механизма, адаптации предприятий к условиям

[1]Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. - М.: Прогресс, 2006. – С. 50.
[2] Абчук В. Азбука маркетинга. - СПб: Союз, 2010. – С. 81.

регулируемого рынка является дальнейшая разработка комплекса теоретических и методических вопросов в планировании и учете. В связи с этим возникает необходимость конкретизации направлений действия и использования главных внутренних и внешних факторов повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования.

На уровень эффективности производства оказывает влияние множество факторов различного характера. К их числу можно отнести изменения в техническом уровне производства и качестве рабочей силы, повышения уровня автоматизации производственных процессов, рост фондовооруженности труда, проникновение информационных технологий в сферу производства и управления. Однако эти изменения в техническом базисе производства лишь создают предпосылки для повышения эффективности. Реальный рост эффективности обеспечивается реализацией возможностей организации и управления производством.

Повышение эффективности производства определяется производственной стратегией, направленной на совершенствование и техническое развитие производства, минимизацию издержек, серьезное обновление технического базиса производства. Именно такое направление стратегии обусловливает собой степень технического перевооружения предприятия, создание современной организации производства, и как следствие - повышение эффективности. Однако реализация такой стратегии требует крупных инвестиций и длительного времени для ее реализации. В силу этих причин многие отечественные предприятия применяют стратегию другого типа. Такая стратегия направлена на оптимизацию текущих финансовых показателей, использование малоквалифицированной рабочей силы, искусственное повышение цен, решение возникающих частных проблем и сбоев производства.

Важнейшим источником роста эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия является устранение потерь. На отечественных предприятиях четко определяются следующие виды потерь:

- потери рабочего времени, которые являются следствием недостатков в производственном планировании, организации и обслуживании рабочих мест, перерывов в ходе процессов, низкой трудовой дисциплины;
- потери, обусловленные неполным использованием производственных мощностей и выражающиеся в снижении возможных объемов выпуска продукции;
- повышенные относительно нормативных величин запасы сырья, материалов, незавершенного производства и готовой продукции ведут к излишним затратам на хранение, увеличению времени производства, омертвлению оборотных средств;
- потери перепроизводства вызываются изготовлением продукции в больших количествах, чем требуется потребителю, или выпуском изделий до предусмотренного заказчиком срока .

Устранение или существенное сокращение потерь является важным условием реализации на отечественных предприятиях прогрессивных систем бережливого производства.

В современных условиях непременным требованием при решении задач повышения эффективности производства становится ускорение производственных процессов, которое находит выражение в сокращении длительности производственного цикла. Факторами, обеспечивающими решение этой задачи, является не только сокращение трудоемкости продукции на основе применения производственных технологических процессов, но и широкое использование организационных методов и средств: сокращение перерывов в ходе производственного процесса, оптимизация маршрутов движения предметов труда, уменьшение времени наладки оборудования и контрольных операций. Не меньшее значение имеет и ускорение процессов освоения производства новых видов продукции.

Важной задачей является и решение организационных вопросов, связанных с обеспечением выпуска продукции высокого качества. На

предприятиях должна быть создана внутрифирменная система обеспечения качества, предполагающая создание необходимых организационно-технических условий, реализация которых будет гарантировать выпуск продукции должного качества. Одновременно должны решаться вопросы управления стоимостью качества с целью минимизации затрат, связанных с обеспечением качества продукции.

Следует также иметь в виду, что в последнее время наметились тенденции к изменению затрат на производство: доля затрат труда в себестоимости продукции постоянно снижается, а удельный вес материальных и энергетических затрат, расходов на содержание оборудования, на транспортировку и хранение, обеспечение качества неуклонно растет. Поэтому острие организационной работы должно быть направлено на поиск и реализацию возможностей экономии материальных и энергетических ресурсов, внедрение прогрессивных систем эксплуатации оборудования, логических принципов управления материальными потоками.

Кардинальное решение проблемы повышения эффективности на предприятиях предполагает дальнейшее развитие систем организации и управления производством. Одним из возможных направлений этой работы является применение программно-целевых методов управления.

Представляется возможным осуществление разработки и реализации на предприятиях целевых программ повышения эффективности производства. В наиболее общем виде такая целевая программа может представлять собой взаимосвязанный комплекс мероприятий технического и организационного характера, реализация которых должна обеспечить достижение заданного уровня повышения эффективности производства в целом на предприятии или в его отдельных подразделениях. В программе должны быть увязаны выделяемые для ее реализации ресурсы, исполнители и сроки завершения.

Устойчивый рост эффективности производственно-хозяйственной деятельности предполагает непосредственное участие во всей деятельности, связанной с решением этой задачи высшего эшелона управленческих кадров.

Для этого управленцы верхнего уровня должны разбираться в производственных вопросах, иметь опыт внедрения новой техники и технологии, знать принципы организации производства и труда. В эпоху ныне происходящего технологического взрыва число специалистов по производству, организации и управлению производством, должны возрастать, чтобы сфера управления могла справляться с задачами повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности в современных условиях.

1.3 Особенности управленческих решений на предприятиях издательской и полиграфической отрасли

В отрасли печати актуальной проблеме повышения эффективности деятельности организаций уделялось и уделяется много внимания – как в теоретико-методологическом, так и в практическом аспектах. В этой области следует отметить работы В.А. Богомоловой, М.Н. Вишняковой, О.В. Дмитриевой, О.Г. Исаевой, И.А. Красовской, В.К. Кондрашовой, И.В. Кривко, И.Л. Мальшаковой, Р.В. Марушкова, А.Е. Марголина, Е.М. Марголина, А.И. Мерзликина, Э.В. Никольской, Г.Н. Степановой, Е.И. Фельдмана, К.К. Чаплыгина, Р.А. Чванова и других.

В частности, Исаевой О.Г. исследовано понятие экономической стратегии фирмы, обоснован критерий оценки стратегической деятельности и эффективности функционирования предприятий в долгосрочном периоде. Исследована приоритетность различных стратегических вариантов развития предприятия по критерию экономической прибыли[3].

Д.э.н., профессором Кондрашовой В.К. дана достаточно подробная классификация критериев и показателей эффективности производственных факторов. Рассмотрены понятия «продуктивность», «экономичность»,

[3] Исаева О.Г. Экономическая стратегия, ее виды и составляющие. //В сб.: Новые условия хозяйствования в книгоиздании: Межведомственный сборник научных трудов. – М.: Изд-во МГАП «Мир книги», 1997 г.; Кондрашова В.К. Проблемы развития экономики предприятия в рыночных условиях: Монография. – М.: МГУП, 1998; Кондрашова В.К., Исаева О.Г., Степанова Г.Н. Стратегический менеджмент: экономические инструменты: Учебное пособие /Под общ. ред. В.К. Кондрашовой / Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2003.

«прибыльность», «неэффективность», «результативность» как характеристики, связанные с понятием эффективности. Исследуя концепцию экономического механизма предприятия, она предлагает ряд экономических инструментов, с помощью которых можно контролировать процессы, заложенные в этом механизме, в частности, использование критерия экономической прибыли для оценки эффективности деятельности предприятия[4].

Понятие эффективности деятельности издательств и полиграфических предприятий рассмотрено в работах И.В. Кривко[5] в связи с исследованием проблемы повышения их конкурентоспособности.

Е.М. Марголиным (с соавторами) даны характеристики рынка издательской продукции, приведены данные о динамике, ассортименте, сегментировании этого рынка. Им рассмотрены проблемы использования полиграфических мощностей, что имеет значение для определения типа конкуренции на рынке полиграфических работ[6].

А.Е. Марголиным разработаны методические основы оценки инвестиционных проектов на предприятиях отрасли печати, сформирован комплекс показателей оценки привлекательности инвестиционных проектов в отрасли. Обоснована методика оценки инвестиционных проектов развития типографий и издательств[7].

Л.Н. Макаровой (Крынкиной) и А.И. Мерзликиным в разное время исследованы проблемы повышения рентабельности полиграфических предприятий.

---

[4]Кондрашова В.К. Экономический механизм предприятия. /Известия вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2002. – № 4. – С. 176-190.

[5] Кривко И.В. Управление конкурентоспособностью полиграфического предприятия (теоретико-методологический аспект): Монография. – М.: МГУП, 2004.

[6]Зубко В., Касьянов А., Марголин Е. Выпуск печатной продукции предприятиями системы МПТР России // Новости полиграфии. – 2003; Марголин Е. Российская полиграфия в цифрах // Гарт. – 2000. – №3; Марголин Е. Федеральный сектор газетной полиграфии. //Полиграфия. – 2004. – №5. – С. 6-13; Марголин Е. Полиграфические предприятия системы МПТР России в 2002 году. //Полиграфия. – 2003. – №2; Марголин Е.М. Исследование отраслевого рынка. Отрасль печати. – Курган: Зауралье, 1999; Марголин Е., Нархова Т. Уровень использования производственной мощности как мера качества управления производством // Полиграфист и издатель. – 2001. – №11.

[7] Марголин А.Е. Методические основы оценки инвестиционных проектов на предприятиях отрасли печати: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – М., 1999.

Значительный вклад в теорию и методологию эффективности деятельности издательств и полиграфических предприятий внесен д.э.н., профессором Никольской Э.В. Ею разработана методика оценки и факторного экономического анализа показателей эффективности деятельности издательств и полиграфических предприятий, рассмотрено понятие производственного потенциала предприятия, предложен современный подход к исследованию эффективности в полиграфии методом экономической диагностики[8].

Исследование теоретических и методологических подходов к применению метода экономической диагностики в исследовании эффективности деятельности полиграфических предприятий были продолжены О.В. Дмитриевой, занимавшейся проблемой оценки эффективности деятельности предприятий отрасли печати. Ею дано определение эффективности как экономической категории, соизмеряющей экономические результаты деятельности предприятия с текущими и прошлыми затратами, их обусловившими, а также характеризующей степень соответствия достигнутых результатов основным целям деятельности предприятия в разрезе ее важнейших направлений (текущей, инвестиционной, финансовой). Ею предложена также система обобщающих показателей эффективности деятельности полиграфического предприятия по отдельным направлениям.[9]

Чаплыгиным К.К. проведено исследование эффективности деятельности и деловой активности предприятия, изучены основные направления измерения эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Им предложена

---

[8] Никольская Э.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности полиграфических предприятий: Учебник. – М., 2002; Никольская Э.В. Оперативный анализ на основе расчета индексов//Актуальные экономические проблемы развития книгоиздания. – М., 1998; Никольская Э.В. Оценка конкурентоспособности полиграфических предприятий. //Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2003. – №1 (49); Никольская Э.В. Комплексная оценка интенсификации использования ресурсов предприятия // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2004. – №1 (73); Никольская Э.В. Применение экономической диагностики при проведении анализа производственной деятельности хозяйствующих субъектов. // Вестник МГУП. – № 2. – 2004.

[9] Дмитриева О.В. Оценка и прогнозирование эффективности деятельности экономического субъекта в современных условиях (на примере полиграфических предприятий): Автореф. дисс. канд. экон. наук. 08.00.05 / МГУП – М., 2002; Дмитриева О.В. Проблемы комплексной оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятий отрасли печати (теоретико-методологический аспект): Монография /Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2001; Дмитриева О.В. Исследование эффективности деятельности полиграфических предприятий с применением экономической диагностики (методический аспект): Монография / Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2004

методика оценки эффективности хозяйственной деятельности, система показателей оценки экономической эффективности деятельности полиграфических предприятий в условиях рыночной экономики, даны рекомендации по повышению их деловой активности[10].

Следует также отметить работы М.В. Василовской, посвященные вопросам государственного регулирования экономики в отрасли печати и эффективности издательско-полиграфического бизнеса в этих условиях[11].

Понятие «отрасль печати» рассмотрено С.Г. Борисовой, также исследовавшей вопросы государственного регулирования экономики в данной отрасли. По ее мнению, под отраслью печати следует понимать сектор экономики, связанный с производством печатной продукции, или совокупность организаций, производящих печатную продукцию. Исходя из этого определения, С.Г. Борисова относит к отрасли печати издательский бизнес, который представлен издательствами различного профиля, полиграфическую промышленность, состоящую из типографий, полиграфических комбинатов, книжных фабрик и т.п., а также издательско-полиграфические комплексы, сочетающие в своей структуре и издательский, и полиграфический виды деятельности[12]. Такое определение, на наш взгляд, требует уточнений, связанных с изменениями в экономической теории и в российском гражданском законодательстве. Учитывая эти изменения, скажем, что отрасль печати можно определить как производственный сектор экономики, представляющий собой совокупность экономических субъектов, основным видом деятельности которых является издательский и полиграфический бизнес. В соответствии с российским гражданским законодательством, содержанием издательской деятельности является выпуск издательской продукции, а полиграфической – выполнение

---

[10] Чаплыгин К.К. Оценка экономической эффективности деятельности полиграфических предприятий в условиях рыночной экономики: Автореф. дисс. канд. экон. наук. 08.00.05/МГУП – М., 2000.

[11] Василовская М.В. Оценка эффективности государственного управления (на примере издательства). // Вестник МГУП. – № 7. – 2005; Василовская М.В. Методика расчета показателей эффективности государственного управления деятельностью федерального государственного унитарного предприятия (на примере издательства). // Известия вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела. –№3. – 2005.

[12] Борисова С.Г. Некоторые вопросы государственного регулирования отрасли печати: Монография/ Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2003

полиграфических работ. Эти особенности отражены в действующих в отрасли печати Методических рекомендациях по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на предприятиях издательской деятельности и полиграфических предприятиях[13].

Значение и эффективность рекламной деятельности на издательском рынке рассмотрены, на наш взгляд, наиболее полно М.Н. Вишняковой. В частности, ею подчеркнута экономическая функция рекламы, которая, заключается в создании спроса, увеличении объема продаж, улучшении показателей, характерных для товарного обращения (рост товарооборота, дохода, прибыли, сокращении товарных запасов и издержек). Проведенный М.Н. Вишняковой анализ экономической эффективности рекламных мероприятий позволил ей убедительно доказать их долговременное влияние на рост прибыли издательств: несмотря на снижение со временем доли затрат на рекламу в выручке, доля прибыли в выручке продолжает увеличиваться[14].

Экономические проблемы рекламы рассмотрены также Кондрашовой В.К., Исаевой О.Г., Степановой Г.Н.[15] Следует отметить, что ими подчеркивается отсутствие рекламы на олигополистических рынках, в связи с сильной конкуренцией, наличием сговора, ценовых войн, лидерства, то есть не затратных методов ведения бизнеса. Считаем, что не следует так категорично отрицать необходимость рекламной деятельности в условиях олигополии, так как этот рынок имеет самые разнообразные характеристики, о которых, в частности, пишут К.Р. Макконелл и С.Л. Брю[16].

---

[13] Методические рекомендации по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на предприятиях издательской деятельности /Разраб. Л.А. Галкина, Н.М. Гущина, Е.М. Мерзликина, Л.К. Никандрова, Т.Ш. Раскина. – М.: НИЦ «Экономика», 2003; Методические рекомендации по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на полиграфических предприятиях /Разраб. Л.А. Галкина, Н.М. Гущина, М.А. Климова, Е.М. Мерзликина, Т.Ш. Раскина. – М.: НИЦ «Экономика», 2003.

[14] Вишнякова М.Н. Рекламная деятельность издательств и ее эффективность: Автореф. дисс. канд. экон. наук. 08.00.05/МГУП – М., 2003.

[15] Кондрашова В.К., Исаева О.Г., Степанова Г.Н. Стратегический менеджмент: экономические инструменты: Учебное пособие /Под общ. ред. В.К. Кондрашовой /Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2003, с. 215-219.

[16] Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2-х т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т.2. – М.: Республика, 1992.

Современные проблемы ценообразования в отрасли печати исследованы В.Б. Лукиным. Проведенная им классификация методов ценообразования в издательствах и на полиграфических предприятиях привела к выводу, что в издательствах для исчисления цены на издание применяют в основном затратный метод в его модификациях, метод ориентации на спрос, метод обеспечения целевой прибыли. На полиграфических предприятиях ценообразование связано с применяемыми технологиями; при определении цен чаще всего используют затратный метод, причем показатель рентабельности исчисляется как отношение прибыли к полной себестоимости изготовления издания. Критерием величины норматива рентабельности могут быть: ставка рефинансирования, установленная Банком России; внутренняя норма рентабельности, приемлемая для полиграфического предприятия; уровень рентабельности по аналогичным заказам[17].

