СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....7
1.1 Сущность, необходимость и законодательная база формирования финансовых ресурсов предприятия.....7
1.2 Источники формирования финансовых ресурсов предприятия.....11
1.3 Основы управления финансовыми ресурсами.....22
2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО – ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬСНОСТИ ООО «МАНГО»30
2.1 Общая характеристика предприятия.....30
2.2 Основные техника – экономические показатели предприятия.....35
2.3 Диагностика и анализ финансового состояния фирмы.....41
2.4. Анализ конъюнктуры российского рынка мебели.....56
3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ООО «МАНГО».....59
3.1 Расширение ассортимента продукции.....59
3.2 Организация розничной торговли.....62
3.3 Совершенствование выпускаемой продукции.....67
3.4 Расчет экономического эффекта (эффективности) от внедрения предложенных мероприятий.....70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....72
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ 73

ВВЕДЕНИЕ

В условиях перехода к рыночной экономике все большее значение приобретает управление финансами на уровне предприятия. Ключевое место здесь занимают проблемы достаточности оборотных средств, механизмов их планирования и пополнения, умного использования.

Производственная сфера в течение шести последних лет претерпела существенные изменения: практически ликвидирован оборотный капитал, пятикратное сокращение инвестиций сопровождалось двукратным падением производства.

Термин «финансовые ресурсы» в экономической литературе не имеет однозначного толкования. В одних литературных источниках им обозначают «денежные средства, находящиеся в распоряжении государства, предприятий, хозяйственных организаций и учреждений, используемые для покрытия затрат и образования различных фондов и резервов». Есть другое определение: «Под финансовыми ресурсами понимаются денежные доходы и поступления, формируемые в руках субъектов хозяйствования и государства и предназначенные для выполнения финансовых обязательств, осуществления затрат по расширенному воспроизводству и экономическому стимулированию».

Нам ближе другое определение: «Финансовые ресурсы предприятия — это все источники денежных средств, аккумулируемые предприятием для формирования необходимых ему активов в целях осуществления всех видов деятельности как за счет собственных доходов, накоплений и капитала, так и за счет различного вида поступлений».

Финансовые ресурсы предназначены: для выполнения финансовых обязательств перед бюджетом, банками, страховыми организациями, поставщиками материалов и товаров; осуществления затрат по расширению, реконструкции и модернизации производства, приобретения новых основных средств; оплаты труда и материального стимулирования работников предприятий; финансирования других затрат.

Наличие в достаточном объеме финансовых ресурсов, их эффективное использование, предопределяют хорошее финансовое положение предприятия платежеспособность, финансовую устойчивость, ликвидность. В этой связи важнейшей задачей предприятий является изыскание резервов увеличения собственных

финансовых ресурсов и наиболее эффективное их использование в целях повышения эффективности работы предприятия в целом.

Эффективное формирование и использование финансовых ресурсов обеспечивает финансовую устойчивость предприятий, предотвращает их банкротство. В условиях рынка состояние финансов предприятий интересует непосредственных участников экономического процесса.

Основной проблемой, обусловившей снижение текущей финансовой устойчивости предприятий, является дефицит денежных оборотных средств, необходимых для обеспечения текущего производства. Главными факторами, сдерживающими развитие предприятий, стали, с одной стороны, неплатежи покупателей, с другой стороны - большая доля не денежной составляющей в расчетах за поставленную продукцию.

Для всех предприятий весьма острой остается проблема дефицита инвестиционных средств для развития. Для того чтобы обеспечивать устойчивость финансового стояния предприятиям в существующих условиях приходится прилагать значительные усилия для поддержания своей платежеспособности, ликвидности и кредитоспособности. Но, как известно, финансовая их устойчивость определяется воздействием не только внутренних, но и внешних факторов. Первые из них включают состояние активов предприятия, их оборачиваемость, структуру источников формирования этих активов, а вторые - государственную бюджетную и налоговую политику, состояние рынка и т.д. Иными словами, от предприятия зависит многое, но отнюдь не все. Анализ показывает, что именно комплекс внешних факторов перевешивает ныне по степени неблагоприятного влияния на состояние экономики предприятий, вследствие чего и финансовое положение большинства из них остаётся неустойчивым.

Таким образом, тема работы «Разработка рекомендации по совершенствованию управления финансовыми ресурсами организации» является весьма актуальной.

Цель работы – изучение путей формирования и использования финансовых ресурсов предприятия.

Первая часть дипломной работы является теоритической. В ней рассмотрены основные теоретические аспекты формирования и структуры финансовых ресурсов предприятия.

Во второй части курсовой работы была разработана стратегия развития фирмы.

Для определения стратегии была разработана миссия данной организации, её философия, основные ценности и целевые ориентиры. Кроме этого были рассмотрены основные возможности и способы осуществления деятельности, желательный имидж фирмы.

Третья часть дипломной работы рассмотрены направления совершенствования организационной структуры управления, а также приведен расчет экономического эффекта от предлагаемых мероприятий.

Объект исследования – система управления ООО «Манго».

Методы исследования: основанные на использовании знаний и интуиции, методы формализованного представления системы менеджмента.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность, необходимость и законодательная база формирования финансовых ресурсов предприятия

Основу современной экономики составляет ее производственный (реальный) сектор. Он включает огромное число производственных хозяйствующих субъектов (юридических лиц) различных форм собственности, организационно-правовых форм и характера деятельности.

При всем многообразии хозяйствующих субъектов основную роль в современной рыночной экономике играют корпорации. Они образуют корпоративный сектор экономики. Крупные корпорации занимают доминирующее положение в реальном секторе российской экономики. Это соответствует и зарубежной практике. Так, в США на долю корпораций, занимающих 5% общего количества компаний, приходится 80 % объема продаж.

Финансы компании – это совокупность денежных отношений, складывающихся в процессе формирования, распределения и использования ее доходов. Финансы крупных акционерных компаний образуют корпоративные финансы.

Финансы предприятий занимают ведущее место в воспроизводственном процессе и формировании собственных денежных ресурсов и централизованных финансовых ресурсов государства.

Осуществляемые в стране реформы привели к увеличению объемов и потоков социально-экономических связей, повышению роли распределительных отношений. Появились и продолжают развиваться негосударственный сектор экономики, современная банковская система, рынки товаров, услуг, капитала. Предприятия перешли к широкому использованию рыночных методов регулирования своей деловой активности. Основной целью предпринимательской деятельности предприятий стало получение прибыли, которая служит важнейшим источником и предпосылкой приращения капитала, роста доходов предприятия и его собственников. Этой цели можно достигнуть лишь при оптимальной организации финансов на предприятиях, позволяющей не только укрепить их финансовое положение и конкурентоспособность, но и обеспечить финансовую стабилизацию в стране.

Денежные отношения компании охватывают практически все сферы ее деятельности. Приобретение сырья, материалов и оборудования, оплата труда

персонала, продажа товаров на рынке, расчеты с многочисленными фискальными государственными органами, формирование фондов развития связаны с движением денежных средств по счетам компании. Отсутствие доходов или их недостаточность нарушают нормативную финансовую деятельности компании, снижают ее конкурентные позиции на рынке, ведут к банкротству.

Финансы компании включают внутренние и внешние денежные отношения. Внутренние денежные отношения возникают при формировании начального, стартового капитала компании, распределении расходов и доходов между ее подразделениями, оплате труда персонала, формировании фондов развития компании, выплате дивидендов. Внешние денежные отношения компании возникают при взаимодействии с другими компаниями - партнерами по бизнесу, включая структуры финансового рынка, финансовой системой государства, международными организациями. Все эти отношения носят многосторонний характер и образуют систему денежных отношений компании. Эти интересы совмещаются, увязываются в процессе формирования, распределения и использования доходов компании. На стадии формирования денежных доходов компании балансируются ее денежные отношения с компаниями-поставщиками сырья, материалов и оборудования, компаниями-потребителями товаров, между подразделениями компании в меру их участия в создании и реализации товара. На стадии распределения денежных доходов приоритетна увязка денежных отношений компании с ее персоналом, учредителями, государственной финансовой системой. Она направлена на оптимизацию пропорций этого распределения, обеспечение экономического развития компании. На стадии использования денежных доходов контролируется и оценивается их реальная эффективность.

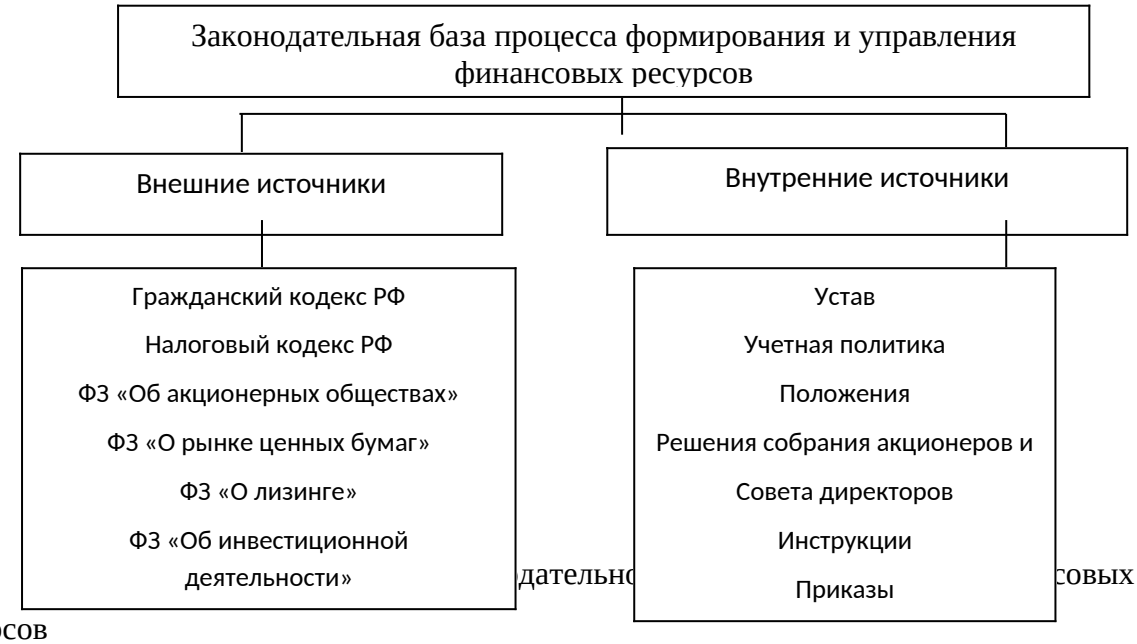
Итак, корпоративные финансы как совокупность финансов крупных акционерных компаний, представляют собой многообразные внутренние и внешние отношения компании с другими участниками экономики в денежной форме. Они складываются в процессе формирования, распределения и использования доходов компании. Корпоративные финансы отличаются масштабностью, разнообразием и сложностью денежных отношений.

Финансовые активы и финансовые обязательства компании вместе с финансовыми активами и обязательствами других участников экономики находятся в постоянном кругообороте и образуют финансовые потоки.

Одним из важнейших аспектов движения финансовых потоков компании является формирование ее финансовых ресурсов. Финансовые ресурсы компании – это собственные и привлеченные денежные средства, определяющие потенциальные возможности развития компании.

Финансовые ресурсы, вложенные в производство и приносящие прибыль, образуют капитал. Он выступает в качестве превращенной формы финансовых ресурсов и делится на собственный и заемный капитал. Соотношение собственного и заемного капитала образует финансовую структуру капитала компании. Они во многом зависит от общего состояния экономики. Так, в развитой рыночной экономике компании более склонны к использованию заемного капитала. В условиях же перехода к рыночной экономике компании ориентируются, как правило, на собственный капитал. Тенденция преобладания собственного капитала в финансовой структуре капитала компаний в России является довольно устойчивой. Эта тенденция обусловлена низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний, слабым развитием рыночных механизмов и, прежде всего, банковской системы и фондового рынка.

Для осуществления процесса формирования финансовых ресурсов необходима некая правовая основа, которой является законодательная база. Она состоит из внешних и внутренних источников, структуру которых можно отобразить следующим образом:



дательно совых ресурсов

На рисунке 1.1.1 представлен далеко не полный перечень всех нормативно-правовых документов, которыми предприятие руководствуется при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности. Это законодательная основа, а дополнительное использование правовых документов определяется спецификой деятельности.

Гражданский кодекс РФ определяет правовые аспекты взаимодействия граждан, юридических лиц и других участников предпринимательской деятельности, а также финансовые аспекты создания предприятий различных организационно-правовых форм.

Налоговый кодекс является очень важным регулятором функционирования фирмы. Это основной документ, определяющий взаимоотношения юридических лиц с бюджетной системой государства. Для данной работы имеет особое значение статья 25, регулирующая процесс формирования и распределения прибыли как основного источника собственных финансовых ресурсов. Налоговый кодекс определяет и порядок и формы амортизации основных средств.

Закон «Об акционерных обществах» является основополагающим для существования предприятия, которое будет рассматриваться в работе в качестве примера по исследованию темы.

Также используются законы «О рынке ценных бумаг» и «О лизинге» как предусматривающие дополнительные источники финансирования компании.

Законодательно регулируются и кредитные операции, денежное обращение и формы расчетов, валютные и инвестиционные операции, операции страхования на финансовом рынке, процедуры банкротства и ликвидации предприятий.

Все внутренние нормативные документы создаются для регулирования конкретной деятельности конкретного предприятия. Вместе с законами они являются правовой основой при принятии управленческих решений, в частности, по вопросам определения источников формирования и способов привлечения финансовых ресурсов, и обязательными для исполнения всеми работниками предприятия.

Выяснив сущность финансовых ресурсов, необходимость их формирования и изучив законодательную базу этого процесса, приступаем к рассмотрению источников формирования финансовых ресурсов, их виды и классификации, методов их образования и расширения.

1.2 Источники формирования финансовых ресурсов предприятия

Любое предприятие формирует свой набор источников, состав, структура, значимость и доступность которых определяются конкретными условиями: организационно-правовой формой, целевой направленностью деятельности, рентабельностью, политикой руководства в отношении привлечения средств и т.п. Формально эти источники представлены в пассиве бухгалтерского баланса предприятия.

Профессор Ковалев В.В. предлагает с позиции характеристики финансового состояния предприятия различные классификации источников средств, две из которых, по его мнению, имеют наибольшую значимость для финансового менеджера. Согласно первой классификации финансовые ресурсы хозяйствующего субъекта по источникам их формирования подразделяются на собственные и привлеченные, причем последние подразделяются на заемные средства (долгосрочные и краткосрочные) и текущую кредиторскую задолженность. Обособление текущей кредиторской задолженности в отдельную группу обусловлено тем обстоятельством, что она, во-первых, возникает как естественный элемент текущей деятельности (этот источник еще называют спонтанным) и, во-вторых, в известной степени является бесплатным источником. Что касается остальных источников, то они имеют отчетливо выраженный платный характер. Вторая классификация подразделяет все источники на долгосрочные и краткосрочные. Если первая классификация имеет значение, прежде всего с позиции платности источника, то вторая с позиции характеристики финансовой устойчивости.

Собственный капитал фирмы состоит из взносов учредителей (уставный или складочный капитал), накопленных предприятием собственных средств, в том числе резервного фонда, и средств целевого финансирования, поступивших в виде ассигнований, дотаций, взносов, пожертвований.

Накапливаемый предприятием собственный капитал имеет три источника. Основной – прибыль от производственной и финансовой деятельности. Она накапливается в виде резервного капитала, нераспределенной прибыли прошедшего и отчетного периодов и фондов накопления. Второй источник – амортизационные отчисления. Амортизационные отчисления являются одним из источников формирования фондов накопления. Третий источник – увеличение стоимости основного капитала фирмы при переоценке основных фондов. Причина его возникновения – инфляция.

Резервный фонд создается фирмой за счет прибыли для покрытия убытков предприятия, а также для погашения облигаций и выкупа собственных акций в случае отсутствия иных средств. Для иных целей резервный фонд не может быть использован. Его образование обязательно для акционерных обществ и предприятий с иностранным капиталом (согласно ст.35 ФЗ «Об акционерных обществах» размер резервного фонда должен быть не менее 15% уставного капитала). Фонд накопления образуется за счет прибыли, амортизационных отчислений и поступлений средств от реализации основных фондов. Его цель – приобретение нового основного и оборотного капитала. Добавочный капитал формируется при переоценках основных фондов. Первоначальное формирование финансовых ресурсов происходит в момент учреждения предприятия, когда образуется уставный фонд.

