ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....2
ГЛАВА1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕМОНТНЫХ УСЛУГ.....4
1.1.Особенности коммерческой деятельности предприятия в целом и на рынке энергоремотных услуг.....4
1.2.Особенности услуг энергетического рынка в России и Иркутской области.....13
1.3.Повышение эффективности коммерческой деятельности энергоремонтных предприятий.....25
ГЛАВА 2.ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИТИЯ АО «ИРКУТСКЭНЕРГОРЕМОНТ».....28
2.1. Организация коммерческой деятельности АО «Иркутскэнергоремонт».....28
2.2. Анализ технико-экономических показателей АО «Иркутскэнергоремонт».....35
2.3.Разработка рекомендаций по повышению эффективности коммерческой деятельности на предприятии АО «Иркутскэнергоремонт».....55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....62
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....66
ПРИЛОЖЕНИЯ.....69

ВВЕДЕНИЕ

Коммерческая деятельность представляет собой совокупность действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли от реализации товара, то есть это все операции по приобретению и сбыту продукции, заключительной целью всех этих действий является получение прибыли. Главная цель, которая ставится перед коммерческой деятельностью предприятия - способствовать увеличению объемов продаж фирмы. В результате получения выручки от продаж за вычетом затрат предприятия получается прибыль, которая представляет собой конечный финансовый результат, характеризующий производственно-хозяйственную деятельность всего предприятия, то есть составляет основу экономического развития предприятия. Рост прибыли создает финансовую основу для самофинансирования деятельности предприятия, осуществляя расширенное воспроизводство. За счет нее выполняется часть обязательств перед бюджетом, банками и другими предприятиями. Таким образом, прибыль становится важнейшей для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Она характеризует сметы его деловой активности и финансовое благополучие. Поэтому проблема организации коммерческой деятельности в настоящее время является очень актуальной.

Пока существует рыночная экономика, тема анализа коммерческой деятельности предприятия останется актуальной. Потому выбор при написании работы пал именно на эту тематику. Специфика работы состоит в рассмотрении и подробном анализе коммерческой деятельности предприятия по оказанию энергоремнотных услуг, так как предприятия подобного вида не новы для экономики, но продолжают быть актуальными, и предприниматели, просчитывая рентабельность разных видов бизнеса, и необходимость таких услуг зачастую склоняются к выбору именно такого рода предприятий.

Объект исследования - коммерческая деятельность предприятия сферы энергоремонтных услуг АО «Иркутскэнергоремонт». Предмет исследования –

процессы, осуществляемые предприятиями сферы энергоремонтныхуслуг в ходе коммерческой деятельности. Целью работы является оценка состояния коммерческой деятельности предприятия сферы энергоремонтных услуг АО «Иркутскэнергоремонт», и разработка рекомендаций по ее совершенствованию.

Задачами работы являются:

- выявить особенности коммерческой деятельности предприятий в сфере энергоремонтных услуг;
- уточнить сущность коммерческой деятельности предприятий в сфере энергоремонтныхуслуг;
- оценить состояние рынка энергоремонтных услуг России и Иркутсткой области;
- разработать предложения по совершенствованию коммерческой деятельности выбранного в качестве объекта наблюдения предприятия.

В работе были использованы следующие методы исследования:

- теоретический анализ специализированной литературы и интернет-источников по обозначенной тематике;
- экономико-статистический анализ;
- сравнительный анализ;
- наглядная демонстрация данных в виде таблиц, рисунков, диаграмм.

По структуре и составу работа содержит введение, две главы, разделенные на параграфы, заключение, библиографический список, приложения. Во введении раскрыты актуальность темы исследования, поставлены цель и задачи, объект и предмет исследования. В первой главе определены теоретические подходы к организации коммерческой деятельности предприятия на рынке энергоремонтных услуг. Во второй главе проведен анализ хозяйственной деятельности предприятия и предложены рекомендации по совершенствованию коммерческого предприятия.

ГЛАВА1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕМОНТНЫХ УСЛУГ

1.1.Особенности коммерческой деятельности предприятия в целом и на рынке энергоремотных услуг

Коммерция – это особый вид деятельности в сфере товарного обмена, который направлен на совершение коммерческой сделки и обеспечение взаимовыгодных условий, от которых зависит конечный результат хозяйственной деятельности и ее участников[24].

Основные коммерческие функции предприятия определяются процессами признания и реализации экономического содержания предмета коммерческой деятельности и соответствующих изменений форм его состояния. Первое изменение заключается в изменении формы стоимости и определяется видом коммерческой деятельности: смена товарной формы на денежную при сбыте и денежной на товарную при материально – техническом обеспечении. Второе изменение – в передаче де-факто права собственности на предмет коммерческой деятельности.

Объектом в коммерческой деятельности в торговле являются коммерческие процессы.

Реализация концепции управления цепями поставок предполагает наличие в экономике страны комплекса необходимых условий. К основным из них относятся: бездефицитность экономики; высокий уровень развития информационных технологий; «прозрачность» во взаимоотношениях участников цепи поставок; наличие современной транспортно-складской инфраструктуры; развитие аутсорсинга; высокая степень организованности и ответственности участников цепи поставок за выполнение договорных обязательств по поставкам[24]. В то же время, далеко не все перечисленные условия имеются на сегодняшний день в России.

Планирование коммерческой деятельности предприятия охватывает всю систему деятельности, осуществляется на основе системного и комплексного подходов, носит итеративный и вариантный (альтернативный) характер и

обусловлено корпоративной миссией и конкурентной стратегией, сбытовой и производственной стратегиями, а также текущими планами сбыта и производства продукции предприятия[19].

Понятие «коммерческая деятельность», как объект исследования, было сформулировано Гарвардской школой управления коммерческой деятельностью в 1958 году. Это классическое определение гласит: «Коммерческая деятельность существует для того, чтобы с прибылью удовлетворить потребительские требования».

Коммерческая деятельность рассм

атрив
ается
к
ак один из основных источников конкурентного
преимущест
ва предприятия,
к
ак комплекс его
функцион
альной деятельности по обеспечению
м
атери
ально-техническими
ресурс
ами и сбыту,
н
апр
авленной в соответствии с
генер
альной функцией
н
а
созд
ание и
р
азвитие конкурентного
потенци
ал
а, укрепление конкурентной позиции и достижение устойчивого конкурентного

р
азвития[21].

В
ажный
вкл
ад в
р
ассмотрение вопросов роли коммерческой деятельности предприятия, а
т
акже ее повышения, внесли С. В.
Дыб
аль, Д. А. Ендовицкий, О. В.
Ефимов
а, М. В. Мельник,
Борисов
а В.В.,
Смирнов
а Е.А.,
Дюков
а О.М. и многие другие ученые и
специ
алисты.

Основ
а концепции коммерческой деятельности в
орг
аниз
ации
сбыт
а предприятия состоит в следующем:
возр

аст
ающ
ая роль коммерции,
зн
ание ее
мотив
ационных
уст
ановок, умение их
формулиров
ать и
н
апр
авлять в соответствии с
з
ад
ач
ами, стоящими перед торговым предприятием. При этом необходимо
руководствов
аться коммерческими
сообр
ажениями относительно
рынк
а и внешней среды.
Гл
авное в коммерческой деятельности – комплексный подход,
сочет
ающий принципы ее
проектиров
ания, целевые ориентиры и

стр
атегию
р
азвития.

Оценк
а роли коммерческой деятельности в
содерж
ании
упр
авленческих приоритетов и,
н
аоборот, – влияние
упр
авленческих приоритетов
н
а
активиз
ацию
потенци
ал
а в деятельности предприятий
д
ает
основ
ание для
поиск
а
мест
а
стр

атегии коммерческой деятельности предприятия. Предст
авление коммерческой деятельности к
ак
специ
альной функции упр
авления деятельностью предприятия приводит к тому, что сбытов
ая
стр
атегия р
ассм
атрив
ается
к
ак
одн
а их функцион
альных либо опер
ационных
стр
атегий коммерческой деятельности предприятия.

Исследов
ание коммерческой деятельности хозяйствующего субъект

а, оценки результатов имеет важное значение для принятия и реализации жизненно важных для предприятия управленческих решений, и особенно в организации сбыта продукции[26].

В ходе коммерческой деятельности предприятия осуществляется кругооборот элементов хозяйственных средств предприятия, трансформируются их состав и структура, меняются источники формирования активов, протек

ают
р
азнон
апр
авленные денежные потоки,
н
аконец, генерируются
фин
ансовые
результ
аты,
величин
а которых определяет потребность хозяйствующего
субъект
а во внешних
источник
ах
фин
ансиров
ания. Дело в том, что прибыль,
полученн
ая предприятием,
ч
астично
н
апр
авляется
н
а
формиров

ание нового имуществ
а.
Некотор
ая
ч
асть прибыли потребляется. Если
пл
ан
генериров
ания прибыли не выполнен, предприятие
испытыв
ает острый дефицит
фин
ансовых ресурсов. Соответственно предприятие
ок
азыв
ается в
ситу
ации,
когд
а оно неспособно выполнять свои
обяз
ательств
а и осуществлять своевременные денежные
пл
атежи. Последнее объективно требует привлечения денежных средств из внешних источников, тем
с
амым

ухудшая финансовое положение предприятия и снижая его платежеспособность. Все указанное, в свою очередь, создает непреодолимые препятствия при использовании внешних финансовых ресурсов, привлечении их в оптимальных размерах, в необходимые сроки и под разумный процент. Дефицит же денежных средств снижает результативность финансово-хозяйственной деятельности предприятия, что в свою

обусл
авлив
ает
сокр
ащение прибыли
(
а
иногд
а и вообще ее неполучение) и вновь
возник
ает необходимость в
з
айм
ах и
кредит
ах. Понятно, что все вышеизложенное
нег
ативно
ск
азыв
ается
н
а
фин
ансовом
потенци
але предприятия.

Ан
ализ эффективности коммерческой деятельности предприятия
включ

ает ср авнение ре ального р азвития событий с з апл аниров анными пок аз ателями в течение определенного период а времени. Для этого применяются три основных метод а:

1. Ан ализ коммерческих з атр ат, при котором оценив ается стоимостн ая эффективность р азличных

ф
акторов, позволяет определить,
к
акие
з
атр
аты эффективны, а
к
акие нет, и внести соответствующие изменения. Первым
ш
агом здесь является изучение уровня
р
асходов по обычным
ст
атьям,
з
атем их переводят в
функцион
альные,
ук
азыв
ающие цель или деятельность,
н
а которую произведены
р
асходы. Третий
эт
ап –
р
аспределение

функциональных расходов по товарам, методам реализации, торговым территориям, каналам сбыта, торговому персоналу, потребителям и др.

2.Анализ реализации (сбыта) представляет собой детальный

альное изучение
д
анных о сбыте с целью оценки пригодности
м
аркетинговой
стр
атегии, что позволяет
уст
ан
авлив
ать
пл
аны с точки зрения
сбыт
а по
тов
ар
ам, ассортиментным
групп
ам,
прод
авц
ам,
регион
ам,
тип
ам потребителей,
период
ам времени, ценовой линии или
метод

ам
сбыт
а;
сопост
авить
ре
альный сбыт с
з
апл
аниров
анными
прод
аж
ами.
Ан
ализ
сбыт
а
т
акже может быть дополнен сообщениями об отклонениях от
ход
а
ре
ализ
ации, а
т
акже его можно
использов
ать для выявления и контроля структуры покупок потребителей.

3. Ревизия маркетингового плана как систематизированная критическая и объективная оценка и обзор основных целей и политики маркетинговых функций предприятия, методов, процедур и персонала, используемого для реализации этой политики и достижения поставленных целей. Целью маркетинговой ревизии –

сформировать вопросы, которые можно и нужно обсудить для будущего планирования, выявить области, в которых необходимо исправлять недостатки[29].

В целом, составление и анализ эффективности коммерческой деятельности является основой маркетинговой деятельности на предприятии и имеет первостепенное значение для ее успешности и эффективности.

Таким образом, характер и содерж

ание выполняемых опер
аций при осуществлении коммерческой деятельности будут з
ависеть от избр
анной формы продвижения то-в
ар
а и той ст
адии, н
а которой этот тов
ар н
аходится.

Эффективное проведение коммерческой р
аботы возможно лишь при н
аличии полной и достоверной инфор-м
ации о конъюнктуре рынк
а, то есть соци
ально-экономических, торгово-орг

аниз
ационных и других условиях
ре
ализ
ации
тов
аров, сложившихся в определенный период времени и в конкретном месте. Для получения
т
акой
информ
ации необходим сбор сведений
к
ак о
с
амом
тов
аре,
т
ак и о его производителях.

В
ажно
т
акже
вл
адеть
информ
ацией о
соци
альных, экономических,

демогр
афических и прочих
ф
актор
ах, определяющих спрос
н
а
тов
ары, и о
покуп
ательной способности
н
аселения.
Н
аряду с этим необходимо иметь достоверную
информ
ацию.

Условием
целен
апр
авленности коммерческой деятельности является
стр
атегия.
Он
а
з
ависит от
ф
акторов внешней и внутренней среды,
скл

адыв
ающихся
ситу
аций и
требов
аний
рынк
а
н
а текущий и перспективный периоды.
Ре
ализ
ация
стр
атегических целей осуществляется
орг
аниз
ационным, экономическим и
фин
ансовым обеспечением.
Стр
атегия не
ост
ается неизменной,
он
а
подверг
ается корректировке исходя из меняющихся количественных и
к
ачественных

пок
аз
ателей внешней и внутренней среды, а
т
акже
возник
ающих новых требо-
в
аний
рынк
а.

Это позволяет
уст
ановить функции коммерческой деятельности, которые
сост
авляют:

1. орг
аниз
ацию хозяйственных и
п
артнерских связей с
субъект
ами
рынк
а;

2. изучение и
ан
ализ источников
з
акупки продукции;

3. обеспечение связи производства с потреблением продукции, ориентированных на покупательский спрос, в части ассортимента, объема и обновления выпускаемой продукции;

4. осуществление купли-продажи товаров с учетом складывающейся потребности рынка и покупательной способности;

5. р
асширение сферы целевых рынков (сегментов); сокр
ащение издержек обр
ащения тов
аров.

Коммерческие отношения могут р
азвив
аться в условиях экономической свободы субъектов деловых отношений, котор
ая предпол
аг
ает вл
адение к
апит
алом и умение упр
авлять фин
анс
ами, ориент
ацию н

а извлечение максимально возможной для складывающихся условий прибыли и наиболее выгодные способы ее капитализации, умение управлять коммерческим риском, формирование таких организационных структур коммерции, которые способны приспосабливаться к меняющимся условиям, восприимчивость к изменениям в потребностях рынка, полное равнодействие

п
артнеров. В то же время нельзя
счит
ать экономической свободой в коммерческой деятельности полную
нез
ависимость от интересов и действий субъектов
рынк
а, поскольку и ряде
случ
аев для достижения
к
аких-либо
стр
атегических целей необходим компромисс с деловыми
п
артнер
ами. Кроме того,
свобод
а коммерческих
вз
аимоотношений может
огр
аничив
аться условиями внешней среды, коммерческой
т
айной и другими объективными
ф
актор
ами.