Проблемы вхождения издательств и полиграфических предприятий в рынок рассмотрены рядом авторов[18]. Проведенное нами исследование показало, что новые издательства легко входят в отрасль, поскольку затраты на организацию издательской деятельности невелики, а продукция дифференцирована, то есть каждое издание, как правило, представляет собой оригинальный продукт. Напротив, для полиграфических предприятий входные барьеры в отрасль весьма высоки из-за высоких цен на полиграфическое оборудование и сложностей с осваиванием рыночной ниши и загрузкой мощностей.

Все рассмотренные выше особенности издательско-полиграфического бизнеса позволяют нам дать оценку типов рынков в отрасли печати и на этой основе сделать вывод об условиях достижения экономической эффективности в

[17] Лукин В.Б. Ценообразование: Учебное пособие /Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2001, с.168-177.

[18] Борисова С.Г. Некоторые вопросы государственного регулирования отрасли печати: Монография/ Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2003, с. 17; Кондрашова В.К. Проблемы развития экономики предприятия в рыночных условиях: Монография. – М.: МГУП, 1998; Кривко И.В. Управление конкурентоспособностью полиграфического предприятия (теоретико-методологический аспект): Монография. – М.: МГУП, 2004; Марголин Е. Полиграфические предприятия системы МПТР России в 2002 году. //Полиграфия. – 2003. – №2, Марголин Е.М. Исследование отраслевого рынка. Отрасль печати. – Курган.: Зауралье, 1999.

этом бизнесе и проблемах управления эффективностью в данной сфере экономики

1. Отрасль печати в целом формируется из рынков двух уровней – внешнего и внутреннего.

Внешний рынок – издательский, который можно охарактеризовать как рынок монополистической конкуренции: издательства предлагают печатную (и электронную) продукцию, сходную с продукцией других издательств, но не являющейся ее полным (совершенным) заменителем. Дифференциация издательской продукции в первую очередь обусловлена ее содержанием и социальной направленностью, но во многом зависит и от рекламы отдельных изданий одного и того же автора, выпущенных разными издательствами. Значительные расходы на рекламу обеспечивают издательствам конкурентные преимущества перед другими участниками рынка.

В такой структуре рынка функционирует большое количество фирм, обеспечен свободный вход на рынок и выход из отрасли. Поскольку ни одно издательство не продает точно такую же продукцию, издательства имеют определенные возможности контроля цен; в то же время присутствие на издательском рынке близких по характеру изданий ограничивает их возможность повышать цены. При наличии на издательском рынке сходных по содержанию и оформлению изданий потребитель весьма чувствителен к их цене.

2. Фирмы могут получать прибыли и нести убытки в краткосрочном периоде. Легкое вступление и массовый выход фирм вызывают тенденцию к получению ими нормальной прибыли в долговременном периоде.

3. Распространение издательской продукции осуществляется в основном опосредованно, через книготорговую сеть и другие каналы сбыта; издательства, имеющие собственные магазины, обмениваются также частью тиражей между собой, выступая торговыми агентами друг друга.

4. Внутренний рынок – это рынок полиграфических работ, на котором полиграфические предприятия предлагают издательствам, издающим и прочим организациям, а также физическим лицам свои технологии и соответственно

мощности для выполнения полиграфических работ. Это существенно отличает полиграфический рынок от издательского по конкурентным характеристикам. В силу того, что на одних и тех же мощностях, в пределах технологических возможностей, типографии могут выполнить заказы по изготовлению различных изданий и другой тиражируемой продукции, дифференциация продукта выражена незначительно. Вход на этот рынок весьма затруднен в связи с тем, что цены на полиграфическое оборудование, предпочтительно импортное, высоки, и фирмы-новички испытывают большие затруднения при освоении своей доли рынка.

5. Особенностью рынка полиграфических работ является то, что он востребован, как внутри отрасли печати (издательствами и издающими организациями), так и вне ее, поскольку предлагает технологии для изготовления различной печатной продукции производственного назначения (упаковка, этикетки, буклеты) различным юридическим лицам и продукцию личного потребления (товары народного потребления, визитки и т.п.).

6. Конкурентные условия, складывающиеся на издательско-полиграфическом рынке, предопределяют особенности формирования и использования полиграфических мощностей: с одной стороны, функционируют отдельные полиграфические предприятия, с другой стороны – полиграфические мощности создаются в издательстве (формируются издательско-полиграфические комплексы). Кроме того, предприятия других отраслей, нуждающиеся в большом количестве современной тары, этикеток и упаковки, обзаводятся печатными машинами и другой техникой, чтобы минимизировать транзакционные издержки и повысить результативность своей деятельности. Они, в свою очередь, получают возможность выполнять полиграфические работы для сторонних заказчиков.

Таким образом, при определении рыночной стратегии полиграфического производства такую основу составляет рынок печатной продукции, его состояние и перспективы развития. Особенностью этого рынка является его глубокая сегментация, где каждый продуктовый сегмент (печатные СМИ,

книги, журналы и т.д.) имеют свою историю, назначение и перспективу. Влияние изменений этой структуры на полиграфическое производство весьма опосредованно, оно передается через требования заказчика (издателя) той, или иной печатной продукции. Именно совокупность этих требований формирует конъюнктуру рынка полиграфических работ на каждом этапе развития рынка печатной продукции. Взаимодействие и взаимное влияние этих экономических структур составляют характерную особенность функционирования всей издательско-полиграфическойсистемы управления.

Рынок полиграфических работ имеет существенные особенности в своей структуре, он базируется на единой технологической основе организации производства (допечатных, печатных, брошюровочно- переплетных и отделочных процессах), количество узкоспециализированных типографий– незначительно, основная масса полиграфических предприятий универсальна для выпуска печатной продукции в различных сегментах рынка. В подтверждение этого в последнее время среди типографий широко распространилась необходимость позиционировать себя в рекламных материалах как «предприятие полного цикла». Термин, к сожалению, не очень профессиональный, как, впрочем, и «глянец» или «цифра», но широко применяемый, в практике и печатных изданиях.

Справедливости ради следует сказать, что стратегическое планирование полиграфического производства имело место всегда, как в отрасли в целом, так и каждой отдельной типографии. В рамках плановой системы ведения народного хозяйства оно базировалось на нормируемом спросе на печатную продукцию и лимитах выделяемых ресурсов. С развитием рыночных отношений и устранением многих ограничений отраслевое планирование уступило место «саморегулированию» рынка, а перспективные планы развития предприятий - бизнес-стратегиям и бизнес планам.

Как результат «саморегулирования» - отсутствие какого-либо стратегического планирования в отрасли, за последние два десятилетия на рынке полиграфических работ возникли тысячи типографий разной

производственной направленности. К настоящему моменту рынок подошел в «перегретом» состоянии, а его убывающая емкость усугубила состояние баланса «спрос-предложение» и проблему избыточных производственных мощностей. Сложившаяся тенденция неэффективного распыления производства печатной продукции между большим числом предприятий крайне негативно отразилась на их рентабельности.

В условиях постоянно возрастающей конкуренции во всех секторах полиграфического рынка в типографиях появилась необходимость в разработке бизнес стратегии предприятий на ближайшую и дальнюю перспективу. Однако, как показывает анализ, основное содержание этих стратегий составляют планы технического перевооружения производства без учета развития бизнес процессов и их эффективности.

Техническое перевооружение является материально-технической основой укрепления рыночных позиций каждого полиграфического предприятия. Более технически оснащенные типографии способны вполне адекватно отвечать на изменяющиеся запросы рынка, последовательно проводить активную маркетинговую политику, обеспечивая сохранность своего позиционирования на рынке и возможность его расширения в дальнейшем.

Наиболее явно влияние направления технического перевооружения на формирование бизнес-стратегии полиграфического производства в последние годы проявилось в сегменте газетной печати. Проведенная масштабная модернизация большинства газетных комплексов и типографий децентрализованной печати (ЗАО «Российские газеты», ИД «Комсомольская правда», газетные типографии ряда регионов) на базе современных многокрасочных агрегатов офсетной печати обеспечила возможность печати многокрасочных объемных газетных изданий, печать специальных выпусков, рекламных вложений и вставок в тиражные экземпляры, сократить время печати тиража. Одновременно развитие печатной базы этого сектора полиграфии сопровождается ускоренным внедрением компьютеризации, применением систем CtP и автоматизацией после печатных процессов.

Наиболее активная фаза модернизации газетного производства в стране, как основной вектор принятой бизнес-стратегии, была характерна в предкризисные (2009) годы, когда типографии в полноймере использовали свое основное преимущество – масштабный фактор. В условиях возрастающих объемов печати газет типографии были способны обеспечивать конкурентно низкую себестоимость работ за счет наиболее полной загрузки печатного оборудования. Стабильные экономические результаты производства позволяли последовательно осуществлять его техническое переоснащение.

Таким образом, сохраняя необходимость постоянного совершенствования производственного потенциала, газетный сектор полиграфии стоит на рубеже неизбежной корректировки существующей стратегии развития- создание бизнес-модели, обеспечивающей доходность в условиях изменяющегося рынка.

Для создания такой перспективной бизнес-модели, каждому газетному предприятию предстоит проанализировать данный сегмент рынка и его региональные составляющие, провести локальные маркетинговые исследования рыночного состояния предприятия и конкурентной среды, определить меры по оптимизации внутренних и внешних производственных процессов, спрогнозировать возможности расширения доли рынка, сформулировать реальные цели и пути их достижения для осуществления эффективного бизнеса. Следует признать, что для типографий поставленная задача весьма непростая. Особенно в условиях, которые сегодня переживают печатные СМИ, сталкиваясь с возрастающей конкуренцией электронных средств коммуникации, кризисом в системе распространения и широко тиражируемых мнений о неперспективности и неэффективности данного вида деятельности.

Располагая информацией о состоянии издательско-полиграфического рынка и особенностях конкуренции в разных его сферах, менеджмент фирмы, функционирующей в отрасли печати, получает действенный инструментарий управления бизнесом, возможность принимать управленческие решения, направленные на повышение эффективности деятельности, как в краткосрочном периоде, так и на перспективу.

Выводы

Задачи принятия управленческих решений — повышение эффективности всей производственно-сбытовой и научно-технической деятельности фирмы или предприятия и учет показателей их работы в реальных условиях развития рынка.

Основной вывод, вытекающий из выполненного в разделе анализа, состоит в том, что направление дальнейшего развития в полиграфической сфере деятельности неизбежно, оно определяется складывающейся конъюнктурой на рынке полиграфических работ и ее зависимостью от мотиваций в издательских и распространительских структурах, а также от масштабов замещения печатной продукции средствами электронной коммуникации.

На современном этапе развития, все отечественное полиграфическое сообщество стоит перед необходимостью разработки управленческих решений для дальнейшего ведения бизнеса в отрасли, которая позволила бы каждому полиграфическому предприятию достигнуть желаемых результатов, не подвергая свое дело излишним рискам, в том числе и риску банкротства. Уже сегодня, в условиях постоянного падения рентабельности полиграфических работ, возникает неотложная необходимость пересмотра существующих бизнес моделей большинства типографий страны. В основе решения этой задачи лежит использование таких методов производства, которые при организации бизнеса будут эффективными как с технологической, так и с экономической точек зрения.

2 АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МОЛОТ»

2.1 Общая характеристика деятельности предприятия ОАО «Молот» и его организационной структуры управления

Характеристика предприятия.

ОАО «Издательство «Молот» на основании Устава осуществляет типографскую,издательскую и коммерческую деятельность.

Основной вид деятельности – печать газетной продукции, выпуск которой составляет 81,1 процентов в общем объеме производимой издательством продукции, работ, услуг.

Издательство производит печать центральных, областных, городских и ведомственных газет 44 наименований, ежедневный тираж которых составляет 424.2 тыс. экземпляров, приведенных к формату А2 - 4 полосы.

Производство прочей типографской продукции ориентировано на выпуск полноцветной изобразительной и другой печатной продукции, а также бланочной продукции.

Уставный фонд предприятия составляет 37003 тыс. рублей.

Согласно утвержденной межотраслевой программе на 2014 год, штат сотрудников издательства должен составлять 160 человек.

Фактическая численность персонала на 31 декабря 2014 года составила 145 человек. , из них рабочих – 107 человек.

Основными вакансиями в 2014 году продолжали оставаться рабочие высокой квалификации:

- наладчики полиграфического оборудования;
- электромонтеры по ремонту электрооборудования;
- монтажники санитарно- технических систем и оборудования.

Принято за 2014 год 35 человек, из них служащих - 7 человек.

Уволено по собственному желанию 46 человек. Текучесть кадров за 2014 год составила 1,43 %. Основной причиной увольнений является неудовлетворенность размером заработной платы и удаленность места работы от места жительства.

Средняя зарплата за 2014 год выросла по сравнению со среднемесячной зарплатой за 2013 год на 2,6% и составила 19936 рублей.

Организационная структура управления

На предприятии ОАО «Издательство «Молот» применяется линейно-функциональная структура управления.

Руководство функциями осуществляет генеральный директор.

Структура предприятия ОАО «Издательство» Молот» представлена на рисунке 1.

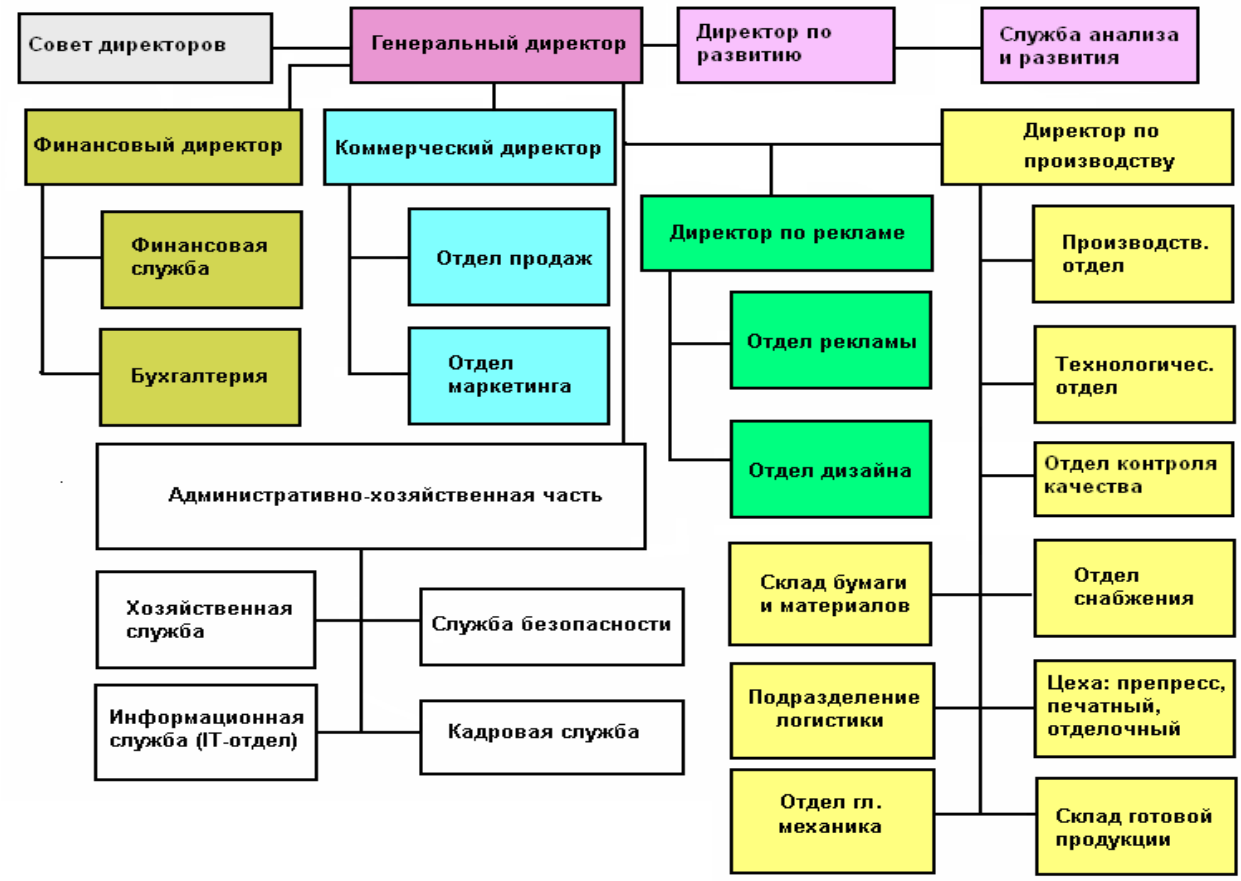

Рисунок 1 - **Организационная структура управления ОАО «Издательство» Молот»**

Достоинства этой структуры структуры:

1. Структура повышает ответственность руководителя предприятия за конечный результат деятельности.