К привлеченным финансовым ресурсам относятся кредитные инвестиции, бюджетные субсидии, дивиденды и проценты по ценным бумагам других эмитентов и пр. Обособленно выделяется текущая кредиторская задолженность.

Профессор Горфинкель В.Я. предпочитает использовать иную группировку финансовых ресурсов, наиболее полную и подробную.

Финансовые ресурсы, согласно этой классификации, подразделяются на:

образуемые за счет собственных и приравненных средств;

мобилизуемых на финансовом рынке;

поступающих в порядке перераспределения.

Финансовые ресурсы формируются, главным образом, за счет прибыли (от основной и других видов деятельности), а также выручки от реализации выбывшего имущества, амортизации, прироста устойчивых пассивов, займов, различных целевых поступлений, паевых и иных взносов работников компании. Финансовые ресурсы могут быть мобилизованы на финансовом рынке. Форма их мобилизации – продажа акций, облигаций и других видов ценных бумаг, выпускаемых данной компанией; дивиденды и проценты по ценным бумагам других эмитентов; доходы от финансовых операций и другие. Компании могут получать финансовые ресурсы от ассоциаций и концернов, в которые они входят, вышестоящих организаций при сохранении отраслевых структур, органов государственного управления в виде бюджетных субсидий, страховых организаций. В составе этой группы финансовых ресурсов, формируемых в порядке перераспределения, все большую роль играют выплаты страхового возмещения, и все меньшую – бюджетные финансовые источники, которые идут по строго целевому назначению.

Формирование корпоративной прибыли происходит в результате взаимосвязанного движения нескольких финансовых потоков. С одной стороны, в финансовом менеджменте прибыль рассматривается как результат деятельности фирмы, с другой – как основа (источник) дальнейшего развития.

С позиций собственника капитала и потенциального инвестора прибыль определяет доходность капитала, т.е. главное условие целесообразности инвестирования. Для страны (региона) прибыль предприятий означает наполняемость доходной части бюджета, возможность решения социальных проблем страны и региона. Для менеджера устойчивая и высокая прибыль фирмы – показатель уровня менеджмента, квалификации, главное условие общественного признания и выгодных контрактов. Для партнеров по бизнесу высокая прибыль фирмы – показатель финансовой стабильности и низкого риска совместного бизнеса и т.д.

Схема формирования и использования прибыли российских предприятий приведена на рисунке 1.2.1:



Рисунок 1.2.1 - Формирование и использование прибыли фирмы

Прибыль от реализации товаров определяется как разность между выручкой от продажи товаров по действующим ценам и затратами на их производство и

реализацию, а также налоговыми изъятиями в бюджет. Компании, осуществляющие экспортную деятельность, при определении прибыли из выручки от продажи товаров исключают еще и экспортные тарифы.

Следует подчеркнуть, что налоговые платежи для предприятий представляют значительный финансовый поток. Предприятия уплачивают помимо налога на добавленную стоимость и акцизов еще и налог на прибыль, налог на имущество, земельный налог, налог на рекламу, транспортный налог и другие.

В Налоговом кодексе РФ предусмотрен принятый в мировой практике порядок определения налоговой базы как реально полученной в налоговом периоде прибыли. В современных условиях хозяйствования предприятия используют два метода учета выручки:

поступление денег на расчетный счет (в кассу предприятия) за отгруженную продукцию;

предъявление расчетных документов покупателю при отгрузке продукции.

По западным стандартам продукция считается реализованной при ее отгрузке. В России для целей налогообложения также используется второй метод.

Нормативы отчислений из прибыли в бюджет установлены налоговым законодательством. Решения об использовании чистой прибыли принимает совет директоров АО. В части выплаты дивидендов это решение утверждает общее собрание акционеров. Нераспределенная прибыль фирмы может накапливаться.

Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, является главным источником финансирования его потребностей, которые можно определить как накопление и потребление. Именно пропорции распределения прибыли на накопление и потребление определяют перспективы развития предприятия.

Факторы, влияющие на распределение прибыли, представлены на рисунке 1.2.2.

Прибыль распределяется между государством, собственниками предприятия и самим предприятием. Этот процесс как раз и зависит от тех факторов, которые перечислены в схеме (рис. 1.2.2).

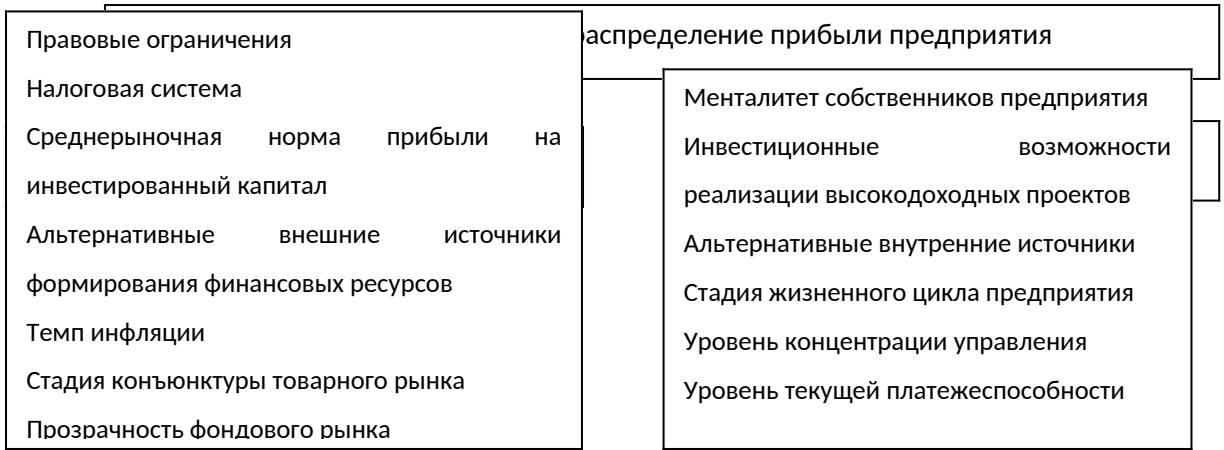


Рисунок 1.2.2 – Система основных факторов, влияющих на распределение прибыли предприятия

Распределение происходит после уплаты налогов и выплаты дивидендов, которые регламентируются учетной политикой организации и ее Уставом. Прибыль, участвующая в процессе накопления, относится к прибыли, увеличивающей стоимость имущества. Наличие нераспределенной прибыли увеличивает финансовую устойчивость предприятия, свидетельствует о наличии источника для последующего развития. Потребляемая часть прибыли стоимость имущества предприятия не увеличивает.

Основные направления распределения прибыли в виде схемы изображены на рис. 1.2.3.

Амортизационные отчисления также являются важным источником формирования финансовых ресурсов, образуемых за счет собственных средств. Амортизационные отчисления представляют собой денежное выражение стоимости износа основных производственных фондов и нематериальных активов. Они имеют двойственный характер, так как включаются в себестоимость продукции и в составе выручки от реализации продукции поступают на расчетный счет предприятия, становясь внутренним источником финансирования как простого, так и расширенного воспроизводства.



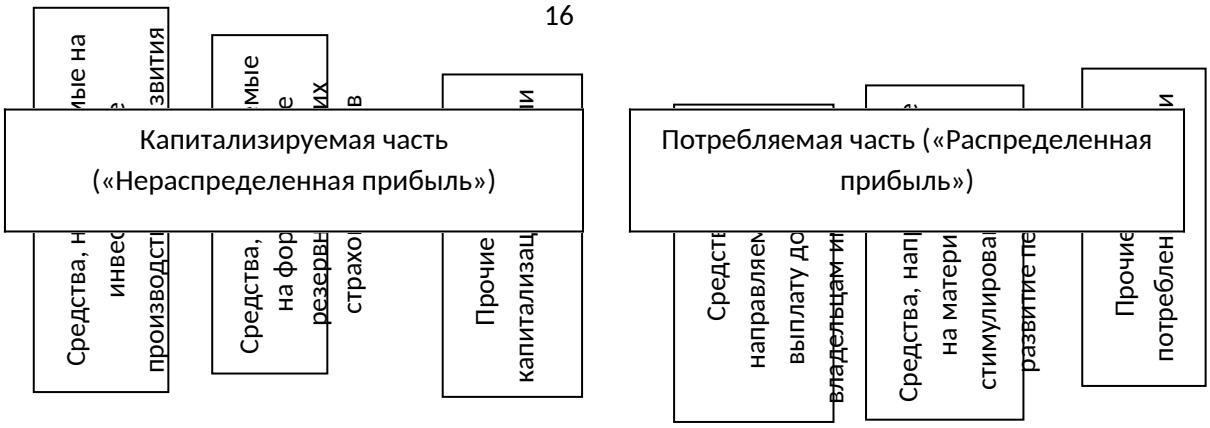


Рисунок 1.2.3 - Основные направления распределения прибыли предприятия

В последнее время в странах со стабильной экономикой и отлаженной налоговой системой предпочтение отдается финансовой функции амортизации. Амортизация как финансовая категория определяет возврат ранее произведенных затрат, связанных с созданием и приобретением основных фондов. Амортизационные отчисления, по сути, представляют собой выведенную из-под налогообложения прибыль. Это одна из наиболее существенных льгот по налогу на прибыль. В развитых странах сумма амортизационных отчислений превышает величину действительного износа, что создает реальные условия для частных инвестиций. Чем выше нормы амортизации и чем больше сумма амортизационных отчислений, тем больше не облагаемая налогом прибыль и шире возможности предприятия по финансированию своей деятельности в части замены основных средств.

Сохранение только первоначальной балансовой стоимости в условиях инфляции приводит к тому, что накопленная сумма амортизации становится символической и никакую новую технику купить на нее нельзя. В мировой практике для того, чтобы избегать таких явлений, проводится переоценка имущества. В ходе переоценки основных фондов новая их оценка происходит по восстановительной стоимости, при этом одновременно устанавливается степень их износа. В главе 25 «Налог на прибыль организаций» Налогового кодекса РФ уточняется определение восстановительной стоимости основных средств. Новая редакция закона предусматривает, что в результате переоценки основных средств с 2001 г. положительная (отрицательная) разница не признается доходом в целях налогообложения.

В результате переоценки выявляется добавочный капитал, который отражает фактическое состояние основных фондов и относится к пассиву баланса. Он дает возможность соответственно увеличить уставный капитал и провести дополнительную эмиссию акций. Вместе с тем, проведение переоценки позволяет правильно использовать величину имущества предприятия в качестве залога под банковскую ссуду.

Переоценка основных фондов предприятия влияет на два основных налога – налог на имущество и налог на прибыль. В результате применения повышающего коэффициента переоценки растет налог на имущество и одновременно увеличивается начисленная амортизация. Возросшие амортизационные отчисления и налог на имущество, в свою очередь, уменьшают налогооблагаемую прибыль. При данной ситуации задача налогового планирования состоит в том, чтобы рассчитать последствия применения повышающих коэффициентов.

При формировании налоговой политики предприятию важно выбрать: или правильно переоценивать основные фонды и соответственно больше платить налог на имущество, или не проводить их переоценку, но тогда возрастет налог на прибыль.

Для предприятий, финансово-экономические показатели которых после переоценки основных фондов и роста амортизационных отчислений могут существенно ухудшаться, применяются понижающие коэффициенты амортизации. А при реализации значительных инвестиционных программ, требующих дополнительных финансовых ресурсов, применяются повышающие коэффициенты амортизации, обеспечивающие ускоренную амортизацию.

При технологической модернизации, с ростом и совершенствованием используемой техники, сумма ежегодной амортизации также возрастает, увеличивается ее доля в себестоимости продукции. Но поскольку увеличивается и выпуск продукции, изготовленной на более производительном оборудовании, то сумма амортизации в стоимости единицы изделия обычно уменьшается. Экономия на амортизации особенно ощутима при значительном увеличении выпуска продукции и постоянной величине основных фондов. Таким образом, стоимость основных фондов и уровень амортизационных отчислений непосредственно влияют на формирование себестоимости изготовляемой продукции, величину налогооблагаемой базы при исчислении налогов на имущество и прибыль.

Амортизационные отчисления накапливаются в амортизационном фонде, который может быть выделен по данным бухгалтерского учета. В условиях

действующей амортизационной и налоговой политики государства амортизационный фонд может стать основным источником обновления основных фондов. В настоящее время акционерные общества самостоятельно распоряжаются средствами этого фонда и нередко используют накопленную амортизацию не только на финансирование замены изношенных машин, оборудования и других объектов основных средств, но и на пополнение оборотных фондов, что не соответствует экономической сущности амортизации.

Составляющими мобилизованных на финансовом рынке ресурсов предприятия являются кредитные ресурсы и продажа собственных акций, облигаций и других видов ценных бумаг.

Формой мобилизации финансовых ресурсов могут быть денежные средства, полученные от дополнительной эмиссии акций, выпуска облигационного займа и др.

Заемный капитал предприятия по периоду привлечения средств дифференцируется на долгосрочные (более 1 года) и краткосрочные (до 1 года: кредиты, займы, кредиторская задолженность) финансовые обязательства.

По форме привлечения заемные средства могут выступать в виде финансового (банковского кредита), товарного или коммерческого кредита, лизинга.

Несомненно, наиболее важным для финансирования текущей деятельности организации является коммерческий кредит, который предоставляется, с одной стороны, поставщиками и подрядчиками, с другой стороны, покупателями и заказчиками. Управляя дебиторской и кредиторской задолженностью, предприятия взаимно кредитуют друг друга и вполне могут обходиться без других видов кредита [19]. Коммерческий кредит создает так называемое взаимное спонтанное финансирование предприятий, он органично встроен в процесс кругооборота капитала, подчинен товарному обращению: встречное движение товаров и их денежной оплаты, расходясь во времени, создает коммерческий кредит. Сроки коммерческого кредитования определены рамками расчетно-платежной дисциплины, согласно действующему в России законодательству, предельный срок оплаты товаров, работ, услуг – три месяца.

Применение векселя в хозяйственном обороте в качестве инструмента коммерческого кредита и расчетно-платежного средства порождает ряд специфических особенностей коммерческого кредита в вексельной форме. Особенность вексельного долга состоит в том, что он может свободно обращаться, потому погашение долга и

выплата процентов заемщиком будет производиться в пользу неизвестного заранее лица.

Денежные займы на основе договоров займа и финансовые векселя, под которые привлекаются средства, представляют собой самостоятельный сегмент денежного кредитного рынка. Если подтоварный, реальный вексель – инструмент торгового коммерческого кредита, то вексель финансовый – это чисто финансовый инструмент, используемый для привлечения средств.

Специфическим видом хозяйственного кредита является привлечение средств физических лиц на основе договора займа.

Банки, как профессиональные кредиторы, предлагают клиентам весьма разнообразные кредиты на финансирование текущей деятельности, наиболее гибкими из которых являются овердрафт и кредитные линии. Кредитование путем мобилизации долговых обязательств в виде факторинга и учетно-вексельных кредитов (предъявительских и векселедательских) становятся и в России традиционными банковскими услугами.

Налоговый кредит может быть предоставлен по одному или нескольким налогам сроком от трех месяцев до одного года. Плата за налоговый кредит не взимается, если он предоставляется заинтересованному лицу по причине убытков от стихийных бедствий и др., а также, если имеет место его недофинансирование из соответствующего бюджета. Если налоговый кредит предоставляется в связи с угрозой банкротства этого лица в случае единовременной уплаты налога, то проценты устанавливаются в размере ставки рефинансирования Банка России, действовавшей за период договора о налоговом кредите. Суммы налогового кредита подлежат возврату равными долями по каждому сроку уплаты или единовременно, с уплатой процентов путем перечисления средств в доход соответствующего бюджета.

Одним из многих финансовых инструментов, который широко используются на Западе, и служит важным источником новых инвестиций, является финансовая аренда, или финансовый лизинг. Финансовый лизинг – это комплекс имущественных и экономических отношений, возникающих в связи с приобретением в собственность имущества и последующей сдачей его во временное владение и пользование за определенную плату. Финансовый лизинг (finance lease) представляет собой операцию по специальному приобретению имущества в собственность и последующей сдачей его во временное владение и пользование на срок, приближающийся по

продолжительности к сроку его эксплуатации и амортизации всей или большей части стоимости имущества (рис. 1.2.4).