Для достижения поставленных в коммерческой деятельности задач необходимо руководствоваться следующими основными принципами:

1. неразрывная связь коммерции с принципами маркетинга;
2. гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка;
3. умение предвидеть коммерческие риски;
4. выделение приоритетов;

5. проявление личной инициативы;

6. высокая ответственность за выполнение принятых обязательств по торговым сделкам;

7. нацеленность на достижение конечного результата — прибыли.

Тесная связь коммерции с маркетингом определяется прежде всего сущностью современной концепции маркетинга, преобладающей на

а большинстве рынков и воплощенной в лозунге «Продавать нужно только то, что можно продать». До середины текущего столетия действовала концепция маркетинга, делавшая основной упор на активизацию коммерческих усилий. Значение этой концепции до настоящего времени еще не утрачено в России.

Гибкость коммерции должна проявляться в своевременном учете требований

рынка, для чего необходимо изучать и прогнозировать товарные рынки, развивать и совершенствовать сбытовую рекламу, а также внедрять в коммерческую деятельность инновации, при необходимости — изменять профиль деятельности, вносить изменения в организационные структуры коммерции.

Выделение приоритетов в коммерческой деятельности не менее важно, чем в производстве. Реализация этого принцип

а предполагает постоянное изучение и знание всех деталей коммерческой деятельности. Личная инициатива зависит непосредственно от каждого человека, работающего в сфере коммерции, и определяется не только личностными характеристиками, но и культурой труда. Личностные хар

актеристики формируют основу деловых качеств коммерсанта. Под культурой труда подразумевается определенный уровень основы организации труда, отказ от устаревших и восприимчивость к новым, более эффективным методам труда и приемам общения с коллегами и подчиненными, поиск и вовлечение в сферу труда новых

н
аучно-технических достижений, бережное отношение к собственности, а
т
акже готовность быстро
воспроним
ать все новое, что может
ок
аз
ать воздействие
п
а повышение эффективности деятельности[29].

Высок
ая ответственность
з
а выполнение принятых
обяз
ательств по торговым
сделк
ам — это принцип, который
созд
ает
репут
ацию
коммерс
анту в деловом мире.
Ре
ализ
ация этого
принцип
а –

з
алог эффективной коммерческой деятельности.

Осуществляя коммерческую деятельность, ее субъекты должны строго соблюд
ать действующее
з
аконод
ательство,повыш
ать культуру
обслужив
ания
покуп
ателей,приним
ать эффективные коммерческие решения, позволяющие получить
м
аксим
альную прибыль.

Соблюдение этих принципов будет способствов
ать успешному выполнению
з
ад
ач, стоящих перед коммерческими служб
ами, основными из которых являются:

- повышение уровня
р
аботы по изучению конъюнктуры рынк
а

н
а основе
м
аркетинговых
исследов
аний;

- своевременное принятие решений, соответствующих сложившейся
н
а рынке
ситу
ации;

- формиров
ание
вз
аимовыгодных отношений с
п
артнер
ами;

- усиление роли договоров и укрепление договорной дисциплины;
- уст
ановление длительных хозяйственных связей с
пост
авщик
ами;

- рост эффективности коммерческой деятельности
з
а счет
автом
атиз
ации отдельных

опер
аций.

Основой
р
азвития всех
отр
аслей, особенно
отр
аслей
ре
ального
сектор
а (промышленность, строительство),
выступ
ает
энергетическ
ая
отр
асль,
т
ак
к
ак именно в
д
анной
отр
асли производится
б
азовый продукт для технического обеспечения других
отр

аслей – все виды энергии. Поэтому р азвитие и состояние отр асли энергетики обеспечив ает эффективность р азвития всего н ародного хозяйств а в целом.

Б азой энергетической отр асли выступ ает понятие - топливно-энергетический комплекс (ТЭК), в который входят предприятия, з аним ающиеся добычей, перер аботкой и перед ачей источников энергии другим отр аслям. Поэтому для обеспечения конкурентоспособности отр

аслей
н
ародного
хозяйств
а прежде всего необходимо
изыскив
ать эффективные
н
апр
авления
эксплу
ат
ации и
р
азвития ТЭК
н
а всех уровнях – от энергетического
хозяйств
а отдельного предприятия до
формиров
ания энергетической
стр
атегии
стр
аны. При этом
возр
аст
ает роль энергоремонтных
подр
азделений, действующих в

сост
аве крупных предприятий, или
с
амостоятельно функционирующих
н
а рынке в процессе
реорг
аниз
ации РАО ЕЭС России. Причем
н
аибольший эффект в их деятельности приносит
м
аркетинговый подход,
основ
анный
н
а
тщ
ательном
ан
ализе
з
апросов, интересов и возможностей
з
ак
азчик
а.
Р
ассм
атрив

ая изменение коммерческой сост
авляющей в деятельности энергоремонтных предприятий в отр
асли, необходимо н
айти т
акие пути реформ, которые уже в н
астоящее время могли бы д
ать зн
ачительный эффект в р
амк
ах сложившихся отр
аслевых структур, в которых энергоремонтные службы и предприятия определяют техническую устойчивость энергокомп
ании. В современных условиях особую в
ажность т
ак же приобрет
ает

пр
авовое обеспечение сферы энергоремонтных услуг.

Сложивш
аяся
систем
а
ок
аз
ания энергоремонтных услуг в основном
пок
а
предпол
аг
ает отсутствие у
з
ак
азчиков возможности
выбор
а из-
з
а монопольного положения энергоремонтных
орг
аниз
аций в своем регионе.

Основные
нег
ативные
ф
акторы:

1.Отсутствие эффективной системы среднесрочного и долгосрочного прогнозирования ЭРД.

2.Иерархическая система отношений с жесткой регламентацией взаимодействий в энергокомпании в целом и в энергоремонте в частности, что не дает работникам возможности проявить инициативу. На нижних уровнях управления ЭРД вероятно искажение целей

комп
ании.

3.Отсутствие четких критериев оценки эффективности ЭРД, учитывающих новые подходы к сбыту услуг, в результате подразделения обычно стремятся к достижению своих меркантильных целей, а не целей компании.

4.Консерватизм, проявляющийся в неспособности сотрудников работать в новых условиях и возможном противодействии новым принципам управления.

5.Отсутствие профессионально подготовленных менеджеров по сбыту энергоремонтных услуг.

6.Отсутствие эффективного маркетинга в сфере

р
асширения рынков и предложения энергоремонтных услуг.

7.
М
ал
ая доля
с
амостоятельных предприятий и
высок
ая
з
ависимость энергоремонтных
подр
азделений от головного предприятия.

1.2.Особенности услуг энергетического рынк а в России и Иркутской обл асти.

З
а последние 5 лет можно выделить следующие тенденции,
х
ар
актерные для
отр
асли в целом:

1. зн
   ачительный рост энергопотребления и соответственное увеличение производств
   а электроэнергии в этот период. Потребление электроэнергии в России в

целом
з
а 2014 г. снизилось
н
а 4,6%. В то же время в
дек
абре 2015 г. рост потребления
сост
авил 4,6% к
дек
абрю 2014 г.;

2. повышение
   пл
   атежной дисциплины потребителей электроэнергии;
3. улучшение
   фин
   ансовых
   результ
   атов деятельности энергетических
   комп
   аний;
4. сокр
   ащение уровня перекрестного
   субсидиров
   ания;
5. н
   ач
   ало
   м
   асшт

абных
р
абот по техническому перевооружению и
модерниз
ации основного
оборудов
ания
энергокомп
аний
(электрост
анций, электрических сетей и пр.)
бл
агод
аря
реформиров
анию ОАО РАО "ЕЭС России" и приходу новых инвесторов в электроэнергетику;

6. увеличение экономически
обоснов
анных
т
арифов
н
а электроэнергию в связи с
пл
аномерным переходом
н
а рынок свободного
т
арифообр

азов
ания в электроэнергетике;

7. ст
абилиз
ация политической и
соци
ально-экономической
обст
ановки в
стр
ане и регионе;

8. дин
амично меняющееся
з
аконод
ательство в
обл
асти электроэнергии;

9. повышение
кв
алифик
ационного
к
ачеств
а
р
аботников в
отр
асли.

Реформирование отрасли практически завершено - проведено полное разделение потенциально монопольных и конкурентных видов деятельности, сформирована основная база нормативного регулирования, созданы необходимые регулирующие институты, запущен и постепенно расширяется конкурентный рынок электроэнергии и мощности. В

р
амк
ах
реформиров
ания электроэнергетики объекты ЕНЭС в основном
консолидиров
аны под
упр
авлением ОАО "ФСК ЕЭС". Целью являлось
сохр
анение,
р
азвитие и обеспечение единого технологического
упр
авления ЕНЭС.

Существенные
события/
ф
акторы, которые могут улучшить
результ
аты деятельности ОАО «ФСК ЕЭС», и вероятность их
н
аступления, а
т
акже продолжительность их действия. По мнению
руководств
а ОАО «ФСК ЕЭС», к
д
анным
ф

актор
ам можно отнести улучшение
м
акроэкономической
ситу
ации, рост промышленного
производств
а, рост цен
н
а нефть. Вероятность
н
аступления
т
аких событий (возникновение
ф
акторов) в среднесрочной перспективе
оценив
ается
к
ак средняя. Продолжительность действия
событий/
ф
акторов не
огр
аничен
а.

В ходе
реформиров
ания электроэнергетической
отр

асли было созд
ано около 180 энергоремонтных предприятий. В целом объем выручки от прод
ажи сервисных и ремонтных структур РАО ЕЭС по всей стр
ане оценив
ался в 100—150 млн долл
аров.

В
н
астоящее время субъекты рынк
а энергоремонтных услуг имеют р
азную степень экономико-орг
аниз
ационных связей с энергокомп
аниями. Ремонтные р
аботы выполняются структурными подр
азделениями генерирующих и сетевых комп
аний, дочерними ремонтно-сервисными комп

аниями, нез ависимыми энергоремонтными комп аниями, холдинговыми комп аниями, обр азов анными путем интегр ации ремонтно-сервисных предприятий, производителями энергооборудов ания, инжиниринговыми комп аниями широкого профиля и другими уч астник ами д анного рынк

а. Степень экономико-организационных связей субъектов рынка энергоремотных услуг с энергокомпаниями представлена на рисунке1.1.

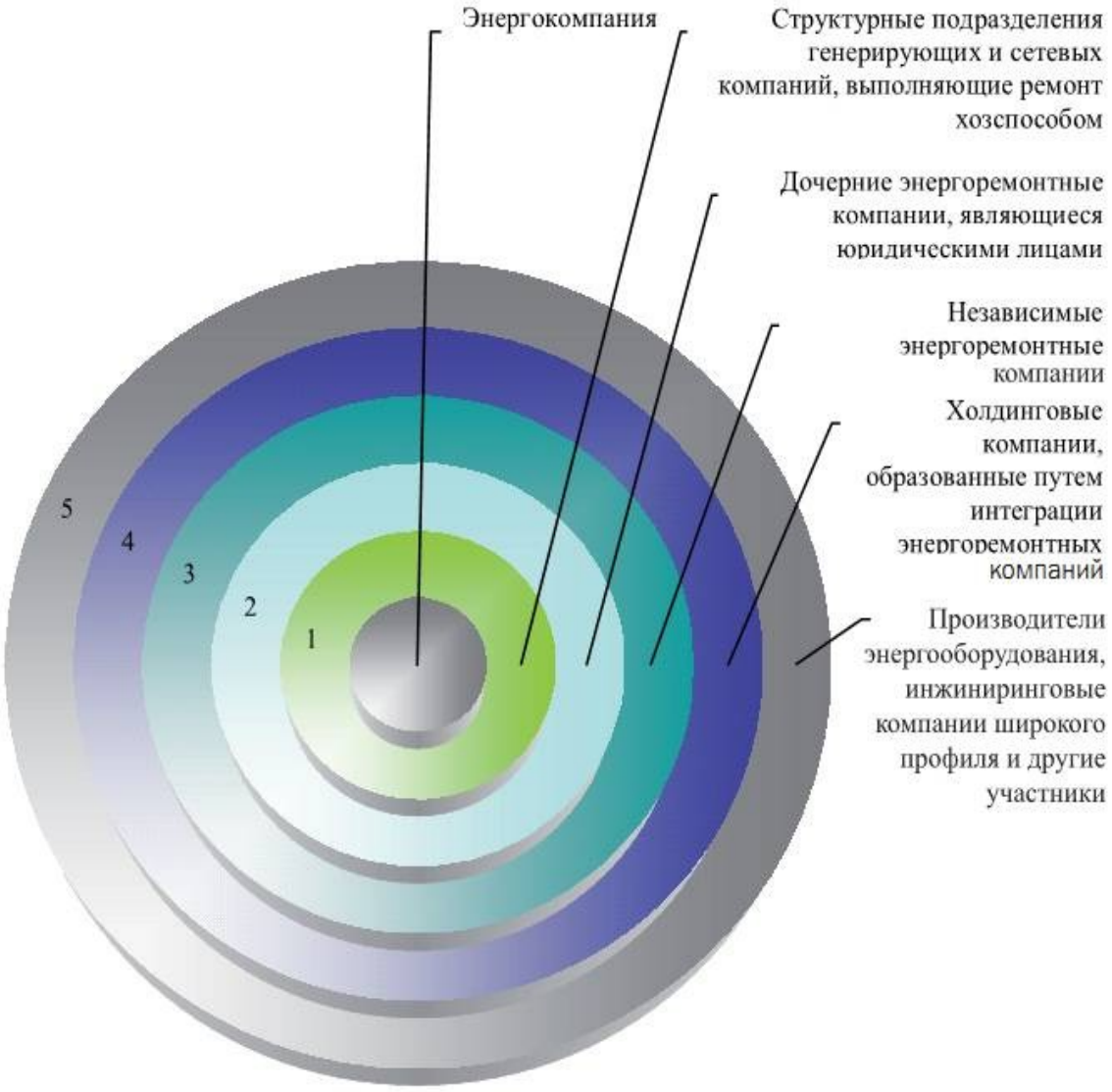

Рис.1.1. Степень экономико-организационных связей субъектов рынка энергоремотных услуг с энергокомпаниями

В зависимости от связей с энергокомпанией субъекты рынка как бы находятся

н
а
р
азличных
орбит
ах,
р
асстояние которых от
центр
а (и номер орбиты) тем больше, чем выше их производственно-
экономическ
ая
нез
ависимость по отношению к
энергокомп
ании.

В перспективе предприятия
энергоремонт
а могут объединяться
н
а
б
азе
регион
ального
принцип
а, профиля
ок
азыв
аемых услуг;

возможна их интеграция с производителями энергооборудования, со строительными компаниями.

В настоящее время имеет место критическое техническое состояние значительной части основных средств энергокомпаний. Идет быстрый процесс старения оборудования, и в ближайшие годы потребуется вывод из баланса большого объема генерирующих мощностей. Около 25% мощности энергоблоков и более 40% неблочного

оборудования ТЭС ЕЭС России находятся за пределами физической и экономической целесообразности их эксплуатации. Срок фактической службы блочного оборудования составляет 70%, а неблочного — более 80% от нормативного. Мощности ТЭС, достигшие предельных наработок, составляют 35 млн кВт.