2. Содействует повышению эффективности использования рабочей силы.

3. Упрощает профессиональную подготовку.

4. Создает потенциалы для карьерного роста сотрудников.

5. Разрешает легче контролировать деятельность каждого подразделения и исполнителя.

Недостатки:

1. Ответственность за получение прибыли падает на руководителя предприятия.

2. Усложняется согласованность действий функциональных подразделений.

3. Тормозится процесс принятия и реализации решения.

4. Структура не обладает эластичностью, так как функционирует на основе множества принципов и правил.

По состоянию на 31.12.2014 функции единоличного исполнительного органа ОАО «Издательство «Молот» выполняет управляющая организация ЗАО «Российские газеты», согласно договору №3 о передаче полномочий от 02.07.2014. Лицо, действующее без доверенности от имени Общества – генеральный директор ЗАО «Российские газеты» Власов Сергей Викторович.

Положение предприятия на газетном рынке.

ОАО «Издательство «Молот», является одной из крупнейших типографий Ростовской области.

Главная цель-производство продукции, удовлетворяющей требованиям и ожиданиям потребителей.

Приоритетные направления деятельности открытого акционерного общества-сохранение лидирующего положения на газетном рынке, получение балансовой и чистой прибыли. Завоевание уверенных позиций на рынке

полиграфических услуг. Достижение такого уровня финансовой устойчивости, который позволит предприятию предлагать партнерам продукцию высокого качества, при умеренной цене обеспечивая приемлемую прибыльность предприятия.

Оборудование: допечатный процесс осуществляется на основе полуавтоматического скоростного устройства CtP планшетного типа, оборудованного фиолетовым лазером и надежно зарекомендовавшего себя в скорости и качественном производстве газетных форм.

Машина «CityLine Express», 3 башни, 4+4, 4 зарядки с автосклейками, фальцаппарат с приставкой третьего сгиба.

Устанавливается еще один фальцаппарат и башня, что позволит печатать две газеты одновременно.

Скорость оборудования – 35000 отт/час. В сутки обеспечивается 840 тысяч краскооттисков.

Анализ газетного рынка показывает следующее распределение объемов выпуска между ведущими типографиями Ростовской области (Таблица 1).

Таблица 1 -**Доля общества в соответствующем сегменте рынка и изменение данного показателя за последние три года, %**

Название предприятия	2012 г.	2013 г.	2014 г.
«Издательство «Молот»	38	41	43
«Типография №1» г. Ростов-н/Д	24	24	24
«И.Д. Крестьянин»	23	21	21
«Батайское полиграфическое предприятие»	11	10	9
Прочие типографии	4	4	3

Как видно из таблицы 1 основными конкурентами издательства по выпуску газетной продукции являются ООО Полиграфическое предприятие «Типография № 1», создана в 2002 году, и ООО «Издательский Дом «Крестьянин». В ООО Полиграфическое предприятие «Типография №1» установлены машины PRESSLINE (Индия) и COLORMAN (80-х годов производства), в комплектации, позволяющей печатать газеты объемом до 96

полос с цветными полосами. Типография ООО «Издательский Дом «Крестьянин» оснащена полноцветным газетным агрегатом. Также в г. Батайске (пригород г. Ростова-на-Дону) работает типография, с газетной машиной «Ориент», специализирующаяся на цветной печати газет.

Доля рынка газетной продукции «Издательство»Молот» по состоянию на 2014 год представлена на рисунке 2.

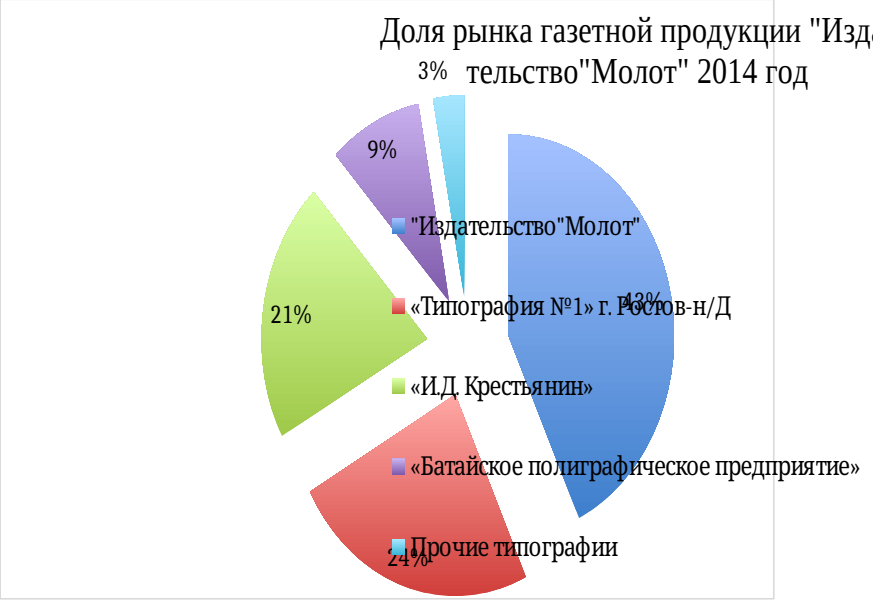

Рисунок 2 - **Доля ОАО «Издательство»Молот» в выпуске газетной продукции в 2014 году**

2.2 Анализ и оценка эффективности производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Молот»

В соответствии с утвержденной Учетной политикой на 2014 год:

- бухгалтерский учет в издательстве осуществляется централизованно;

- к основным средствам относятся материально-вещественные ценности, срок использования которых превышает 12 месяцев. Активы стоимостью свыше 40000 рублей за единицу, отражаются в составе материально - производственных запасов.

- готовая продукция отражается в бухгалтерском учете по фактической себестоимости;

- учет реализации продукции для бухгалтерского и налогового учета производится по методу отгрузки. При этом, в связи с льготным налогообложением прибыли от производства и реализации периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, в части областного бюджета, учет выпуска, реализации и себестоимости льготируемой и облагаемой полностью продукции ведется раздельно.

Формирование себестоимости производится по видам деятельности раздельно, при этом учет затрат ведется по заказам, видам и группам выпускаемых изделий и распределением общепроизводственных затрат в конце отчетного периода на 20 счет «Основное производство».

На каждый выпускаемый вид продукции рассчитываются оптовые цены, согласовываемые с заказчиком, которые зависят от формата, тиража, объема в печатных листах, красочности и периодичности выпуска.

Учет финансовых результатов производится по каждому виду деятельности, и в целом по предприятию. Основные технико-экономические показатели ОАО «Издательство»Молот» представлены в Приложении А.

За 2014 год прибыль от основной деятельности (от продаж продукции, товаров, работ и услуг) составила 4732,0 тыс. рублей.

Рентабельность производства снизилась на 1,05 процент в 2013 году по отношению к 2012 году, за счет роста себестоимости, и составила 3,2 процента, как и в 2014 году. Для отрасли печати газет норма рентабельности составляет 3 -5%.

В целом от деятельности предприятия в 2014 году получен убыток 3732,0 т.руб. Основная его составляющая суммовая разница по валютным договорам на приобретение краски и пластин, из-за резкого скачка курсов валют в конце 2014 года (сумма составила 2816,0 тыс.руб.). Кроме того, такой результат

объясняется сохранением постоянных затрат для обеспечения производства и инфраструктуры при падении выручки.

Анализ активов предприятия ОАО «Издательство«Молот» представлен в таблице 3.

Таблица 3 - **Структура активов баланса ОАО «Издательство»Молот»**

Средства предприятия	2012 г.		2013 г.		2014 г.		Изменение 2012/2013		Изменение 2013/2014	
	Тыс. руб.	Доля %	Тыс. руб.	Доля %	Тыс. руб.	Доля %	Тыс. руб.	Доля %	Тыс. руб.	Доля %
1	3	4	5	6	7	8	9=5-3	10=6-4	11=7-5	12=8-6
Внеобо-ротные активы	209105	87,7	199119	86,8	192323	90,2	-9986	-0,9	-6796	3,4
Оборотные активы	29319	12,3	30325	13,2	20931	9,8	1006	0,9	-9394	-3,4
Итого	238424	100	229444	100	213254	100	-8980		-16190	

Из таблицы 3 видно недостаток оборотных активов в общей структуре предприятия они составляют 12,3 % в 2012 году, 13,2 % в 2013 году и 9.8 % в 2014 году.

Для более наглядного представления о структуре активов анализируемого предприятия построим диаграмму, отражающую соотношение внеоборотных и оборотных активов на каждый период соответственно (рис.3).



Рисунок 3 - **Структура активов ОАО «Издательство « Молот»**

Рассмотрим структуру внеоборотных активов в таблице 4.

Таблица 4-**Структура внеоборотных активов ОАО «Издательство»Молот»**

Средства предприятия	2012 г Тыс. руб.	Доля %	2013 г. Тыс. руб.	Доля %	2014 г. Тыс. руб.	Доля %	Темп роста Тыс. руб. 2012/ 2013	Темп прироста % 2013/ 2014	Темп роста. Тыс. руб. 2013/ 2014	Темп прироста% 2013/ 2014
1	3	4	5	6	7	8	9=5-3	10=6-4	11=7-5	12=8-6
Внеоборотные активы всего	209105	100	199119	100	192323	100	-9986	-5%	-6796	-4%
В том числе: Основные средства	205883	98,4	198714	99,8	192273	99.9	-7169	+1,4	-6441	+0,1
Прочие внеоборотные активы	3221	1,6	404	0,2	49	0,1	-2817	-1,4	-355	-0,1

Основную часть внеоборотных активов предприятия составляют основные средства, в 2014 году доля основных средств во внеоборотных активах составляет 99,9%.

Структура основных средств предприятия ОАО «Издательство»Молот» представлена в Приложении Б.

Из таблицы 5 видно, что большую часть основных средств предприятия (71,5%)-составляют земельные участки в основном не производственного назначения.

Удешевление основных средств в 2013 году произошло за счет начисления амортизации машин и оборудования в размере 8224 тыс.руб. Выбыло машин и оборудования на сумму 3361 тыс.руб., накопленная амортизация выбывшего оборудования составила 3293 тыс.руб. Поступило в 2013 году оборудование на сумму 4453 тыс.руб. По первоначальной стоимости наблюдается прирост машин и оборудования в размере 1092 тыс.руб. Но с

учетом накопленной амортизации разница в стоимости составила минус 3839 тыс. руб. или на 7,5% меньше по отношению к 2012 году. Земельных участков выбыло в 2013 году на сумму 2860 тыс. руб. или -2% по отношению к 2012 году. Стоимость доли машин и оборудования в общей структуре основных средств снизилась на 1% к 2012 году, доля земельных участков на 1,73%.

В 2014 году удешевление основных средств произошло за счет амортизации машин и оборудования на сумму 7355. Поступило в 2014 году машин и оборудования на сумму 1218 тыс. руб.В целом удешевление основных средств в 2014 году составило 6137 тыс. руб. Что составляет -12,9 % к 2013 году. Доля машин и оборудования по остаточной стоимости в общей структуре основных средств в 2014 году снизилась по отношению к 2013 году на 2,4 %. Но по первоначальной стоимости наблюдается прирост машин и оборудования на сумму 1218 тыс.руб.

Наглядное представление структуры основных средств ОАО «Издательство « Молот» по состоянию на 2014 год видно на рисунке 4.



Рисунок 4 -**Наглядное представление структуры основных средств ОАО «Издательство « Молот»по состоянию на 2014 год**

Структура оборотных активов представлена в приложении Б.

В структуре оборотных активов произошли существенные изменения по отношению к 2013 году в 2014 году снизилось их количество на 30%(9394 тыс.руб). Снижение оборотных активов свидетельствует о сокращении производственной деятельности предприятия. Об этом же говорит снижение запасов на 31,6% в 2014 году по отношению к 2013 году, денежные средства уменьшились в 2014 году по отношению к 2013 году на 98%(-3851 тыс. руб).

Большую долю в оборотных средствах занимает дебиторская задолженность(57,7% в 2012 году, 50,5 % в 2013 году и 67,3% в 2014 году), не смотря на то, что в натуральном выражении она уменьшается (минус 1623 тыс.руб. в 2013 году и минус 1201 тыс.руб. в 2014 году) удельный вес ее в оборотных активах вырос на 17% в 2014 году в сравнении с 2013 годом.

Специфика работы типографий предусматривает рассрочку и отсрочку платежей, этим объясняется достаточно большой размер дебиторской задолженности в структуре оборотных активов, но она должна быть относительно постоянной. Рост же ее в 2014 году связан во-первых с кризисом-покупатели стали менее платежеспособными, во-вторых с сокращением рынка газетной продукции(этот факт вынуждает предприятие быть более лояльными к своим покупателям), это объясняет и снижение общего количества оборотных активов предприятия.

Анализ пассивов предприятия ОАО «Издательство«Молот».

В пассиве баланса показываются источники средств предприятия. Таким образом, изучение пассива баланса дает ответ на вопрос «откуда предприятие взяло деньги», а анализ актива показывает, «куда предприятие их вложило».

Рассмотрим структуру пассива баланса предприятия в Приложении В.

Основную долю источников средств предприятия составляют собственные средства.

Основную часть собственных средств предприятия составляет переоценка внеоборотных активов(69,4 % в 2012 году,68,7% в 2013 году и 70,3% в 2014 году), дооценка внеоборотных активов в натуральных показателях составила

124610 тыс.руб.в 2012 году, 121806 тыс.руб. в 2013 году(т.к. выбыли земельные участки на сумму 2860 тыс. руб.) и 121806 в 2014 году.

Это связано с тем, что большую часть основных средств предприятия составляют земельные участки не производственного назначения.

Краткосрочные обязательства за 2014 год уменьшились на 4340,0 тыс. руб., в том числе:

за товары и услуги на 3577,0 тыс. руб.;

Долгосрочные обязательства за 2014 г. снизились на 7872,0 тыс. рублей, в том числе долгосрочные обязательства перед ООО «Балтийский лизинг» погашены полностью.

Просроченной кредиторской и дебиторской задолженности нет.

Структура источников средств предприятия представлена на рисунке 5.

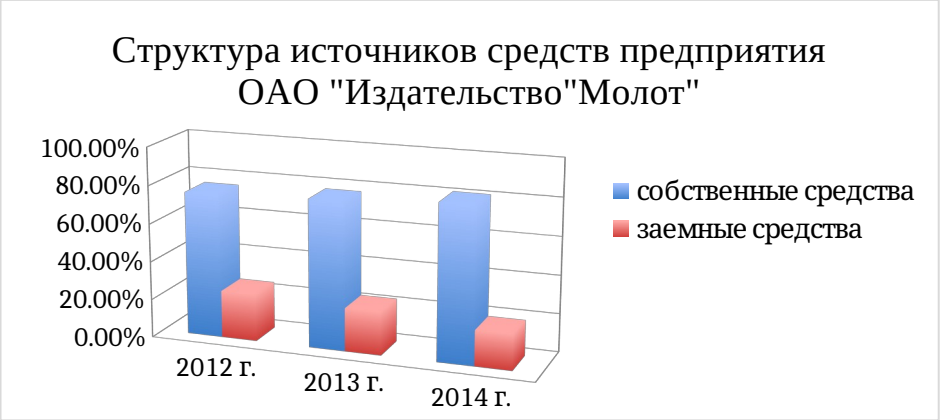

Рисунок 5 - **Соотношение собственного и заемного капитала на 2012, 2013 и 2014 год**

Важное значение для анализа предприятия ОАО «Издательство « Молот»,имеет показатель собственного оборотного капитала (СОК).

Он показывает, какая сумма текущих активов сформирована за счет собственного капитала или что останется в обороте предприятия, если погасить одновременно всю краткосрочную задолженность кредиторам.

Расчет собственного оборотного капитала представлен в таблице 8.