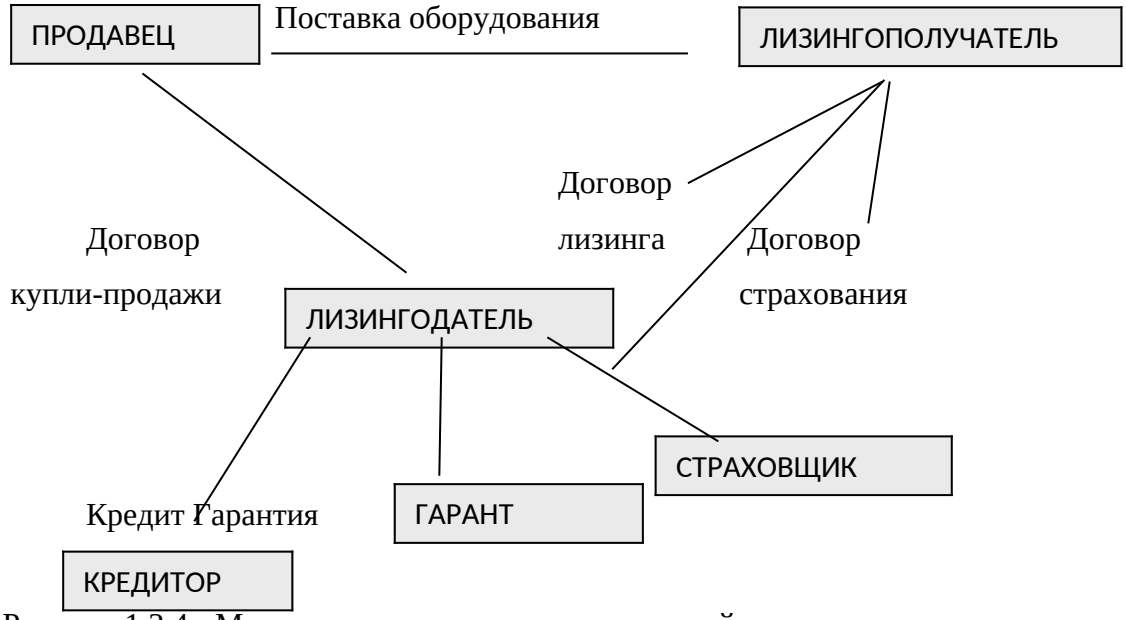


Рисунок 1.2.4 - Механизм осуществления лизинговой сделки

Реализация финансового лизинга осуществляется по схеме, предусматривающей отбор потенциальным лизингополучателем (предприятием) необходимого имущества, согласование с его производителем (продавцом) цены и сроков поставки, оплату имущества лизингодателем (лизинговой компанией) и получение ссуды в банке.

В течение срока договора лизингодатель за счет лизинговых платежей возвращает себе всю стоимость имущества и получает прибыль от лизинговой сделки.

Финансовые ресурсы, поступающие в порядке перераспределения, состоят из: страхового возмещения по кредитным рискам, финансовых ресурсов, поступающих от концернов, ассоциаций, головных компаний, дивидендов и процентов по ценным бумагам других эмитентов, бюджетных субсидий и др.

До перехода на рыночные условия хозяйствования значительные финансовые ресурсы предприятия получали на основе внутриотраслевого перераспределения денежных средств и бюджетного финансирования. Однако принципы рыночного хозяйствования, внедрение коммерческих начал в деятельность предприятий, естественно, потребовали принципиально иных подходов к формированию финансовых ресурсов. Ориентация на инициативу и предприимчивость, полная материальная ответственность обусловили два важнейших изменения в области финансовых взаимосвязей предприятий с другими структурами: во-первых, развитие страховых операций, и, во-вторых, существенное сокращение сферы безвозмездно получаемых ассигнований. В этой связи при переходе на рыночные основы хозяйствования в составе финансовых ресурсов, формируемых в порядке перераспределения, все большую роль постепенно будут играть выплаты страхового возмещения, поступающие от страховых компаний, и все меньшую бюджетные и отраслевые финансовые источники. Предприятия смогут получать финансовые ресурсы: от ассоциаций и концернов, в которые они входят (лишь в том случае, если это предусмотрено механизмом использования соответствующих денежных фондов); от вышестоящих организаций — при сохранении отраслевых структур; от органов государственного управления — в виде бюджетных субсидий на строго ограниченный перечень затрат. Зато в условиях функционирования рынка ценных бумаг появятся такие виды финансовых ресурсов, как дивиденды и проценты по ценным бумагам других эмитентов, а также прибыль от проведения финансовых операций.

Финансовые ресурсы используются предприятием в процессе производственной и инвестиционной деятельности. Они находятся в постоянном

движении и пребывают в денежной форме лишь в виде остатков денежных средств на расчетном счете в коммерческом банке и в кассе предприятия.

Все рассмотренные источники формирования финансовых ресурсов как собственные, так и заемные, могут применяться или применяются в хозяйственной деятельности предприятий. Чтобы использовать их правильно и эффективно, нужно уметь управлять ими. Процесс управления финансовыми ресурсами, системный подход к нему мы и рассмотрим в следующем параграфе.

1.3 Основы управления финансовыми ресурсами

Управление финансами предприятия в условиях рынка является одним из основных направлений управленческой деятельности, обеспечивающих решение текущих вопросов финансирования производства и реализации продукции, а также задач выживания в конкурентной борьбе, стабилизации финансового положения, минимизации расходов и максимизации прибыли, рентабельной деятельности и увеличения объема продаж. Все это повышает стоимость самого предприятия с точки зрения инвестиционной привлекательности и перспектив развития.

Финансовый менеджмент имеет целью не только определить все финансовые последствия тех или иных решений по вопросам работы предприятия и даже не только найти способы устранения или смягчения влияния на финансовое состояние отрицательных последствий, но и определить ориентиры, на основе которых можно оценить, благоприятен ли для данного предприятия сложившийся уровень того или иного показателя, а затем решить, нуждается показатель в росте, снижении или сохранении имеющегося уровня. Главной целью финансового менеджмента является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде.

В процессе реализации этой цели должны быть решены следующие основные задачи:

Обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде. Реализуется путем определения общей потребности в финансовых ресурсах на предстоящий период, максимизации объема привлечения собственных финансовых ресурсов за счет внутренних и внешних источников, управления привлечением заемных финансовых

средств, оптимизации структуры источников формирования ресурсного финансового потенциала.

Обеспечение наиболее эффективного использования сформированного объема финансовых ресурсов в разрезе основных направлений деятельности предприятия. Предусматривает установление необходимой пропорциональности в их использовании на цели производственного и социального развития компании, выплаты необходимого уровня доходов на инвестированный капитал и т.д.

Оптимизация денежного оборота. Эта задача решается путем эффективного управления денежными потоками в процессе кругооборота денежных средств, обеспечением синхронизации объемов их поступления и расходования по отдельным периодам, поддержанием необходимой ликвидности оборотных активов.

Обеспечение максимизации прибыли при одновременной минимизации уровня риска. Достигается за счет эффективного управления активами предприятия, вовлечения в хозяйственный оборот заемных финансовых средств, выбора наиболее эффективных направлений операционной и финансовой деятельности, их диверсификации, профилактикой отдельных финансовых рисков.

Обеспечение постоянного финансового равновесия предприятия в процессе его развития. Обеспечивается формированием оптимальной структуры капитала и активов, эффективными пропорциями в объемах формирования финансовых ресурсов за счет различных источников.

Финансовое управление на предприятии можно определить как совокупность приемов и методов, направленных на обеспечение развития финансовой системы компании в соответствии с заданными количественными и качественными характеристиками.

Осуществляется оно с помощью механизма организации процесса управления финансовыми ресурсами, который состоит из пяти этапов:

1 этап Планирование, разработка планов и прогнозов формирования финансовых ресурсов предприятия. Внутрифирменное финансовое планирование базируется на использовании трех основных его систем: прогнозирование; текущее планирование; оперативное планирование. Все системы находятся во взаимосвязи и реализуются в определенной последовательности.

В финансовом планировании используются следующие методы:

метод экономического анализа, позволяющий определить основные закономерности, тенденции в движении натуральных и стоимостных показателей, внутренние резервы предприятия;

нормативный метод, заключающийся в том, что на основе заранее установленных норм и технико-экономических нормативов рассчитывается потребность хозяйствующего субъекта в финансовых ресурсах;

метод балансовых расчетов основан на прогнозе поступлений средств и затрат по основным статьям баланса на определенную дату и в перспективе и позволяет определить будущую потребность в финансовых средствах;

метод денежных потоков используется для прогнозирования размеров и сроков поступления необходимых финансовых ресурсов;

метод многовариантности расчетов состоит в разработке альтернативных вариантов плановых расчетов с целью выбора оптимального варианта.

2 этап Организация процесса формирования финансовых ресурсов с разделением полномочий всех подразделений и служб предприятия. Система организационного обеспечения финансового менеджмента представляет собой взаимосвязанную совокупность внутренних структурных служб и подразделений предприятия, обеспечивающих разработку и принятие управленческих решений по отдельным аспектам его финансовой деятельности и несущих ответственность за результаты этих решений. Формирование такой системы предусматривает следующий алгоритм действий (рис. 1.3.1).

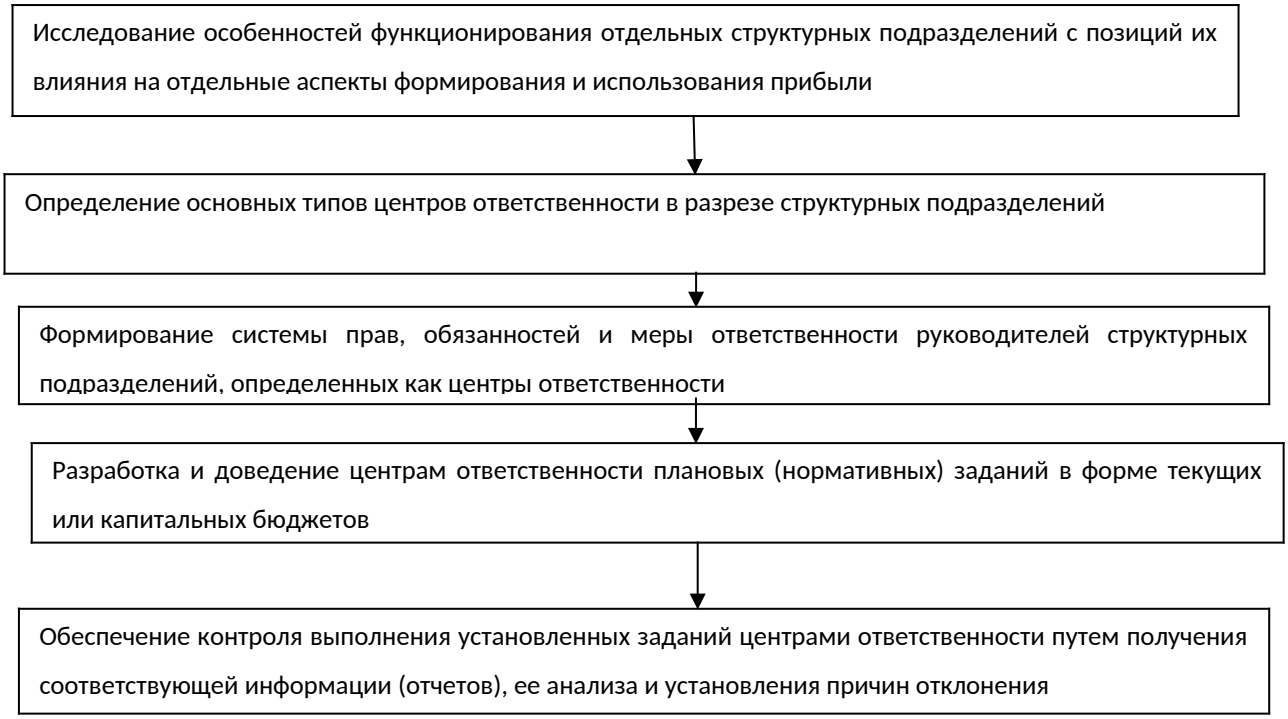


Рисунок 1.3.1 – Основные этапы формирования системы организационного обеспечения управления прибылью на основе центров ответственности

Сформированные центры ответственности должны быть способны не только обеспечивать выполнение установленных заданий, но и разрабатывать предложения вышестоящими органами управления по повышению эффективности формирования и использования финансовых ресурсов в рамках контролируемой ими деятельности подразделений.

Этот этап осуществляется с помощью следующих методов:

составление совместных планов, программ и прогнозов;

подготовка должностных инструкций, разграничивающих обязанности работников всех подразделений;

обеспечение взаимосотрудничества в системе формирования эффективного механизма ресурсной политики предприятия.

3 этап Регулирование и координация всех подразделений предприятия в рамках организации финансовой деятельности по привлечению ресурсов.

Методами организации такого процесса является:

мониторинг деятельности всех подразделений по управлению ресурсами

корректировка действий по реализации ресурсной политики, учитывающая все недоработки и недостатки.

4 этап Стимулирование процессов мобилизации финансовых ресурсов.

Методы стимулирования:

обучение и переподготовка кадров;

внедрение модернизируемых технологий;

мотивация;

премии и поощрения.

Понятие стимулирования и мотивации не ограничивается индивидуальным материальным поощрением, но распространяется на интерес всех участников производства. При этом речь идет о всей системе финансовых стимулов и рычагов: проценте за кредит, ставках налогов, налоговых льготах, штрафных санкциях, а также о соответствии реальных денежных доходов технико-экономическим, натуральным и финансовым показателям бизнес-плана.

5 этап Контроль и анализ деятельности предприятия по формированию и использованию финансовых ресурсов. Представляет собой организуемый предприятием процесс проверки исполнения и обеспечения реализации всех управленческий решений в области финансовой деятельности. Контроллинг – комплексная система внутреннего контроля. Его этапы представлены на рисунке 1.3.2.



Рисунок 1.3.2 – Содержание и последовательность этапов построения системы контроллинга на предприятии

Систематический и оперативный контроль за ранее принятыми управленческими решениями обеспечивает достижение запланированных результатов, эффективную работу предприятия. На крупных предприятиях с этой целью организуется специальная служба внутреннего контроля (аудита), отслеживающая хозяйственные и финансовые процессы.

Существуют дополнительные элементы, формирующие систему управления и влияющие на эффективность механизма управления финансовыми ресурсами. Они представлены различными факторами и критериями.

Факторы, влияющие на эффективность механизма управления финансовыми ресурсами:

эффективное управление финансовыми и товарно-материальными потоками;

финансовая устойчивость;

прибыльность;

конкурентоспособное развитие предприятия.

Критерии, определяющие эффективность управления финансовыми ресурсами:

нормы прибыли;

минимизации упущенной выгоды:

минимизации затрат;

объема продаж (роста);

доли рынка (лидерство);

устойчивости (ликвидности, рычагов, коэффициентов покрытия; рисков);

курса акций.

В целом система управления финансами должна обеспечивать:

прогнозирование будущего развития на основе прогноза объема продаж;

прозрачность финансового состояния и движения финансовых ресурсов;

формирование наиболее выгодных вариантов финансовых планов;

оперативный учет фактической информации;

контроль отклонения от плана.

Условия для этого предоставляют системы механизма организации процесса управления финансовыми ресурсами:

финансового планирования;

бухгалтерского учета;

финансового контроля;

маркетинга;

аппарата управления;

производственной;

планово-экономического отдела.

Упущенная выгода от рассогласованной работы систем может перекрыть или свести на нет полезный эффект от работы системы управления финансами.

Модульная структура системы управления финансами включает в себя приоритеты с точки зрения упущенной выгоды и минимизации издержек.

С точки зрения упущенной выгоды наиболее существенны следующие задачи:

бюджетирования;

«размораживания» «замороженных» средств;

согласованной системы стимулирования;

предоставления отдельным звеньям экономической самостоятельности;

финансовый анализ (выявляет первоочередные проблемы).

формирование оптимальной налоговой политики;

управление издержками, дебиторской и кредиторской задолженностью.

Приоритеты с точки зрения минимизации издержек содержат три стадии.

Первая стадия состоит из задач:

прогнозирования (хотя бы на уровне планов отдела маркетинга);

бюджетирования.

Вторая стадия включает:

формирование критериев;

финансовый анализ;

оценки стоимости «замороженных оборотных средств, колебания объемов продаж, курса акций, упущенной выгоды от отсутствия акций и облигаций, капитала.