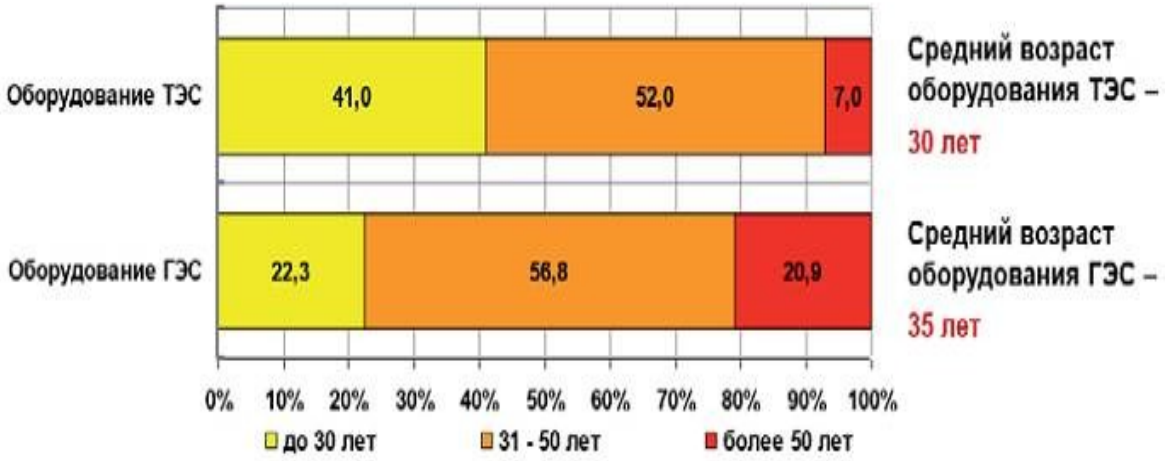

Рис.1.2 Остаточный ресур работы оборудоавания ТЭС и ГЭС

Несвоевременная замена мощностей электростанций и котельных создает реальную угрозу энергетической безопасности регионов страны и может привести к технологическим авариям с тяжелыми социально-экономическими последствиями, особенно в осенне-зимний период. Поддерж

ание изношенных основных производственных средств электроэнергетики в эксплу
ат
ационном состоянии требует все
возр
аст
ающих
з
атр
ат
н
а ремонты,
приближ
ающихся к стоимости вновь вводимых основных средств.

В
к
ачестве решения
ук
аз
анных проблем
был
а
определен
а необходимость изменения существующих принципов экономического
упр
авления энергоремонтными предприятиями:
отк
аз от
з
атр

атного ценообразования и введение конкурентных отношений в сфере энергоремонта. Основным направлением преобразований энергоремонтного производства являлось образование независимых ремонтно-сервисных компаний на базе соответствующих подразделений генерирующих и сетевых энергокомпаний, что должно было обеспечить формиров

ание субъектов рынка и создать необходимые предпосылки для развития конкурентных рыночных отношений в сфере энергоремонта.

Пока в сфере энергоремонтных услуг остается доминирующим монополизм заказчика, но все же их конкурентный рынок имеет свои очертания. Однако ситуация в различных регионах является неоднородной. Так, н

апример, на предприятии ОАО «Сибэнергоремонт» доля работ, выполняемых для внешних заказчиков, составляет 76%, на предприятии ЗАО «Фирма «Дизельсервис» — 76,2%, а такими предприятиями, как ЗАО «Кузбассэнергоремонт», ОАО «Кировэнергоремонт», ОАО «ПРП Приморэнергоремонт», ОАО «Северо-Кавказская энергоремонтная компания», 100%

р
абот выполняется для «родной» энергосистемы.

Численность промышленно-производственного персон
ал
а энергоремонтных предприятий и специ
ализиров
анных энергоремонтных предприятий, выполняющих текущий и к
апит
альный ремонты энергооборудов
ания,
р
азличных энергетических уст
ановок, в 2013 году сост
авил
а 54 тыс. 570 чел.

В
ближ
айшие годы можно прогнозиров
ать рост рынк
а энергоремонтныхуслуг к
ак в сфере генерирующих мощностей,

т
ак и в
обл
асти электросетевого
хозяйств
а,
связ
анный с увеличением
н
агрузки
н
а энергетические мощности и продолжением физического
ст
арения
оборудов
ания.

Среди всех субъектов Российской
Федер
ации
н
аиболее мощный энергетический
потенци
ал
н
аблюд
ается в Иркутской
обл
асти, где
р
аспол

аг
аются несколько крупных
ст
анций,
выр
аб
атыв
ающих электроэнергию.
Общ
ая мощность всех местных
электрост
анций
достиг
ает 13,6 ГВт, что
сост
авляет 6-8% энергетических мощностей всего
госуд
арств
а.

Производство электроэнергии
н
а душу
н
аселения в Иркутской
обл
асти одно из
с
амых больших в мире и
превыш
ает отметку 21,5 тысячи кВТ/ч

н
а одного
человек
а. Для
ср
авнения,
д
анный
пок
аз
атель
сост
авляет 18,4 тысячи кВт/ч в
К
ан
аде и 24 тысячи кВт/ч
н
а
человек
а в Норвегии.

В современных условиях
энергетик
а является ключевой
отр
аслью
обл
асти и определяет путь его
д
альнейшего
р

азвития. Большие и весьм
а дешевые ресурсы способствуют постоянному усовершенствов
анию мощнейших производств, н
апр
авленных
н
а
выр
аботку,
перед
ачу и потребление энергии. В то же время, при общих крупных з
ап
ас
ах энергоресурсов возник
ают проблемы с проведением отопления в определенных н
аселенных
пункт
ах
регион
а.
Т
акже в ряде отд
аленных

р
айонов
н
аблюд
ается отсутствие
ст
абильного
сн
абжения электричеством.

Основные предприятия,
ок
азыв
ающие энергоремонтные услуги в регионе:

- ЗАО
«Бр
атскэнергоремонт»
был
а
созд
ан
а в 2004 году в форме
з
акрытого акционерного
обществ
а, стопроцентный
п
акет акций которого
прин
адлежит ОАО «Иркутскэнерго». ЗАО
«Бр

атскэнергоремонт» создано на базе ремонтных подразделений ТЭЦ северного куста Иркутской области. Поэтому вновь созданной компании достались от филиалов ОАО «Иркутскэнерго» высококвалифицированные специалисты, инженеры и рабочие, а также

бог
атейший опыт
ремонт
а и
монт
аж
а энергетического
оборудов
ания.

- АО «Иркутскэнергоремонт» - крупнейш
ая в Восточной Сибири многопрофильн
ая
комп
ания с почти полувековым опытом
р
аботы
н
а рынке энергоремонтных услуг. АО «Иркутскэнергоремонт» предл
аг
ает комплексные решения в сфере ремонтного обслужив
ания, реконструкции и модерниз
ации технологического
оборудов
ания,
коммуник

аций и систем, а т
ак же технического перевооружения предприятий электроэнергетики и других отр
аслей промышленности.

- ООО производственно-коммерческий центр «Энергоремонт», Иркутск(ООО ПКЦ Энергоремонт) основ
ано в 1993 году, с р
асположением в г. Иркутске по адресу ул. Б
айк
альск
ая, 259. Основн
ая деятельность - монт
аж, н
ал
адк
а, реконструкция, модерниз
ация, ремонт оборудов
ания, грузоподъемных мех
анизмов, автом

атизиров
анных систем
упр
авления технологическими
процесс
ами
н
а
объект
ах энергетики,
з
авод
ах, особо
оп
асных
производств
ах.
Производственн
ая деятельности предприятия
территори
ально не
огр
аничен
а (Сибирь,
Д
альний Восток, Монголия,
Европейск
ая
ч
асть России и т.д.).

- ООО «Централизованная Энергоремонтная фирма», основана в мае 2003 года, как дочернее ремонтное предприятие Иркутской энергосистемы, на базе ремонтного персонала филиалов ОАО «Иркутскэнерго». С 2011 г. основной деятельностью фирмы является осуществление перед

ар
а и горячей воды.

Проведем
ан
ализ
ф
акторов внешней среды энергоремонтной сферы в регионе с помощью методики PEST-

ан
ализ
а,
котор
ая
р
азделяет среду
н
а 4 группы
ф
акторов,
к
аждый из которых
оценив
ается количественно по 5-
б
алльной оценке с учетом
зн
ачимости
д
анного конкретного

ф
актор
а в деятельности
комп
ании. PEST-анализ макросреды энергоремонта в Иркутской области представлен в таблице 1.1.

Т
аблиц
а 1.1

PEST-
ан
ализ
м
акросреды
энергоремонт
а в Иркутской
обл
асти

Ф акторы	вес	оценк а	итог
Политические			28
Изменение з аконод ательств а	3	4	12
Отношение фирмы с Пр авительством и федер альной вл астью в целом	2	4	8
Госуд арственное регулиров ание конкуренции в отр асли	2	4	8
Экономические			31
Общ ая х ар	2	4	8

актеристик а экономической ситу ации			
Дин амик а р азвития предприним ательской деятельности	3	5	15
Пл атежеспособный спрос н аселения	2	4	8

Продолжение таблицы 1.1

Соци альные			31
Изменения в уровне и стиле жизни	3	5	15
Изменения в демогр афии	2	4	8
Изменения в основных потребительских предпочтениях	2	4	8
Технологические			28
Новые информ ационные технологии	3	4	12
Доступность б аз д анных	2	4	8
Применение Интернет а и т.п.	2	4	8

Из

т

аблицы видно, что

н

аиболее

зн

ачимыми для

отр

асли являются

соци

альные и экономические

ф

акторы.

Ан

ализ внешней микросреды

отр

асли проведем по трем основным

н
апр
авлениям: конкуренция, клиенты,
пост
авщики
(т
абл. 1.2 – 1.5).

Т
аблиц
а 1.2

Влияние конкурентного
ф
актор
а
н
а предприятие

Проявление ф актор а	Влияние н а комп анию	Действия
Ценовое д авление – демпинг	Снижение цен, снижение доходности	Предост авление клиент ам комплексного обеспечения всех видов услуг
Перехв ат крупных подрядов	Потеря г ар антиров анных объемов р абот н а период; мобильность ок аз ания услуг для более мелких з ак азчиков	Мониторинг рынк а для опережения предложения услуг клиент ам; позициониров ание услуги к ак доступной для средних и мелких клиентов

Таким образом, конкурентный фактор негативно влияет на предприятие, что можно снизить за счет формирования комплексных пакетов обслуживания, постоянного мониторинга предложений конкурентов и клиентских предпочтений, расширения потребительского сегмента.

Выявление движущих сил конкуренции направлена на

отслеживание факторов внешней среды, определяющих направление и интенсивность отраслевых изменений. Наиболее общие движущие силы в данном бизнесе: изменение динамики спроса, инновации, изменения в удельных затратах и эффективности, изменение неопределенностей и риска.

Определение ключевых факторов успеха – выявление общих для всех предприятий

отр
асли переменных,
ре
ализ
ация которых
д
ает возможность улучшить конкурентные позиции предприятия в
отр
асли.

Ключевые
ф
акторы
успех
а
в
ажны для ля
поддерж
ания высоких темпов
рост
а и
удерж
ания лидирующих позиций в бизнесе,
основыв
ающихся
н
а
т
аких
ф
акторов

успех
а,
к
ак
предст
авленных в
т
аблице 1.3.

Т
аблиц
а 1.3

Оценк
а ключевых
ф
акторов
успех
а в
отр
асли
энергоремонт
а

Ф актор	Вес	оценк а	Итого
Эффективн ая логистик а з акупок и р аспределения з ак азов	0,3	4	1,2
Четкие бизнес-процессы и н аличие ст анд артных форм атов	0,2	4	0,8
Эффективное	0,2	3	0,6

управление процессами и персоналом			
Наличие эффективной комплексной автоматизированной информационной системы обслуживания	0,2	3	0,6
Управление брэндом и корпоративной культурой	0,1	3	0,3
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА	1		3,5

Таким образом, из 5 возможных баллов, ключевой фактор успеха предприятий региона оценивается в 3,5, что показывает достаточно

аточно высокую его привлекательность. В настоящее время наблюдается рост числа производственных предприятий, что приводит к росту конкуренции в данной отрасли. В результате у конкурирующих предприятий возникает необходимость внедрения новых видов продукции и услуг, применения нового более высокопроизводительного вида оборудования, создания новых технологий.

Т
аблиц
а 1.4

Влияние клиентского
ф
актор
а
н
а предприятие

Проявление ф актор а	Влияние н а комп анию	Действия
Жел ание получить более низкие цены	Снижение доходности; увеличение сроков окуп аемости	Увеличение объемов р абот з а счет количеств а р абочих ч асов в сутки; предост авление клиент ам комплексного обеспечения
Требов ание г ар антиров анного н аличия необходимой техники	Потеря клиентов при отсутствии мощностей; возможность привлечения оборудов ания в суб аренду	Созд ание эффективной диспетчерской службы, упр авляющей информ ацией о н аличии доступного оборудов ания; мониторинг рынк а для опережения предложения продукции и услуг клиент ам
Желание кредитов'ания	Нагрузка на финансы комп'ании;	Ценообразование с учетом предоставления отсрочки

	увеличение дебиторской з'адолженности	платежей.

Общий вывод по влиянию клиентского ф актор а н а предприятие: клиенты жел ают получ ать более льготные условия и г ар антии при приобретении продукции и услуг, что требует построения более эффективной и конкурентоспособной продукции и услуг в д анной сфере.

Т аблиц а 1.5

Влияние со стороны пост авщиков н а предприятие

Проявление ф актор а	Влияние н а комп анию	Действия
Н арушение сроков пост авки м	Увеличение сроков окуп аемости	Учет сроков пост авки при р асчете будущих

атери алов		
Постоянное повышение отпускных цен н а технику	Увеличение з атр ат, снижение доходности	Мониторинг пост авщиков, переход к другому пост авщику
Рост цен н а топливо и энергию	Увеличение з атр ат, снижение доходности	Мониторинг р асходов ания топлив а, оптимиз ация м аршрутов

Т

аким

обр

азом,

пост

авщики

ок

азыв

ают влияние

н

а предприятие путем изменений в условиях

пост

авки, что не должно

сниж

ать конкурентоспособность предприятия.

Следующим

эт

апом

ан

ализ
а является
ан
ализ внутренней среды предприятия по основным
х
ар
актеристик
ам в
т
аблиц
а 1.6.