Таблица 8 - **Расчет собственного оборотного капитала предприятия ОАО «Издательство « Молот»**

Статьи баланса	2012 г Тыс. руб.	2013 г. Тыс. руб.	2014 г. Тыс. руб.	Темп роста Тыс. руб. 2012/2013	Темп прироста % 2012/2013	Темп роста. Тыс. руб. 2013/2014	Темп прироста% 2013/2014
1	2	3	4	5=3-2	6	7=4-3	8
1.Собственный капитал	179536	177342	173329	-2194	-1,2	-4013	-2,3
2.Долгосрочные обязательства	15473	21918	14081	+6445	+41,6	-7837	-35,8
3.Внеоборотные активы	209105	199119	192323	-9986	-4,8	-6796	-3,4
4 Итого собственный оборотный капитал (п.1 + п.2 –п. 3)	-14096	141	-4913	+14234	+100,9	-5054	-3584

В таблице 8 выявлен недостаток собственного оборотного капитала это свидетельствует о финансовой неустойчивости предприятия ОАО «Издательство«Молот», особенно ситуация ухудшилась в 2014 году темп прироста СОК по отношению к 2013 составил минус 5054 тыс.руб. в натуральном выражении. Необходимо сократить стоимость внеоборотных активов.

При анализе предприятия также важно обращать внимание на соотношение дебиторской и кредиторской задолженности. Они должны быть уравновешены и иметь одинаковые темпы прироста.

Исследование соотношения дебиторской и кредиторской задолженности представлено в таблице 9.

Из таблицы 9 очевидно превышение кредиторской задолженности над дебиторской, что является положительным фактом для предприятия, но увеличивает потребность в собственном оборотном капитале.

Таблица 9 - **Сравнение дебиторской и кредиторской задолженности ОАО «Издательство « Молот»**

Статьи баланса	Код стр.в форме №1 "Бух. баланс"	2012 г Тыс. руб.	2013 г. Тыс. руб.	2014 г. Тыс. руб.	Темп роста Тыс. руб. 2012/ 2013	Темп роста тыс. руб. 2012/ 2013	Темп прироста.% 2012/ 2013	Темп прироста% 2013/2014
1	2	3	4	5	6=4-3	7=5-4	8	9
1.Кредиторская задолженность	1520	22615	30184	25844	+7569	-4340	33,5	-14,3
2.Дебиторская задолженность	1230	16905	15282	14081	-1623	-1201	-9,6	-7,9
3. Абсолютное превышение кредиторской задолженности над дебиторской (п.1 – п.2)		+5710	+14902	+11763	+9192	-3139	-	-
4.Относительное превышение кредиторской задолженности над дебиторской, % ((п.2 : п.1) х 100)		74,75	50,63	54,5	-	-	-	-

В 2013 году темп прироста кредиторской задолженности намного превышал рост дебиторской задолженности и составил 33,5 % к 2012 году, в основном за счет задолженности за товары и услуги. В 2014 году наблюдается уменьшение как дебиторской, так и кредиторской задолженности, темпы уменьшения кредиторской задолженности (14,3%) превышают темп уменьшения дебиторской задолженности (-7,9%)

По итогам анализа актива и пассива мы оценили баланс предприятия ОАО «Издательство«Молот» по шести признакам «хорошего баланса» и пришли к выводу, что баланс является неудовлетворительным по четырем признакам:

1) валюта баланса с каждым годом уменьшается;

2) оборотные активы предприятия уменьшились на 30% в 2014 году по отношению к 2013 году, тогда как внеоборотные активы за этот же период уменьшились на 4 %;

3) выявлен недостаток СОК в2014 году он составляет -4913 тыс. руб. ;

4) в балансе присутствует непокрытый убыток прошлых лет и непокрытый убыток отчетного года.

Анализ производственных результатов предприятия ОАО «Издательство«Молот».

К производственным результатам организации относят:

1.Выполненный объем продукции.

2.Себестоимость продукции.

В соответствии с принятой в издательстве учетной политикой объем выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг в издательстве определяется по моменту отгрузки.

Показатели выполненного объема продукции предприятия ОАО «Издательство«Молот» в натуральном выражении представлены в таблице 10.

Таблица 10 -**Показатели выполненного объёма продукции предприятия ОАО «Издательство « Молот»**

Наименование показателей	2012 год	2013 год	2014 год	Отклонение 2013/2012г		Отклонение 2014/2013 г	
				абсо-лютное	Отно-си-тель-ное %	абсо-лютное	Относи-тельное %
Объём выручки от продажи товаров, продукции, работ и услуг, всего тыс. руб.	141794	167324	153590	+25533	118	-13734	91,8
В том числе: а) по типографской деятельности	109761	140817	126064	+31056	128,3	-14753	89,5
б) по издательской дея-тельности	2417,4	2364,8	2510,8	-52,6	97,8	+146	106,2
в) по услугам непроизводственной сферы	-	-	5,7	-	-	-	-
г) по реализации про-чих услуг:	29615	24142	25009	-5473	81,5	+867	103,6
в т.ч. от аренды поме-щений	24455	22796	24182	-1659	93,2	+1386	106,1

Выручка от продаж за 2014 год составила 153590,8 тыс. руб., что соответственно составляет 91,8 % к уровню 2013 года.

Снижение общей выручки предприятия ОАО «Издательство»Молот» в 2014 произошло за счет снижения выручки по типографской деятельности. Это связано с закрытием печатного издания "Блокнот Краснодара", в феврале 2014г., с месячным объемом выручки 1000,0 тыс. рублей.

Также, в феврале 2014г. в связи со сменой собственника регионального издания "Московский комсомолец" и переходом издания на печать в типографию собственника, потерян месячный объем 350,0 тыс. рублей.

С 01 июля 2014г. значительно изменился тираж еженедельной газеты "Справедливая Россия" - со 100,0 т.экз. до 50,0 тыс.экз., потерян месячный объем по выручке 450,0 тыс. рублей.

С 01 августа 2014г. в регионе не выходит в печать ежедневная газета "Спорт экспресс", в связи с переходом на укрупненную печать в Москве и доставкой тиража в Ростов, месячный объем печати составлял 200,0 тыс. рублей.

В 2014 году издательство работало в условиях постоянного поиска новых заказчиков, привлечения их на печать, для обеспечения загрузки оборудования и выполнения экономических показателей работы предприятия, так были заключены договора на печать следующих изданий:

1. Еженедельник «Мост», А3-8,12п.,4+4, тиражом 15,0 т.экз., с месячной выручкой 80,0 т. рублей., с 23 апреля.
2. Еженедельник «Территория ПРО», А3-16п., 4+4, тиражом 10,0 т.экз., с месячной выручкой 120,0 т. руб., с 16 октября.
3. Ежемесячная рекламная листовка «Поиск», А3-4п., 4+4, тиражом более 1 млн. экз., с выручкой 500,0 тыс.руб., с 29 мая.
4. Ежемесячная газета «Справедливая газета г. Шахты А3-12п., 4+4, тиражом 10,0 т.экз., с выручкой 30,0 т. рублей, с 14 октября.

Восполнить объемы печати «ушедших» заказчиков полностью не удалось.

Показатели себестоимости продукции ОАО «Издательство»Молот» представлены в таблице 11.

Таблица 11-**Себестоимость продукции ОАО «Издательство»Молот»**

Наименование показателей	2012 год	2013 год	2014 год	Отклонение 2013/2012г		Отклонение 2014/2013 г	
				Абсолютное	Относительное %	Абсолютное	Относительное%
Полная себестоимость реализованной продукции, товаров, работ и услуг тыс. руб.	136007	162086	148859	+26078	119,2	-13227	91,8
в том числе:							
- по типографской деятельности	121825	148812	136668	+26986	122,2	-12144	91,8
- по издательской деятельности	3152,2	3082,8	2781,6	-69,4	97,8	-301,2	90,2
- по непроизводственной сфере	477,9	511,8	469,3	33,9	107,1	-42,5	91,7
- по прочим работам и услугам	10551	9679	8889	-872	91,7	-789	91,8

Рост себестоимости в 2013 году составляет 119,2% к 2012 году, тогда как объем выручки в 2013 году составил 118% к 2012 году.

Себестоимость реализованной продукции так же снизилась в 2014 году за счет падения объёма выпуска продукции и составила 91,8% к 2013 году.

2.3 Анализ и оценка маркетинговой среды предприятия ОАО «Молот»

В условиях появления и быстрого распространения новых носителейинформации необходимо разработать дальнейшую стратегию развития ОАО «Издательство «Молот», определить ее специализацию , исходя из традиционных и перспективных преимуществ бумажного носителя. Своевременное принятие управленческих решений на базе всесторонних

исследований рынка и экспертных мнений послужит основой для разработки мероприятий для ОАО «Издательство «Молот».

Для реализации поставленной цели необходимо рассмотреть ряд проблемных вопросов, в том числе: оценка жизненного цикла полиграфического производства по видам печатной продукции, определение емкости, проблемы рынка полиграфических работ.

Оценка жизненного цикла полиграфического производства по видам печатной продукции.

В жизненном цикле каждого товара выделяются четыре этапа:

1. Этап выведения товара на рынок – период медленного роста сбыта по мере выхода товара на рынок. Прибылей на этом этапе еще нет.

2. Этап роста – период быстрого восприятия товара рынком, быстрого роста продаж и прибылей.

3. Этап зрелости – период замедления темпов сбыта в связи с тем, что товар уже воспринят большинством потенциальных покупателей. Прибыли стабилизируются или снижаются в связи с затратами на защиту от конкурентов.

4. Этап упадка – период резкого падения сбыта и снижения прибылей.

Для развития полиграфического производства определение жизненных циклов той или иной печатной продукции является главным. Уже сегодня рынок полиграфических работ постоянно, но достаточно интуитивно, реагирует на перспективность выпуска ее определенных видов, устанавливая те или иные пропорции для сохранения и развития имеющихся производственных мощностей. И это общемировая тенденция.

В отличие от классических методов маркетинговых исследований жизненного цикла товара (ЖЦТ) вообще, где исключительно важным является этап его разработки, а именно оценка возможного спроса на рынке, анализ ЖЦТ печатной продукции имеет свои принципиальные особенности. Это связано с тем, что издательская печатная продукция достаточно консервативна и этапы ее внедрения и роста остались в прошлом, а сегодня она находится на стадии зрелости или падения.

На современном этапе зрелости (насыщения) жизненного цикла печатной продукции происходит стабилизация ее продаж и становится наиболее важной конкурентоспособность бумажного носителя по отношению к электронным носителям информации, оценка срока жизни того или иного печатного продукта.

Взаимозависимость и взаимовлияние состояния жизненного цикла печатного продукта и его производства определяют направление и содержание анализа возможных путей преодоления кризисной ситуации в полиграфии.

Показателем фазы жизненного цикла продукта является относительное изменение его продаж (спроса) к общему уровню рынка. Оценка состояния сегментов рынка в настоящий период представлена в приложении Г.

Проблемы рынка полиграфических работ

Практически полная зависимость российской полиграфической промышленности от импорта оборудования, расходных материалов, мелованных сортов бумаг и картонов, занимающих до 70% в стоимости высококачественной печатной продукции.

Повышение тарифов на услуги подписки и доставки изданий. Подписка на периодику по всей России во втором полугодии 2014 года упала в среднем на 20-25 процентов. «Почта России» получила убыток за полугодие в 500 миллионов рублей.

Кроме того, пока не вступило в силу снижение до 5% таможенной пошлины на мелованные сорта бумаги и картона. Тем временем, отпечатанная на них литература и периодика за небольшим исключением ввозится бесплатно.

Пользуясь ситуацией, соседние страны создали вдоль границы России обширную сеть полиграфических центров, ориентированных на российские заказы. В итоге, госбюджет стабильно недополучает внушительный объем налогов, а отечественные полиграфисты – заказы и выручку.

Емкость рынка печатной продукции Ростовской области 2014 год.

В Ростовской области по натуральным показателям (млн. листов-оттисков) годовой выпуск печатной продукции распределяется следующим

образом: газеты – 34%, книги – 12%, журналы – 16%, упаковка и этикетка – 18% и коммерческая печать (реклама) – 20% (Рис.7).



Рисунок 7 - **Распределение годового производства печатной продукции рынка Ростовской области за 2014 год**

Изменение выпуска печатной продукции Ростовской области представлено в таблице 12.

Таблица 12 - **Изменение выпуска печатной продукции Ростовской области в натуральных показателях**

Наименование	2012 год	2013 год	Изменение 2013/2012	2014 год	Изменение 2014/2013
Газеты тираж условный в 4-х полосном исчислении формата А2), млн. экз.	598,3	594,6	-3,7	584,9	-9,7
Книги (лист-отт.), млн. шт.	220,1	194,4	-25,7	174,4	-20
Журналы (лист-отт.), млн. шт.	69,7	77	+7,3	86,9	+9,9
Рекламная продукция (лист-отт.), млн. шт.	131,2	137	+5,8	150	+13
Упаковочная и этикеточная продукция (лист-отт.), млн. шт.	213,2	228	+14,8	245,3	+17,3

Из таблицы 12 видно, что выпуск газет в Ростовской области с каждым годом падает. Наибольшее снижение испытывает сегмент книг, а наибольший рост-упаковочная и этикеточная продукция.

Вывод.

Анализ баланса предприятия ОАО «Издательство»Молот» выявил недостаток у предприятия оборотных активов. Основную часть внеоборотных активов предприятия составляют основные средства, в 2014 году доля основных средств во внеоборотных активах составляет 99,9%, большую часть которых(71,5%)-составляют земельные участки в основном не производственного назначения. Так же выявлен недостаток собственного капитала предприятия ОАО «Издательство«Молот».

В связи с этим, рекомендуем провести оптимизацию состава недвижимого имущества ОАО «Издательство«Молот», продав непроизводственные активы.Рекомендуемое мероприятие позволит оптимизировать структуру баланса увеличив долю оборотных активов в общей валюте баланса и нарастить собственный оборотный капитал предприятия.

Несмотря на то, что предприятие ОАО «Издательство»Молот» является лидером на рынке газетной продукции Ростовской областии доля рынка предприятия растет последние три года, выручка в 2014 году снизилась на 8,2% по отношению к 2013 году и прибыль от реализации товаров, услуг с каждым годом снижается.

Это говорит о проблемах в отрасли печати в целом и особенно на газетном рынке, т.к. основным видом деятельности предприятия ОАО «Издательство»Молот» является печать газетной продукции.

Анализ рынка печатной продукции Ростовской области выявил тенденцию сокращения печати газет и книг-это связано с становлением процессов замещения печатной продукции в современной медиа сфере, повышением тарифов на услуги подписки и доставки изданий, не совершенностью таможенной политики государства.

Анализ изменения выпуска печатной продукции Ростовской области в натуральных показателях выявил наибольший рост выпуска упаковочной и этикеточной продукции.

Для предотвращения падения прибыли и дальнейшего банкротства предприятияОАО «Издательство»Молот» необходимо провести диверсификацию производства, а именно-внедрение производства упаковки и разработки стратегии ее сбыта.

Так же на предприятии ОАО «Издательство»Молот» необходима установка пожарной сигнализации и системы оповещения в офисных помещениях на Буденовском, 37 и помещениях складского хозяйства, Дозатора, 142а, для снижения производственных и финансовых рисков.

3 РАЗРАБОТКА И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ИЗДАТЕЛЬСТВО«МОЛОТ»

3.1 Продажа непрофильных активов предприятия

Мероприятия по продаже не профильных активов предприятия ОАО «Издательство»Молот» позволит улучшить структуру баланса, увеличив долю оборотных активов предприятия. Высвобожденные средства пойдут на развитие производственной деятельности ОАО «Издательство»Молот»,что улучшит показатели результатов производственной деятельности предприятия, укрепит позицию предприятия на рынке, увеличит его конкурентноспособность.

В связи с политикой импортозамещения Российской федерации и наибольшим относительным ростом производства мясной и молочной продукции в Ростовской области, а так же удачным расположением и транспортной доступностью, нижеперечисленные активы пользуются большим спросом.

Предприятием ОАО «Издательство»Молот» объявлен открытый аукцион по продаже недвижимого имущества, принято пять заявок от претендентов : ООО «Югагропром», ГК «Тавр», ООО «УК РАПТ» (ООО "Донская мясная компания"+ ООО "Телец"),ООО «Белый медведь», ООО «Ростовский завод плавленых сыров». От всех претендентов в трехдневный срок после подачи заявки подписан договор о задатке и получен задаток в размере 5 процентов от рыночной стоимости заявленного недвижимого имущества.

Предмет аукциона-право на заключение договоров купли-продажи следующих объектов недвижимости ОАО «Издательство»Молот»:

1.Имущественный комплекс, расположенный по адресу Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Советский район, ул. Доватора, 142 к в составе:

1). Земельный участок площадью 15073,0 кв.м. (кадастровый номер 61:44:0070306:42).

2). Гараж площадью 781,9 кв.м. (Свидетельство от 08.06.2005 Серия 61 АБ № 103316).

3). Сторожка площадью 29,2 кв.м. (Свидетельство от 08.06.2005 Серия 61 АБ № 103315).