формирование оптимальной налоговой политики;

управление издержками.

Третья стадия охватывает:

управление оборотным капиталом;

оптимальное ценообразование;

управление рисками.

Все стадии реализуются в рамках различных этапов управления.

Итак, мы изучили систему управления финансовыми ресурсами и разработали методику ее применения на практике, выяснили условия эффективного привлечения и использования финансовых ресурсов, ознакомились с механизмом организации процесса управления ими.

Подводя итог первой главы работы, нужно отметить, что все теоретические основы, касающиеся сущности и необходимости формирования финансовых ресурсов, их источников и системного подхода к управлению финансовыми ресурсами, были изучены. Каким образом это реализуется на практике, рассмотрим во второй главе.

2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО – ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬСНОСТИ ООО «МАНГО»

2.1 Общая характеристика предприятия.

Мебельная фирма ООО «Манго» создана 16 лет назад.

Цель деятельности - удовлетворение потребностей общества в красивой, удобной и качественной мебели из древесины и на этой основе получение прибыли. Идея. Древесина - ценнейший экологически чистый материал. Исключительное мастерство дизайнеров и столяров предприятия, творческая атмосфера и профессионализм сотрудников помогают создавать образцы современной мебели, отвечающей самым изысканным вкусам и потребностям покупателей. Постоянное обучение персонала и интерес к мировым разработкам и дизайнерским направлениям дает возможность разрабатывать и создавать коллекции мебели по комфорту и стилю необходимые современному человеку и не уступающим лучшим российским и зарубежным образцам.

Основной ассортимент продукции фирмы представлен бытовой мебелью. Предприятие имеет узкую специализацию и огромное количество конкурентов на мебельном рынке. Фирма выпускает коллекции детской мебели: «любимая сказка», «Нежность» и «Морская». Коллекция «Волшебник изумрудного города» награждена Дипломом за лучшую дизайнерскую разработку на Выставке «Евроэкспомебель - 2003» .

Коллекция мебели «Романтика» - это мебель во Французском стиле. Кухни Викторианской эпохи разработаны так, что все подчинено единственной идеи: чтобы было удобно и красиво. «Итальянским» или «Английским кабинетом, отделанным массивом и шпоном красного дерева в любой комплектации и в течение короткого времени можно обставить помещение, где будет удобно, уютно и престижно.

Эксклюзивная мебель - это самое интересное и творческое направление в производстве фирмы. Одной из больших и показательных работ фирмы можно отметить оформление Елисеевского магазина на улице Тверская в г. Москва. Профессиональный подход к этому заказу и последующий результат был высоко оценен Правительством столицы. Респектабельная, необычная, по-домашнему уютная и великосветски - стильная мебель фирмы с успехом используется многими дизайн - студиями, она украшает собой многие рестораны, бары, офисы и модные бутики. Наборы мебели имеют единое архитектурно-художественное и конструкторско-

технологическое решения. Мебель фирмы соответствует ГОСТ 16371-93 «Мебель. Общие технические условия» и конструкторской документации» и образцу-эталону, ГОСТ 19917-93 «Мебель для сидения и лежания»

Фабрика мебели имеет расчетные и валютные счета в ОАО «Сбербанк России», печать со своим наименованием, штампы, бланки с символикой, торговую марку, а также другие реквизиты.

Общество является юридическим лицом, права которого приобретает с момента государственной регистрации. Общество самостоятельно ведет хозяйственную и иную деятельность в соответствии с действующим законодательством и имеет самостоятельный баланс.

Структура предприятия: цех заготовок, цех сборки продукции, цех отделки готовой продукции, цех изготовления стандартной и эксклюзивной мебели. Не так давно открылся выставочный зал при производстве, который в немалой степени помог увеличить объем продаж мебели фирмы. Высокое качество выпускаемой продукции - главный фактор успеха на современном мебельном рынке. Фирма стремится завоевать покупателя не низкими ценами за низкое качество, а высоким качеством по средним ценам.

Фирма работает стабильно. Выпуск товарной продукции предприятия соответствует объемам ее реализации. Не смотря на острую конкуренцию и большое количество конкурирующих фирм, включая иностранные, мебель фирмы «Манго» пользуется спросом населения и не залеживается на складах.

Разработкой новых изделий занимается специальное подразделение, объединяющее инженеров и дизайнеров - специалистов высшей квалификации. Некоторые модели мебели не были разработаны фирмой. А были скопированы с различных зарубежных вариантов. При этом вносились некоторые изменения, нередко упрощавшие конструкцию, но не в ущерб качеству.

Производство и выпуск продукции налажены так, что 90% мебели продается сразу же после ее изготовления по заказной схеме, т.е. не накапливается в складских помещениях. Это обеспечивается во многом за счет четко налаженной структуры сбыта, высокой исполнительной дисциплины. Каналы сбыта предприятия построены следующим образом.

Мебель фирмы представлена практически во всех крупных городах страны и регионах страны, а также в странах ближнего зарубежья. Часть продукции продается через собственные магазины. Это - фирменный магазин в г. Кузнецк, Пензе и магазины

- выставочные залы в других городах. Сеть фирменных магазинов и представительств постоянно развивается. Имеется собственная доставка грузовым транспортом.

Другой канал сбыта ориентирован на сбыт через различные магазины мягкой мебели (ТЦ «Гранд», «Три Кита» и др., не принадлежащие фирме). Этот канал менее эффективен с точки зрения прибыльности, т.к. продукция поставляется в эти магазины по оптовым ценам, а также с точки зрения потери маркетинговой информации (имеется в виду то, что фирма перестает контролировать ситуацию, касающуюся потребительских свойств товара, отсутствует прямая связь с клиентом).

С другой стороны, это канал позволяет:

- изучать спрос отдельных сегментов рынка;
- вести более гибкую ценовую политику;
- снизить риски, связанные с сокращением производства;
- рекламировать собственную торговую марку;
- прочие сопутствующие выгоды.

Еще одна особенность продаж данной фирмы связана с универсальным подходом к клиенту и заключается в предоставлении выбора как самой модели и комплектования мебели, так и рисунка.

Изготовление мебели осуществляется из лучших материалов специально отбираемой древесины хвойных и твердолиственных пород (бук и береза) с обязательным контролем влажности, плитных материалов и фанеры, отвечающих самым жестким экологическим нормам, лучших лакокрасочных материалов. Мебель комплектуется пружинными блоками, изготавливаемыми на оборудовании немецкой фирмы «SCHOPOL». Ряд моделей мебели укомплектован складным 3-х уровневым механизмом трансформации SOMTOIL фирмы-изготовителя «SEDAC MERAL» (Бельгия). Механизмы трансформации фирма получает также от лидеров российского рынка - компании «Инстрой» и «Аллегро-трансформер». Некоторые уникальные механизмы трансформации («Сити», «Лота», «Валенсия-2») изготавливает сама фирма с применением импортных комплектующих.

Высокого качества невозможно достичь без стабильного, опытного трудового коллектива. Большинство рабочих и руководителей, производственных и коммерческих служб работают в компании с первых дней ее становления. Ряд специалистов прошли стажировку в ведущих мебельных фирмах Европы.

Для производства мебели применяется лучшее современное оборудование фирм. Контроль качества осуществляется на всех этапах производственного процесса,

начиная с входного контроля качества сырья. Осуществляется надежное гарантийное и послегарантийное обслуживание клиентов.

Таким образом, можно сказать, что фирма уверенно набирает обороты на не очень устойчивом рынке. Во многом это заслуга управленческого аппарата предприятия, а также эффективно устроенной организации производства и управления, последовательности и точности выполнения всех операций, централизованной и синхронной работы всех звеньев фирмы.

На современном мебельном рынке недостаточно только качества продукции - необходимо высокое качество отношений с партнерами и клиентами, их заинтересованность в сотрудничестве, точность и обязательность в выполнении заказов.

Помимо всего прочего, фирма имеет ряд отличительных особенностей:

- В период создания фирмы ее потенциальный рынок имел достаточно серьезные свободные ниши.
- Была правильно выбрана стратегия и тактика поведения на рынке.
- Отсутствие реальных конкурентов в момент создания фирмы.
- В результате проведения стратегии «снятия сливок» фирма получила хорошую прибыль.
- Несмотря на отсутствие маркетинговых служб, руководство предприятия практически безошибочно выбирало оптимальные пути развития фирмы.
- Для усиления своих позиций часть прибыли была своевременно направлена на поддержание рекламной компании.

В последнее время на рынке появились многие конкуренты (так как процесс изготовления мебели достаточно прост), но фирма пытается отстоять свою долю рынка, в том числе и за счет создания маркетинговой службы.

Организационная структура предприятия представлена на рис. 1.

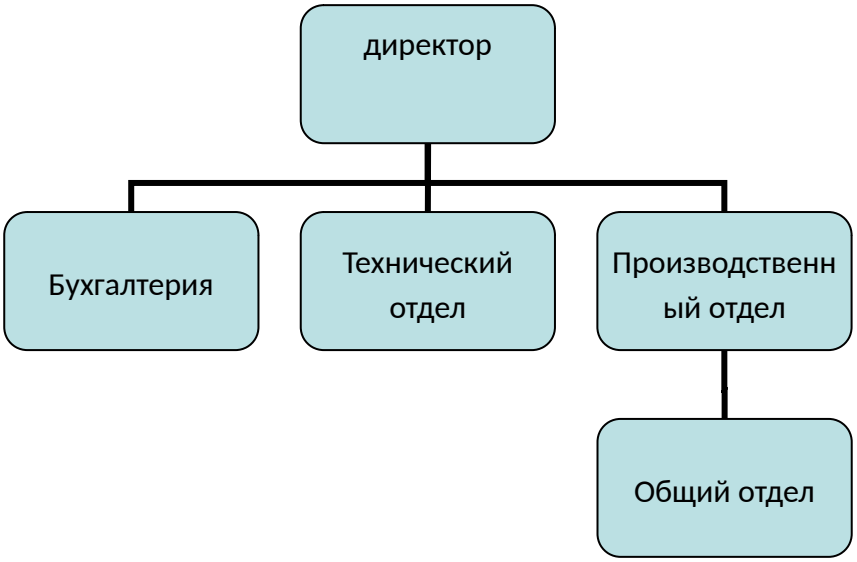


Рис. 1. Организационная структура фирмы

Из организационной структуры видно, что:

Во главе предприятия стоит директор, которому напрямую подчиняются технический отдел, бухгалтерия, производственный отдел.

- главный механик в его обязанности входит (монтаж, ремонт, накладка, обслуживание производственного оборудования)

- производственный отдел в его обязанности входит, (планирование производства, распределение полномочий среди подчиненных и контроль над их деятельностью, взаимодействие с торговыми подразделениями, оценка сложности клиентов, умение выделять приоритеты, контроль за документооборотом, распределение планов по кабинетам).

- бухгалтерия (главный бухгалтер)

- обеспечивает соответствие осуществляемых хозяйственных операций законодательству РФ;

- обеспечивает контроль над движением имущества и выполнением обязательств

- формирует учетную политику предприятия

- подписывает бухгалтерскую отчетность.

Главный бухгалтер организации является ответственным лицом за ведение бухгалтерского учета в соответствии с требованиями законодательства и представление полной и достоверной бухгалтерской отчетности. В связи с этим он обязан отказаться от исполнения и оформления документов, не соответствующих действующему законодательству и нарушающих договорную и финансовую дисциплину.

Табл.1. Штатное расписание ООО «Манго»

Управление (администрация)				
Должность	кол-во человек	оклад, руб.	ФОТ, руб.	Выплаты
1	2	3	4	5
Директор	1	70 000	70 000	ежемес.
Бухгалтер	1	25 000	25 000	ежемес.
Менеджер по продажам	2	30 000	30 000	ежемес.
Главный инженер	1	35 000	35 000	ежемес.
ИТОГО	7	160 000	160 000	
Общий отдел				
Зав. складом	1	18 000	18 000	ежемес.
Грузчики	2	6 000	6 000	ежемес.
Оператор сушильной установки	4	15 000	15 000	ежемес.
Водительский состав	3	15 000	15 000	ежемес.
Подсобный рабочий	1	6 000	6 000	ежемес.
Уборщица	1	10 000	10 000	ежемес.
ИТОГО	12			
ВСЕГО по предприятию	19	70 000	70 000	

2.2 Основные техника – экономические показатели предприятия

Технико-экономические показатели являются неотъемлемой и весьма существенной частью каждого проекта и конечным результатом его разработки. Они служат основанием для решения вопроса о целесообразности строительства предприятий и сооружений на запроектированных параметрах и утверждения проектной документации для строительства. Основные технико-экономические показатели являются обобщающими параметрами предприятия. В своей совокупности эти показатели отражают общее состояние дел на предприятии в производственно-технической, хозяйственно-финансовой, инновационной, коммерческой, социальной сферах. Каждый показатель в отдельности обобщенно характеризует одно из направлений (сторон) его внутренней или внешней деятельности. Анализ основных

технико-экономических показателей включает в себя: сравнение оцениваемых показателей предприятия с соответствующими показателями других предприятий, осуществляющих аналогичную деятельность; сопоставление различных показателей предприятия между собой; сопоставление одноименных показателей предприятия за различные временные периоды; сопоставление плановых и фактически достигнутых показателей предприятия.

Табл.2. Основные технико-экономические показатели деятельности ООО «Манго»

№	Показатели	Единицы измерения	Факт		Относительная величина, %
			2014 г.	2015 г.	
1	Объем производства продукции	Тыс. тонн.	7200	7246	100,6
2	Объем реализованной продукции	Тыс. руб	23604	33527	142,04
3	Среднесписочная численность ППП в том числе: численность рабочих, численность служащих.	Чел.	19	19	100
7.	Фонд оплаты труда	Тыс. руб.	4470	5230	116.99
8.	Среднемесячная заработная плата одного работника	руб.	19605	22939	116.99
10.	Себестоимость реализованной продукции	Тыс. руб.	23296	32098	137.8
11.	Затраты на 1 руб. реализованной продукции	Руб.	0.99	0.96	97
12.	Производительность труда	Тыс. руб./чел	375	349	93,0
13.	Среднегодовая стоимость оборотных средств	Тыс. руб.	15235	18948	124,3
14.	Прибыль от реализованной продукции	Тыс. руб.	308	1429	464
15.	Прибыль отчетного периода	Тыс. руб.	1080	942	87.2
16.	Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия (после уплаты налогов и т.д.)	Тыс. руб.	705	593	84,1
17.	Рентабельность продукции	%	1,3	4,5	-

В отчетном году объем производства продукции увеличился по сравнению с предыдущем годом на 0.6 % .

Показатель товарной продукции (объем выпущенной предприятием продукции в стоимостном выражении) в отчетном году увеличился по сравнению с предыдущем годом на 42 %, что вызвано расширением рынка сбыта (поиск новых покупателей). Показатель товарной продукции предопределяет значение показателя реализованной (объем продаж) продукции. Объемы выпуска товарной продукции равны объемам ее реализации (продажи) это происходит, потому что предприятие работает под заказ.

Показатель объема реализованной продукции в отчетном году также увеличился на 42 % по сравнению с предшествующим годом, что явилось следствием тех же причин, которые вызвали увеличение показателя товарной продукции.

Среднесписочная численность ППП на предприятии в отчетном году не изменилась и составила 19 человек.

Фонд оплаты труда увеличился на 17 % и составил в отчетном году 5230 тыс. руб., что преимущественно связано с ростом объема реализованной продукции.

Среднемесячная заработная плата одного рабочего - это отношение Фонда оплаты труда к среднесписочной численности ППП. Данный показатель увеличился на 17% вследствие увеличения Фонда оплаты труда.

Себестоимость реализованной продукции – это затраты сырья и материалов, топлива и энергии, трудовых ресурсов, амортизация основных фондов, отчисления на социальные нужды, а также другие затраты на производство и реализацию продукции. В отчетном году себестоимость реализованной продукции увеличилась по сравнению с прошлым годом на 37.8 % и составила 32098 тыс. руб. В связи с отсутствием точных данных по структуре себестоимости, на основе вышеизложенных данных можно предположить, что это произошло, потому что существенно возросла сумма материальных затрат на сырье и материалы.

Затраты на один рубль реализованной продукции – это отношение себестоимости реализованной продукции к объему реализованной продукции. В отчетном году по сравнению с предыдущим годом данный показатель увеличился на 97 % и составил 0,96 руб.