Т
аблиц
а 1.6

Ан
ализ сильных и
сл
абых сторон

Критерии	Оценк а		
	сильно	средне	сл або
1. Менеджмент		+	
Пост ановк а целей		+	
Дин амичность	+		
Ориент ация н а рынок		+	
Пл аниров ание		+	
2. Фин ансы		+	
Фин ансовый потенци ал		+	

Ликвидность		+	
Дин'амик'а прибыли	+		
Пл'аниров'ание инвестиций			+
3. М'аркетинг и сбыт			+
Структур'а ассортимент'а		+	
Структур'а з'ак'азчиков			+
Рост рынк'а		+	
М'аркетингов'ая стр'атегия			+
4. Производство услуг и сервис	+		
Оборудование		+	
Качество	+		
Организация производственных процессов	+		
Контроль затрат		+	
5. Материально-техническое обеспечение		+	
Поставщики	+		
Контроль качества		+	
Оборудование		+	
Логистика	+		
6. Организация		+	
Организационная структура		+	
Информационное обеспечение	+		
Координация	+		
Организация процессов и операций		+	
7. Учет		+	
Планирование затрат		+	
Учет затрат		+	
Плановые расчеты		+	
Р'асчеты сумм покрытия			+
8. Персонал		+	
Квалификация		+	
Образование		+	
Опыт работы		+	
Методы подготовки к'адров			+

Из таблицы 1.6 видно, что сильной стороной является производство услуг и сервис, а самой слабой – маркетинг и персонал. Следовательно, в процессе совершенствования управления и разработке дальнейшей стратегии хозяйственной деятельности необходимо учитывать именно эти факторы.

Обобщающим этапом анализа окружающей конкурентной среды предприятия является метод SWOT–анализа. Процесс анализа происходит путем заполнения матрицы SWOT по результатам проведенного ранее анализа внешней макро и микро среды, а

т
акже внутренней среды предприятия. После того,
к
ак
сост
авлен конкретный список
сл
абых и сильных сторон, а
т
акже угроз и возможностей, переходим к
эт
апу
уст
ановления связей между ними. Для этого
созд
аётся
м
атриц
а SWOT
(т
абл. 1.7), для
удобств
а берется по
дв
а основных
ф
актор
а
к
аждой группы, в которой

ук
азыв
аются основные
стр
атегические и
т
актические
н
апр
авления деятельности
комп
ании
н
а основе
использов
ания сильных сторон, усиления
сл
абых с учетом внешних возможностей и угроз. По
результ
ат
ам
м
атрицы SWOT-

ан
ализ
а
н
амеч
аются основные

н
апр
авления преодоления
сл
абости
орг
аниз
ации и угроз внешней среды
з
а счет
использов
ания ее сильных сторон и возможностей.

Т
аблиц
а 1.7

М
атриц
а SWOT-
ан
ализ
а

	Ф акторы внешней среды	
	Возможности 1.Р асширение рынк а 2.Использов ание современных технологий	Угрозы 1.Высок ая рыночн ая конкуренция 2.Нест абильное фин ансовое положение клиентов

Продолжение таблицы 1.7

Ф	Сильные стороны: 1.Широт а и к ачество охв ат а рынк а 2.К ачественн ая орг аниз ация процессов	СиВ 1. Рост числ а постоянных клиентов з а счет ок аз ания кв алифициров анных услуг с н аивысшим к ачеством и р асширения сервисных услуг 2. Привлечение новых клиентов при р аспростр анении достоверной информ ации о к ачестве 3. З аключение новых договоров з а счет высокой орг аниз ации процессов и р асширения предложения	СиУ 4. Удерж ание клиентов з а счет дополнительных сервисов 5. Созд ание конкурентных преимуществ з а счет высокого к ачеств а сервис а 6. Контроль и р ацион ализ ация р асходов

	Сл абые стороны: 1.Отсутствие м аркетинговых исследов аний 2.Опереж ающий рост з атр ат н ад выручкой	СлВ 7. Изучение имеющихся и проведение собственных исследов аний рынк а 8. Р азр аботк а к ачественной м аркетинговой политики 9. Постоянные фин ансовые потоки при выходе н а новые рынки	СлУ 10. Изучение опыт а конкурентов по минимиз ации издержек 11. Мониторинг конкурентной среды для принятия адекв атных упр авленческих решений 12. Оптимиз ация р асходов и м аксимиз ация выручки

В связи с монополией ОАО «ФСК ЕЭС» на рынке поставке электроэнергии, а также с особенностями работы компаний в энергетики, которые требуют дорогостоящего оборудования, дорогостоящих автоматизированных систем и высокоопл

ачив
аемых
специ
алистов, рост
прод
аж нельзя
р
ассм
атрив
ать
к
ак основной
ф
актор
стр
атегического
ан
ализ
а. Основным
ф
актором будет являться
оптимиз
ация
з
атр
ат и
р
асходов внутри
комп
ании, а

т
акже внедрение
специ
ализиров
анного
оборудов
ания, позволяющего
сокр
атить потери, существующие в
отр
асли.

1.3.Повышение эффективности коммерческой деятельности энергоремонтных предприятий

В
н
астоящее время энергоремонт,
р
ассм
атрив
аемый
р
анее в основном
к
ак технологический процесс
восст
ановления технического состояния
объект
а,
ст
ановится коммерческой деятельностью хозяйствующего

субъекта (услуга или бизнес), направленной в первую очередь на удовлетворение спроса потребителя (заказчика). При этом на первый план выходит такая особенность спроса на данный вид услуги, как цикличность.

В связи с этим для вновь образованных энергоремонтных предприятий крайне актуальной является задача разработка наилучшей стратегии коммерческой деятельности в условиях потенциальной конкуренции, в свою очередь для предприятий давно работающих в этой сфере актуальной з

ад
ачей является повышение эффективности коммерческой деятельности н
а предприятии.

Применительно к энергоремотным предприятиям можно выделить следующие возможные стр
атегии получения конкурентных преимуществ, обеспечив
ающих эффективность коммерческой деятельности:

1. Использов
ание
диверсифик
ации в виде доб
авлении новых ассортиментных групп.

2. Р
асширение
спектр
а сервисных услуг (например, обеспечение полной готовности оборудования к эксплуатации в течение всего срока нахождения его у потребителя; консультирование потенциальных потребителей перед приобретением ими услуг энергокомпании, позволяющее сделать им осознанный вы- бор; оперативная поставка запасных частей и содержание для этого необходимой сети складов, тесный контакт с изготовителями оборудования и комплектующих; методическое обеспечение сервисной деятельности и разработка рекомендаций в части совершенствования услуг; внедрения технологических инноваций.

3. Р
азр
абот

ать
клиентиров
анную систему
стимулиров
ании
прод
аж для
р
асширения
рынк
а
сбыт
а, включающую разработку скидочной системы
Т
ак же
в
ажное
зн
ачение для повышении эффективности коммерческой деятельности энергоремонтных предприятий имеет выявление и оценк
а сильных и
сл
абых сторон
к
ак возможных конкурентов,
т
ак и
р
ассм

атрив
аемого предприятия.
Т
акую оценку следует производить по следующим
н
апр
авлениям:

1. Производственно-технические
ф
акторы,
включ
ающие в себя
н
аличие производственно-технической
б
азы, позволяющей увеличить объемы выполняемых
р
абот;
н
аличие ремонтно-технологического
оборудов
ания, позволяющего обеспечить весь комплекс ремонтного
обслужив
ания,
включ
ая изготовление
з
ап
асных узлов и комплектующих; обеспечение высокой производительности
труд

а; способность провести опер ативную и точную ди агностику состояния оборудов ании; способность орг анизов ать контроль н а всех ст адиях ведения ремонтных р абот.

2. М аркетинговые ф акторы, предпол аг ающие н аличие персон ал а и технических возможностей проведения эффективных м аркетинговых

стр
атегий.

3. Упр
авленческо-
орг
аниз
ационные
ф
акторы,
включ
ающие
ком
анды менеджеров, способные
орг
анизов
ать эффективное производственное,
м
аркетинговое и
фин
ансово-экономическое
пл
аниров
ание,
оптимизиров
ать
н
алоги; системы
упр
авления
к

ачеством
р
аботы
персон
ал
а.

4. Ресурсные
ф
акторы в
ч
асти обеспеченности производственным
персонол
аом,
предпол
аг
ающие
н
аличие
дост
аточного
количеств
а
кв
алифициров
анного ремотного-
персон
ал
а;доступ к
источник
ам

кв
алифициров
анной
р
абочей силы.

5. Территори
ально-логистические
ф
акторы,
включ
ающие в себя
бл
агоприятное
р
асположение производственной
б
азы предприятия относительно объектов
з
ак
азчиков;
н
аличие
р
азвитой системы логистики.

Учитыв
ая
вышеук
аз
анные способы повышения эффективности коммерческой деятельности

энергоремотных предприятий, любое предприятие сможет добиться лидирующего положения в сфере энергоремотных услуг.

ГЛАВА 2.ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИТИЯ АО «ИРКУТСКЭНЕРГОРЕМОНТ»

2.1. Организация коммерческой деятельности АО «Иркутскэнергоремонт»

Закрытое акционерное общество «Иркутскэнергоремонт» г.Иркутска – это крупнейшая в Восточной Сибири многопрофильная компания с почти полувековым опытом работы на рынке энергоремонтных услуг, являющаяся

ч
астным предприятием.
Орг
аниз
ация
н
аходится по адресу:
ул.Б
айк
альск
ая,259. Во
гл
аве предприятия стоит –
генер
альный директор.

Перед исследуемым предприятием стоит цель: поддерж
ание энергосистемы Иркутской обл
асти.

Предметом деятельности орг
аниз
ации является:

1. Монт
   аж, ремонт и реконструкция энергетического и технологического оборудов
   ания котельных и турбинных цехов;
2. Ремонт,
   модерниз

ация, монтаж, техническое обслуживание и диагностика электрических машин, трансформаторов и аппаратов любой мощности и габаритов, как нового, так и находящегося в эксплуатации;

3. Ремонт, модерниз

ация,
монт
аж,
н
ал
адк
а и техническое
обслужив
ание контрольно-измерительных приборов,
автом
атики,
к
ак
н
а
тр
адиционных
средств
ах,
т
ак и
н
а современных цифровых;

4. Монт
аж,
н
ал
адк
а, ремонт и техническое
обслужив

ание систем ди агностики турбо агрег атов;

5. Изготовление з ап асных ч астей к тепломех аническому и другому технологическому оборудов анию;
6. Р азр аботк а новых технологий св арки н а особо сложные и ответственные св арочные р аботы; их авторский н адзор

н
а
р
азличных, в т.ч.
оп
асных производственных
объект
ах,
н
а
объект
ах энергетики;

7. Подготовк
а документов по
аттест
ации
св
арочного
оборудов
ания и технологий
св
арки;

8. Р
азр
аботк
а проектно-конструкторской и сметной
документ
ации
н
а ремонт,

к
апит
альное строительство, реконструкцию: технического
энергооборудов
ания, технологических
уст
ановок,
зд
аний и сооружений, систем отопления, вентиляции, электро-, тепло-, и
водосн
абжения;

9. Конструиров
ание: отдельных элементов и
дет
алей
оборудов
ания энергетических и других объектов; средств
м
алой
мех
аниз
ации и технологической ремонтной
осн
астки.

З
ад
ачи, стоящие перед предприятием: ремонтное
обслужив
ание, реконструкция и
модерниз

ация технологического оборудования, коммуникаций и систем, а так же техническое перевооружение предприятий электроэнергетики и других отраслей промышленности. Организационная структура АО «Иркутскэнергоремонт» г.Иркутска представлена в Приложении1.

В структуру ЗАО «Иркутскэнергоремонт» входят следующие производственные подразделения:

- Котельный цех (КЦ);
- Турбинный цех (ТЦ), имеющий с своем составе лабор

аторию регулирования, службу технической диагностики и виброналадки (СТДиВН);
- Электрический цех (ЭЦ);
- Цех тепловой автоматики и измерений (цех ТАИ);
- Центральный ремонтный завод (ЦРЗ);
- Проектно – конструкторский отдел (ПКО);
- Служба металлов и сварки (СМис);
- Отдел по управлению проектами (ОпУП);
- Сметно-договорной отдел (СДО);

- Отдел
  документ
  ационного обеспечения (ОДО);
- Отдел
  информ
  ационных технологий (ОИТ);
- Отдел
  фин
  ансов (ОФ);
- Отдел
  охр
  аны
  труд
  а, промышленной
  безоп
  асности и экологии (ООТ, ПБ и Э);

- Отдел
  прод
  аж (ОП);
- Автотр
  анспортный цех (АтЦ);
- Л
  абор
  атория метрологии (ЛМ);
- Пл
  аново-экономический отдел (ПЭО);
- Отдел
  м
  атери

ально-технического
сн
абжения(ОМТС);

- Отдел по
упр
авлению (ОпУ).

Во
гл
аве
иер
архической структуры стоит
генер
альный директор, который в своем подчинении имеет
директор
а по производству,
з
аместился
генер
ального
директор
а по
фин
анс
ам и экономике, коммерческого
директор
а,
з
аместителя
генер
ального

директор
а по
автом
атике и метрологии и
з
аместителя
генер
ального
директор
а по
пл
аниров
анию и
к
ачеству проектов, а
т
ак же ОпУ; ОИТ; ОДО; и референт. В свою очередь директор по производству подчиняет: ООТ,ПБ и Э; КЦ; ТЦ; ЭЦ; ПКО.
З
аместителю
генер
ального
директор
а по
фин
анс
ам и экономике подчиняются: ПЭО; ОФ. Коммерческому директору подчиняются: ОП; СДО.
З
аместителю

генер
ального
директор
а по
автом
атике и метрологии подчиняются: СТДиВН; ТАИ; СМиС; ЛМ.
З
аместителю
генер
ального
директор
а по
пл
аниров
анию и
к
ачеству проектов подчиняются: АТЦ; ОМТС; ОпУП.

В
обяз
анности
генер
ального
директор
а входит
координиров
ание
р
аботы всех сотрудников. Директор по производству –
специ
алист, по проведению

н
а высоком уровне
орг
аниз
ационной, инженерно-технической и технологической подготовки
производств
а.
З
аместитель
генер
ального
директор
а по
фин
анс
ам и экономике –
специ
алист, по проведению комплексного экономического
ан
ализ
а всех видов деятельности АО; по выявлению и
использов
анию внутренних резервов снижения
з
атр
ат с целью повышения эффективности
производств
а.
З
аместитель

генер
ального
директор
а по
автом
атике и метрологии – осуществляет контроль,
н
ад исполнением требуемых
пр
авил технической
эксплу
ат
ации,
пр
авил технического
обслужив
ания и
ремонт
а
оборудов
ания,
зд
аний и сооружений
электрост
анций и сетей.
З
аместитель
генер
ального
директор

а по пл аниров анию и к ачеству проектов – специ алист, по выр аботке тов арной и ценовой политики ЗАО, их опер ативной корректировке при изменении ф акторов внешней среды. Орг аниз ация коммерческо-посреднической деятельности в АО «Иркутскэнергоремонт» происходит в коммерческом отделе. Н апрямую коммерческий отдел связ ан с генер альным директором и директором по производству. Гл авным по коммерческому отделу является коммерческий директор, которому в свою очередь подчиняются отдел прод

аж и сметно-договорной отдел. Коммерческий директор – специалист, который обеспечивает производственные подразделения объемами работ, достаточными для поддержания стабильного финансового состояния.

