

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»
ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ»
38.03.01 ЭКОНОМИКА
профиль «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему : «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия»

Студент(ка)	Ю.С. Люппа	
	(И.О. Фамилия)	(личная подпись)
Руководитель	Н.А. Ярыгина	
	(И.О. Фамилия)	(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой	к.э.н., доцент М.В. Боровицкая	
	(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)	(личная подпись)
«_____»	_____20_____г.	

Тольятти 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»
ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ»

УТВЕРЖДАЮ
и.о.заведующего кафедрой
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
_____/ М.В.Боровицкая
(подпись) (И.О. Фамилия)
« ____ » ____ 20 ____ г.

ЗАДАНИЕ
на выполнение бакалаврской работы

Студент Люппа Юлия Станиславовна

1. Тема «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия»
2. Срок сдачи студентом законченной выпускной квалификационной работы 02.06.2016 г.
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «Горизонт», законодательные и нормативные акты регламентирующие учет и отчетность в РФ, печатные и литературные источники, интернет источники.
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов, разделов)
Раскрыть теоретические основы организации финансово-хозяйственной деятельности организации для успешной разработки управленческих процессов на предприятии
Рассмотреть особенности ведения финансово-хозяйственной деятельности ООО «Горизонт»
Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности на предприятии и эффективности использования основных показателей финансово-хозяйственной деятельности
5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала таблицы, рисунки, диаграммы, приложения
6. . Консультанты по разделам _____
7. Дата выдачи задания «17» февраля 2016 г.

Руководитель выпускной
квалификационной работы

Задание принял к исполнению

_____ (подпись)	Н.А. Ярыгина (И.О. Фамилия)
_____ (подпись)	Ю.С.Люппа (И.О. Фамилия)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Тольяттинский государственный университет»
ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ»

УТВЕРЖДАЮ

и.о.заведующего кафедрой

«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

_____ / М.В.Боровицкая

(подпись) (И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 20 ____ г.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН
выполнения бакалаврской работы

Студентки Люппа Юлии Станиславовны

по теме «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия»

Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения раздела	Фактический срок выполнения раздела	Отметка о выполнении	Подпись руководителя
Согласование темы бакалаврской работы с руководителем	15.02.2016 г. – 17.02.2016 г.			
Утверждение плана с руководителем, получение задания	17.02.2016 г. – 19.02.2016 г.			
Изучение и подбор необходимой литературы	19.02.2016 г. – 22.02.2016 г.			
Подготовка, оформление и сдача руководителю введения	23.02.2016 г. – 28.02.2016 г.			
Выполнение и сдача руководителю 1 главы	18.04.2016 г. – 24.04.2016 г.			
Выполнение и сдача руководителю 2 главы	25.04.2016 г. – 02.05.2016 г.			
Выполнение и сдача руководителю 3 главы	03.05.2016 г. – 12.05.2016 г.			
Подготовка, оформление и сдача руководителю заключения	13.05.2016 г. – 16.05.2016 г.			
Подготовка доклада к защите	17.05.2016 г. – 18.05.2016 г.			
Предзащита бакалаврской работы	19.05.2016 г.			
Исправление замечаний	20.05.2016 г. – 25.05.2016 г.			
Получение отзыва от руководителя	26.05.2016 г. – 01.06.2016 г.			
Сдача бакалаврской работы на кафедру	02.06.2016 г.			
Подготовка презентации и раздаточного материала к защите бакалаврской работы	13.06.2016 г. – 15.06.2016 г.			
Защита бакалаврской работы	16.06.2016 г.			

Руководитель бакалаврской работы

_____ (подпись)

Н.А. Ярыгина

_____ (И.О. Фамилия)

Задание принял к исполнению

_____ (подпись)

Ю.С.Люппа

_____ (И.О. Фамилия)

Аннотация

Тема работы является актуальной, так как на данный момент это молодое и перспективное, в организации бизнеса, направление, которое активно используется как основа ведения управленческих процессов на предприятии в условиях развитого рынка.

Целью исследования является совершенствование стратегии направленной на устойчивое развитие предприятия.