Среднегодовая стоимость оборотных средств увеличилась в отчетном году на 3713 тыс. руб. (24%) и составила 18948 тыс. руб. Рост показателя среднегодовой стоимости оборотных средств является следствием увеличения материальных затрат.

Чистая прибыль – прибыль, остающаяся у организации после уплаты налогов. Прибыль является основной целью предпринимательской деятельности и конечным результатом работы предприятия. В условиях рыночных отношений предприятие стремится к получению максимальной прибыли. Она является не только источником формирования финансовых средств предприятия, но и одним из источников фондов федерального и местного бюджетов.

В отчетном году этот показатель уменьшился и составил 593 тыс.руб.

Рентабельность изделия является отношением прибыли от реализации к себестоимости реализованной продукции. Можно сделать вывод, что рентабельность изделия в отчетном году увеличилась и составила 4.5 %, по сравнению с предшествующим годом, в котором значение показателя составило 1.3 %.

Рентабельность производства является отношением прибыли отчетного периода к сумме среднегодовой стоимости основных производственных фондов и среднегодовой оборотных средств. Можно сделать вывод по сравнению с рентабельностью отчетного периода, этот показатель в отчетном году увеличился и составил 5 % по сравнению с предшествующим отчетному годом, в котором значение показателя было 7.1 %.

Для обеспечения наиболее полного удовлетворения потребностей покупателей продукции необходимо, чтобы предприятие выполняло план не только по общему объему продукции, но также по ассортименту.

Ассортимент - перечень наименований выпускаемой предприятием продукции с указанием объемов выпуска по каждому ее виду.

Расширение ассортимента является для предприятия средством привлечения покупателей с различными вкусами и потребностями и развивается в различных направлениях.

Анализ ассортимента выпускаемой продукции производится на основании перечня выпускаемой продукции, который включает в себя наименование товара, общую годовую выработку и цену единицы товара на отчетный и предшествующий отчетному года.

Для наглядного рассмотрения и анализа наименований и видов продукции ассортимент представлен в таблице 3.

Таблица 3. Ассортимент выпуска продукции.

Наименование продукции	Прошлый год		Отчетный год		Динамика, %	
	Общая выработка, шт	Цена единицы продукции, руб.	Общая выработка, шт	Цена единицы продукции, руб.	По выработке	По ценам
Кровать	100	5000	108	5500	108	110
Комод с 5 ящиками	90	3000	100	3500	111	110
Тумба с ящиками	72	2000	89	2500	123.6	125
Столик туалетный	150	1350	155	2000	103	148
Зеркало	200	900	205	1100	102.5	122
Итого	612	-	657	-	-	-

Анализ ассортимента выпуска продукции показал, что общая выработка всей продукции в отчетном году по сравнению с предыдущим годом увеличилась в среднем на 9,0%, это положительный фактор, который говорит, прежде всего, о том, что предприятие имеет положительную динамику роста выпуска продукции и имеет все необходимые ресурсы для того, чтобы увеличивать свое производство.

Из таблицы видно, что цены на продукцию за анализируемый год выросли, что свидетельствует о небольшом росте цен.

Данные в таблице указывают на то, что преобладающими видами выпускаемой продукции, являются зеркало, туалетный столик, выпуск которых за отчетный год составил 200, 150, 100 шт соответственно. Эти данные указывают на то, что данные виды продукции являются для предприятия основными, в то время как другие виды продукции выпускаются в меньшем объеме. Но данный фактор не является отрицательным, т.к. в данном случае цифровые значения в таблице не отражают реальную ситуацию производства, которая, в свою очередь, обусловлена спецификой работы предприятия. В связи с тем, что ООО «Манго» работает по системе заказов мебельных организаций, занимающихся изготовлением мебели. Также меньший объем выпуска этих видов может быть обусловлен, меньшим весом единицы продукции. То, что этот фактор в данном случае не является отрицательным, подтверждает и динамика роста по выработке, которая составила в среднем 109% для каждого вида продукции.

Также проведенный анализ показал, что за анализируемый период на фирме не были введены в производство новые виды продукции, этот фактор не является положительным, т.к. говорит о том, что предприятие не развивается в экономическом смысле.

Проведенный анализ выпуска продукции показал, что предприятие работает стабильно с тенденцией к увеличению производства, но руководству ООО «Манго» необходимо разрабатывать пути для дальнейшего развития организации, расширять ассортимент выпускаемой продукции, потому что в условиях современной рыночной экономики и высокой конкуренции «неразвивающаяся компания – мертвая компания».

Анализ себестоимости продукции имеет большое значение в системе управления затратами. Он позволяет выяснить изменения данного показателя, выполнение плана по его уровню, определить влияние факторов на его прирост, установить резервы и дать оценку работы предприятия по использованию возможностей снижения себестоимости продукции. Анализ себестоимости представлен в нижеприведенной таблице.

Таблица 4. Анализ структуры себестоимости продукции.

Элементы затрат	2014 год		2015 год		Отклонение	
	Тыс. руб.	Удельный вес, в %.	Тыс. руб	Удельный вес,в %	Тыс. руб.	По удельному весу, в %
Всего затрат, в том числе:	23296	100,0	32098	100,0	+ 8802	0
Материальные затраты	17070	73.3	20577	64	+3573	- 9.3
Затраты на оплату труда	282	1.2	330	1	+48	- 0.2
Отчисления на соц. нужды	73	0.3	86	0.27	+13	- 0.03
Амортизация	140	0.6	257	0.73	+117	+ 0.13
Прочие затраты	5731	24.6	10848	34	+5117	+9.4

Анализ структуры себестоимости продукции на ООО «Манго» показал, что полная себестоимость продукции в отчетном году по сравнению с предыдущим годом увеличились на 8802 тыс. руб, в основном за счет увеличения прочих затрат, которые увеличились на 5117 тыс .руб. и в процентном выражении на 9.4 %

Затраты на оплату труда увеличились незначительно по сравнению с материальными затратами на 48 тыс. руб. и составили 330 тыс.руб. в отчетном году, а в процентном выражении уменьшились на 0.2%

Затраты на социальные нужды и амортизация тоже увеличились, Увеличение затрат произошло на 13 тыс.руб., а амортизации на 117 тыс.руб.. В процентном выражении амортизация увеличилась на 0.13%. Увеличение этих двух показателей очень незначительное, поэтому они не могут оказать существенного влияния на уменьшение себестоимости.

2.3 Диагностика и анализ финансового состояния фирмы.

Прочность финансового положения любого предприятия в значительной степени зависит от целесообразности и правильности вложения финансовых ресурсов в активы. Уплотненный баланс является упрощенной формой бухгалтерского баланса. Его составление производится путем сложения схожих показателей, например, готовая продукция и товары для перепродажи, капитальные и финансовые вложения, специальные фонды и целевое финансирование и т.д. Таким образом, суть исходного бухгалтерского баланса не искажается, а происходит упрощение в целях дальнейших расчетов экономических показателей**.**

Таблица 5.Данные бухгалтерского баланса за отчетный период

Статьи баланса	Код статьи	На начало периода	На конец периода
Актив			
1. Внеоборотные активы			
Нематериальные активы	110	1600	1580
Основные средства	120	-	-
Незавершенное строительство	130	-	-
Доходные вложение в материальные ценности	135	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140	-	-
Прочие внеоборотные активы	150	-	-
Итого по разделу 1	190	1600	1580
2. Оборотные активы			
Запасы в т. ч	210	3506	3068
Сырье материалы и др. аналогичные ценности.	211		
Затраты в незавершенном производстве	213	17	93
Готовая продукция и товары для продажи	214	-	-
Товары отгруженные	215	-	-
Расходы будущих периодов	216	-	-

Прочие запасы и затраты	217	-	-
НДС	220	380	412
Дебиторская задолжность (платежи более чем через 12 месяцев)	230	-	-
Дебиторская задолжность (платежи менее чем через 12 месяцев)	240	21	0
Краткосрочные финансовые вложения	250	-	-
Денежные средства	260	47	165
Прочие оборотные активы	270	-	-
Итого по разделу 2	290	85	258
Баланс (сумма строк 190+290)	300	1685	1838
Пассив			
3 Капитал и резервы			
Уставной капитал	410	1600	1600
Добавочный капитал	420	-	-
Резервный капитал	430	-	-
Целевые финансирование и поступление	450	-	-
Нераспределенная прибыль прошлых лет	460	-	-
Непокрытый убыток прошлых лет	465	-	-
Нераспределенная прибыль отчетного года	470		-
Непокрытый убыток отчетного года	475	1	134
Итого по разделу 3	490	1601	1734
4. Долгосрочные обязательства	590	-	-
5 Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	610	81	81
Кредиторская задолженность	620	3	23
Задолжность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	-	-
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	60	-	-
Итого по разделу 5	690	84	104
Баланс (сумма строк 490+590+690)	700	1685	1838

Анализ качественных сдвигов в имущественном положении предприятия. На основании сравнительно-аналитического баланса нетто, приведенного в таблице 1, можно сделать следующие выводы: в составе имущества предприятия на начало года (НГ) основные средства и внеоборотные активы составили 1600 тысяч руб. или 94,96%. За отчетный период они уменьшились на 20 тыс. руб. в абсолютном выражении и, соответственно, на 8,99%. А их доля в общей стоимости активов уменьшились до 85.96%. Это значит, что материально-техническая база предприятия уменьшилась.

В тоже время оборотные средства предприятия увеличились на 173 тысяч руб. или 8.99%, а их доля в общей стоимости активов увеличилась до 14,04%. Что же касается наиболее мобильной части оборотных средств денежных средств, то произошло их увеличение с 47 тыс. руб. до 165 тыс. руб., и, доля относительных единиц 2,79% до 8,98 %. Также у предприятия, как на начало, так и на конец года (КГ) отсутствует готовая продукция и товары для перепродажи. Следует отметить, что за анализируемый период предприятие взяло кредит со сроком погашения более 12 месяцев. Анализ изменения производственного потенциала предприятия. Производственный потенциал любого предприятия складывается из основных средств, производственных запасов и незавершенного производства. Для анализа производственного потенциала на основе бухгалтерскою баланса делается таблица, в которой указываются выше перечисленные показатели на конец и на начало анализируемого периода в абсолютных и относительных величинах, а также темп роста и изменения за отчетный период.

На основании данных бухгалтерского баланса необходимо оценить достаточность источников финансирования для формирования материальных оборотных средств. Для наглядного и более удобного восприятия, анализ выполнен и представлен в сводных таблицах.

Таблица 6. Анализ достаточности источников финансирования для формирования материальных оборотных средств.

Показатели	Формула расчета	На начало года	На конец года	Изменения
Капитал и резервы (Q)	Стр. 490	1601	1734	+133
Внеоборотные активы (F)	Стр.190	1600	1580	20
Долгосрочные пассивы(Кт)	Стр.590			
Краткосрочные кредиты и займы (Kt)	Стр.610	81	81	0
Наличие собственных оборотных средств (СОС)	Q-F	1	154	+153
Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (КФ)	(Q+Кт) - F	1	154	+153
Общая величина основных источников формирования	(Q+Кт + Kt) - F	82	235	+171

запасов и затрат (ВИ)					
Запасы и затраты (33)	Стр. 210+стр. 220		4764	3723	1041
Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств (± Ф)	СОС – 33		32	121	+89
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (±Ф)	КФ - 33		32	121	+89
Излишек (+) или недостаток (-) общей велечены основных источников формирования запасов и затрат (± Ф)	ВИ - 33		49	202	+153
Трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации S (Ф) = [S(± Ф),S(±Ф), S(±Ф)]	S(Ф) = {	1, если Ф≥0	(1;1;1)	(1;1;1)	
		0, если Ф ≤0			

Таблица 7. Сводная таблица показателей по типам финансовых ситуаций

Показатели	Тип финансовой ситуации			
	Абсолютная независимость	Нормальная независимость	Неустойчивое состояние	Кризисное состояние
$\pm Ф^{с} = СОС - 33$	$Ф^{с} \geq 0$	$Ф^{с} < 0$	$Ф^{с} < 0$	$Ф^{с} < 0$
$\pm Ф^{т} = КФ - 33$	$Ф^{т} \geq 0$	$Ф^{т} \geq 0$	$Ф^{т} < 0$	$Ф^{т} < 0$
$\pm Ф^{о} = ВИ - 33$	$Ф^{о} \geq 0$	$Ф^{о} \geq 0$	$Ф^{о} \geq 0$	$Ф^{о} < 0$

Анализ источников финансирования показал, что у ООО «Манго» излишек собственных средств 89 тыс. руб., а также излишек собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат 89 тыс. руб. и общей величины основных источников формирования запасов и затрат на 153 тыс. руб.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что у предприятия Абсолютная независимость, т.к. анализируемые показатели соответствуют нормативам, приведенных в сводной таблице, следовательно, оно является платежеспособным, но

зависит от внешних источников финансирования, так как собственных оборотных средств у него недостаточно.

Для оценки кредитоспособности предприятия проводится анализ ликвидности баланса.

Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежные средства соответствует сроку погашения обязательств.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении имущества (средств) по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в порядке убывания ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения. Анализ ликвидности баланса представлен в таблице 8.

Таблица 8. Анализ ликвидности баланса предприятия

АКТИВ				ПАССИВ				Платежный излишек или недостаток (+,-)	
Группа актива	Способ расчета	На начало периода	На конец периода	Группа пассива	Способ расчета	На начало периода	На конец периода	На начало периода	на конец периода
А 1 наиболее ликвидные активы	Стр. 250 + стр 260	47	165	П1 наиболее срочные обязательства	Стр. 620	3	23	+ 44	+ 142
А 2 быстрореализуемые активы	Стр. 240	1	0	П2 краткосрочные пассивы	Стр. 610 + 630 + 660	81	81	- 60	-81
А 3 медленнореализуемые активы	Стр.210 + стр220 +стр230 + стр270	3886	3488	П3 долгосрочные пассивы	Стр.590 + стр.640 +стр 650	__	___	+3886	+3488
А 4 труднореализуемые	Стр190	1600	1580	П4 постоянные пассивы	Стр. 490	1601	1734	-1	-154

БАЛАНС		5.554	5.233	БАЛАНС		1685	1838	-	-

Из произведенного анализа ликвидности баланса видно, что на начало периода:

Наиболее ликвидные активы больше, чем наиболее срочные обязательства на 44тыс. руб. Быстро реализуемые активы меньше краткосрочных пассивов на 60 тыс. руб. На конец периода:

Наиболее ликвидные активы больше, чем наиболее срочные обязательства на 142 тыс. руб. Быстро реализуемые активы меньше краткосрочных пассивов на 81 тыс. руб. Труднореализуемые активы 154 тыс. руб.

Следующим этапом анализа финансового состояния предприятия является анализ его состоятельности.

Под состоятельностью предприятия понимается способность удовлетворять требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая неспособность обеспечивать обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды, в связи с превышением обязательств должника над его имуществом или в связи с неудовлетворительной структурой баланса должника.

Для анализа и оценки удовлетворительности структуры баланса

используется система критериев, учитывающих текущую ликвидность, обеспеченность собственными средствами и способность предприятия восстановить или утратить платежеспособность в обусловленные строки.

Таблица 9. Оценка состоятельности предприятия

№ п/п	Показатели	Нормальное значение	Величина коэффициентов (в долях единицы)		
			на начало периода	на конец периода	отклонение в динамике (+, –)
1	2	3	4	5	6
1	Общий показатель платежеспособности	$L_1 \geq 1$	278.6	19	-259.6
2	Коэффициент абсолютной ликвидности	$L_2 \geq 0{,}1 \div 0{,}7$	0,6	1,6	1

3	Коэффициент «критической оценки»	Допустимое значение: $L_3 = 0,7 \div 0,8$; оптимальное: $L_3 \approx 1$	0,8	1,5	0,7
4	Коэффициент текущей ликвидности	Необходимое значение $L_4 = 2,0$, оптимальное значение: $L_4 \approx 2,5 \div 3,0$	47,7	35,1	-12,6
5	Коэффициент маневренности функционирующего капитала	Уменьшение показателя в динамике – положительный факт	1	1	0
6	Доля оборотных средств в активах	$L_6 \geq 0,5$	0,7	1,9	1,2
7	Коэффициент обеспеченности собственными средствами	L $\geq 0,1$	0,2	0,9	0,7
8	Коэффициент восстановления платежеспособности	Не менее 1,0	—	40.8	40.8
9	Коэффициент утраты платежеспособности	Не менее 1,0	—	43.9	43.9

Для анализа состоятельности предприятия используются следующие коэффициенты:

1.Общий показатель платежеспособности - показывает уровень платежеспособности предприятия.