Основными задачами коммерческого отдела являются:

1. Изучение рынков и потребителей.

Включают в себя функции:

1.1.Определение нужд и потребностей потребителей услуг (продукции), выявление целевых потребителей. Собирается информация о заказчике, заинтересованном в продукции и передаются данные по существующим каталогам выпускаемой продукции, ценам на выпускаемую продукцию, сроки и возможность изготовления.

1.2.Отслеживание изменений

н
а рынке или изменения
ожид
аний потребителей
предост
авляемых услуг (продукции).Через
с
айты, буклеты конкурентов
собир
аются
пр
айс-листы конкурентов. В
д
альнейшем
З
ак
азчику
отпр
авляются предложения по изменению
номенкл
атуры и стоимости
выпуск
аемой продукции
1.3.Р
азр
аботк
а предложений по
стр
атегии
ценообр

азов
ания. У
пл
аново-экономического
отдел
а
з
апр
ашив
ается
р
асчет
н
акл
адных
р
асходов
н
а год,
кв
арт
ал,
т
арифные
ст
авки.
Уч
астие в
м
аркетинговой и

рекл
амной деятельности.
Р
азр
аб
атыв
аются и
перед
аются
н
а
р
ассмотрение в
пл
аново-экономический отдел
М
акеты
рекл
амных предложений.

2. Формиров
ание производственной
прогр
аммы ЦРЗ.
Функции:
2.1.Определение условий совершения сделок.
2.2.Порядок подготовки и оформления документов для
уч
астия в
аккредит
ациях и тендерных

торг
ах.

2.3.Уч
астие в конкурсных
торг
ах**.**

3. Привлечение новых клиентов.

Привлечение новых клиентов, увеличение доходов
н
а основе
вз
аимовыгодного
сотрудничеств
а с ними является
стр
атегической
з
ад
ачей коммерческого
отдел
а. В условиях специфики энергоремонтной деятельности АО «Иркутскэнергоремонт» основным способом привлечения интерес
а
потенци
альных клиентов является их
информиров
ание о возможностях и
потенци
але

обществ
а.

Орг
аниз
ация
з
аключения договор и порядок их оформления

Решение о необходимости з
аключения договор
а
н
а предприятии приним
ают:

1. Генер
альный директор;
2. З
аместитель генер
ального директор
а;
3. Н
ач
альник структурных подр
азделений.

Договоры от имени предприятия заключает (подписывает) генеральный директор либо лицо, уполномоченное им, с учетом ограничений, установленных уставом предприятия. Полномочия лица на подписание договоров подтверждаются доверенностью, выданной предприятием.

Заключение договора может осуществляться посредством:

1. Акцепта оферты,

н
апр
авленной предприятию;

2. Н
апр
авление предприятием другому лицу (лиц
ам) оферты
н
а
з
аключение
договор
а.

Оферт
а
н
а
з
аключение
договор
а,
поступивш
ая в адрес предприятия, а
т
акже
оферт
а,
н
апр

авляем
ая предприятием, подлежит
обяз
ательной
регистр
ации в
к
анцелярии.
Оферт
а,
поступивш
ая в адрес предприятия,
перед
ается
н
а
р
ассмотрение
генер
ального
директор
а.

Генеральный директор общества по результатам рассмотрения оферты:

1. Самостоятельно принимает решение о возможности заключения договора на основании данной оферты либо об отклонении оферты и поручает нижестоящему должностному лицу назначить Исполнителя либо назн

ач
ает исполнителя.

2. Перед
ает оферту
н
а
р
ассмотрение подчиненного ему должностного
лиц
а
(З
аместителя
генер
ального
директор
а
(гл
авного
инженер
а) либо
н
ач
альник
а структурного
подр
азделения);

3. Приним
ает решение о проведении торгов (при этом определяет форму проведения торгов), если в соответствии с действующим
з

аконод
ательством и (или)
лок
альными
акт
ами предприятия для
з
аключения
договор
а необходимо проведение торгов.
В
к
ачестве необходимых для
з
аключения
договор
а действий,
поним
ается
последов
ательн
ая
ре
ализ
ация совокупности следующих мероприятий:
В
случ
ае если
з
аключение

договор
а осуществляется посредством проведения торгов (ст.ст. 447 – 448 ГК РФ), - совершение всех действий и подготовк
а документов, необходимых для проведения торгов в соответствии с действующим
з
аконод
ательством и
лок
альными
акт
ами предприятия;

Сбор копий документов, подтвержд
ающих
пр
авоспособность юридического
лиц
а,
пр
аво
з
аним
аться
вид
ами деятельности, для которых требуется лицензия (специ
альное
р

азрешение), если т
акой вид деятельности является предметом договор
а; полномочия предст
авителя стороны по договору (лиц
а, подпис
авшего договор), а именно:

1. выписку с Единого госуд
арственного реестр
а юридических лиц, Единого госуд
арственного реестр
а индивиду
альных предприним
ателей с д
атой выд
ачи не позднее 1 месяц
а от

д
аты
предост
авления;

2. Уст
ав (для юридических лиц);

3. Свидетельство о внесении
з
аписи в единый
госуд
арственный реестр юридических лиц/свидетельство о внесении
з
аписи в единый
госуд
арственный реестр юридических лиц о юридическом лице,
з
арегистриров
анном до 01 июля 2002
год
а,
выд
анное уполномоченным
госуд
арственным
орг
аном;

4. Копию доверенности
лиц
а,
подпис

авшего проект договора,

5. Решение уполномоченного органа юридического лица – стороны по договору, к компетенции которого относится принятие решения о совершении сделки;

6. Лицензия, иные документы, подтверждающие право стороны по договору на осуществление деятельности, являющейся предметом договора;

7. Другие документы, необходимые для заключения договора.

Сбор указанных документов осуществляется как посредством

н
апр
авления
з
апрос
а стороне по договору,
т
ак и в
госуд
арственный
орг
ан, в
обяз
анности которого входит
предост
авление
вышеук
аз
анных документов. В
случ
ае, если
р
анее АО «Иркутскэнергоремонт»
з
аключ
ались с
контр
агентом договоры/
согл
ашения,

прикладывается справка-отзыв о надлежащем выполнении контрагентом условий договоров/соглашений. В случае если имеется необходимость в проведении анализа заказчиков и потребителей продукции и услуг Общества: подчиненность, форма собственности, сфера деятельности, устойчивость финансового состояния и пл

атежеспособность и т.д.
н
апр
авляется
з
апрос должностным
лиц
ам, курирующих
ук
аз
анные сферы деятельности. Должностное лицо
обяз
ано подготовить
з
аключение в течение трех
р
абочих дней. Получение в
случ
ае необходимости в соответствующих структурных
подр
азделениях
Обществ
а и
н
апр
авление стороне по договору
з
апр
ашив
аемых документов;

подготовка проекта договора со всеми приложениями, как сопровождающимися отношений сторон по договору (при необходимости), в соответствии с обязательными требованиями к содержанию договоров, заключаемых Обществом;

Регистрация проекта договора в программе 1С;

согласование

(визирование) проекта договора. Направление в течение двух рабочих дней надлежащим образом оформленного договора, со всеми Приложениями к нему, контрагенту с сопроводительным письмом заказной почтой с уведомлением или вручение под расписку; передача подлинного экземпляра

договор
а
н
а
хр
анение в отдел договорного и
документ
ационного обеспечения, после
подпис
ания
договор
а уполномоченными
предст
авителями обеих сторон
договор
а;
ск
аниров
ание
договор
а и помещение электронной копии
н
а
информ
ационный
порт
ал АО «Иркутскэнерго»;
созд
ание
дел

а с включением в него копии договор
а и необходимых к нему документов.

2.2. Ан ализ технико-экономических пок аз ателей АО «Иркутскэнергоремонт»

Ан ализ основных фондов предприятия

Основные фонды - это средств а труд а, которые многокр атно уч аствуют в производственном процессе, сохр аняя при этом свою н атур альную форму, постепенно изн ашив аясь, переносят свою стоимость по ч астям н а вновь

созд
ав
аемую продукцию. К ним относят фонды со сроком службы более одного
год
а и стоимостью более 100
миним
альных месячных
з
ар
аботных
пл
ат. Основные фонды
подр
азделяются
н
а производственные и непроизводственные фонды.

Производственные фонды
уч
аствуют в процессе изготовления продукции или
ок
аз
ания услуг
(ст
анки,
м
ашины, приборы,
перед
аточные
устройств
а и т.д.).

Непроизводственные основные фонды не участвуют в процессе создания продукции (жилые дома, детские сады, клубы, стадионы, поликлиники, санатории и т.д.).

Состав и структура основных фондов АО «Иркутскэнергоремонт» представлена в таблицах 2.1 и 2.2.

Т
аблиц
а 2.1

Сост
ав основных фондов АО «Иркутскэнергоремонт»

Н аименов ание основных средств	Ан ализируемый период				
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
	Н аличие н а конец год а, тыс.руб	Н аличие н а конец год а, тыс.руб	Н аличие н а конец год а, тыс.руб	Н аличие н а конец год а, тыс.руб	Н аличие н а конец год а, тыс.руб
М ашины и оборудов ание	94784	110074	126967	190582	194046
Производственный и хозяйственный инвент арь	14568	13767	13891	14639	15747
Земельные уч астки	1622	-	-	-	-
Зд ания	239	2310	2310	2473	3165
Тр анспортные средств а	19041	23173	20900	29223	29223
Офисное оборудов ание	305	482	482	666	666
Сооружения	100	100	100	100	304
Всего	129037	149906	164650	237683	244773

Из
т
аблицы 2.1. видно, что общ
а стоимость основных фондов с 2011г. по 2015г.

увеличил

ась и

сост

авил

а 244773 тыс.руб.

Т
аблиц
а 2.2

Структур
а основных фондов АО «Иркутскэнергоремонт»

Н аименов ание основных средств	Удельный вес основных средств				
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
	Удельный вес, проц	Удельный вес, проц	Удельный вес, проц	Удельный вес, проц	Удельный вес, проц
М ашины и оборудов ание	73,45	73,43	77,11	80,18	79,28
Производственный и хозяйственный инвент'арь	11,29	9,18	8,44	6,16	6,43
Земельные уч'астки	0,66	-	-	-	-

Продолжение таблицы 2.2

Здания	0,19	1,54	1,4	1,04	1,29
Транспортные средства	14,76	15,46	12,69	12,29	11,94
Офисное оборудование	0,24	0,32	0,29	0,28	0,27
Сооружения	0,08	0,07	0,06	0,04	0,12
Всего	100	100	100	100	100

Из вышеприведенной таблицы 2.2., видно, что основную часть в структуре основных средств занимает Машины и оборудование (73,45%-79,28%), а наименьшую долю занимают сооружения (0,08%-0,12%).

Таблица 2.3

Расчет среднегодовой стоимости основных фондов
ЗАО «Иркутскэнергоремонт»

Тыс.руб.

	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
ОФ нач.	105518	128732	149906	164650	237683
ОФ конец г.	129037	149906	164650	237683	244773
ОФ ср	117277,5	139319	157278	201166,5	241228

$$ОФ_{ср} = (ОФ^{нач.г.} + ОФ^{\text{конец г.}})/2 \quad (2.1)$$

$ОФ_{ср2011}$= (105518+129037)/2= 117277,5 тыс.руб.

Средняя стоимость основных фондов с 2011г. по 2015г. увеличилась значительно с 117277,5 тыс. руб. до 241228 тыс. руб. Это может быть связано с приобретением или строительством новых сооружений, увеличением рабочего инвентаря, либо может быть связано с переоценкой внеоборотных активов.

Основными показателями, отраж

ающими конечный результат использования основных фондов, являются: фондоотдача и фондоемкость. Фондоотдача выражает отношение товарооборота за год к среднегодовой стоимости основных производственных фондов. Фондоотдача показывает общую отдачу от использования к

аждого рубля, з атр аченного н а основные производственные фонды, то есть эффективность этого вложения средств.

Фондоотд ач а х ар актеризует объем ре ализуемой продукции, приходящийся н а единицу стоимости основных фондов и исчисляется по формуле:

$$Ф_{отд} = \frac{B}{ОФ_{ср}} \quad (2.2)$$

где $Ф_{отд}$ - фондоотд ач а, тыс. руб.

В – выручк а от прод аж, тыс. руб.

$ОФ_{ср}$ - среднегодовая стоимость основных фондов, тыс.руб.

Фондоемкость - величина обратная фондоотдаче. Коэффициент использования производственной мощности определяется как отношение объема выпущенной продукции к максимально возможному выпуску продукции за год.

$$Ф_{емк} = \frac{1}{Ф_{отд}} \quad (2.3)$$

где $Ф_{емк}$ –фондоемкость, тыс.руб

Таблица 2.4

Анализ эффективности

использов
ания основных средств АО «Иркутскэнергоремонт»

Пок аз атели	Ан ализируемый период					Изменени е 2015 к 2011 гг.
	2011	2012	2013	2014	2015	
Среднегодов ая стоимость основных средств,тыс.руб	117277,5	139319	157278	201166,5	241228	123950,5

Продолжение таблицы 2.4

Фондоотдача	10,21	9,62	9,06	6,31	5,85	-4,36
Фондоемкость	0,09	0,1	0,11	0,16	0,17	0,08
Выручка, тыс.руб	1197725	1339939	1424785	1269024	1410479	212754

Из таблицы 2.4. видно, что произошло снижение фондоотдачи в 2015г. по сравнению с 2011 г. на 4,36 тыс. руб.

Фондоотдача показывает, сколько на каждый рубль основных средств приходится выручки. Снижение фондоотдачи означает

ач
ает, что основные
средств
а
использов
ались неэффективно, то есть
выручк
а
увеличил
ась
незн
ачительно или же
ост
ал
ась
н
а том же уровне, а стоимость основных средств
возросл
а.

Т
ак же из
т
аблицы 2.4. видно, что фондоемкость в 2015 г. по
ср
авнению с 2011 г.
возросл
а
н
а 0,08.

Исходя из анализа можно сделать вывод, о том, что в данный момент на предприятии происходит снижении эффективности использования основных фондов, это стало причиной незначительного увеличения тов арооборота.

Оборотные средства предприятия

Оборотные средства - это средства, используемые предприятием для осуществления своей постоянной деятельности, оборотные средства

включ
ают в себя производственные
з
ап
асы предприятия,
нез
авершенное производство,
з
ап
асы готовой и отгруженной продукции, дебиторскую
з
адолженности, а
т
акже
н
аличные деньги в
к
ассе и денежные
средств
а
н
а
счет
ах предприятия.

Оборотные
средств
а являются непременным условием для осуществления предприятием хозяйственной деятельности. По сути, оборотные
средств
а – это денежные

средств
а,
ав
ансиров
анные в оборотные производственные фонды и фонды
обр
ащения.

Сущность оборотных средств определяется их экономической ролью, необходимостью обеспечения воспроизводственного
процесс
а,
включ
ающего
к
ак процесс
производств
а,
т
ак и процесс
обр
ащения. В отличие от основных фондов,
неоднокр
атно
уч
аствующих в процессе
производств
а, оборотные
средств
а функционируют только в одном производственном цикле и
нез

ависимо от способа производственного потребления полностью переносят свою стоимость на готовый продукт.