2.Имущественный комплекс, расположенный по адресу Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Советский район, ул. Доватора, 142 г в составе:

1). Земельный участок площадью 19065,0 кв.м. (кадастровый номер 61:44:0070306:45).

2) Насосная площадью 14,7 кв.м. (Свидетельство от 08.06.2005 Серия 61 АБ № 103311).

3.Складской комплекс, расположенный по адресу г. Ростов- на - Дону, пер. Элеваторный,5 б в составе:

1).Земельный участок площадью 1317,0 кв.м. (Свидетельство от 16.11.2005г. Серия 61АБ № 158221 кадастровый номер 61:44:080310:0006).

2).Здание склада площадью 298,3 кв.м. (Свидетельство от 01.09.2005 Серия 61 АБ №123509).

3).Здание склада площадью 175,5 кв.м. (Свидетельство от 01.09.2005. Серия61АБ №123510).

Для оценки данных активов был приглашен независимый оценщик ООО «Агентство поддержки бизнеса».

В соответствии с отчетом независимого оценщика ООО «Агентство поддержки бизнеса» от 07 июня 2014 года № 1560-2/05-2014 рыночная стоимость имущественного комплекса, расположенного по адресу Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Советский район, ул. Доватора, 142 г составляет 50 030 000 (пятьдесят миллионов тридцать тысяч) рублей.

Стоимость имущественного комплекса, расположенного по адресу Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Советский район, ул. Доватора, 142 к составляет 50 180 000 (пятьдесят миллионов сто восемьдесят тысяч) рублей.

Стоимость складского комплекса, расположенного по адресу г. Ростов- на - Дону, пер. Элеваторный,5 б составляет 10840000 (десять миллионов восемьсот сорок тысяч) рублей.

Рыночная стоимость данного имущества составляет 111050000 (сто одиннадцать миллионов восемьсот сорок тысяч) рублей.

Земельные участки при продаже налогом не облагаются, стоимость активов за вычетом стоимости земельных участков составляет 56000000(пятьдесят шесть миллионов рублей).

При продаже любых активов в составе предприятия как имущественного комплекса всегда применяется специальная налоговая ставка - 15,25%.[19]

Таким образом, чистая прибыль от продажи непрофильных активов предприятия составит 102 510 тыс. руб.

3.1 Создание упаковочного производства и его обоснование

На предприятии ОАО «Издательство»Молот» предполагается выпускать картонную упаковку.

Согласно уставу ОАО «Издательство»Молот» одним из предметов деятельности предприятия п.4.2.1. полиграфическая деятельность.

Код 18.1 ОКВЭД 2. Прочие виды полиграфической деятельности.[20]

Эта группировка включает:

-печать многокрасочной упаковки, с дополнительными оформительскими элементами, на листах бумаги и картона с последующим формированием конечного изделия.

Так же согласно п. 4.2.2 устава, предприятие осуществляет редакционно-издательскую деятельность производство и реализацию технической, рекламной и иной полиграфической продукции.

[19] http://www.pnalog.ru/material/nalogi-prodazha-predpriyatiya
[20]http://bizlog.ru/okved/okved2/kod-18.12.htm

Решение производить картонную упаковку на предприятии ОАО «Издательство»Молот» связанно с основным видом деятельности предприятия, т.к. сырье для данного вида продукции можно приобретать у постоянных поставщиков сырья для газетной продукции, что существенно снизит затраты на поиск новых поставщиков и перевозку материалов.

Упаковочное производство - интенсивно развивающаяся отрасль экономики. Упаковка является важной частью технологического процесса производства любого продукта и играет важную роль в защите товара от повреждений, а так же обеспечивает удобство покупки и использования. Требования, которые предъявляют к упаковочным материалам, постоянно расширяются, в связи с использованием новых высокоскоростных технологических линий и оборудования. Поэтому необходимо тщательно подходить к выбору оборудования производства упаковки, для обеспечения наибольшей конкурентоспособности производимой продукции.

Для предприятия ОАО «Издательство»Молот» планируется приобретение оборудования нового упаковочного производства на основе флексографической печати.

Флексография - это одна из разновидностей высокой печати, применяющая эластичные (гибкие) печатные формы и низковязкую краску. Флексографские машины изначально разрабатывались для печати на упаковочных материалах и не ограничены по типу запечатываемого материала. Обычно, материал подбирается, исходя из технологического процесса, который необходим для создания различной упаковки. Можно использовать бумагу, любой вид картона (мелованный, со специальным покрытием, ламинированный и т. д.), самоклеющиеся материалы, металлическую фольгу и т.д. Кроме этого, возможна печать на нестандартных материалах с грубой фактурой, таких, например, как ткань.

Еще одним преимуществом флексографии является цена. Фотополимерные флексографские формы намного дешевле, чем металлические формы для глубокой печати. Так же, поскольку флексографские

машины часто комбинируются в одну линейку с устройствами для ламинирования, высечки, фальцовки и склейки, они оказываются выгоднее других печатных машин, с раздельным технологическим процессом. Флексографская машина в типичной конфигурации может в одном технологическом процессе печатать на листах пластика, высекать в них отверстия, складывать их в пакет, а затем склеивать его.

Достоинством флексографии является также ее способность оперировать формами различного размера, что оптимизирует использование материалов. Так же весомым фактором при выборе способа печати на упаковочных материалах для пищевых продуктов является возможность флексографских машин работать с водными красками, а не с красками на основе растительных масел, принятыми для офсетной типографии. Водные краски оказываются предпочтительнее по экологическим соображениям и,часто, использование красок на водной основе регламентируется правительственными предписаниями.

Создание упаковочного производства.

Определим балансовую стоимость единицы оборудования по формуле (1):

$$С_{ср=}Ц\cdot(1+\sigma_Т+\sigma_Ф,+\sigma_М), \qquad (1)$$

где Ц – цена приобретения единицы оборудования, тыс. руб.;

Цена одной флексографской машины составляет 65114тыс. руб.

$\sigma_Т$, $\sigma_Ф$, $\sigma_М$ – коэффициенты, учитывающие затраты на транспортировку, устройство фундамента, монтаж соответственно.

Укрупненно примем 30%:

$\sigma_Т+\sigma_Ф+\sigma_М=0,3$

$С=65114\cdot(1+0,3)=19534$ тыс.руб.

Число единиц оборудования участка рассчитаем по формуле (2):

$$m_{\text{р}} = \frac{\sum_{i=1}^{n} N_i \cdot T_i}{60 \cdot F_{\text{др}} \cdot K_{\text{в}}}, \quad (2)$$

где N_i– годовая программа выпуска листов-оттисков;

T_i– трудоемкость одного листа-оттиска, мин T_i=0,005;

$F_{\text{др}}$ – действительный годовой фонд времени работы оборудования, ч.;

$K_{\text{в}}$ – коэффициент выполнения норм.

Укрупненно при 2-сменном режиме работы можно принять $F_{\text{др}}$=4015 ч.; $K_{\text{в}}$=1÷1,2.

$$m = \frac{48000000 \cdot 0,005}{60 \cdot 4015 \cdot 1,2} \approx 0,83,$$

m=1 шт

Стоимость подъемно-транспортного оборудования

Стоимость подъемно-транспортного оборудования может быть принята в размере 5% от стоимости приобретенного оборудования.

Спт = 65114 · 0,05 =3255 (тыс.руб.)

Производственная площадь определяется по формуле (3):

$$S_{пр} = f_c \cdot m_{пр} \cdot K, \quad (3)$$

где f_c – средняя площадь, занимаемая единицей оборудования, м^2;

K=1,1÷1,2 – коэффициент, учитывающий проходы и проезды.

$S_{\text{пр}}$=21 · 10 · 1,2=252 м^2

Стоимость энергетического оборудования

Стоимость энергетического оборудования (доля стоимости цеховых распределительных устройств, энергетических установок и сетей, приходящихся на участок), тыс.руб определим по формуле (4):

$$C_э = Ц_э \cdot N_м, \quad (4)$$

где Цэ – стоимость энергооборудования, приходящаяся на 1 кВт установленной мощности оборудования участка, тыс.руб.;

Nм – мощность установленного оборудования участка, кВт,

$$С_э = 120 \cdot 9,5 = 1140 \text{ тыс.руб.}$$

Стоимость инструмента и оснастки.

Стоимость инструмента и оснастки, включаемых в основные фонды, принимается укрупненно 5÷ 8% от балансовой стоимости производственного оборудования формула(5):

$$C_{инс} = 0,05 \cdot C_{об} \quad (5)$$

$С_{инс}$=3255 тыс.руб.

Расчетная численность основных рабочих участка рассчитывается по формуле (6):

$$Р^{осн} = \frac{T_i \cdot N_i}{F_{др} \cdot 60}, \quad (6)$$

где Ti – трудоемкость одного листа-оттиска, мин.;

Трудоемкость одной единицы продукции равна 0,005 мин.

Ni - годовая программа выпуска;

Fдр – действительный годовой фонд рабочего времени одного работника. Укрупненно может быть принят Fдр=1870 часов.

$$Р^{осн} = \frac{0,005 \cdot 48000000}{1870 \cdot 60} = 3,$$

Списочная численность:

$Р_{сп}^{осн} = 3 \cdot 1,1 = 4.$

где К=1,1 – коэффициент, учитывающий невыходы на работу по уважительной причине.

Численность вспомогательных рабочих

Численность вспомогательных рабочих (ремонтники, наладчики, контролеры) укрупнено может быть определена в размере 28-32% от численности основных рабочих (7):

$$Р^{всп}_{сп}=4 \cdot 0,3=2. \quad (7)$$

Численность инженерно-технических работников и служащих

Численность инженерно-технических работников и служащих укрупненно может быть определена в размере 8-12% от численности всех рабочих (основных и вспомогательных).

$$Р^{ИТР}_{сп}=6 \cdot 0,1=1.$$

Общая численность работающих на участке (8):

$$P^{об}_{уч} = P^{осн}_{сп} + P^{всп}_{сп} + P^{ИТР}_{сп} \quad (8)$$

$$Р^{об}=4+2+1=7.$$

Расчет фонда заработной платы

Заработная плата предполагается сдельно-премиальная дя основных и вспомогательных рабочих. Единовременная премия за выполнение годового плана составит-100% от среднемесячной заработной платы для основных рабочих, для вспомогательных рабочих и для работников ИТР.

Расценки за одинлист-оттиск выпущенной продукции: основным рабочим составит 2 копейки, вспомогательным рабочим 0,7 копейки.

Средняя заработная плата ИТР составит 35000 руб.

Планируемый годовой выпуск продукции 48000000 шт.

Фонд заработная платы основных рабочих:

$З_{осн}=48000000 \cdot 0,02=960000$ рублей.

Среднемесячная плата одного основного рабочего составит:

$З_{м.осн.}=\frac{960000}{4\times12}=20000$ рублей.

Фонд заработной платы вспомогательных рабочих составит:

$З_{всп}==48000000\cdot0{,}007=336000$ рублей.

Среднемесячная заработная плата одного вспомогательного рабочего составит:

$З_{м.всп.}=\frac{336000}{2\times12}=14000$ рублей.

Заработная плата ИТР составит:

$З_{ИТР}=35000\cdot1\cdot12=420000$ рублей.

Премиальный фонд составит:

$З_{пр}=1\cdot35000+2\cdot14000+4\cdot20000=143000$ рублей.

Общий фонд заработной платы составит:

$З_{общ}=(960000+336000+420000+143000)\cdot(1+0{,}313)=2440867$руб.

где 0,313 – коэффициент, комплексно учитывающий нормативные, установленные законодательством, отчисления на обязательное социальное страхование.

Амортизационные отчисления основных фондов

Расчет амортизационных отчислений основных фондов (износ на полное восстановление) произведем линейным методом по формуле (9):

$$A_i^{год} = \frac{\left(C_{офі} \cdot k_{лі}\right)}{100}, \quad (9)$$

$$k_{лі} = \left(\frac{1}{n}\right) \times 100, \quad (10)$$

где n – срок полезного использования основных производственных фондов i-го вида, год.

1)Производственная площадь:

$А_{год}$=6804 тыс.руб.

2) Производственное оборудование:

к=10

$А_{год}$=8464 тыс. руб.

3) Подъемно-транспортное оборудование:

к=5

$А_{год}$=162785 руб.

Общепроизводственные расходы.

Общепроизводственные расходы составляют 6540000 руб.

К ним относятся расходы на:

- отопление;
- освещение, электроэнергияя на технологию;
- водоканализация;
- содержание цехового персонала;
- расходы на охрану труда;
- содержание склада бумаги и материалов;
- подготовка и освоение производства.

Расчет затрат на материалы

Стоимость материалов, с учетом наладки оборудования и отбраковки для изготовления одного листа-оттиска готовой продукции, составляет 0,624 рубля. Планируемый выпуск продукции 48000000 шт. Следовательно:

$З_м=48000000 \cdot 0,624=29990000$ руб.

Общехозяйственные расходы приняты в размере 200% от заработной платы основных рабочих и составили 1 920 000 руб.

Так же необходимо приобрести программное обеспечение для вывода готовых файлов на печать цена данного оборудования составит 70 тыс.руб.

Рассчитаем полную себестоимость в таблице 13.

Таблица 13 - **Расчет себестоимости продукции**

Наименование статей затрат	На 1 лист-оттиск	На общий объем производства
.Материалы за вычетом отходов	0,62	29990
Основная и дополнительная зарплата основных	0,02	960
Общепроизводственные (общецеховые) расходы	0,46	22030
Цеховая себестоимость(сумма ст1÷ ст4)	0,96	52980
Общехозяйственные (общезаводские) расходы	0,04	1920
Производственная себестоимость (сумма ст1÷ст5)	1,14	54900
6.Внепроизводственные (коммерческие) расходы	0,003	160
Полная себестоимость (сумма ст1÷ст6)	1,15	55060

Используя данные таблицы 13 рассчитаем цену одного листа-оттиска готовой продукции.

Цена одного листа-оттиска рассчитывается по формуле (11)

$$Ц_i=С_{пi}+П_i, \quad (11)$$

где $С_{пi}$– полная себестоимость листа-оттиска, руб.;

$П_i$ – планируемая прибыль на один лист-оттиск, руб.

Норма рентабельности на упаковочном производстве составляет в среднем 25%

$П=1,15 \cdot 0,4=0,5$

$Ц=1,15+0,5 \approx 1,7$ руб.

Средняя цена изделия составит 1,7 рубля.

Обоснование создания упаковочного производства.

Создание упаковочного производства обеспечит более высокую стабильность предприятия ОАО «Издательство»Молот» увеличит количество оборотных средств оборачиваемость оборотных средств

Так же данное мероприятие укрепит конкурентную позицию предприятия, за счет расширения спектра предложений и услуг, привлечет новых клиентов.

Создание упаковочного производства обеспечит свободу рыночного маневра. Например: если на газетном сегменте рынка типография потерпит поражение, то эти потери могут быть покрыты за счет сегмента упаковки.

3.2 Разработка маркетингового плана по реализации упаковки

Анализ рынка упаковки Ростовской области.

На предприятии ОАО «Издательство»Молот» предполагается выпускать картонную упаковку ориентированную на оптового конечного потребителя.

Рынок упаковки Ростовской области находится в зрелой стадии своего жизненного цикла, несмотря на это спрос на нее увеличивается в связи с политикой импортозамещения и, как следствие, -развитием производства в Ростовской области. Рост спроса на картонную упаковку объясняется еще и с тем, что основным импортером упаковки до 2014 года была Украина (до 60 процентов), в 2014 году доля импорта упаковки с Украины снизилась до 34 процентов.

Структура выпуска упаковки в натуральном выражении в Ростовской области по отраслям потребления представлена на рисунке 8.