Коэффициент определяется по формуле:

$$L_1 = \frac{A1 + 0,5 \cdot A2 + 0,3 \cdot A3}{П1 + 0,5 \cdot П2 + 0,3 \cdot П3}$$, где

L1- общий показатель платежеспособности;

А1 -наиболее ликвидные активы (краткосрочные финансовые вложения плюс денежные средства);

А2- быстро реализуемые активы (дебиторская задолженность [платежи менее, чем через 12 месяцев]);

А3- медленно реализуемые активы (запасы плюс НДС плюс дебиторская задолженность, [платежи более, чем через 12 месяцев] плюс прочие оборотные активы);

П1- наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность);

П2- краткосрочные пассивы (кредиты и займы плюс задолженность участникам по выплате доходов плюс прочие краткосрочные обязательства);

П3 - долгосрочные пассивы (долгосрочные обязательства плюс расходы будущих периодов плюс резервы предстоящих расходов);

На ООО «Манго» общий показатель платежеспособности на начало периода составил 278.6, что свидетельствует о невозможности предприятия расплатиться по своим долгам. На конец периода значение данного показателя увеличилось на 19 и составило -259.6

2. Коэффициент абсолютной ликвидности - показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена за счет имеющейся у предприятия денежной наличности. Чем выше его величина, тем больше гарантия погашения долгов.

Коэффициент определяется по формуле:

$L_2 = \frac{A1}{П1 + П2}$, где

L2- коэффициент абсолютной ликвидности;

А1 -наиболее ликвидные активы (Краткосрочные финансовые вложения плюс денежные средства);

П1- наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность);

П2- краткосрочные пассивы (кредиты и займы плюс задолженность участникам по выплате доходов плюс прочие краткосрочные обязательства);

Анализируя коэффициент абсолютной ликвидности можно сделать вывод, что данный показатель находится в норме. На начало года он составил 0,6 и к концу периода коэффициент абсолютной ликвидности увеличился на 1,6 и составил 0,1 т.е. у ООО «Манго» имеются денежные средства, чтобы погасить свои краткосрочные обязательства.

3. Коэффициент «критической оценки» - показывает, какую часть текущей задолженности предприятие может покрыть в ближайшей перспективе при условии полного погашения дебиторской задолженности.

Коэффициент определяется по формуле:

$$L_3 = \frac{A1 + A2}{П1 + П2}$$,где

L3 - коэффициент «критической оценки»;

А1 - наиболее ликвидные активы (краткосрочные финансовые вложения плюс денежные средства);

А2 - быстро реализуемые активы (дебиторская задолженность [платежи менее, чем через 12 месяцев]);

П1- наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность);

П2- краткосрочные пассивы (кредиты и займы плюс задолженность участникам по выплате доходов плюс прочие краткосрочные обязательства);

Анализируя данный показатель можно сделать вывод, что коэффициент находится в норме. На начало года составил 0,8, на конец периода показатель увеличился на 1,5 и составляет на 0,7 - это означает, что денежные средства и предстоящие поступления от текущей деятельности должны покрывать текущие долги.

4. Коэффициент текущей ликвидности - характеризует обеспеченность организации оборотными средствами, оцениваемыми при условии не только своевременных расчетов с дебиторами и благоприятной продажи готовой продукции, но и продажи в случае необходимости прочих элементов материальных оборотных средств.

Коэффициент определяется по формуле:

$$L_4 = \frac{A1 + A2 + A3}{П1 + П2}$$, где

L4 - Общий показатель платежеспособности;

А1 - наиболее ликвидные активы (краткосрочные финансовые вложения плюс денежные средства);

А2 - быстро реализуемые активы (дебиторская задолженность [платежи менее, чем через 12 месяцев]);

А3 - медленно реализуемые активы (запасы плюс НДС плюс дебиторская задолженность, [платежи более, чем через 12 месяцев] плюс прочие оборотные активы);

П1- наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность);

П2 - краткосрочные пассивы (кредиты и займы плюс задолженность участникам по выплате доходов плюс прочие краткосрочные обязательства);

Анализ коэффициента текущей ликвидности показал, что ООО «Манго» обеспечено оборотными средствами, т.к. коэффициент на конец периода равен 47,7 по

сравнению с началом периода увеличился на 35,1- это увеличение произошло за счет продажи готовой продукции.

5. Коэффициент маневренности функционирующего капитала - показывает, какая доля собственных средств предприятия находится в мобильной форме, позволяет более или менее маневрировать этими средствами.

Коэффициент определяется по формуле:

$$L_5 = \frac{A3}{[A1 + A2 + A3] - [П1 + П2]}, \text{ где}$$

L5- общий показатель платежеспособности;

Анализируя коэффициент утраты платежеспособности можно сделать вывод, что предприятие ООО «Манго» имеет реальную возможность сохранить свою платежеспособность в течение трех месяцев, т.к. L 9>1 и равен 13,98.

Полный и достоверный анализ финансового положения предприятия невозможен без анализа его финансовой устойчивости, т.к. финансовая устойчивость является залогом выживаемости и основой стабильности положения предприятия.

Анализ устойчивости финансового состояния на ту или иную дату позволяет ответить на вопрос: насколько правильно предприятие управляло финансовыми ресурсами в течение периода, предшествующего этой дате. Важно, чтобы состояние финансовых ресурсов соответствовало требованиям рынка и отвечало потребностям развития предприятия, поскольку недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для развития производства, а избыточная — препятствовать развитию, отягощая затраты предприятия излишними запасами и резервами. Таким образом, сущность финансовой устойчивости определяется эффективным формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов, а платежеспособность выступает ее внешним фактором.

Абсолютным показателем финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования.

Финансовые коэффициенты представляют собой относительные показатели финансового состояния предприятия. Они рассчитываются в виде отношений абсолютных показателей финансового состояния или их линейных комбинаций. Рассчитанные фактические коэффициенты отчетного периода сравниваются с нормой, со значением предыдущего периода, и тем самым выявляется реальное финансовое

состояние, слабые и сильные стороны предприятия. Оценка финансовой устойчивости предприятия проводится с помощью достаточно большого количества финансовых коэффициентов.

Таблица 10. Оценка финансовой устойчивости

Показатели	Способ расчета	Нормальное ограничение	Значение показателей		Отклонение в динамике (+, -)
Коэффициент капитализации	V=*стр.590+стр.690* / *Стр. 490*	V≤1,5	начало	конец	-
			0,05	0,05	
Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	V=*стр.490+стр.190* / *Стр. 290*	V ≥0,5	0,01	0,5	0,49
Коэффициент финансовой независимости	V= *стр.490* / *Стр. 700*	V ≥0,4-:-0,6	0,9	0,5	-0,4
Коэффициент финансирования	V= *стр. 490* / *Стр.590+стр.690*	V≥0,7оптимальное значение: V= 1,5	19,5	0,94	-18,6
Коэффициент устойчивости	V=*стр.490+стр.590* / *Стр. 700*	V ≥0,6	16,6	0,94	-15,7

1. Коэффициент капитализации - показывает сколько заемных средств по отношению собственным средствам компании.

Коэффициент определяется по формуле: $V_1 = \frac{стр.590 + стр.690}{стр.490}$, где

V1- коэффициент капитализации

строка 590 - Долгосрочные пассивы;

строка 690 - Итого по разделу 6;

строка490 - Итог по разделу 4;

Анализ данного коэффициента показал, что на начало периода V1=0,05и на конец периода V1=0,05 Из вышесказанного можно сделать вывод, что предприятие ООО «Манго» функционирует в основном за счет заемных средств.

2. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования - показывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников.

Коэффициент определяется по формуле: $V_2 = \frac{стр.490 - стр.190}{стр.290}$, где

V2 - коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования ;

строка 490 - Итог по разделу 4;

строка 190 - Итог по разделу 1;

строка 290 - Итог по разделу 2;

Анализ данного коэффициента показал, что на начало периода V2= 0,01 и на конец периода V2= 0,5 эти показатели не соответствует нормативу. Из чего можно сделать вывод, что предприятие ООО «Манго» имеет очень мало собственных источников финансирования и осуществляет свою деятельность в основном за счет заемных средств.

3. Коэффициент финансовой независимости - показывает удельный вес собственных средств в общей сумме источников финансирования.

Коэффициент определяется по формуле: $V_3 = \frac{стр.490}{стр.700}$, где

V3- Коэффициент финансовой независимости

строка 490 - Итог по разделу 4;

строка 700 - Баланс;

Анализ данного коэффициента показал, что на начало периода V3=0,9 и на конец периода V3=0,5, следовательно, не соответствует нормативу, но наблюдается отклонение в динамике на 0.4 - отрицательный факт. Из вышесказанного можно сделать вывод, что предприятие «Свободный 20» финансово зависимо от внешних источников финансирования, т.к. почти не имеет собственных.

4. Коэффициент финансирования - показывает, какая часть деятельности финансируется за счет собственных средств, а какая - за счет заемных средств.

Коэффициент определяется по формуле: $V_4 = \frac{стр.490}{стр.590 + стр.690}$,где

V4-Коэффициент финансовой независимости;

строка 590-Долгосрочные пассивы;

строка 690- Итого по разделу 6;

строка490- Итог по разделу 4;

Анализ данного коэффициента показал, что на начало периода V4=19,5 и на конец периода V4=0.94, следовательно, не соответствует нормативу, но наблюдается спад в динамике на 18,6-отрицательный факт. Из вышесказанного можно сделать вывод, что предприятие финансово зависимо от заемных средств, т.к. имеет очень скромные собственные ресурсы.

5. Коэффициент финансовой устойчивости - показывает, какая часть актива финансируется за счет устойчивых источников.

$V_5 = \frac{стр.490 + стр.590}{стр.700}$, где

V5- Коэффициент финансовой устойчивости

строка 490 - Итог по разделу 4;

строка 700 - Баланс;

строка 590 - Долгосрочные пассивы;

Анализ данного коэффициента показал, что на начало периода V5=1

и на конец периода V5=1 следовательно, соответствует нормативу-положительный факт. Из вышесказанного можно сделать вывод, что предприятие ООО «Манго» финансово неустойчиво.

Помимо оценки финансового состояния и финансовой устойчивости еще одним важнейшим показателем финансовой деятельности предприятия является показатель его деловой активности. Результаты этой оценки служат визитной карточкой, рекламой, досье, позволяющими определить переговорную позицию предприятия при контактах с представителями различных партнерских групп. Система экономического рейтинга промышленных, торговых, финансовых корпораций в развитых капиталистических странах, основанная на такой оценке, четко определена.

Таблица 11. Основные показатели деловой активности.

Показатели	Способ расчета	Отчетный период	Аналогичный	Отклонение(+ , -)
Ресурсоотдача	da = выручка от продаж / стр. 190+290	15,7	18,04	-2,34

Коэффициент оборачиваемости мобильных средств	da = выручка от продаж / стр. 290	31,2	129,9	-98,7
Срок оборачиваемости материальных средств, дней	da = выручка от продаж / стр. 490	16,6	19,3	-2,7
Срок оборачиваемости материальных средств, дней	da = (стр. 210+стр 220) x t / выручка от продаж	0,14	0,1	0,04
Срок оборачиваемости денежных средств, дней	da = стр 260 x t / выручка от продаж	0,01	0,04	-0,03

Коэффициент оборачиваемости мобильных средств - показывает скорость оборота (в количестве оборотов за период) оборотных активов предприятия.

Коэффициент рассчитывается по формуле:

da_2 = Выручка от продаж, где
стр 290

da_2 - Коэффициент оборачиваемости мобильных средств;

строка 290 - Итог по разделу 2;

Анализ коэффициента оборачиваемости мобильных средств, показал уменьшение в динамике на -98,7 и составил 31.2 в отчетном периоде - это отрицательный фактор, который означает, что у предприятия высокая скорость оборачиваемости мобильных денежных средств, необходимые предприятию для осуществления финансовых маневров.

3. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала - показывает скорость оборота (в количестве оборотов за период) собственного капитала предприятия.

Коэффициент рассчитывается по формуле:

da_3 = Выручка от продаж, где
стр 490

da_3 - коэффициент оборачиваемости собственного капитала;

строка 490 - Итог по разделу 4;

Анализ коэффициента оборачиваемости собственного капитала, показал уменьшение в динамике на 2,7 и составил 16.6 в отчетном периоде - это отрицательный фактор, т.к. скорость оборота капитала уменьшилась.

4. Срок оборачиваемости материальных средств, дней - показывает число оборотов запасов и затрат за анализируемый период.

Коэффициент рассчитывается по формуле:

$da_4 = \frac{стр\ 210 + стр\ 220 \times t,\ где}{Выручка\ от\ продаж}$

da_4 - срок оборачиваемости материальных средств, дней.

строка 210 - запасы;

строка 220 - налог на добавленную стоимость;

t - отчетный период(в календарных днях);

Анализ срока оборачиваемости материальных средств, показал увеличение в динамики на 0,04 и составил 0,14 - это отрицательный факт. Срок оборачиваемости денежных средств, дней - показывает скорость оборота денежных средств.

Коэффициент рассчитывается по формуле:

$da_5 = \frac{стр\ 260 \times t, где}{Выручка\ от\ продаж}$

da_5 - Срок оборачиваемости денежных средств, дней.

строка 260 - денежные средства

t - отчетный период в календарных днях(365дней);

Анализ срока оборачиваемости денежных средств, показал уменьшение в динамики на 0,03 и составил 0,01 в отчетном периоде.

Проведенный анализ деловой активности показал, что у ООО «Манго» достаточная низкая оборачиваемость оборотных средств и собственного капитала и в динамике эти показатели имеют тенденции к значительному снижению. Такие показатели являются отрицательными и говорят о том, что руководство предприятия не может эффективно и быстро распределять полученную прибыль, а, следовательно, имеет низкую деловую активность. Руководству ООО «Манго» необходимо более динамично вести коммерческую свою коммерческую деятельность и своевременно распределять полученные доходы, т.к. повышение оборачиваемости оборотных средств и капитала повлечет увеличение прибыли.

2.4. Анализ конъюнктуры российского рынка мебели.

Емкость отечественного мебельного рынка, по официальным данным, составляла в 2012 году около 550 млн. долларов, в 2013-м - почти 750. При этом около 30% рынка составлял импорт. Учитывая, что импортируется в основном дорогая мебель и большинство импортеров значительно занижают данные о ценах, можно предположить, что реально доля импорта составляет около 40%, а реальная емкость рынка превышает 1 млрд. долларов. Другие оценки дают цифру примерно того же порядка. О росте мебельного рынка и нехватке мощностей по производству качественной мебели свидетельствуют тот факт, что, если сравнить Россию с Европой, то получится, что в Европе на одно мебельное предприятие приходится 5 тысяч жителей, а у нас - в 15 раз больше.

Пока отечественные производители проигрывают иностранным. Ситуацию усугубляет приход на отечественный мебельный рынок таких монстров, как Ikea. Однако не все потеряно. Дело в том, что для создания компактного производства качественной мебели нужны не такие уж большие инвестиции, особенно если модернизировать действующие мощности и приобретать бывшее в употреблении оборудование. Копировать же удачные дизайнерские решения зарубежных производителей наши мебельные предприятия научились давно. Этого, а также доступа к источнику качественных ламинированных древесно-стружечных плит уже достаточно для того, чтобы начать производить пользующуюся спросом мебель. Однако есть две глобальные проблемы: первая - дефицит на рынке качественной ламинированной древесно-стружечной плиты, вторая - масштабные вложения в раскрутку брэнда для обеспечения успеха продаж, что мелким производителям не потянуть. Однако проблемы это решаемые, и прежде всего в рамках интеграции производителей древесины и мебели. Несмотря на активную экспансию на рынок западных производителей, один из серьезных шансов отечественных предприятий ЛПК заключается в инвестициях в производство мебели. Эффективность деятельности по реализации продукции мебельного производства зависит от активного воздействия на процесс формирования спроса населения. Положение с удовлетворением спроса на мебельную продукцию резко различается по регионам России. Рынок этой продукции весьма неоднороден, что связано с сильной дифференциацией доходов населения и неравномерностью размещения производства мебели. Объективной тенденцией

становится расширение рынка сбыта продукции за счет изменения географии поставок продукции в более удаленные районы Урала, Сибири, а также стран Средней Азии по более высоким ценам (не является исключением из правил и компания «Свободный 20»). На российском рынке с 1995 по 2012 год предложение мебели западного качества было ориентировано в основном на слои населения с очень высокими доходами. Сегодня большая часть спроса остается неудовлетворенной, прежде всего в отношении недорогой качественной мебели. Российские производители в значительной степени отстают от иностранных производителей в том, что касается производительности труда и качества мебели. Кроме того, ассортимент их продукции ограничен, им не хватает опыта в проведении маркетинга производимой ими продукции, организации рекламной деятельности.