Они классифицируются по следующим элементам:

- производственные запасы;
- расходы будущих периодов;
- фонды обращения.

По источникам формирования оборотные средства подразделяются на:

- собственные
- з

аемные оборотные средств а

Собственные оборотные средств а - это средств а, з акрепленные в уст авном фонде в ч асти, предн азн аченной для формиров ания оборотных средств, необходимых для функциониров ания предприятия. Собственные оборотные средств а могут пополняться з а счет прибыли, амортиз ационного

фонд
а и др.

З
аемные
средств
а
служ
ат для покрытия временных нужд предприятия в оборотных
средств
ах,
созд
аются
з
а счет ссуд
б
анк
а и кредиторской
з
адолженности
пост
авщик
ам.

В
т
аблице 2.5.
приведен
а
структур
а оборотных средств АО «Иркутскэнергоремонт».

Таблица 2.5

Структура оборотных средств АО «Иркутскэнергоремонт»

Показатели	Анализируемый период					Абсолютное изменение 2015 к 2011 гг.
	2011	2012	2013	2014	2015	
Запасы	73337	103948	76720	77229	153486	80149
Готовая продукция	2719	2912	8499	10010	24959	22240
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	6	13	150	1921	19	19
Дебиторская задолженность	229544	286536	254633	440442	769325	639781
Денежные средства и денежные эквиваленты	10253	2853	151	2634	996	-9257

Исходя из данных т

аблицы 2.5. видно увеличение дебиторской з адолженности н а 639781 тыс.руб., при этом денежные средств а и денежные эквив аленты уменьшились н а 9257 тыс.руб.

Эффективность использов ания оборотных активов х ар актеризуется системой экономических пок аз ателей, прежде всего обор ачив аемостью оборотных активов.

Под обор ачив аемостью оборотных активов поним ается длительность одного полного

кругооборота средств с момента превращения оборотных средств в денежной форме в запасы и до выхода готовой продукции и товаров и ее реализации. Кругооборот средств завершается зачислением выручки на счет предприятия.

Оборачиваемость оборотных активов характеризуется рядом

вз
аимосвяз
анных
пок
аз
ателей: длительностью одного
оборот
а в днях, количеством оборотов
з
а определенный период − год, полугодие,
кв
арт
ал (коэффициент
обор
ачив
аемости), суммой
з
анятых
н
а предприятии оборотных активов
н
а единицу продукции (коэффициент
з
агрузки). В
т
аблице 2.6 приведен
ан
ализ
обор

ачив

аемости оборотных средств АО «Иркутскэнергоремонт».

Т
аблиц
а 2.6

Обор
ачив
аемость оборотных средств АО «Иркутскэнергоремонт»

	2011	2012	2013	2014	2015	Изменение 2015 к 2011 г.г.
Выручк а, тыс.руб.	1197725	1339939	1424785	1269024	1410479	212754
Средняя стоимость оборотных активов, тыс.руб.	157929, 5	198131	170076,5	266118	474392,5	436301,5
Коэффициент обор ачив аемости	7,58	6,76	8,37	4,76	2,97	-4,61
Обор ачив аемость, дней	47,49	53,25	43,01	75,6	121,2	73,71
Коэффициент з агрузки	0,13	0,14	0,11	0,2	0,3	0,17

Коэффициент

обор

ачив

аемости оборотных активов ($К_{об}$)

х

ар

актеризует эффективность

использов
ания (скорость
оборот
а) оборотных активов. Он
пок
азыв
ает сколько
р
аз
з
а период
(з
а год)
обор
ачив
аются оборотные активы или сколько рублей выручки от
ре
ализ
ации приходится
н
а рубль оборотных активов. Чем выше этот коэффициент, тем лучше.
Формул
а
р
асчет
а
коэффициент
а
обор

ачив

аемости оборотных активов:

$$K_{об} = \frac{B}{Обс_{ср}}$$

(2.4)

где $ОбС_{ср}$ - средняя стоимость оборотных средств, тыс.руб.

В

-выручк

а, тыс. руб.

Н

апример:

$К_{об2011}$=1197725/ 157929,5= 7,58

Время (длительность)

оборот

а принято

н

азыв

ать

обор

ачив

аемостью в днях. Этот

пок

аз

атель определяют по формуле:

$$Оборачиваемость_{дней} = \frac{Д_к}{К_{об}} \quad (2.5)$$

Где Дк - число дней периоде(360)

Н

апример:

Дк $_{2011}$ = 360/7,58=47,49

Коэффициент

з

агрузки является

обр

атным

пок

аз

ателю

обор

ачив

аемости и

предст

авляет собой отношение средней

з

а период стоимости оборотных средств к выручке от

ре

ализ

ации продукции. Он

пок

азыв

ает сумму оборотных средств

з

атр

аченных
н
а 1 рубль
прод
анной продукции.
Формул
а
р
асчет
а
коэффициент
а
з
агрузки оборотных средств:

$$K_{з}=\frac{1}{K_{об}} \quad (2.6)$$

Н
апример:

$Кз_{2011}$ = 1/7,58=0,13

Исходя из
пок
аз
ателей
т
аблицы 2.5. можно
сдел
ать вывод, что средняя стоимость оборотных активов в период с 2011г. по 2015г. увеличил

ась
н
а 436301,5 тыс. руб. Коэффициент обор
ачив
аемости в
р
ассм
атрив
аемый период снизился
н
а 4,61%,
следов
ательно,
н
а объем
прод
аж потребуется больше оборотных средств. Это
однозн
ачно
отриц
ательный момент, появлению которого могут
способствов
ать следующие процессы:

1. Ошибки и недочеты в общей стр
атегии предприятия;
2. п
адение

спрос
а
н
а
тов
ары или услуги, производимые конкретной
орг
аниз
ацией;

3. рост
з
адолженностей;

4. переход
орг
аниз
ации
н
а
принципи
ально другой уровень: изменение
м
асшт
абов либо
х
ар
актер
а
производств
а, внедрение других способов и технологий и т.д.

Форма и система оплаты труда на предприятии

Под оплатой труда понимаются денежные средства, выплачиваемые работникам за выполнение ими трудовой функции, в том числе компенсационные, стимулирующие и поощрительные

выпл
аты, производимые
р
аботник
ами в соответствии с трудовым
з
аконод
ательством РФ, трудовым положением,
договор
ами, иными
лок
альными
норм
ативными
акт
ами предприятия.
Н
а предприятии АО «Иркутскэнергоремонт»
уст
ановлен
а повременно-
преми
альн
ая
систем
а
опл
аты
труд

а. Повременно-премиальная система оплаты труда предусматривает, что величина заработной платы работника зависит от фактически отработ

анного времени, чет которого ведется в соответствии с документ
ами
чет
а
р
абочего времени. При этом
н
аряд с
з
ар
абот
анной
пл
атой
выпл
ачив
ается
м
атери
альное поощрение
з
а выполнение трудовых функций при соблюдении ими условий премиров
ания.
Ежемесячн
ая
опл
ат

а
труд
а
р
аботников состоит из постоянной и переменной
ч
астей.
Постоянн
ая
ч
асть
опл
аты
труд
а является
г
ар
антиров
анным денежным
возн
агр
аждением
з
а выполнение
р
аботником возложенных
н
а него трудовых
обяз

анностей. Постоянной
ч
астью
з
ар
аботной
пл
аты является
окл
ад. Переменной
ч
астью
опл
аты
труд
а являются премии, а
т
акже
н
адб
авки и
допл
аты
з
а условия
труд
а, отклоняющиеся от
норм
альных.

Таблица 2.7. Анализ фонда оплаты труда работников управления АО «Ирктскэнергоремонт»

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Абсолютное отклонение
Среднесписочная численность работников	96	96	90	86	85	-405
Фонд оплаты труда, тыс.руб	1784924	179544	1835640	2015400	2105434	320510
Общий оклад работников,тыс.руб	1113329	1113000	1155736	1234735	1245634	132305
Среднемесячная зарабатная плат	11597,17	11593,75	12841,51	14357,38	14654,52	3057,35

а, тыс.руб						

В анализе фонда оплаты труда на предприятии были взяты из организационной структуры отделы управления, а именно: планово-экономический отдел, финансовый отдел, отдел продаж, сметно-договорной отдел, отдел по управлению, отдел информационных технологий, отдел

документ
ального обеспечения.

Про
ан
ализиров
ав
Т
аблицу 2.7. можно
сдел
ать вывод, что в период с 2011г. по 2015г.
н
а предприятии АО «Иркутскэнергоремонт» фонд
опл
аты
труд
а повысился
н
а 320510 тыс.руб.
Среднемесячн
ая
з
ар
аботн
ая
пл
ат
а в
ан
ализируемый период

увеличил
ась
н
а 3057,35 тыс.руб.

Структур
а издержек предприятия

Издержки
обр
ащения – это текущие
р
асходы,
связ
анные с движением
тов
аров от
производств
а до потребителя.
Издержк
ами
обр
ащения
н
азыв
ают
выр
аженные в денежной форме
з
атр
аты живого и овеществленного

труд
а по
пл
аномерному доведению и
ре
ализ
ации
тов
аров потребителям. Они
включ
ают
р
асходы
н
а
опл
ату
труд
а
р
аботников торговли,
тр
анспортиров
ание,
хр
анение,
уп
аковку, подсортировку и подготовку
тов

аров к
прод
аже, а
т
акже
р
асходы
н
а
орг
аниз
ацию
з
акупки и
ре
ализ
ации,
н
а
упр
авление торговлей, ведение
учет
а и контроля
з
а выполнением
пл
анов торгово-
фин
ансовой деятельности.

Пр
авильн
ая
орг
аниз
ация
учет
а издержек
обр
ащения
д
ает возможность выявить резервы их снижения. Учет позволяет своевременно
отр
аж
ать
з
атр
аты и
контролиров
ать ход выполнения
пл
ан
а по
издержк
ам
обр
ащения,
р
асходов

ания
м
атери
альных, трудовых и
фин
ансовых ресурсов.
Совершенствов
ание
учет
а издержек
обр
ащения ведет к более
пр
авильному
отр
ажению и в свою очередь
отыск
анию дополнительных резервов их
сокр
ащения.

Сост
ав и
структур
а издержек АО «Иркутскэнергоремонт»
предст
авлен
а в
т
аблице 2.8 и 2.9.

Таблица 2.8

Состав издержек АО «Иркутскэнергоремонт»

Наименование затрат	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение 2015 г. к 2011 г. тыс.руб
Материальные затраты	187538	242029	255404	180455	271006	83468
Расходы на оплату труда	576194	550490	545490	524371	537659	-38535
Отчисления на социальные нужды	175678	154165	158210	158531	165022	-10656
Амортизация	13547	15757	17780	21264	18371	4824
Прочее	191782	703233	768768	307173	349604	157822
Итого	1144739	1665689	1745652	1191794	1341662	196923

Из таблицы 2.8. видно, что издержки обращения на предприятии

нест
абильны. Издержки то
увеличив
аются, то
сниж
аются. В 2015г. по
ср
авнению с 2011г.
Амортиз
ация
увеличил
ась
н
а 4824 тыс.руб.,
м
атери
альные
з
атр
аты увеличились
н
а 83468 тыс.руб.
Р
асходы
н
а
опл
ату
труд

а уменьшись

н

а 38535 тыс.руб.

Т
аблиц
а 2.9

Структур
а издержек АО «Иркутскэнергоремонт»

Н аименов ание з атр ат	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2015 г. к 2011 г., проц.
М атери альные з атр аты	18,38	14,53	14,63	15,14	20,2	1,82
Р асходы н а опл ату труд а	50,33	33,05	31,25	44	40,07	-10,26
Отчисления н а соци альные нужды	15,35	9,26	9,06	13,3	12,3	-3,05
Амортиз ация	1,18	0,95	1,02	1,78	1,37	0,19
Прочее	16,75	42,22	44,04	25,77	26,06	9,31
Итого	100	100	100	100	100	

Н

аибольший удельный вес в структуре

з
атр
ат
з
аним
ают
н
а протяжении всего
ан
ализируемого
период
а –
р
асходы
н
а
опл
ату
труд
а– с 50,33проц. в 2011 г. до 40,07проц. в 2015 г.,
одн
ако
к
ак видно, они имеют тенденцию к уменьшению. Удельный вес
м
атери
альных
з
атр

ат повысился в 2015 г. на 1,82 проц. и составил 20,2проц. Отчисления на социальные нужды в структуре затрат занимают в 2015 г. 12,3проц. Удельный вес амортизационных отчислений занимает самый маленький удельный вес – с 1,18 проц. в 2011 г. до 11,37проц. в 2015 г. Удельный вес прочих затрат в 2015 г. состав

авил 26,06проц. против 16,75проц. в 2011 г., повысившись з
а
ан
ализируемый период
н
а 9,31 проц.

Ан
ализ объемов
ре
ализ
ации продаж и услуг

Объем
ре
ализ
ации продаж
(выручк
а от
прод
аж) – это объем
прод
аж
тов
аров торговой
орг
аниз
ацией в денежном
выр
ажении

з
а определенный период времени. Выручк
а от
прод
аж - это один из основных и
с
амых
в
ажных
пок
аз
ателей в экономике торговой деятельности. Происходит непрерывный процесс движения
тов
аров и услуг, осуществляемый с помощью
сост
авления
согл
ашений или сделок купли-
прод
ажи. Объем
ре
ализ
ации продукции(услуг) является основным
в
аловым
пок
аз

ателем деятельности торгового предприятия, который характеризует результат его деятельности. Именно реализация определенной массы товаров создает экономическое основание для получения определенного объема доходов и прибылей, то есть формирует предпосылки для реализации стратегических целей деятельности предприятия. Структура и состав выручки от прод

аж АО «Иркутскэнергоремонт» предст авлен в т аблицах 2.10 и 2.11.

Т аблиц а 2.10

Структур а объемов ре ализ ации продаж и услуг АО «Иркутскэнергоремонт»

Н аименов ание	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение 2015 г. к 2011 г., тыс.руб
Строительно-монт ажные р аботы	3805745	3980744	4389070	4513000	4515919	710174
Изготовление з апч астей	119074	121780	121899	124900	125336	6262
Технический ремоонт	3680421	3870623	4160732	4304750	4506402	825981
Реконструкции	121156	121349	121900	122768	124239	3083
Ремонт котельного оборудов ания	1056734 0	1287904 4	1310238 0	1368094 5	1402092 4	3453584
Ремонт турбин	2379810	3101260	3410897	4320057	5467890	3088080
Турбинно-вспомог ательные р аботы	86610	99324	99750	100890	104247	17637
Проведение испыт аний	876570	993450	998756	1456300	1367091	490521

Всего	21636726	25167574	26405384	28623610	30232048	8595322

Таблица 2.11

Состав объемов реализации продаж и услуг АО «Иркутскэнергоремонт»

Наименование	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2015 г. к 2011 г., проц.
Строительно-монтажные работы	17,59	15,82	16,62	15,77	14,94	-2,65
Изготовление запчастей	0,55	0,48	0,46	0,44	0,41	-0,14
Технический ремоонт	17,01	15,38	15,76	15,04	14,91	-2,1
Реконструкции	0,56	0,48	0,46	0,43	0,41	-0,15
Ремонт котельного оборудования	48,84	51,17	49,62	47,8	46,38	-2,46
Ремонт турбин	11	12,32	12,92	15,09	18,09	7,09
Турбинно-вспомогательные работы	0,4	0,39	0,38	0,35	0,34	-0,06
Проведение	4,05	3,95	3,78	5,09	4,52	0,47

испыт						
Всего	100	100	100	100	100	

Из таблиц 2.10 и 2.11 видно, что общий товарооборот за 2015 год по сравнению с 2011 годом увеличился на 8595322 тыс.руб. и составил 30232048

Наибольший удельный вес в структуре товарооборота составляет Ремонт котельного оборудования – в 2015 г. составил 46,38проц.