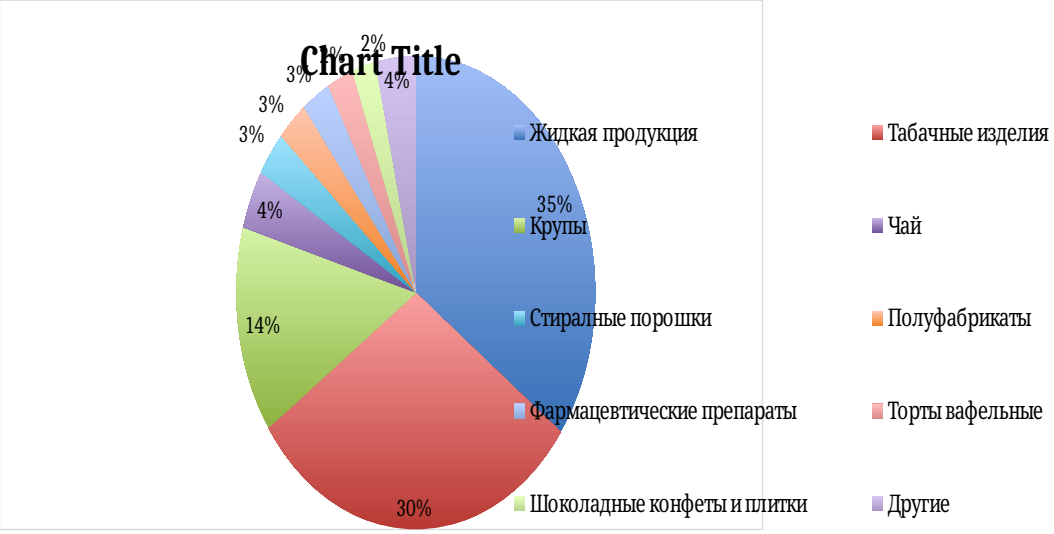

Рисунок 8 - **Структура выпуска упаковки в натуральном выражении в Ростовской области по отраслям потребления 2014 год**

Большую часть упаковки в Ростовской области производят для жидких продуктов(таких как соки, молоко и т.д.)-35%.

На втором месте по объему выпуска занимает упаковка для табачных изделий -30 %.

На третьем месте –упаковка для круп -14% от общего обьема выпуска упаковки.

Структура предприятий Ростовской области потребляющих картонную упаковку представлена на рисунке 9.

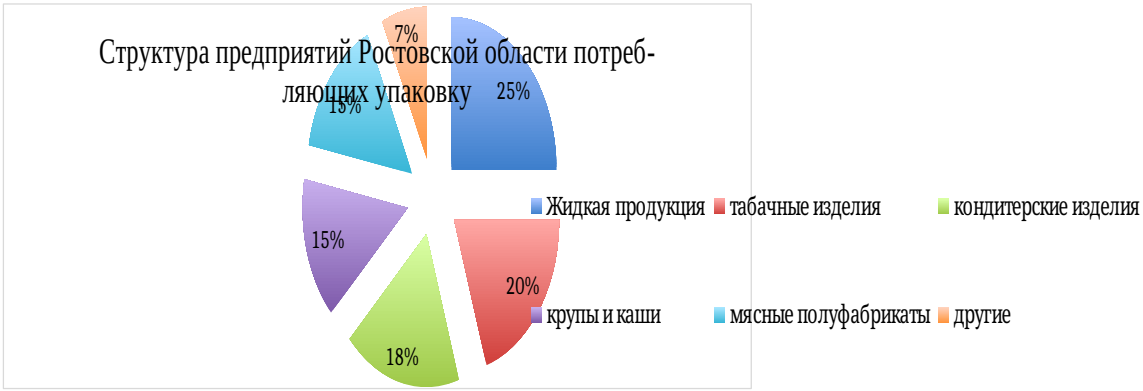

Рисунок 9 - **Структура предприятий Ростовской области потребляющих картонную упаковку**

Проанализировав данные представленных рисунков можно сделать вывод, что в Ростовской области существуют не заполненные ниши рассматриваемого рынка - это упаковка для кондитерских изделий и упаковка для мясных полуфабрикатов.

Причина столь низкого выпуска упаковки для кондитерских изделий, при достаточно высоком спросе на данный вид продукции связан с отсутствием у крупных полиграфических предприятий соответствующего оборудования (флексомашин).

В сегменте рынка упаковки Ростовской области ориентированном на оптового конечного потребителя наиболее выделяются два наиболее сильных предприятия это ОАО «Ростовская картонажная фабрика»,которая успешно работает на российском рынке упаковочной продукции уже более 40 лет и ООО «Графобал-Дон», основанного в 2005 году, самым крупным потребителем которого является ОАО «Донской табак».

Производство этих двух компаний основано на офсетном оборудовании-флексографическое оборудование отсутствует.

ОАО «Ростовская картонажная фабрика» не работает с гофрокартоном.

Доля рассматриваемого сегмента рынка Ростовской области, занимаемая ООО «Графобал-Дон» и ОАО «Ростовская картонажная фабрика» представлена на рисунке 10.

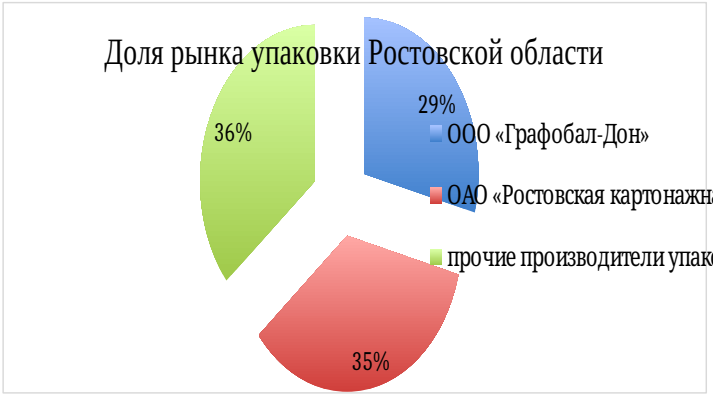

Рисунок 10 - **Доля рынка упаковки Ростовской области**

Результаты проведенного анализа сведем в таблицу 14.

Таблица 14 – **Характеристика конкурентной ситуации на рынке**

Название конкурирующей фирмы	Место ее расположения	Доля рынка, %	Сильные, слабые стороны
1. ОАО «Ростовская картонажная фабрика»	город Ростов-на-Дону, улица Профсоюзная, 134	35	Продолжительный период работы, хорошая репутация. Устаревшее оборудование, ограниченный спектр услуг
2. ООО «Графобал-Дон»	г. Ростов-на-Дону, ул. Каширская, 9/1	29	Устойчивое финансовое положение, новое оборудование. Широкий перечень услуг. Отсутствие флексографического оборудования, плохая узнаваемость.

Анализ рынка упаковки Ростовской области выявил пустующую нишу рассматриваемого рынка, а именно-производство упаковки для кондитерских изделий. В данном сегменте рынка конкурентов в Ростовской области нет. Доляпредприятия ОАО «Издательство»Молот» при освоении рынка упаковки для кондитерских изделий составит 18% в общем рынке упаковки Ростовской области ориентированном на конечного оптового потребителя.

План по реализации упаковки.

Проведя опрос специалистов предприятий пищевой промышленности, целью которого являлась оценка параметров процесса принятия решений о размещении заказа на производство картонной упаковки(в телефонном опросе приняли участие представители 100 предприятий различных отраслей пищевой промышленности, в основном менеджеры по снабжению).Выяснено что:

Ежемесячное потребление картонных коробок достаточно сильно варьируется по предприятиям: от 50 штук до 60 тысяч штук. Крупные заказы – более 15 тысяч штук – делают производители кондитерских изделий.

Среди технических факторов «доверия» производителям упаковки наиболее важными являются высокое качество печати и отделки упаковки. На них в первую очередь обращают внимание 79% респондентов. Широта спектра предоставляемых услуг играет роль для 54% опрошенных. Далее по важности следуют: быстрота изготовления тиража, опыт выполнения аналогичного заказа, наличие современного европейского оборудования.

Что касается экономических критериев, то тут на первое место респонденты поставили низкие цены – на них опираются 86% опрошенных. Предоставление отсрочки платежа имеет существенное значение для 62% потребителей упаковки из картона.

Прочие личные факторы, такие как известность поставщика на рынке, рекомендации коллег, наличие у поставщика солидных клиентов, решающей роли не играют.

Наиболее важной услугой предпродажного сервиса респонденты считают консультирование по различным вопросам – подбору марки картона, выбору типа конструкции и т.д. Этот критерий отметили 63% потребителей. Более половины участников опроса выбрали демонстрацию образцов. Что касается послепродажного сервиса, то 70% специалистов пищевой промышленности отметили осуществление бесперебойных поставок.

В числе основных причин, по которым предприятия пищевой промышленности будут менять текущего поставщика картонной упаковки, были названы сбои в поставках – 42% опрошенных, резкое повышение цен – 36% – и снижение качества – 21% респондентов.

При поиске новых поставщиков картонной упаковки предприятия пищевой промышленности чаще всего обращаются к таким источникам информации, как специализированные выставки и реклама в специализированных журналах, – так делают 60 и 52% опрошенных соответственно .

Подводя итоги опроса потребителей упаковки, принято ряд решений:

1. Разработать и дать рекламу в специализированные журналы.

2.Для первого знакомства клиента с возможностями картонной упаковки создать каталог образцов. Он будет содержать фотографии упаковок, коробки в развернутом виде. На обратной стороне каталога будут указаны технические параметры: размеры и тип конструкции коробки, какой способ печати был применен, какие использовались краски, был ли нанесен лак (если да, то какой), было ли сделано тиснение фольгой или конгревное тиснение и т.д.

3.В отношениях с клиентом особое внимание уделить вопросу цены. Внедрить системы автоматизированного расчета стоимости заказа, которая позволит оперативно подготавливать для клиента несколько вариантов ценового предложения, когда уровень цен отвечает разному качеству упаковки. Также для установления прочных связей с заказчиками предприятие ОАО «Издательство»Молот» будет предоставлять отсрочку платежа. Однако использовать этот инструмент необходимо с осторожностью, взвесив возможные риски неплатежа, с учетом рентабельности каждого из клиентов.

4.В будущем уделить особое внимание установлению долгосрочных взаимоотношений – это создание возможности для снижения себестоимости продукции, снижение транзакционных издержек, стабильность поступления заказов и уверенность в их должном исполнении. Кроме того, предприятие ОАО «Издательство»Молот» приобретет дополнительное конкурентное преимущество при получении новых заказов как компания, подтвердившая на практике свою способность соответствовать требования заказчиков.

Расходы по данным мероприятиям составят:

1. Реклама в специализированных журналах и сайтах-10 тыс.руб. в месяц. (120 тыс. руб. в год).

2.Разработка и печать каталогов-40 тыс.руб.

3.Покупка системы автоматизированного расчета стоимости заказа-450 тыс.руб.

Необходимо приобретение лицензий на производство пищевой упаковки стоимостью 180 тыс. руб.

Итого: коммерческие расходы составят 160 тыс.руб.

Расходы на приобретение нематериальных активов- 630 тыс.руб.

3.3 Установка пожарной сигнализации и системы оповещения в офисных помещениях и помещениях складского хозяйства

Рекомендуется установка пожарной сигнализации и системы оповещения в офисных помещениях на Буденовском 37 и помещениях складского хозяйства, Доватора, 142а, для снижения производственных и финансовых рисков.

Эти помещения подлежат оборудованию системой автоматической пожарной сигнализации с применением автоматических и ручных пожарных извещателей, а также системой оповещения и управления эвакуацией 2-го типа (согласно СП 3.13130.2009 пункт 7, табл. 2, пункт 17).

Помещения планируется оборудовать системой автоматической пожарной сигнализации на базе отечественного оборудования «Болид»:

- контроллер двухпроводной линии связи «С2000-КДЛ»;
- релейный модуль «С2000-СП1»
- источник вторичного электропитания резервированный.

В соответствии с назначением защищаемых помещений и видов пожарной нагрузки к применению выбраны следующие типы пожарных извещателей:

- извещатель пожарный ручной адресный «ИПР 513-3АМ исп. 01»;
- извещатель пожарный дымовой оптико-электронный адресно-аналоговый «ДИП34А-01-02»;
- извещатель пожарный тепловой адресный «С2000-ИП-02-02».
- извещатель пожарный домовой взрывозащищенный «ИПД-ЕХ»;

Описание технических средств представлено в Приложении Д.

Затраты на покупку и установку требуемого оборудования составит:

1. Пожарная сигнализация 1058 тыс.руб.

2. Система видеонаблюдения 160 тыс. руб.

Итого общие расходы по мероприятию составят 2218 тыс.руб.

3.4 Расчет коммерческой эффективности предложенных мероприятий

Чтобы рассчитать коммерческую эффективность всех предложенных мероприятий необходимо рассчитать эффективность инвестиционного проекта по созданию упаковки. Расчет первоначальных капитальных вложений представлен в таблице 15.

Таблица 15 – **Первоначальные капитальные вложения**

В тыс. руб

Капитальные вложения	Сумма, тыс. руб.
Машины и оборудование, передаточные устройства	92300
Нематериальные активы (затраты на патентование и приобретение лицензий, результатов НИОКР, услуг «ноу-хау»)	700
Прирост оборотного капитала	4000
Итого:	97000

Таким образом, первоначальные капитальные вложения от инвестиционной и операционной деятельности составляют 97000 тыс. руб. Расчет объема производства упаковки представлен в таблице 16,

Таблица 16 – **Объем производства продукции**

Наименование показателей	Показатель
Объем производства в месяц, (лист-отт.) тыс. шт.	4000
Объем производства в год, (лист-отт.) тыс. шт.	48000
Цена за единицу (без НДС), руб.	1,7
Выручка от полной реализации в месяц, тыс. руб.	6800
Выручка от полной реализации в год, тыс.руб.	81600

Произведем группировку затрат по статьям калькуляции в таблице 17.

Таблица17 - **Группировка затрат по статьям калькуляции**

В тыс. руб

Наименование статей калькуляции	Сумма в год
Сырье и материалы	29990
Зарплата основных рабочих	960
Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования:	
- Амортизация зданий, производственной площади	6804
- Амортизация оборудования	8586
- Прочие расходы по содержанию и эксплуатации оборудования	100
Общепроизводственные расходы	6540
Итого: сокращенная производственная себестоимость	52980
Общехозяйственные расходы	1920
Итого: полная производственная себестоимость	54900
Коммерческие расходы	160
Всего: полная коммерческая себестоимость.	55060

Расчет потока реальных денег от операционной (производственной) деятельности

Поток реальных денег от операционной деятельности включает в себя следующие виды доходов и затрат (таблица 18).

Таблица18 – **Расчет эффекта от операционной**

В тыс. руб

Показатели	Год			
	2015	2016	2017	2018
Объем продаж	0	48000	48000	48000
Цена руб.	0	1,7	1,7	1,7
Выручка	0	81600	81600	81600
Внепроизводственные расходы	0	160	160	160
Переменные затраты	0	30950	30950	30950
Постоянные затраты	0	8560	8560	8560
Амортизация зданий, производственной площади	0	6804	6804	6804
Амортизация оборудования	0	8586	8586	8586
Прибыль до вычета налогов	0	26540	26540	26540
Налоги и сборы (20%)	0	5308	5308	5308
Проектируемый чистый доход	0	21232	21232	21232
Амортизация	0	15390	15390	15390
Эффект от операционной деятельности	0	36622	36622	36622

Полученные данные были рассчитаны по следующим формулам:

1) Выручка (11):

$$B = V \cdot Ц\,, \qquad (12)$$

где V- обьем продаж;

Ц- цена товара.

$$В=48000 \cdot 1{,}7=81600 \text{ тыс. руб.}$$

2) Переменные затраты (12):

$$З = СМ + Зосн, \qquad (13)$$

где СМ- сумма затрат на сырье и материалы;

Зосн- заработная плата основных рабочих.

$$ПрЗ=29990+960=30950 \text{ тыс.руб.}$$

3) Постоянные затраты (13):

$$ПостЗ = Рпр + ОП + ОХ, \qquad (14)$$

где Рпр- прочие расход по содержанию и эксплуатации оборудования;

ОП- общепроизводственные расходы;

ОХ- общехозяйственные расходы.

$$ПостЗ=100+6540+1920=8560 \text{ тыс.руб.}$$

4)Прибыль до вычета налогов (14):

$$Пприб=В\text{-}ВР\text{-}ПРз\text{-}ПостЗ\text{-}А, \qquad (15)$$

где ВР - внепроизводственные расходы;

А-амортизация оборудования, зданий сооружений.

Приб=81600-160-30950-8560-6804-8586=26540 тыс.руб.

Налоги и сборы составляют 20% от прибыли до вычета налогов. Т.О налоги и сборы находим:

$26540 \cdot 20\% = 5308$ тыс.руб.

4) Чистый доход (15):

$$ЧистД = Приб - налоги \ и \ сборы, \quad (16)$$

ЧистД=26540-5308=21232 тыс.руб.

На основе рассчитанных показателей рассчитаем поток реальных денег от операционной деятельности, путем сложения проектируемого чистого дохода с амортизацией, получаем 36622 тыс.руб.