Начиная с 1992 г., российский рынок заполняется импортной мебелью. По данным таможенной статистики, ее доля в общем объеме продаж на рынке России выросла с 9% в 1990 г. до 12% в 2013 г. Мебель в Россию экспортируют 107 стран мира. Лидирующее место среди экспортеров принадлежит Италии, Германии, Польше, Финляндии и Словении. В последние 2-3 года определенную нишу на мебельных рынках крупных городов, в основном Москвы и Санкт-Петербурга, где покупательная способность населения выше, а доля импортной мебели в общем объеме продаж достигает 10-55%, продолжает активно завоевывать мебель из Великобритании, вытесняя отечественных производителей.

Сложилась неблагоприятная ситуация на рынке мебели. Из-за маркетинговой безграмотности Российские производители мебели в погоне за прибылью резко подняли цены на свою продукцию, не соответствующие потребительским свойствам и качеству отечественной мебели. В результате, зарубежные производители мебели оказались более конкурентоспособными и вытеснили на российском рынке отечественных производителей.

Чтобы удержать твердые позиции на рынке, необходимо повышать конкурентоспособность продукции, ее качество. На морально и физически устаревшем оборудовании этого добиться трудно. Нужны капитальные вложения. Государство прекратило финансирование мебельных предприятий, а собственных средств на реконструкцию и модернизацию производства не хватает. Выход из этой ситуации есть. Это - совершенствование ВЭД, выбор правильной внешнеэкономической стратегии, международный маркетинг и лизинговые операции.

3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ООО «МАНГО»

3.1 Расширение ассортимента продукции

Проведенный в настоящей дипломной работе анализ финансово -хозяйственной деятельности ООО «Манго» выявил необходимость в совершенствовании его коммерческой деятельности. В связи с этим, в настоящей главе предлагаются мероприятия по совершенствованию стратегии маркетинга ООО «Манго», с целью увеличения его доходов, а также улучшения его финансового состояния.



Рис. 2 Мероприятия по развитию стратегии маркетинга

Первым мероприятием по улучшению коммерческой деятельности ООО «Манго» предлагается расширение ассортимента выпускаемой продукции, т.к. расширение ассортимента продукции является для предприятия средством привлечения покупателей с различными вкусами и потребностями и позволяет развиваться предприятию в различных направлениях. Выпуская близкие по своим потребительским качествам товары (товары-заменители), предприятие добивается тем самым их дифференциации в соответствии с различными вкусами потребителей одного типа товара и получает конкретное преимущество.

Расширение ассортимента выпускаемой продукции является для предприятия наиболее надежным средством завоевания конкурентных преимуществ.

Т.к. главной целью расширения ассортимента выпускаемой продукции является производство тех товаров, которые максимально удовлетворяли бы запросы потребителей и приносили высокие прибыли, то прежде чем выбрать какой именно новый вид продукции необходимо ввести в производство ООО «Манго», было произведено изучение рынка мебели.

Изучение конъюнктуры рынка вышеуказанных товаров, изучение вкусов потребителей, показало что в следствии последних тенденций в дизайне и архитектуре жилых помещений, у населения появилась потребность в хорошей мебели и в эстетическом оформлении своих домов, поэтому, т.к. ООО «Манго» специализируется на производстве мебели, предлагается, с целью расширения уже выпускаемой продукции, ввести в производство новый вид товара – полки. Затраты на выпуск полок приведены в таблице 13.

Таблица 13. Калькуляция себестоимости производства полок

Наименование статей затрат	На 1 тонну, руб.	На 1 штуку, (5кг)
Основное сырье	60000,00	300
Дополнительное сырье	16000,00	80
Транспортно-заготовительные расходы	1600,00	8
Топливо	1000,00	5
Электроэнергия	6000,00	30
Основная зарплата произв. рабочих	24000,00	120
Дополнительная зарплата произв. рабочих	2000,00	10

Отчисления в соц. страх.	5000,00	25
Общезаводские расходы	7000,00	35
Производственные расходы	122600,00	613
Полная себестоимость	122600,00	613
Прибыль 20%	29400,00	147
Оптовая цена	152000,00	760
НДС 18%	27400,00	137
Оптово отпускная цена	179400,00	897

Расчет дохода от введения в производство нового вида продукции – полок:

Для расчета дохода от вышеуказанного мероприятия в настоящей дипломной работе используются примерные значения и показатели, т.к. все предполагаемые мероприятия являются прогнозом на будущее и на данный момент невозможно учесть абсолютно всех факторов, которые могут оказать влияние в будущем на доходность предполагаемого мероприятия.

1) Определяем примерный объем продаж полок в год

Изучение спроса потребителей мебельной продукции показал, что примерно каждый пятый покупатель хотел бы приобрести полки для украшения комнаты дома.

Соответственно годовой объем продаж (V продаж) составит 320 шт.

2) Определяем годовую выручку от продажи полок

Выр. прод. = V продаж x Цена , где

Выр. прод. – выручка от продажи полок за год (тыс. руб.) ;

V продаж – годовой объем продаж, т.е. количество полок, которое предполагается продать за год (шт.);

Цена – оптовая цена единицы продукции (руб.)(табл.13) ;

Выр.прод. = 320 x 760 = **243,2 тыс.руб**

3) Определяем себестоимость годового объема продаж полок

С год. = С прод. x V продаж , где

С год. – годовая себестоимость полок (тыс. руб.) ;

С прод. – себестоимость одного полки (руб.) (табл.13) ;

V продаж – годовой объем продаж полок (шт.) (п.1).

С год. = 613 x 320 = **196,2 тыс.руб.**

4) Определяем годовую прибыль от продажи полок

П = Выр. прод. – С год., где

П – годовая прибыль от продажи полок (тыс. руб.) ;

Выр. прод. - годовая выручка от продажи полок (тыс. руб.) ;

С год. – годовая себестоимость полок (тыс. руб.).

П = **243,2 - 196,2** = **47 тыс. руб.**

5) Определяем чистую годовую прибыль от продажи полок

ЧП = П – Нпр. , где

ЧП – чистая годовая прибыль предприятия от продажи полок, т.е. прибыль, которая останется у предприятия после уплаты налогов (тыс. руб.) ;

П- годовая прибыль от продажи полок (тыс. руб.) ;

Нпр. – налог на прибыль составляет 20%.

ЧП = 47 - 20% = **37.6 тыс.руб.**

Рассчитанные показатели экономического эффекта от введение в производство полок представлены в сводной таблице 14.

Таблица 14. Расчет экономического эффекта от внедрения в производство нового вида продукции – полок

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	Сумма
1	Объем продаж	шт.	320
2	Выручка от продаж	тыс.руб.	243,2
3	Себестоимость продукции	тыс.руб.	196,2
4	Прибыль от продажи продукции	тыс.руб.	47
5	Чистая прибыль	тыс.руб.	37.6

Таким образом, расчет дохода показал, что внедрение в производство нового вида продукции полок принесет предприятию чистую прибыль **37.6** тыс. руб. Незначительная сумма прибыли не должна пугать, т.к. является только приблизительным значением и на начальном этапе. Но при грамотной коммерческой деятельности руководства ООО «Манго», улучшении качества, номенклатуры и других качественных показателей этого вида продукции, чистая прибыль от производства и продажи полок может быть увеличена в разы.

3.2 Организация розничной торговли

В процессе коммерциализации российской экономики особую значимость приобретает рассмотрение такой важной формы реализации товаров, как розничная торговля.

Коммерческая работа по продаже товаров в розницу отлична от оптовой продажи своими особенностями. Розничная торговля – это реализация продукции (товаров, услуг) в небольших количествах конечному покупателю.

Так как ООО «Манго» на сегодняшний момент ориентировано на оптовых покупателей и осуществляет только оптовую торговлю, то внедрение розничной продажи выпускаемой продукции позволит увеличить доходы предприятия и выступит своеобразной рекламой производимой продукции среди населения.

Дальнейший расчет дохода от введения розничной торговли – как мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности, произведен в настоящей дипломной работе на основе примерных данных, некоторые показатели и затраты являются средневзвешенными по региону и могут варьироваться в зависимости от экономической ситуации в стране, уровня инфляции и других факторов.

Расчет и экономическое обоснование коммерческих годовых затрат на организацию розничной торговли:

1. Затраты на оплату труда. Планируется принять на работу одного продавца, с должностным окладом 10,0 тыс.руб. в месяц, согласно штатному расписанию, который включает отчисления на социальные нужды.

Затраты на оплату труда (годовые) = 10,0 тыс.руб. х 12 мес.= 120,0 тыс.руб.

Отчисления на соц.нужды (ЕСН) = З/п х 34 % = 31.2 тыс.руб.

Итого на оплату труда с отчислениями = З/п + отчисления в фонды = 151.2 тыс.руб.

2. Затраты на техническое оснащение:

Стоимость кассового аппарата = 30,0 тыс.руб.

3. Затраты на рекламу в газете.

Затраты на рекламу = Стоимость одной публикации х Кол-во публикаций = 800 руб. х 50 =40,0 тыс.руб.

4. Затраты на вывеску = 2,5 тыс.руб.

Итого затрат : **223.5 тыс.руб.**

Все рассчитанные затраты на организацию розничной торговли, в целях наглядности сведены и представлены в сводной таблице 15.

Таблица 15. Коммерческие годовые затраты на организацию розничной торговли

№ п/п	Наименование статей затрат	Сумма затрат,

		тыс. руб
1	Затраты на оплату труда	151.2
2	Затраты на техническое оснащение	30,0
3	Затраты на рекламу, в т.ч. на вывеску	42.5
Итого :		223.5

Следующим этапом оценки доходности предполагаемого мероприятия является расчет доходов от его внедрения.

Расчет дохода от организации розничной торговли :

Расчет осуществляется на основе данных таблиц 15, 16, 17, 18, в которых приведены статьи затрат и розничные цены на выпускаемую продукцию.

1) Определяем примерный объем продаж в год

: Кровать- 150 шт. ; Тумбочки - 100 шт. ;

Зеркало -50 шт.

Табл.15 .Калькуляция кровати

Наименование статей затрат	На 1 тонну, руб.	На 1 штуку (25кг)
Основное сырье	60000	1500
Дополнительное сырье	24000	600
Транспортно-заготовительные расходы	2000	50
Топливо	6000	150
Электроэнергия	1200	30
Основная зарплата произв. рабочих	20000	500
Дополнительная зарплата произв. рабочих	11160	279
Отчисления в фонды	4000	100
Общезаводские расходы	22000	550
Производственные расходы	150360	3759
Полная себестоимость	150360	3759
Прибыль 20%	36080	902
Оптовая цена	186440	4661
НДС 18%	33560	839
Оптово отпускная цена	220000	5500
Наценка 15%	_____	825
Розничная цена	_____	6325

Таблица 17. Калькуляция тумбочки

Наименование статей затрат	На 1 тонну, руб.	На 1 штуку (20кг)
Основное сырье	45000	900
Дополнительное сырье	6000	120
Транспортно-заготовительные расходы	1850	37
Топливо	3000	60
Электроэнергия	5350	107
Основная зарплата произв. рабочих	12500	250
Дополнительная зарплата произв. рабочих	2500	50
Отчисления в фонды	4500	90
Общезаводские расходы	4750	95
Производственные расходы	85450	1709
Полная себестоимость	85450	1709
Прибыль 20%	20500	410
Оптовая цена	105950	2119
НДС 18%	19050	381
Оптово отпускная цена	125000	2500
Наценка 15%	_____	375
Розничная цена	_____	2875

2) Определяем годовую выручку от розничной продажи отдельно по каждому виду выпускаемой продукции

Выр. роз. = V продаж х Цена , где

Выр. роз. – годовая выручка от розничной продажи (тыс. руб.) ;

V продаж – годовой объем продаж (шт.) ;

Цена – розничная цена одной единицы продукции (табл. 16,17,18) (руб.).

Выручка от розничной продажи кровати = 150 х 6325= 952800 руб.

Выручка от розничной продажи тумбочки =100 х 2875=287500 руб.

Выручка от розничной продажи зеркала = 50 х 1265= 63250 руб.

Таблица 18. Калькуляция зеркала

Наименование статей затрат	На 1 тонну, руб.	На 1 штуку (10кг)

Основное сырье	30000	300
Дополнительное сырье	19000	190
Транспортно-заготовительные расходы	13000	13
Топливо	900	9
Электроэнергия	6000	60
Основная зарплата произв. рабочих	9000	90
Дополнительная зарплата произв. рабочих	6000	60
Отчисления в фонды	2100	21
Общезаводские расходы	800	8
Производственные расходы	75100	751
Полная себестоимость	75100	751
Прибыль 20%	18100	181
Оптовая цена	93200	932
НДС 18%	16800	168
Оптово отпускная цена	110000	1100
Наценка 15%	_____	165
Розничная цена	_____	1265

3) Определяем общую выручку от розничной продажи всех видов продукции

Общая выручка от розничных продаж (в т.ч. НДС 18%) = 952800 + 287500 + 63250 = 1303550 руб.

Выручка без НДС = (1217000 / 118)*100= 1104703 руб.

4) Для расчета прибыли, рассчитываем общую годовую себестоимость и годовую себестоимость по каждому виду продукции

Себестоимость кровати = Себестоимость одной штуки х V продажи кровати.

Себестоимость кровати =3759 х 150 = 563850 руб.

Себестоимость тумбочки = Себестоимость одной штуки х V продажи тумбочки

Себестоимость тумбочки = 1709 х 100 = 170900 руб.

Себестоимость зеркала = Себестоимость одной штуки х V продажи зеркала

Себестоимость зеркала = 751 х 50 = 37550 руб.

Общая годовая себестоимость = 563850 + 170900 + 37550 = 772300 руб.

5) Рассчитываем годовую прибыль от розничной продажи

Прибыль от розничной продажи = Выручка от розничной продажи без НДС – Общая годовая себестоимость – Коммерческие расходы

Прибыль от розничной продажи = 1104703 – 772300 – 223500 = 108903 руб.

6) Рассчитываем чистую годовую прибыль от розничной продажи, т.е. прибыль, которая останется у предприятия после уплаты налогов

Чистая прибыль = Прибыль от розничной продажи - налог на прибыль 20%

Чистая прибыль = 35556 - 20% = 87122 руб.

Из, проделанного расчета доходности розничной торговли в ООО «Манго», можно сделать вывод, что организация розничных продаж для ООО «Манго» является экономически выгодным предприятием и увеличит чистую прибыль организации на 87122 руб. в год.

А правильная организация коммерческой работы в рамках розничной торговли в будущем будет способствовать росту товарооборота, достаточно полному удовлетворению совокупного спроса населения и получению коммерческого успеха.

3.3 Совершенствование выпускаемой продукции

Производство продукции, на которую существует спрос потребителей является основной задачей любого промышленно-производственного предприятия. Но современные экономические условия, научно-технический прогресс, другие инновации в производстве не стоят на месте и «диктуют» новые условия и требования к уже выпускаемой продукции.

Высокая конкуренция, как на производственном сегменте, так и на торговом требует постоянного совершенствования выпускаемой продукции.

Совершенствование продукции заключается в том, чтобы придать уже существующему и производимому товару новые свойства, которые повлияют на его характеристики в лучшую сторону, сделаю его более привлекательным для потребителя. Чтобы предприятие могло развиваться, увеличивая свои доходы, ему необходимо, помимо внедрения новых видов продукции, также совершенствовать уже производимые, потому что есть товары, узкого назначения, которые невозможно заменить другим видом.

На основе проведенного анализа в настоящей работе, одним из мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности предлагается усовершенствовать уже выпускаемый на ООО «Манго» продукт – кровать.