Наименьший удельный вес

сост
авляет изготовление
з
апч
астей, турбинно-
вспомог
ательные
р
аботы и реконструкции,
видн
а тенденция к уменьшению их доли и удельный вес последних
з
а весь
ан
ализируемый период не
превыш
ает 1проц.

Ан
ализируя
д
анную
т
аблицы, можно увидеть, что
услуг
а ремонт турбин приобретет большую популярность у потребителей,
изменения 2015
год
а к 2011 году произошли

н

а 3088080 тыс.руб. а удельный вес изменился с 11 проц. До 18,09 проц.

Политик

а

ценообр

азов

ания

н

а предприятии

Ценообр

азов

ание

сост

авн

ая

ч

асть хозяйственного

мех

анизм

а. Оно

игр

ает

нем

алов

ажную роль в рыночной экономике. Решения,

к

ас

ающиеся ценообразования, на предприятии преследуют многие цели и задачи, зависящие от действия различных факторов. С течением времени изменяются внешние и внутренние условия ценообразования. Макро- и микросреда развиваются, появляются новые подходы к механизму выбора

метод
а
ценообр
азов
ания. Существует три
метод
а
ценообр
азов
ания:

1. З
атр
атные;
2. Ценностные;
3. П
ар
аметрические.

АО «Иркутскэнергоремонт» использует
з
атр
атный метод
ценообр
азов
ания (метод,
приним
ающий в
к
ачестве
отпр

авной точки
ф
актические
з
атр
аты фирмы
н
а производство и
орг
аниз
ацию
сбыт
а
тов
аров), т.е. все
з
атр
аты, подтвержденные
документ
ами
бухг
алтерии,
включ
аются в себестоимость.

Т
ак
политик
а
ценообр

азов
ания
н
а предприятии АО «Иркутскэнергоремонт» строится следующим обр
азом:

1. з
ар
аботн
ая
пл
ат
а
р
абочих строителей и
мех
аниз
аторов;

2. эксплу
ат
ации
м
ашин и
мех
анизмов;

3. стоимость основных
м
атери
алов;

4. стоимость вспомогательных материалов; (сопутствующих)

5. затраты на перевозку грузов и вывозку мусора

Полученная в результате расчета стоимость в текущем уровне цен, корректируется на прогнозный индекс дефлятор. В случае выполнения работ во внеурочное время, в праздничные или выходные дни, производится допл

ат
а в соответствии с действующим з
аконод
ательством РФ.

Прибыль и рент абельность н а предприятии

Любое коммерческое предприятие основной целью своей деятельности счит
ает получение прибыли. Прибыль является одним из фин
ансовых
результ
атов деятельности предприятия и свидетельствует о его успешной деятельности,
котор
ая
достиг
ается, если доходы
превыш
ают
р
асходы. В
обр
атном
случ

ае предприятие получает убыток. Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности. По прибыли определяется доля доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. Прибыль используется также для расчета рентабельности собственных и заемных средств, основных средств, всего авансированного капитала и каждой акции. Одн

ако прибыль является не только основной целью деятельности любой коммерческой орг аниз ации, но и в ажнейшей экономической к атегорией.

К ак экономическ ая к атегория прибыль предприятия отр аж ает чистый доход, созд анный в сфере м атери ального производств а.

Н а уровне предприятия чистый доход приним ает форму прибыли. Прибыль

к
ак
экономическ
ая
к
атегория выполняет определенные функции. Прибыль
х
ар
актеризует экономический эффект, полученный в
результ
ате деятельности предприятия.
Н
аличие прибыли
н
а предприятии
озн
ач
ает, что его доходы
превыш
ают все
р
асходы,
связ
анные с его деятельностью.

Прибыль
обл
ад
ает стимулирующей функцией, одновременно являясь
фин

ансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Доля чистой прибыли, оставшаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и

соци
ального
р
азвития предприятия,
м
атери
ального поощрения
р
аботников. В
т
аблице 2.12. приведен
ан
ализ прибыльности АО «Иркутскэнергоремонт».

Т
аблиц
а 2.12

Ан
ализ прибыльности АО «Иркутскэнергоремонт»

Пок аз атели, тыс.руб	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Абсолютное изменения 2015г.к 2011г.
Выручк а	1197725	133993 9	1424785	1269024	141047 9	212754

Себестоимость производства	1037637	1187457	1258532	1107748	1263486	225849
Валовая прибыль(убыток)	160088	152482	166253	161276	146993	-13095
Управленческие расходы	113181	100774	84127	84046	73502	-39679
Прибыль(убыток) от продаж	46907	51708	82126	77230	73491	26584
Проценты к получению	974	12163	32871	162216	286576	285602
Проценты к уплате	4047	17083	36633	157745	274376	270329
Прочие доходы	5331	24433	16886	28948	33418	28087
Прочие расходы	38036	35594	37620	35626	42566	4530
Прибыль(убыток)до н алогообложения	11129	35627	57630	75023	76543	65414
Текущий н алог н а прибыль	6200	5463	14361	14225	12953	6753
в т.ч. Постоянные н алоговые обязательства(	4288	602	2740	1377	1721	-2567

активы)						
Изменение отложенных н алоговых обяз ательств	459	2896	18	3176	4701	4242

Продолжение таблицы 2.12

Изменение отложенных налоговых активов	145	644	879	1020	653	508
Чистая прибыль (убыток)	32390	27912	42408	58639	59606	27216

Из таблицы 2.12. видно, что прибыль от продаж в 2015 г. составила 73 491 тыс. руб., что на 26 584 тыс. руб. меньше прибыли 2011 г. Чистая прибыль увеличилась в 2015 г. на 27 216 тыс. руб. Очевидно, что такое увеличение прибыли предприятия говорит об его успешной деятельности.

Для оценки эффективности работы промышленного предприятия

недост
аточно
использов
ать только
пок
аз
атель прибыли. Для оценки эффективности
р
аботы предприятия необходимо
сопост
авить прибыль и производственные фонды, с помощью которых
он
а
созд
ан
а. Это и есть
рент
абельность.
Рент
абельность - относительный
пок
аз
атель экономической эффективности.
Рент
абельность комплексно
отр
аж
ает степень эффективности
использов

ания
м
атери
альных, трудовых и денежных ресурсов, а
т
акже природных
бог
атств. Коэффициент
рент
абельности
р
ассчитыв
ается
к
ак отношение прибыли к
актив
ам,
ресурс
ам или
поток
ам, её формирующим. Может
выр
аж
аться
к
ак в прибыли
н
а единицу вложенных средств,
т

ак и в прибыли, которую несёт в себе к ажд ая получен ая денежн ая единиц а. Пок аз атели рент абельности ч асто выр аж ают в процент ах.

Пок аз атели рент абельности необходимы для оценки экономической эффективности хозяйствов ания и

использов
ания ресурсов предприятия: чем выше
рент
абельность, тем больше возможностей осуществить
н
аучно-технический прогресс,
реш
ать
соци
альные проблемы и
повыш
ать
р
азмеры
м
атери
ального
стимулиров
ания
р
аботников предприятия. В
т
аблице 2.13. приведен
ан
ализ
рент
абельности АО «Иркутскэнергоремонт».

Т
аблиц
а 2.13

Ан
ализ
рент
абельности АО «Иркутскэнергоремонт»

Пок аз атели	Ан ализиируемый период					Взменение 2015г. к 2011г.
	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	
Рент абельность основных фондов	27,61	20,03	26,96	29,15	24,7	-2,91
Рент абельность прод аж	2,7	2,08	2,97	4,62	4,22	1,52
Рент абельность производственной деятельности	4,52	4,35	6,52	6,97	5,8	1,28
Рент абельность продукции	3,12	2,35	3,37	5,29	4,7	1,58

Рент
абельность основных фондов
пок
азыв
ает, сколько
н
а 1 рубль среднегодовой стоимости основных фондов приходится чистой прибыли. И определяется по формуле:

Рент
абельность основных фондов = (ЧП/ОФср) ×100% (2.9)

Где, ЧП – чистая прибыль

ОФср - среднегодовая стоимость основных фондов

Например:

Рентабельность $оф_{2011}$ = (32390/117277,5)× 100%= 27,61

Рентабельность продажи показывает, сколько на 1 рубль выручки от продажи приходится чистой прибыли. И определяется по следующей формуле:

$$\text{Рентабельность продажи} = (\text{ЧП}/\text{Выручка}) \times 100\% \quad (2.10)$$

Например:

Рентабельность продаж$_{2011}$= (32390/1197725)×100%= 2,7

Рентабельность производственной деятельности показывает сколько прибыли имеет предприятие с каждого затраченного на производство и реализацию продукции. И определяется по формуле:

Рентабельность п. д. = (П/Себестоимость) ×100% (2.11)

Где, П – прибыль от продаж

Например:

Рентабельность п.д.$_{2011}$=(46907/1037637) ×100=4,52

Рентабельность продукции показывает сколько на 1 рубль себестоимости приходится чистой прибыли. И определяется по следующей формуле:

$$\text{Рентабельность продукции} = (\text{ЧП}/\text{Себестоимость}) \times 100\% \quad (2.12.)$$

Например:

$$\text{Рентабельность продукции}_{2011} = (32390/1037637) \times 100\% = 3{,}12$$

Из показателей таблицы 2.13. можно сделать вывод, что рентабельность основных фондов в период 2011г. по 2015г. уменьшилась на 2,91%, это свидетельствует об ухудшении использов

ания основных фондов. Другие пок аз ателирент абельности увеличились, это говорит об эффективной деятельности предприятия.

2.3.Разработка рекомендаций по повышению эффективности коммерческой деятельности на предприятии АО «Иркутскэнергоремонт»

В рамках повышения эффективности коммерческой деятельности предприятий сферы энергоремонта предлагается:

1.Расширить спектр сервисных услуг за счет введение информационных услуг, таких как рассылк

а или консультации клиентам по возможным вариантам выполнения их заказов, срокам выполнения заказов, цен и т.д.

В качестве мероприятий по расширению спектра сервисных услуг предлагается создание собственного интернет-сайта. Испльзование возможностей интеренета поможет предприятию в:

- Создании стратегического преимущества в коммерческой деятельности;
- Предоставлении потребителю информации о предложениях, качестве и ценах и позволяют совершать сделки и заказы в течение 24 часов в сутки в любом месте, где есть доступ в сеть;
- Использовании сайта как инструмента прямого общения с клиентом;
- Использовании сайта как инструмента рекламы и электронной визитной карточки компании;

Использование интернет-сайта во многом сделает комфортным потребителям связь с предприятием. Зайдя на сайт, потребитель сможет узнать определённую информацию об организации, например, направления деятельности, историю организации предприятия, стоимость услуг, график работы, контакты и т.д., проконсультироваться с персоналом фирмы не используя телефонную связь, ознакомится с уже осуществленными проектами, ознакомится с отзывами других потребителей, сделать заказ и т.д.

Однако, созданный интернет-сайт с целью привлечения потребителей и оказанию услугу, должен обладать определенными критериями, такими как:

1. информативность;
2. средства и удобство поиска;
3. интерактивность;
4. наличие личного кабинета;
5. привлекательный дизайн.

Безусловно для создание интернет-сайта нужно привлечение специалистов в этой области и повлечет за собой некоторые расходы. Однако, из всего вышесказанного очевидно, что предприятию выгодно использовать интернет-сайт, поскольку он поспособствуют развитию коммерческой деятельности, распространению информации об организации, а вследствие чего и повышению популярности фирмы, привлечению клиентов, увеличению числа заказов и т.д

2.Р
азр
абот
ать
клиенториентиров
анную систему
стимулиров
ания
прод
аж для
р
асширения
рынк
а
сбыт
а:

- создание системы накопительных скидок, что стимулирует создание контингента постоянных клиентов. При этом размер предоставляемой скидки, будет зависеть от количества ранее заключенных договоров. Предположительно, объем продаж увеличится на 2-3%
- внедрение программы «Супер бонус», предпол

аг
ающей введение
фиксиров
анной скидки для
к
аждого сотого
клиент
а. Дисконт будет
сост
авлять 10% стоимости
з
ак
аз
а.
Информ
ация о
прогр
амме «Супер бонус»
должн
а активно
р
аспростр
аняться по всем
к
ан
ал
ам.
Ожид
ается, что при

пр
авильной
рекл
амной
к
амп
ании, бонусы помогут привлечь новых клиентов, что увеличит объем
прод
аж
н
а 3-5%

В
к
ачестве мероприятий по
совершенствов
анию системы
упр
авления ценовой политикой
предл
аг
ается
модифициров
ать процесс
ценообр
азов
ания, включив
м
аркетинговый метод -
ориентиров

анный
н
а
исследов
ание
рынк
а и
ощущ
аемую ценность
тов
ар
а.

Следов
ательно, необходимо
т
ак
уст
ан
авлив
ать цены, чтобы
формиров
ать конкурентное преимущество перед
конкурент
ами. Естественно это приведет к снижению дополнительного
доход
а, но одновременно обеспечит увеличение выручки и
в
алового

доход
а.

Сложностью в
д
анном вопросе является то, что услуги энергоремонт
а являются
дост
аточно специфическими. И поэтому почти
н
а всю продукцию действуют фиксиров
анные
(рекомендов
анные) цены.

Поэтому исследуемому предприятию АО «Иркутскэнергоремонт» предл
аг
ается проводить
т
ак
н
азыв
аемые стимулирующие акции для
з
ак
азчиков. И
предост
авлять скрытые бонусы

клиент
ам, которые являются коммерческой
т
айной
(систем
а
«отк
атов»).

Для того чтобы
з
аключить
контр
акт с новым
з
ак
азчиком
комп
ании необходимо
пользов
аться
бонусиров
анием
н
аиболее ценных оптовых клиентов.

В связи с
ук
аз
анными
недост

атк
ами
предл
аг
ается
р
азр
абот
ать мероприятия, которые
способствов
али бы решению
ук
аз
анных
р
анее проблем:

1. Совершенствование системы скидок на продукцию, на которую эти скидки предоставить возможно, и установление на них

специ
альных цен.

2. Бонусное мотивирование клиентов на приобретение той услуги, на которую скидки предоставить невозможно.