Расчеты, необходимые для определения коммерческой эффективности инновационного проекта проведем в таблицах 19 и 20, где коэффициент дисконтирования определяется по формуле

1) норма дисконта (16)

$$Е = СР + ТИ + СР \cdot ТИ, \quad (17)$$

где СР-ставка рефинансирования;

ТИ- темп инфляции.

2) Коэффициент дисконтирования (16):

$$\alpha_t = \frac{1}{(1 + E_n)^t}, \quad (18)$$

где t – шаг расчета, равный году расчета;

E_n – принятая норма дисконта.

E_n – принятая норма дисконта.

$$2015=\frac{1}{1+0,177\,2^{0}}=1,0000 \qquad 2016=\frac{1}{1+0,177\,2^{1}}=0,8495$$

$$2017=\frac{1}{1+0,177\,2^{2}}=0,7216 \qquad 2018=\frac{1}{1+0,177\,2^{3}}=0,6130$$

$$2019=\frac{1}{1+0,177\,2^{4}}=0,5207$$

Полученные показатели сведем в таблицу 19.

Таблица 19 - **Расчет коэффициента дисконтирования**

Показатель	Год				
	2015	2016	2017	2018	2019
Года	0	1	2	3	4
Ставка рефинансирования	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08
Прогнозируемый темп инфляции	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
Норма дисконта (Е)	0,1772	0,1722	0,1772	0,1772	0,1772
Коэф.дисконтирования	1,0000	0,8495	0,7216	0,6130	0,5207

Расчет показателей коммерческой эффективности проекта представлены в таблице 20

Таблица 20 – **Расчет показателей коммерческой эффективности проекта**

В тыс. руб.

Показатели	Год				
	2015	2016	2017	2018	2019
Эффект от инвестиционной деятельности	-97000	0	0	0	0
Эффект от операционной деятельности		36622	36622	36622	36622
Поток реальных денег	-97000	36622	36622	36622	36622
Коэффициент дисконтирования	1	0,8495	0,7216	0,6130	0,5207
Дисконтированный поток реальных денег (текущая стоимость)	-97000	31110	26426	22449	19069
Дисконтированный поток реальных денег нарастающим итогом	-97000	-65890	-39464	-17015	2054

Анализ таблицы расчетов показателей коммерческой эффективности проекта показывает что положительный поток реальных денег будет получен на четвертый год окупаемости проекта и будет составлять 2054 тыс.руб. Дисконтированный поток реальных денег на нулевом году проекта будет составлять минус 97000 тыс.руб. Но с первого года существования данного проекта эта сумма будет снижаться (в первый год она составит уже минус 65890 тыс.руб.)

Дисконтированный поток реальных денег нарастающим итогом будет положительным на четвертый год окупаемости проекта и будет составлять 2054 тыс.руб.

Для более наглядного представления, на основании полученных данных построим диаграмму потока реальных денег рисунок 11.

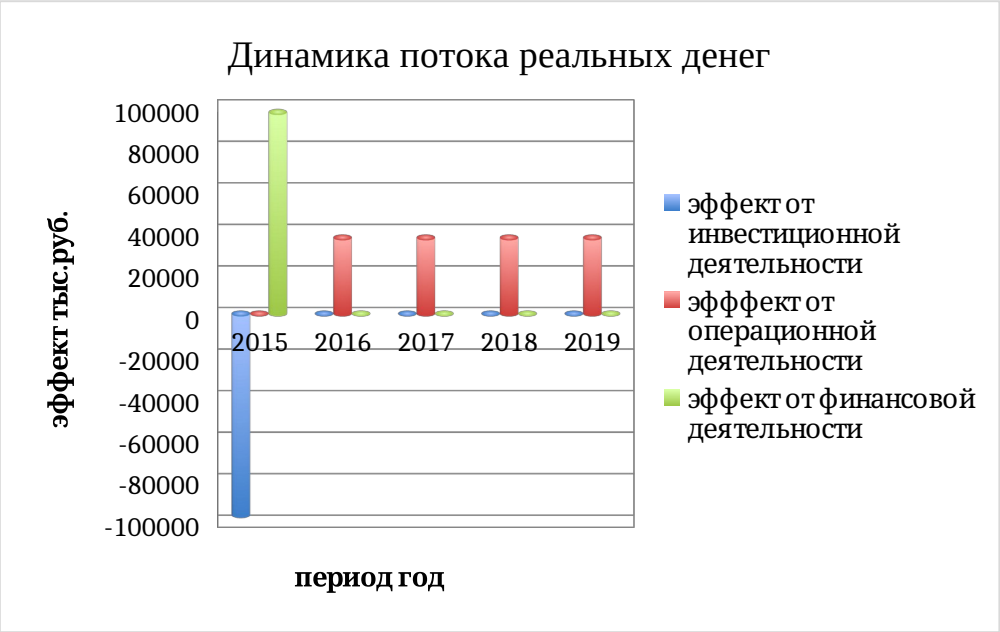

Рисунок 11- **Динамика потока реальных денег**

На основе данных таблицы 20произведем расчет основных показателей эффективности проекта по следующим формулам.

1. Индекс доходности (ИД) по формуле (19):

$$ИД = \frac{ЧДД}{ДСИ} + 1, \quad (19)$$

где ДСИ – дисконтированная стоимость инвестиций (сумма дисконтированных капиталовложений)

$$ИД = \frac{2054}{97000000} + 1 = 1{,}0002.$$

Дисконтированный поток реальных денег нарастающим итогом представлен на рисунке 12.

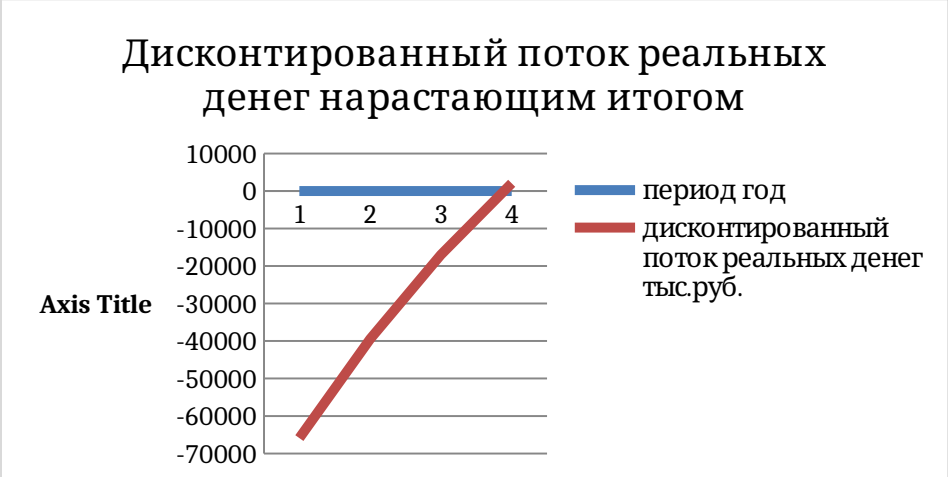

Рисунок 12 - **Период времени, необходимый для возмещения инвестиций**

Рассчитанные показатели эффективности представим в таблице 21:

Таблица 21 – **Основные показатели эффективности инвестиционного проекта**

Показатель	Значение показателя
ЧДД, руб.	2054
ИД	1,0002
Срок окупаемости, лет.	3,12

Проведя коммерческий анализ эффективности планируемого мероприятия, выявлено что:

1) поток реальных денег от операционной (производственной) деятельности составил 36622 тыс. руб.;

2) поток реальных денег от инвестиционной деятельности минус 97000 тыс. руб.

Индекс доходности составил 1,0002, что больше единицы и говорит о прибыльности рассматриваемого мероприятия.

При расчете показателей коммерческой эффективности проекта чистый дисконтированный доход получен в размере 2054тыс.руб. в 2019 году.

Срок окупаемости проекта составит 3 года и 2 месяца.

Финансовые потоки от предложенного комплекса мероприятий:

Чистая прибыль от продажи непрофильных активов предприятия составит 102 510 тыс. руб.

Установка пожарной сигнализации и системы оповещения в офисных помещениях и помещениях складского хозяйства потребует расходов в размере 2218 тыс.руб

Инвестиции в производство упаковки составят 97000 тыс. руб.

После проведения этих мероприятий остается нераспределенная прибыль в размере: 3242 тыс.руб.

Рекомендуем направить оставшуюся нераспределенную прибыль в резервный фонд предприятия для предотвращения появления рисков от проведения валютных операций.

Основные технико-экономические показатели после внедрения производства упаковки представлены в Приложении Е.

Из таблицы 21 видно, что после внедрения предложенного комплекса мероприятий на предприятии ОАО «Издательство»Молот» вырастит выручка на 53 %, значительно возрастет прибыль и рентабельность производства, вырастит производительность труда рабочих на 48%.

Уровень затрат на 1 рубль реализованной продукции снизится на 10%.

Все это говорит о эффективности предложенного комплекса управленческих решений для улучшения производственной деятельности предприятия ОАО «Издательство»Молот».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель работы состояла в разработке комплекса управленческих решений для улучшения производственной деятельности ОАО «Издательство»Молот». Данная цель была достигнута путем выбора и обоснования стратегии развитияОАО «Издательство»Молот» решением вопросов повышения финансовой устойчивости производственно-хозяйственной деятельности, совершенствованием технических факторов производственного процесса, а также путем разработки рекомендаций по улучшению производственной деятельности предприятия.

Для этого в научно-исследовательском разделе были рассмотрены критерии и показатели, характеризующие состояние производственно-хозяйственной деятельности предприятия, основные управленческие решения по улучшению эффективности деятельности предприятия, особенности управленческих решений на предприятиях издательской и полиграфической отрасли.

В аналитическом разделе был произведен анализ производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Издательство»Молот», анализ маркетинговой среды предприятия, проблем рынка полиграфических работ.

По результатам проведенного во второй главе работы анализа было отмечено, что несмотря на то, что предприятие ОАО «Издательство»Молот» является лидером на рынке газетной продукции Ростовской области и доля рынка предприятия растет последние три года, выручка в 2014 году снизилась по отношению к 2013 году и прибыль от реализации товаров, услуг с каждым годом падает.

Анализ рынка печатной продукции Ростовской области выявил тенденцию сокращения печати газет и книг - это связано с становлением процессов замещения печатной продукции в современной медиа сфере, повышением тарифов на услуги подписки и доставки изданий, не совершенностью таможенной политики государства.

Анализ изменения выпуска печатной продукции Ростовской области в натуральных показателях выявил наибольший рост выпуска упаковочной и этикеточной продукции.

Анализ баланса предприятия выявил большую долю внеоборотных активов непроизводственного назначения в активе баланса.

Так же было отмечено отсутствие пожарной сигнализации и системы оповещения в офисных помещениях помещениях складского хозяйства предприятия ОАО «Издательство»Молот».

В проектном разделе на основании результатов анализа был разработан комплекс управленческих решений для улучшения производственной деятельности ОАО «Издательство»Молот».

Комплекс управленческих решений по улучшению производственной деятельности предприятия ОАО «Издательство»Молот» включает в себя:

1. Продажа непрофильных активов ОАО «Издательство«Молот».

2 Организация производства нового товара (упаковки).

3 Разработка маркетингового плана по реализации упаковки.

4 Установка пожарной сигнализации и системы оповещения в офисных помещениях и помещениях складского хозяйства.

Реализация данного комплекса позволит:

– оптимизировать структуру баланса увеличив долю оборотных активов в общей валюте баланса и нарастить собственный оборотный капитал предприятия;

– укрепить конкурентную позицию предприятия, за счет расширения спектра предложений и услуг, привлечет новых клиентов;

– обеспечить свободу рыночного маневра;

– снизить производственные и финансовые риски предприятия;

– увеличить объем производства предприятия;

– улучшить основные технико-экономические показатели предприятия.

Таким образом, обобщая вышесказанное, следует отметить, что реализация предложенного комплекса управленческих решений приведет к улучшению производственной деятельности ОАО «Издательство«Молот».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Авдеев В.В. Управление персоналом: технология формирования команды. М. Финансы и статистика, 2013.
2. Асаул А.Н. , Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П. Культура организации: проблемы формирования и управления. СПб., 2012г. — 216 с.
3. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. СПб., 2012. 832 с.
4. Балдин К.В., Воробьев С.Н. Управленческие решения: теория и технология принятия. М., 2014.
5. Глушенко В.В., Глущенко И.И. Разработка управленческого решения. Прогнозирование-планирование. Теория проектирования экспериментов. -МО, г. Железнодорожный ООО НЦП «Крылья», 2010.
6. Горшкова Л.А. Анализ системы управления организацией. —Н. — Новгород, 2011.-222с.
7. Грейсон Дж.К. мл., О. Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века.-М., 2011.-319с.
8. Грядовой Д.И., Стрелкова Н.В., Шашурина Г.В. Управленческие решения: теория, методология, практика: Монография. —М.: Московский университет МВД России, Щит-М, 2014.
9. Деревянченко А.А. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративного управления. М., 2012.
10. Добреньков В.И., Жабин А.П. , Афонин Ю.А. Управление человеческими ресурсами: социально психологический подход. Уч. пособие. - М., 2013. - 360с.
11. Дорошеева М.В. Подбор руководителя для конкретного коллектива. //Управление персоналом. -2011.-№8.
12. Друкер П. Эффективный управляющий.- М., 2014.
13. Ермошкин А. Организация как культурный феномен \\ Журнал управления компанией. 2012.- №12.

14. Зайцева М.Г., Варюхина С.Е. Методы оптимизации и принятия решений. -М., 2013.

15. Заккар К.М. Роль организационных ценностей в процессе принятия и реализации управленческих решений // ПАЛИМПСЕСТ. М., 2012.-С.119-207.

16. Зинченко Г.П. Социология для менеджеров. Ростов-на-Дону: Феникс, 2011,- 352с.

17. Иванцевич Дж., Лобанов А.А. Человеческие ресурсы управления . М.: «Дело», 2013. -304с.

18. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и измерение организационной культуры I СПб., 2011.

19. Кабаченко Т.С. Психология в управлении человеческими ресурсами. М., 2013.

20. Коновалова J1.H., Корсаков М.И., Якимец В.Н. Управление социальными программами компании / Под ред. Литовченко С.Е. М.,2013.

21. Котляревский Ю.Л. Социальные технологии в России. Управленческое консультирование. Ростов-на-Дону, 2014.

22. Коул Дж. Управление персоналом в современной организации. М.,2014.

23. Красовский Ю.Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией.- М., 2011.

24. Куликов В., Рыбалкина 3. Анализ уровня управляемости современной организации // Человек и труд. № 1. 2012.-С.- 51-54.

25. Куницкая Л.Г., Шарапов В.М., Шарапова Е.В. Технологии управления социальными системами // Вестник Черкасского государственного технологического университета.- 2011.- № 2.

26. Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений, а также хроника событий в волшебных странах. М., 2012. — 289 с.

27. Лафта Дж. К. Теория организации. М., 2013.

28. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом. -СПб., 2010.-416 с.

29. Спивак В.А. Корпоративная культура. СПб., 2011.

30. Спицнадель В.Н. Теория и практика оптимальных решений.- СПб., 2012.

31. Тилор С.Н. Принятие решений в контуре управления.- Петрозаводск, 2012 .

32. Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации. М., 2011- 256 с.

33. Толочек В.А. Стили профессиональной деятельности М., 2010,- 199 с.

34. Травин В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персонала предприятия. — М.: Дело, 2010.

35. Шпотов Б. Корпоративное управление в XX веке: история и перспективы \\ Проблемы теории и практики управления.- 2010.- №1.

36. Штомпка П. Социология социальных изменений. Пер. с англ.\\Под ред. В.А. Ядова; М.: Аспект Пресс , 2011. 414 с.

37. Эддоус М., Стенсфилд Р. Методы принятия решений / Пер. с англ., \под ред. И.И.Елисеевой. М., 2014.

38. Яхонтова Е. Эффективные технологии управления персоналом. СПб.: Питер, 2013.

39. Исаева О.Г. Экономическая стратегия, ее виды и составляющие. //В сб.: Новые условия хозяйствования в книгоиздании: Межведомственный сборник научных трудов. – М.: Изд-во МГАП «Мир книги», 1997 г.; Кондрашова В.К. Проблемы развития экономики предприятия в рыночных условиях: Монография. – М.: МГУП, 1998; Кондрашова В.К., Исаева О.Г., Степанова Г.Н. Стратегический менеджмент: экономические инструменты: Учебное пособие /Под общ. ред. В.К. Кондрашовой / Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2013.