Проведенный анализ потребительского рынка, а именно спроса на кровати показал, что спрос на облегченную кровать, у покупателей есть, причем в последнее время имеются тенденции к увеличению спроса именно на облегченный вид этого

продукта. Облегченная кровать отличается от обычной, и важным ее отличием является то, что более низкий вес сказывается на удобстве её передвижение и перемещения.

Для того, чтобы оценить выгодность данного мероприятия необходимо произвести расчет дохода от производства и реализации данного вида продукции.

Расчет производится на основании калькуляции затрат, определенных в таблице 19.

Расчет дохода от производства и реализации усовершенствованного вида продукции – облегченной кровати :

1) Определение потребности в облегченной кровати.

На основании заказов и пожеланий постоянных покупателей продукции ООО «Манго» потребность в облегченной кровати испытывают две оптово-торговые организации, занимающиеся оптовой продажей строительных материалов.

По их предположительной оценке, основанной на спросе покупателей, годовая потребность в облегченной кровати составит примерно 200 штук.

Таблица 19. Калькуляция себестоимости облегченной кровати

Наименование статей затрат	На 1 тонну, руб.	На 1 штуку (10кг)
Основное сырье	145000	1450
Дополнительное сырье	33000	330
Транспортно-заготовительные расходы	12000	120
Топливо	14600	146
Электроэнергия	14000	140
Основная зарплата произв. рабочих	20000	200
Дополнительная зарплата произв. рабочих	18000	180
Отчисления в фонды	8000	80
Общезаводские расходы	8900	89
Производственные расходы	273500	2735
Полная себестоимость	273500	2735
Норма прибыли (20%)	65500	655
Оптовая цена	339000	3390
НДС (18%)	61999	610
Оптово отпускная цена	400000	4000

2) Рассчитываем годовую выручку от продажи облегченной кровати

Выр. = V продаж х Цена , где

Выр. – годовая выручка от реализации облегченной кровати (тыс.руб.);

V продаж – предположительный годовой объем продаж облегченной кровати, т.е. количество выпущенной облегченной кровати, которое предполагается продать за год (т.) ;

Цена – оптовая цена за одну тонну облегченной кровать (руб.)

Выр. = 200 х 3390= 67.8 тыс.руб.

3) Для расчета прибыли, рассчитываем общую годовую себестоимость реализованной в предполагаемом периоде облегченной кровати

С год. = V продаж х С полн. , где

С год. – общая годовая себестоимость облегченной кровати, которую предполагается реализовать в течении года (тыс. руб) ;

С полн. – это полная себестоимость одной тонны облегченной кровати (руб.).

С год. = 200 х 2735= 547 тыс.руб.

4) Рассчитываем прибыль от реализации облегченной кровати

П= Выр. – С год. , где

П- годовая прибыль от реализации облегченной кровати ;

Выр. - годовая выручка от реализации облегченной кровати (тыс.руб.);

С год. – общая годовая себестоимость облегченной кровати, которую предполагается реализовать в течении года (тыс. руб) ;

П = 67 8- 547 = 131 тыс. руб.

5) Определяем чистую прибыль от реализации облегченной кровати

ЧП = П- Нпр. , где

ЧП - чистая годовая прибыль предприятия от продажи кровати, т.е. прибыль, которая останется у предприятия после уплаты налогов (тыс. руб.) ;

Нпр. – налог на прибыль – 20 %

ЧП = 131-20%= 105 тыс.руб.

Расчет доходности производства и реализации более совершенствованного вида кроватей показал, что предприятию выгодно производить данный вид продукции. Производство облегченной кровати позволит увеличить

чистую прибыль предприятия на 105 тыс. руб. в год., а также позволит привлечь новых покупателей, что в свою очередь даст предпосылки к развитию производства и коммерческой деятельности предприятия в целом.

Для определения экономической эффективности от внедрения предложенных в настоящей дипломной работе мероприятий, необходимо сделать расчет экономического эффекта и эффективности этих мероприятий.

Обобщенные данные по основным технико-экономическим показателям предприятия до и после внедрения предложенных мероприятий, а также расчет экономического эффекта (эффективности) представлен в таблице 20 в разрезе каждого мероприятия.

3.4 Расчет экономического эффекта (эффективности) от внедрения предложенных мероприятий

Расчет экономического эффекта (эффективности) от внедрения предложенных мероприятий представлен в таблице 20.

Таблица 20

№ п/п	Технико-экономические показатели	Ед. изм.	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий			Общий результат	Изменения
				1	**2**	**3**		
1	Выручка от продажи	тыс. руб.	33527	+243,2	+1104	+678	35552	+2025
2	Фонд оплаты труда	тыс. руб.	5230	-	+151.2	-	5381,2	+151.2
3	Себестоимость реализованной продукции	тыс. руб.	32098	+196	+996	+547	33613	+1739
4	Затраты на 1 руб. реализованной продукции	руб.	0,96	0.8	0.7	0.8	0.95	-0.01
5	Прибыль от реализованной продукции	тыс. руб.	1429	+47	+108	+131	1715	+286

6	Чистая прибыль	тыс. руб.	593	+37,6	+87	+105	822.6	+229.6
7	Рентабельность продукции	%	4.5	24	14	24	4,8	+0.3

Общая выручка после внедрения мероприятий выросла на 2025 тыс.руб., - это положительный показатель, который доказывает, что предложенные мероприятия экономически эффективны. Основное увеличение выручки произошло за счет, увеличения выручки от организации розничной продажи, меньшее влияние оказало введение в производство облегченной кровати. Мероприятие по производству нового вида продукции полок, практически не оказало влияния на увеличение общей выручки.

Фонд оплаты труда вырос на 151.2 тыс. руб., за счет введения новой должности – продавца, для организации розничной торговли. Это незначительное увеличение, которое не окажет значительного влияния на прибыль предприятия.

Себестоимость реализованной продукции - увеличилась на 1515 тыс.руб. после внедрения мероприятий, в данном случае это не является отрицательным показателем, потому что увеличение годовой себестоимости всей реализованной за год продукции произошло за счет увеличения выпуска продукции и объема продаж в связи с организацией розничной торговли, а также за счет выпуска усовершенствованного вида кроватей.

Затраты на один рубль реализованной продукции снизились на 1 коп. после внедрения мероприятий. На это снижения оказали почти равное влияние все предложенные мероприятия. Снижение этого показателя является положительным фактором.

Прибыль от реализованной продукции выросла на 286 тыс.руб. Это является положительным показателем, т.к. предложенные мероприятия увеличивают прибыль предприятия.

Экономический эффект (прирост чистой прибыли) составил **151** тыс.руб. в год. это положительный показатель, на увеличение которого оказали влияния предложенные мероприятия в том же соотношении, в каком они оказали влияние на увеличение прибыли от реализации продукции.

В целом можно сделать вывод, что предложенные мероприятия экономически эффективны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ООО «Манго» является небольшим мебельным предприятием. Оно обеспечено высококвалифицированными кадрами, ресурсами, рынками сбыта продукции; работает стабильно.

На предприятии имеются предпосылки для развития маркетинга, завоевания прочных позиций на российском рынке мебели, вытеснения с него иностранных фирм.

Проведенный комплексный анализ работы ООО «Манго» позволил выявить резервы повышения эффективности производства и разработать предложения по совершенствованию деятельности предприятия. Они заключаются в следующем:

углубление и расширение маркетинговых исследований на рынке мебели, применение методики бенчмаркинга;

поставка на экспорт мебельных комплектов «Романтика» на базисных условиях поставки «EXW-с завода» и «ДАФ Иван-город»; разработать и реализовать эффективные маркетинговые стратегии на мировом рынке мебели и осуществить комплекс мер по повышению конкурентоспособности и качества мебели, удовлетворяющей самым изысканным вкусам и запросам покупателей, использованию мировых достижений науки и передовой практики и ряд других предложений, изложенных в проекте.

Экономические показатели предприятия после внедрения, предложенных в данном проекте мероприятий по сравнению с предыдущим годом существенно улучшатся. Совершенствование стратегии маркетинга по нашим оценкам принесет предприятию дополнительную прибыль 229 тысяч рублей. Это позволит предприятию выйти на современный уровень развития, существенно повысив качество и конкурентоспособность выпускаемой продукции, завоевать на российском рынке мебели прочные позиции, вытесняя не только отечественных, но и зарубежных конкурентов и повысить уровень дохода работников. Разработанные мероприятия позволяют повысить эффективность производства, стабилизировать финансовое состояние предприятия, повысить уровень доходов работников фирмы. Искусство бенчмаркинга позволяет обнаружить то, что другие делают лучше нас и, изучив, совершенствовать и применять заимствованные идеи. Как говорил Томас Эдисон: "Продолжайте поиск новых и интересных идей, которые успешно использовали другие. Ваша идея должна быть оригинальна только в адаптации к проблеме, над которой вы в настоящее время работаете".

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные акты и стандарты

1. ГОСТ 16371-93 Мебель. Общие технические условия.

2. Закон РФ "О защите прав потребителей" // Сборник законодательных и нормативных актов. В помощь потребителю, изготовителю, продавцу. Выпуск 2, Орел, 1994, 46 с.

3. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству

4. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. - М.: ООО "ВИТРЭМ", 2013. - 432 с.

5. Приказ Минфина РФ №80н, ФКЦБ РФ №03-153 /пз от 12.09.2003 "О порядке оценки стоимости чистых активов акционерных обществ" // Консультант Плюс

6. Распоряжение ФУДН при Госкомимуществе РФ от 12 августа 1994 года №31-р "Об утверждении методических положений по оценке финансового состояния предприятия и установлению неудовлетворительной структуры баланса" // Экономика и жизнь. -2012.- №44. - С.4-5.

Учебники

7. Абрютина М.С., Грачев А.В. «Анализ финансово-экономической деятельности предприятия». Учебно-практическое пособие. – М.: издательство «Дело и сервис», 2008. – 256с.

8. Архипов А.И., Нестеренко А.Н. «Экономика». – М.: «Проспект», 2008. – 792с

9. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 320 с.

10. Благаев В.И. Маркетинг в определениях и примерах. – СПб.: Двадцатый трест, 2013.—377с.

11. Бревнов А.А. Маркетинг малого предприятия: Практическое пособие.-К.: ВИРА –Р, 2008 .—384 с.

12. Герчикова И. Методика проведения маркетинговых исследований//журнал Маркетинг, №3, 2005

13. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 2-ое изд, перераб. И доп. – М.: изд-во «Финпресс», 2009.—464 с.

14. Гончаров А.И., Барулин С.В, Терентьева М.В. «Финансовое оздоровление предприятий. Теория и практика», М. — Ось-89, 2011.- 543с.

15. Грузинов В.П., Грибов В.Д. «Экономика предприятия». Учебное пособие. – М.: «Финансы и статистика», 2010. – 208с.

16. Гусаров В.М. «Статистика». Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 463с.

17. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. «Организация , технология и проектирование торговых предприятий., М. — «Дашков и К», 2013 г. —514 с.

18. Дробозин Л.А. «Финансы». Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 527с.

19. Жарковская, Е.П. Бродский Б.Е. «Антикризисное управление» —М. Омега –Л. 2007 г. – 355 с.

20. Карасева И.М.. Ревякина М.А.. «Финансовый менеджмент» —М. Омега – Л. 2011 г. – 335 с.

21. . Карпов В. Маркетинговое исследование рынка// Маркетинг, №2, 1994

22. Липсиц И.В. «Коммерческое ценообразование». Учебник. – М.: издательство БЕК, 2009. – 368с.

23. Любушкин Н.П. «Анализ финансово-экономической деятельности предприятия"» Учебное пособие для вузов. -–М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010

– 471с.

24. Орлов Б.Л., Осипов В.В., «Управленческий и финансовый анализ деятельности предприятия», — М., Пищепромиздат,2012. — 215с.

25. 8. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.— 326 с.

26. 7. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. М.: ИВЦ "Маркетинг", 2006. —255с.

27. Румянцева Е. Е. «Новая экономическая энциклопедия», — М. Инфра М, 2005, — 722с.

28. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск: ИП «Новое знание, 2009г. — 265с.

30. Управление финансовыми потоками / Под ред. Л.Б. Миротина. - М.: Юристъ, 2012. - 414 с.

31. Миротин Л.Б., Ташбаев Н. Э. Системный анализ на предприяти. - М.: Изд-во "Экзамен", 2012. - 480 с.

32. Монжасов Г.И. Финансы. - М.: КИА-центр, 2011.- 34 с.

33. Нагловский С.Н. Методика финансового проектирования. - М.: Манускрипт, 2012. - 336 с.

34. Неруш Ю.М. Финансы. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 389 с.

35. Пилишенко А.Н. Финансовый менеджмент: практикум. - М.:МГИЭТ (ТУ), 2012. - 172 с.

36. Практикум по финансам./ Под ред. Б.А. Аникина. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 280 с.

27. Пястолов С.М. Экономический анализ деятельности предприятия. - М.: Академия-пресс, 2012. - 573 с.

38. Радионов Р.А., Радионов А.Р. Управление финансами. - М.: Дело и сервис, 2012. - 209 с.

39. Рахилькин А.В. Управление финансами фирмы. - Новосибирск: Новосибирское книжное издательство, 2012. - 116 с.

40. Родников А.Н. Финансы. Терминологический словарь. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 352 с.

41. Рынок и финансы / Под ред. М.П. Гордона. - М.: Экономика, 2012. – 144 с.

42. Савин В.А. Управление запасами. -М.: ДИС, 2012.-544с.

43. Саркисов С В. Управление финансовыми потоками. - М.: Интел-синтез, 2010. - 416 с.

44. Семененко А.И. Предпринимательство в информационном бизнесе. - СПб: Политехника, 2010. - 352 с.

45. Семенко А.И. Введение в теорию финансовых решений (эффективность финансовых систем и цепей). - СПб: СПбГУЭФ, 2012. - 247 с.

46. Стати М. Методика планирования маркетинговой деятельности фирмы // Маркетинг. - 2012. - № 2. - с. 24.

47. Стаханов В.Н., Украинцев В. Б. Теоретические основы финансов. - Ростов-на Дону: Феникс, 2011. - 160 с.

48. Чеботаев А.А. Финансовые технологии. - М.: Дело, 2012. - 172 с.

49. Чернышев М.А. Муниципальная экономика: финансовая концепция. - Ростов-на-Дону: РГСУ, 2010. - 230 с.

50. Шишков В.А. Как организовать эффективное управление финансами. - М.: Координационный совет по финансам, 2011. - 226 с.

51. Щербаков В.В., Уваров С.А. Современные системы хозяйствования. - СПб: СПбГУЭФ, 2012. - 84 с.

52. Щиборщ К.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий России.– М.: ДИС, 2011. - 320 с.

53. Анисимова Е.М. Решение задач складских комплексов методом имитационного моделирования. - М.: Брандес, 2012. - 16 с.

54. Афанасьева Н.В. Финансовые системы и российские реформы. - СПб: СПБУЭиФ, 2011. - 147 с.

55. Басовский Л.Е. Экономический анализ: Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятии. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 222 с.

56. Бауэрокс Д., Клосс Д. Финансы. - М.:ИНФРА-М, 2012. - 640 с.

57. Богатко А.Н. Основы экономического анализа хозяйствующего объекта.- М.: Финансы и статистика, 2011. - 208 с.

58. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом: Пер. с англ. - М.: Экономика, 2012. - 271 с.

59. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна.-5-е изд. доп. и перераб.- М.: Институт новой экономики, 2012.-1280 с.

60. Васильев Г.А., Каменева Н.Г. Механизация и автоматизация в складском хозяйстве. - М.: Экономика, 2011. - 86 с.

61. Гаврилов А.М. Управление дебиторской задолженностью. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 239 с.

62. Гаджинский А.М. Практикум по финансовому анализу. - М.: Дашков и К, 2012. - 208 с.

63. Финансовые системы/ Под общ. ред. В.И. Сергеева. - Спб.: Издательский дом "Бизнесс-пресса", 2010. - 240 с.

64. Демичев Г.М., Абрамов С.Б., Хмельницкий А.Д. Развитие складского хозяйства: Организация, управление, эффективность. - М.: Экономика, 2012. - 168 с.

65. Добрынская В.В. Дебиторская задолженность. Пути управления - М.: Брандесс, 2012. - 143 с.

66. Дыбская В.В. Финансовый анализ. - М.: ГУ-ВШЭ, 2011. - 232 с.