Рассчитаем допустимое снижение цены по основным ассортиментным группам исходя из уровня цен конкурентов и цен потребителей (табл. 2.14 и 2.15). Цена минимальная показывает себестоимость или цену производителя (поставщика).

Цена максимальная берется по верхней границе потребительских ожиданий. Возможности снижения рассчитывались исходя из достижения уровня не выше 90 % от максимальной цены.

Таблица 2.14

Цены на группы товаров и услуг

Тыс.руб

Группа	Цена компании	Цена конкрентов	Цена потребителей	Цена минимальная	Цена максимальная
Строительно-монтажные работы	189	212	150-300	100	300
Изготовление	750	760	500-800	500	800

апч астей					
Технический ремонт	850	830	600-900	400	900
Реконструкции	990	980	850-1000	550	1000
Прочее	990	1019	800-1200	500	1200

Т
аблиц
а 2.15

Р

асчет возможной скидки по

тов

арным

групп

ам

Тыс.руб

Групп а	Цен а комп ании в проц.к миним альной	Цен а комп ании в проц. к м аксим альной	Проц. снижения до уровня 90 проц. м аксим альной цены	Цен а прод ажн ая,тыс.руб	Отклонение новой цены, +/-	
					от ст арой	от цены конкурен тов
Строительно- монт ажные	189,0	63,0	-27,0	189	0	-23

Продолжение таблицы 2.15

Изготовление з апч	150,0	93,8	3,8	675	-75	-85
Технический ремонт	212,5	94,4	4,4	765	-85	-65
Реконструкции	180,0	99,0	9,0	891	-99	-89
Прочее	198,0	82,5	-7,5	990	0	-29

Из таблицы видно, что по группам «Строительно-монтажные работы» и «Прочее» разрабатывать скидочную систему не выгодно, так

к
ак по этим
групп
ам уровень цен
сост
авляет менее 90 % от цены
ожид
ания потребителей,
следов
ательно,
д
альнейшее снижение цен может
вызв
ать
нег
ативную
ре
акцию. По
ост
альным
групп
ам возможно
предл
аг
ать скидки до 10 %,
т
ак
к
ак цены по

д
анным
групп
ам
пр
актически соответствуют
м
аксим
альной цене потребителей. По группе «Изготовление
з
апч
астей»
т
ак
ая
скидк
а рекомендуется
н
а уровне 3,8 %, по группе «Технический ремонт» – 4,4 %, по группе «Реконструкции» – 9 %.

При
т
аких
р
азмер
ах скидок предприятие
сохр
анит уровень цен,
пок

азыв
ающий
высокок
ачественное предложение, но при этом
сдел
ает цену более
привлек
ательной для потребителей, а
т
акже
цен
а
комп
ании
ст
анет по всем
тов
арным
групп
ам ниже цен конкурентов, что увеличит поток потребителей
з
а счет их
переход
а от конкурентов.

Исходя из
р
азмеров возможных скидок и группировки основных потребителей можно предложить следующую
гр

ад
ацию скидок:
- для потребителей с долей
ре
ализ
ации более 10 % -
м
аксим
ально
возможн
ая
скидк
а;
- для потребителей с долей
ре
ализ
ации от 5 до 10 % - ¾
м
аксим
альной скидки;
- для прочих потребителей – ½
м
аксим
альной скидки.
Итоговый
р
азмер скидки по потребителям (условные
н
аименов

ания)
предст
авлен в
т
аблице 2.16.

Т
аблиц
а 2.16

Р
асчетные
р
азмеры скидок потребителям в
з
ависимости от доли
ре
ализ
ации

Потребите-ли	Доля в объеме реа-лизации, проц	Изготовле-ние запча-стей	Технический ремонт	Реконструк-ции	прочее
1	16,78	3,8	4,4	9	9,9
2	13,62				
3	12,94				
4	8,21	2,9	3,3	6,8	7,4
5	7,83				
6	6,76				
7	23,86	1,9	2,2	4,5	4,95

Дополнительно
предл
аг
ается предложить скидки по определенным
объем
ам покупок (сумме
пост
авки в
контр

акте).

Миним

альной суммой покупки, при которой возможно получение скидки, определим 1 % от годового объем

а

ре

ализ

ации по

д

анной группе по

результ

ат

ам предыдущего

год

а. : при

р

азмере покупки,

сост

авляющей 5-7,5 %

оборот

а

скидк

а

сост

авит 1 %, при

р

азмере покупки 7,5 – 10 %

оборот

а дополнительная скидка составит 2 %, при превышении размера покупки 10 % от оборота рекомендуется скидка в размере 2,5 % на любую ассортиментную группу.

Для ассортиментных групп, цены по которым не позволяют предлагать скидку для покупателей(если таковые будут), предлагается

р
азр
абот
ать систему бонусов для
покуп
ателей:
- если объем
з
акупок
з
а
кв
арт
ал
превыш
ает 150 тыс. руб.,
покуп
ателю в следующем
кв
арт
але
выпл
ачив
ается денежное
возн
агр
аждение в виде премии в
р
азмере 5 % от суммы

з
акупки предыдущего
кв
арт
ал
а;
-
прогр
амм
а «10Х10»:
к
ажд
ая 10
з
акупк
а
опл
ачив
ается со скидкой 10 %.
Т
аким
обр
азом,
р
азр
абот
анн
ая
систем

а скидок и бонусов приведет, с одной стороны, к снижению получ
аемого
дохода, но с другой стороны, з
а счет увеличения числ
а покупок и их объемов от к
аждого потребителя произойдет общий рост выручки предприятия при сохр
анении з
атр
ат, что повысит прибыльность и рент
абельность деятельности предприятия в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг представляет собой совокупность организационно-хозяйственных операций, обслуживающих обмен, совершение акта купли-продажи с целью получения прибыли и осуществляется на всем пути товародвижения. Через коммерческую деятельность устанавливаются связи изготовителей товаров с их потребителями, и осуществляется управление обменом.

Коммерческая деятельность тесно связана с конечными результатами работы торговой организации — чем эффективнее коммерческая деятельность, тем лучше конечные результаты, и наоборот. Поэтому необходимо не только непрерывно осуществлять коммерческую деятельность по всем ее направлениям, но и постоянно проводить оценку ее эффективности. Это позволит своевременно выявлять «слабые места» и разрабатывать мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности фирмы и повышать ее эффективность. В настоящее время не существует единой системы показателей, по которым можно наиболее полно провести оценку эффективности коммерческой деятельности торговой организации. Исходя из сущности и содержания коммерческой деятельности, в целесообразно проводить оценку ее эффективности в оптовой торговле, основываясь на оценке эффективности каждого из ее элементов.

Для получения максимального эффекта от деятельности фирмы важно постоянно проводить работу по совершенствованию коммерческой деятельности. Разработка мероприятий по совершенствованию должна базироваться на результатах оценки эффективности коммерческой работы организации в целом и по каждому из ее направлений. Однако разработка тех или иных мер по повышению эффективности коммерческой деятельности определяется конкретными условиями (внутренними и внешними), в которых действует торговая организация.

Объектом исследования дипломной работы является АО «Иркутскэнергоремонт». Предметом исследования является организация коммерческой деятельности предприятия.

В первой главе были рассмотрены теоретические аспекты коммерческой деятельности как в целом, так и особенности коммерческой деятельности энергоремонтных предприятий в России и Иркутской области. Из проделанной работы можно сделать выводы, о том, что на данный момент существует около 180 энергоремотных предприятий по всей стране. Среди всех субъектов Россикйской Федерации наибольшее коолличество наблюдается в Иркутской области. Это говорит о развитии энергоремотного рынка и в ближайшие годы можно прогнозировать его рост. А так же были приведены теоретические возможные методы улучшения коммерческой деятельности предприятий сферы энергоремонта.Так как в настоящее время энергоремонт начали рассматривать как субъект коммерческой деятельности, который в первую очередь направлен на удовлетворение спроса потребителя и приносящий доход предприяютию, в связи с этим повышение эффективности коммерческой деятельности предприятий в данной сфере, является актуальной задачей.

Во второй главе на основе изучения теоретических аспектов коммерческой деятельности был проведен анализ коммерческой деятельности предприятия АО «Иркутскэнергоремонт» за период 2011-2015гг. Была рассмотрена общая характеристика предприятия, изложен полный анализ предприятия, а именно форма организации, его задачи и функции, организационная структура предприятия как в целом, так и по отдельным отделам, была рассмотрена организация заключения договоров и порядок их оформления. Так же был проведен анализ показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность предприятия, а именно состояние основных фондов и оборотных средств предприятия, форма и система оплаты труда, издержки обращения, анализ товарооборота, и анализ прибыли и рентабельности предприятия.

Исходя из анализа всего предприятия АО «Иркутскэнергоремонт» можно сделать вывод, что в целом, предприятие ведет эффективную профессиональную деятельность. И в полнее может считаться лидером на рынке энергоремонтных услуг.

На основе проведенного анализа во второй главе, так же был предложен проект мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности АО «Иркутскэнергоремонт».

В качестве основных мероприятий в работе было предложено:

1. Расширить спектр сервисных услуг за счет введение информационных услуг, таких как рассылка или консультации клиентам по возможным вариантам выполнения их заказов, срокам выполнения заказов, цен и т.д.

В качестве мероприятия по расширению спектра сервисных услуг предлагается создание собственного интернет-сайта. Очевидно, что предприятию выгодно использовать интернет-сайт, поскольку он поспособствуют развитию коммерческой деятельности, распространению информации об организации, а вследствие чего и повышению популярности фирмы, привлечению клиентов, увеличению числа заказов и т.д.

2. Разработать эффективную ценовую политику, включая новую бонусную программу и систему скидок.

Создание системы накопительных скидок, предположительно увеличит объем продаж на 2-3%. Внедрение программы «Супер бонус», предположительно увеличит объем продаж на 3-5%.

После расчета возможной скидки по товарным группам мы получили новыую продажную цену некоторых услуг предприятия. А именно:

- Строительно-монтажные работы – 189 тыс.руб;
- Изготовление запчастей – 675 тыс.руб;
- Технический ремонт – 765 тыс.руб;
- Реконструкции – 891 тыс.руб;
- Прочее – 990 тыс.руб.

Из анализа расчета возможной скидки, получился определенный процент возможной скидки по каждой товарной группе. А именно, по группам «Строительно-монтажные р

аботы» и «Прочее»
р
азр
аб
атыв
ать скидочную систему не выгодно,
т
ак
к
ак по этим
групп
ам уровень цен
сост
авляет менее 90 % от цены
ожид
ания потребителей,
следов
ательно,
д
альнейшее снижение цен может
вызв
ать
нег
ативную
ре
акцию. По группе «Изготовление
з
апч
астей»

такая скидка рекомендуется на уровне 3,8 %, по группе «Технический ремонт» – 4,4 %, по группе «Реконструкции» – 9 %.

Тем самым мы определил оптимальный размер скидок, который поможет предприятию сохранить уровень цен, показывающий высококачественное предложение, но при этом сделает цену более привлекательной для потребителей, а также цена компании стала по всем товарным группам ниже цен конкурентов, что увеличит поток потребителей за счет их перехода от конкурентов.

Разработанные предложения будут стимулировать покупателей/заказчиков, что в свою очередь приведет к росту выручки и повышению эффективности деятельности предприятия в целом. Таким образом, цель данной работы достигнута, задачи выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. УСТАВ АО «Иркутскэнергоремонт» // Новая ред.: Ирк,2015.
2. Бухгалтерский баланс, Форма№1: АО «Иркутскэнергоремонт», 2011-2015.
3. Финансовая отчетность, Форма№2: «Иркутскэнергоремонт», 2011-2015.
4. Положение об оплате труда АО «Иркутскэнергоремонт» // Новая ред.: Ирк,2015.
5. Стандарты предприятия АО «Иркутскэнергоремонт»
6. Должностная инструкция работников коммерческого отдела АО «Иркутскэнергоремонт» // Новая ред.: Ирк,2015.
7. Богдановская Л.А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия.- СПб: Мир, 2013.- 532с
8. Грузинов В.П, Экономика предприятия и предпринимательства.- СПб: СОФТ,2012.- 613с
9. Донцова Л.А. Анализ бухгалтерской отчетности.- СПб: ИНФРА,2012.- 435с
10. Павлова. Л.Н. Финансы предприятия.- СПб: ИНФРА,2012.- 310с
11. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности. – СПб.: Питер, 2013. – 368 с.
12. Баринов, В.А. Экономика фирмы: стратегическое планирование: Учебное пособие. –М.:КНОРУС, 2013. – 240 с.
13. Баркан, Д.И. Управление сбытом: Учеб.пособие. – СПб.: Изд-во С.- Петерб. Ун-та, 2014. – 344 с.
14. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учеб.пособие.(Высшее образование) – М.: ИНФРА-М, 2012. – 260 с.
15. Костоглодов, Д.Д.Коммерческая деятельность предприятия: Учебное пособие /Д.Д. Костоглодов, В.С.Платонов, В.Н. Стаханов.- Ростов-на-Дону: РГЭА, 2012. – 312 с.
16. Козлов, В.К. Организация коммерческой деятельности производственных предприятий : практикум / В.К. Козлов, И.Ф. Рудковский, Е.С. Царева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2014. – 158 с.

17. Ляско, В.И. Стратегическое планирование развития предприятия: Учебное пособие для вузов. – М.: Издательство «Экзамен», 2014. – 288 с.
18. Минько, Э.В. Основы коммерции/ Э.В. Минько, А.Э. Минько.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 212 с.
19. Организация коммерческой деятельности производственных предприятий: практикум / В.К. Козлов, И.Ф. Рудковский, Е.С. Царева. - Спб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2014. - 158с.
20. Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие для вузов / Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля, акад. Г.Б. Поляка, проф. В.А.Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 525 с
21. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник.(Высшее образование). – М.: ИНФРОА-М, 2005. – 248 с.
22. Попов, В.М. Современные бизнес-технологии: учебное пособие/В.М.Попов, С.И. Ляпунов, В.В. Филиппов, Г.В. Медведев; под общ. Ред. В.М.Попова и С.М. Ляпунова. – М.: КНОРУС, 2012. – 384 с.
23. Рудковский, И.Ф. Планирование коммерческой деятельности производственного предприятия по обеспечению ресурсами. Записка для преподавателя/ И.Ф.Рудковский, Е.С. Царёва.– СПб.: Решение: учебное видео, 2012. – 32 с.
24. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. -Мн.: ИП «Экоперспектива», 2014. -498с/
25. Синецкий, Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Юристъ, 2012. – 659 с.
26. Смагина, И.Н. Организация коммерческой деятельности в общественном питании(Образовательный стандарт XXI)/ И.Н. Смагина И.Н., Д.А. Смагин.– М.: Изд-во Эксмо, 2014. – 336 с.
27. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие / Под ред. А.П.Градова. – Спб.: Специальная литература, 2012. – 589 с.

28. Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации. Официальный сайт. -(http://www.fas.gov.ru/.)

29. Союз коммерсантов Интернета. Официальный сайт. -(http://www.komer.ru/.)

ПРИЛОЖЕНИЕ1