40. Кондрашова В.К. Экономический механизм предприятия. /Известия вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2002. – № 4. – С. 176-190.

41. Кривко И.В. Управление конкурентоспособностью полиграфического предприятия (теоретико-методологический аспект): Монография. – М.: МГУП, 2014.

42. Зубко В., Касьянов А., Марголин Е. Выпуск печатной продукции предприятиями системы МПТР России // Новости полиграфии. – 2003; Марголин Е. Российская полиграфия в цифрах // Гарт. – 2010. – №3;

43. Марголин Е. Федеральный сектор газетной полиграфии. //Полиграфия. – 2004. – №5. – С. 6-13; Марголин Е. Полиграфические предприятия системы МПТР России в 2002 году. //Полиграфия. – 2003. – №2; Марголин Е.М. Исследование отраслевого рынка. Отрасль печати. – Курган: Зауралье, 1999; Марголин Е., Нархова Т. Уровень использования производственной мощности как мера качества управления производством // Полиграфист и издатель. – 2011. – №11.

44. Марголин А.Е. Методические основы оценки инвестиционных проектов на предприятиях отрасли печати: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2011.

45. Никольская Э.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности полиграфических предприятий: Учебник. – М., 2002; Никольская Э.В. Оперативный анализ на основе расчета индексов//Актуальные экономические проблемы развития книгоиздания. – М., 1998; Никольская Э.В. Оценка конкурентоспособности полиграфических предприятий. //Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2003. – №1 (49); Никольская Э.В. Комплексная оценка интенсификации использования ресурсов предприятия // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2004. – №1 (73); Никольская Э.В. Применение экономической диагностики при проведении анализа производственной деятельности хозяйствующих субъектов. // Вестник МГУП. – № 2. – 2012.

46. Дмитриева О.В. Оценка и прогнозирование эффективности деятельности экономического субъекта в современных условиях (на примере полиграфических предприятий): Автореф. дисс. канд. экон. наук. 08.00.05 /

МГУП – М., 2002; Дмитриева О.В. Проблемы комплексной оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятий отрасли печати (теоретико-методологический аспект): Монография /Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2001; Дмитриева О.В. Исследование эффективности деятельности полиграфических предприятий с применением экономической диагностики (методический аспект): Монография / Моск. гос. ун-т печати. – М.: МГУП, 2012.

47. Чаплыгин К.К. Оценка экономической эффективности деятельности полиграфических предприятий в условиях рыночной экономики: Автореф. дисс. канд. экон. наук. 08.00.05/МГУП – М., 2000.

48. Василовская М.В. Оценка эффективности государственного управления (на примере издательства). // Вестник МГУП. – № 7. – 2011; Василовская М.В. Методика расчета показателей эффективности государственного управления деятельностью федерального государственного унитарного предприятия (на примере издательства). // Известия вузов.

Приложение А

Основные технико-экономические показатели

Таблица А.1 - **Основные технико-экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия ОАО «Издательство « Молот» за 2012 – 2014 гг.**

Показатели	2012 год	2013 год	Изменение,(+,-) (2013\2012)	Темп роста, %	2014 год	Изменение,(+,-) (2014\2013)	Темп роста, %
1. Объем производства продукции: в стоимостном выражении, тыс.руб.	141794	167324	+25530	118	153590	-13734	91,8
2. Выручка от реализации продукции, тыс.руб.	141794	167324	+25530	118	153590	-13734	91,8
3. Полная себестоимость реализованной продукции, тыс.руб.	(136007)	(162086)	+26079	119	(148859)	-13227	91,8
4. Прибыль от реализации, тыс.руб.	5787	5238	-549	90,5	4732	-506	90,3
5. Рентабельность производства, % (п.4/п.3 ×100)	4,25	3,2	-1,05	75	3,2	0	100
6. Уровень затрат на 1 руб. реализованной продукции, руб./руб. (п.3/п.2)	0,95	0,97	+0,02	102	0,97	0	100
7. Прибыль до налогообложения, тыс.руб.	2258	1212	-1046	54	-3573	-4785	-395
8. Среднегодовая стоимость активов по балансу, тыс.руб.	238424	229444	-8980	96	213254	-16190	93
9. Рентабельность активов, % (п.7/п.8 ×100)	1	0,5	-0,5	50	-1,7	-2,2	-440
10. Чистая прибыль. тыс.руб.	2050	1122	-928	54	-3732	-4854	-433
11.Собственный капитал, тыс.руб.	179536	177342	-2194	99	173329	-4013	98
12. Рентабельность собственного капитала, % (п.10/п.11×100)	1,2	0,6	-0,6	50	-2,1	-2,7	-450
13. Численность работающих, чел.	154	156	-2	101	145	-11	93
13.1 в т.ч. рабочих	110	110	0	0	107	-3	97

14 Производительность труда, тыс.руб./чел. (п.2/п. 13.1)	1289	1521	+232	118	1435	-86	94
15. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов , тыс.руб.	67350	63041	-4309	93	56600	-6441	90
16. Фондоотдача основных производственных фондов, руб./руб. (п.1.2/п.15)	2,1	2,65	+0,15	124	2,7	+0,05	95
17. Фондовооруженность труда рабочих, тыс.руб./чел. (п.15/п.13.1)	612	573	-39	94	529	-44	92

Приложение Б

Структура основных средств

Таблица Б.1 - **Структура основных средств предприятия ОАО «Издательство» Молот»**

Средства предприятия	Код№ 1 "Бух баланс"	2012 г Тыс.руб.	Доля %	2013 г.Тыс.руб.	Доля %	2014 г.Тыс.руб.	Доля %	Темп роста Тыс. руб.2013 /2012	Темп прироста % 2014/2013	Темп роста.Тыс. руб.2013/2014	Темп прироста % 2013/2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9=5-3	10	11=7-5	12
Основные средства	1150	205883	100	198714	100	192273	100	-7169	-3	-6441	-3
Здания		14293	7	14038	7	13783	7	-255	-1,8	-255	-1,8
Сооружения и передаточные устройства		1654	0,08	1536	0,07	1579	0,08	-118	-7,1	43	2,8
Машины и оборудование		51112	24,8	47273	23,8	41136	21,4	-3839	-7,5	-6137	-12,9
Земельные участки		138533	67,4	135673	69,1	135673	71,5	-2860	-2	0	0

Приложение В

Структура оборотных активов

Таблица В.1 - **Структура оборотных активов предприятия ОАО «Издательство « Молот»**

Средства предприятия	Код стр. №1 "Бух баланс"	2012 г. Тыс. руб.	Доля %	2013 г. Тыс. руб.	Доля %	2014 г. Тыс. руб.	Доля %	Темп роста Тыс. руб. 2013/2012	Темп прироста % 2013/2012	Темп роста. Тыс. руб. 2014/2013	Темп прироста, % 2014/2013
Оборотные активы	1200	29319	100	30325	100	20931	100	1006	3,4	-9394	-30
В том числе: Запасы	1210	8771	29,9	9828	32,4	6718	32	1057	+12	-3110	-31,6
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	2311	7,9	1181	3,9	56	0,3	-1130	-48.9	-1125	-95,26
Дебиторская задолженность	1230	16905	57,6	15282	50,5	14081	67,3	-1623	-9,6	-1201	-7,8
Денежные средства	1250	1081	3,7	3927	12,9	76	0,4	2846	263	-3851	-98
Прочие оборотные активы	1260	245	0,9	07	0,3	0	0	-138	-56,3	-107	-100

Приложение Г

Структура пассивов баланса предприятия

Таблица Г.1 -**Структура пассивов баланса ОАО «Издательство «Молот»**

Источники средств предприятия	Код стр. №1 "Бух баланс"	2012 г Тыс. руб.	Доля %	2013 г. Тыс. руб.	2014 г. Тыс. руб.	Доля %	Темп роста Тыс. руб. 2012/2013	Темп прироста % 2012/2013	Темп роста. Тыс. руб. 2013/2014	Темп прироста% 2013/2014
1	2	3	4	5	7	8	9=5-3	10=6-4	11=7-5	12=8-6
Собственные средства в том числе:	1300	179536	75,3	177342	173329	81,3	-2194	+2	-4013	+4
Уставный капитал	1310	37003	20,6	37003	37003	21,3	0	+0,3	0	+0,4
Переоценка внеоборотных активов	1340	124610	69,4	121806	121806	70,3	-2804	-0,7	0	+1,6
Резервный капитал	1360	842	0,5	945	1001	0,6	+103	-	+56	+0,1
Нераспределенная прибыль(непокрытый убыток)	1370	17081	9,5	17588	13519	7,8	+507	+0,4	-4069	-2,1
Заемные средства в том числе:	1400+ 1500	58888	24,7	52102	39925	18,7	-6786	-2	-12177	-4
Долгосрочные	1400	15473	26,3	21918	14081	35,3	+6445	+15,7	-7837	-6,7
Краткосрочные	1500	43415	73,7	30184	25844	64,7	-13231	-15,7	-4340	+6,7
Итого	1700	238424	100	229444	213254	100	-8980	-	-16190	-

Приложение Д

Рост по сегментам печатной продукции.



Рисунок Д.1 **- Относительный рост по сегментам печатной продукции в 2014 году**

Приложение Е

Техническое описание средствпожарной сигнализации и системы оповещения

КОНТРОЛЛЕР ДВУХПРОВОДНОЙ ЛИНИИ СВЯЗИ «С2000-КДЛ»



Контроллер 2000-КДЛ предназначен для охраны объектов от проникновения и пожаров путем контроля состояния адресных зон, которые могут быть представлены адресными охранными, пожарными и охранно-пожарными извещателями и/или контролируемыми цепями адресных расширителей, управления выходами адресных сигнально-пусковых блоков, включенных параллельно в двухпроводную линию связи, выдачи тревожных извещений при срабатывании извещателей или нарушении КЦ АР на пульт контроля и управления «С2000» или компьютер по интерфейсу RS-485, также для локального управления собственными адресными зонами и централизованным управлением зонами, входящими в состав разделов системы.

КОНТРОЛЬНО-ПУСКОВОЙ БЛОК «С2000-КПБ»



Контрольно-пусковой блок с 6 исполнительными реле. Управление от "С2000М".

Назначение:

Контрольно-пусковой блок «С2000-КПБ» предназначен для работы в составе систем охранно-пожарной сигнализации.

БЛОК КОНТРОЛЬНО – ПУСКОВОЙ «С2000-СП1»



Релейный блок с управлением по интерфейсу RS-485 (релейный расширитель). Предназначен для работы в составе ИСО «Орион» и может выполнять функции управления исполнительными устройствами (лампами, сиренами, электромагнитными замками и т.д.), выдавать тревожные извещения на пульт централизованного наблюдения (ПЦН) путём размыкания контактов реле, а также осуществлять взаимодействие с другими приборами и системами на релейном уровне. В системах пожарной сигнализации блок предназначен для формирования стартового импульса на прибор пожарный управления.

ИЗВЕЩАТЕЛЬ ПОЖАРНЫЙ ДЫМОВОЙ ОПТИКО-ЭЛЕКТРОННЫЙ АДРЕСНО-АНАЛОГОВЫЙ "ДИП-34А-01-02"



Извещатель пожарный дымовой оптико-электронный адресно-аналоговый ДИП34А-01-02 предназначен для обнаружения загорания, сопровождающегося появлением дыма малой концентрации в закрытых помещениях различных зданий и сооружений, и передачи сигнала «ПОЖАР» на адресный приемно-контрольный прибор. Питание и информационный обмен извещателя осуществляются по двухпроводной линии связи. Извещатель не реагирует на изменение влажности, на наличие пламени, естественного или искусственного освещения.

Область применения извещателя распространяется на такие объекты как: образовательные учреждения, детские сады, медицинские учреждения, административные здания и сооружения, торговые центры и многие другие средние и крупные коммерческие объекты.

ЗВЕЩАТЕЛЬ ПОЖАРНЫЙ ДЫМОВОЙ ОПТИКО-ЭЛЕКТРОННЫЙ ИПД-ЕХ



Извещатель пожарный дымовой для обнаружения возгораний сопровождающихся появлением дыма, маркировка 0ExiaIIBT6X, IP30, -30 … +55 °С.

УСТРОЙСТВО КОММУТАЦИОННОЕ УК-ЕХ



Предназначено для коммутации искробезопасных цепей во взрывоопасных зонах. Имеет шесть парных клеммных соединений. Степень защиты оболочки IP65.

АДРЕСНЫЙ РУЧНОЙ ПОЖАРНЫЙ ИЗВЕЩАТЕЛЬ ИПР 513-3АМ исп. 01



Адресный ручной пожарный извещатель ИПР 513-3ПАМ предназначен для ручного включения сигнала «ПОЖАР» в адресной системе и передачи его на пульт контроля и управления «С2000М». Питание и информационный обмен извещателя осуществляются по двухпроводной адресной линии связи. Область применения извещателя распространяется на такие объекты как: образовательные учреждения, детские сады, медицинские учреждения, административные здания и сооружения, торговые центры и многие другие средние и крупные коммерческие объекты.

ИЗВЕЩАТЕЛЬ ПОЖАРНЫЙ ТЕПЛОВОЙ МАКСИМАЛЬНО-ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫЙ АДРЕСНО-АНАЛОГОВЫЙ "С2000-ИП-02-02"



Предназначен для контроля состояния и обнаружения загорания, сопровождающегося выделением тепла, и выдачи извещений "Пожар", "Неисправность", "Тест"

Выдача сообщения "Пожар" как при превышении максимального порога, так и при изменении градиента температуры.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- Диапазон измеряемой температуры - от минус 30 до + 50 °С
- Точность измерения температуры, °С - ± 1,5
- Потребляемый извещателем ток - не более 0,5 мА
- Рабочий диапазон температур - от минус 30 до + 55 °С
- Габаритные размеры извещателя вместе с розеткой:
- диаметр, не более - 100 мм;
- высота, не более - 46 мм

РЕЗЕРВИРОВАННЫЙ ИСТОЧНИК ПИТАНИЯ «РИП-12 (исп. 06)»



Источник обеспечивает стабильное круглосуточное электропитание оборудования систем охранной и пожарной сигнализации номинальным напряжением 12В постоянного тока 3 6.

АККУМУЛЯТОРНЫЕ БАТАРЕИ «АКБ-26А/Ч» и «АКБ-40А/Ч»



Свинцово-кислотные аккумуляторы по технологии с абсорбированным электролитом. В батареях этой серии применена более совершенная конструкция решеток из особо чистого сплава свинца, что увеличивает срок службы и улучшает разрядные характеристики.

- Полностью герметичная конструкция, утечка электролита невозможна;
- система внутренней рекомбинации газа, нет необходимости в доливе воды;

Приложение Ж

Технико-экономические показатели после проведения комплекса мероприятий

Таблица Ж.1 -**Основные технико-экономические показатели ОАО «Издательство» Молот» после внедрения**

Показатели	Величина показателя		Изменение,(+,-) (2014\2013)	Темп роста, %
	2014 год	Проэктный вариант		
1. Выручка от реализации продукции, тыс.руб.	153590	235190	81600	153
2. Полная себестоимость реализованной продукции, тыс.руб.	(148859)	203919	55060	137
3. Прибыль от реализации, тыс.руб.	4732	31271	26539	661
4. Рентабельность производства, % (п.3/п.2 ×100)	3,2	15,3	12,1	478
5. Уровень затрат на 1 руб. реализованной продукции, руб./руб. (п.2/п.1)	0,97	0,87	-0,1	90
6. Прибыль до налогообложения, тыс.руб.	-3573	22967	26540	743
7. Среднегодовая стоимость активов по балансу, тыс.руб.	213254	207744	-5510	97,4
8. Рентабельность активов, % (п.6/п.7 ×100)	-1,7	11	12,7	747
9. Чистая прибыль. тыс.руб.	-3732	17500	21232	569
10.Собственный капитал, тыс.руб.	173329	74061	-99268	42,7
11. Рентабельность собственного капитала, % (п.9/п.10×100)	-2,1	23,6	25,7	1223
12. Численность работающих, чел.	145	152	7	103
12.1 в т.ч. рабочих	107	111	4	104
13 Производительность труда, тыс.руб./чел. (п.1/п. 12.1)	1435	2118	683	148
14. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов , тыс.руб.	56600	125510	68910	222
15. Фондоотдача основных производственных фондов, руб./руб. (п.1/п.14)	2,7	1,87	-0,83	69
16. Фондовооруженность труда рабочих, тыс.руб./чел. (п.14/п.12.1)	529	1341	812	253