В соответствии с целью бакалаврской работы были определены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты стратегии развития предприятия;
- дать краткую технико-экономическую характеристику деятельности организации;
- выявить особенности ведения финансово-хозяйственной деятельности организации
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Горизонт»;
- разработать мероприятия направленные на повышение показателей финансово-хозяйственной деятельности организации

Объектом исследования является ООО «Горизонт».

Научно-методической основой работы явились законодательные и нормативные акты, научная и методическая литература по исследуемой проблеме, материалы научных и научно–практических конференций по вопросам экономического анализа

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
Глава 1. Теоретические аспекты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	8
1.1 Значение и цели анализа финансово-хозяйственной деятельности.....	8
1.2. Критерии оценки финансово-хозяйственной деятельности.....	10
1.3 Характеристика процесса и основных этапов финансово-хозяйственной деятельности.....	13
Глава 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности и устойчивого развития ООО «Горизонт».....	19
2.1. Краткая характеристика ООО «Горизонт».....	19
2.2. Анализ основных технико-экономических показателей деятельности и объема продажи продукции ООО «Горизонт».....	23
2.3. Анализ состояния и использования трудовых ресурсов ООО «Горизонт» за 2013 – 2015 гг.....	34
2.4. Анализ себестоимости, прибыли и рентабельности ООО «Горизонт».....	37
2.5 Анализ показателей финансовой устойчивости и оценка устойчивого развития ООО «Горизонт».....	39
Глава 3. Рекомендации по повышению основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Горизонт»	53
3.1 Разработка мероприятий способствующих росту конкурентоспособности ООО «Горизонт».....	53
3.2 Сводный расчет эффективности проектируемых мероприятий.....	59
Заключение.....	65
Список использованной литературы.....	68
Приложения.....	73

Введение

Важность и своевременность подготовки стратегических планов развития на данный момент не вызывает сомнения на всех уровнях управления финансово-хозяйственной деятельностью, в нашей стране. Впоследствии периода твердой и централизованной системы планирования государственной финансовой деятельности, пришло время (конец 80-х начало 90-х годов), когда всякое долгосрочное планирование финансово-хозяйственной деятельности предприятия считалось не нужным. В современной России подъем рыночных отношений остро поставил вопрос о необходимости стратегического планирования на всех уровнях финансовой деятельности в стране. В данный момент стратегическое планирование по праву признали одним из основных направлений управленческой деятельности менеджеров среднего и высшего звена. Так же стоит отметить, что в мире разработка и внедрение стратегических планов ведется с учётом всех внешних и внутренних факторов. Стратегическое планирование является гибким инструментом управления и организации деятельности, реагирующим на любые изменения рабочей среды

Признанным фактом является то, что в условиях развитого рынка одной из важнейших функций руководителей высшего звена является разработка и применение стратегической деятельности.

Тема работы является очень актуальной, на данный момент это молодое и перспективное, а главное, необходимое в организации бизнеса направление, которое активно используется как основа ведения управленческих процессов на предприятии в условиях развитого рынка. Изучая данную тематику, менеджеры и финансисты смогут повысить качество работы, более точно оценивать ситуацию и совершать необходимые для организации шаги.

Планирование и прогнозирование устойчивого развития является одним из факторов, являющихся обязательным для построения успешной компании, имеющей долгосрочные перспективы развития. Эффективная стратегия развития бизнеса способна обеспечить долгосрочное развитие компании, реализацию потенциала команды в быстро изменяющейся деловой среде, при нестабильных экономических и политических условиях. Именно наличие стратегии устойчивого развития и постоянное осуществление стратегического управления бизнесом является важнейшим требованием для современного бизнеса.

Для полноценного понимания сути стратегического планирования и управления бизнесом в рамках заранее определенной стратегии, необходимо понимания базовых понятий, которые формируют фундамент теории устойчивого развития.

Целью данной дипломной работы совершенствование стратегии направленной на устойчивое развитие предприятия.

Что бы достигнуть поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты стратегии развития предприятия;
- провести анализ финансово хозяйственной деятельности ООО «Горизонт»;

Объектом исследования является ООО «Горизонт».

Предметом исследования – финансово хозяйственная деятельность ООО «Горизонт».

Научно-методической основой работы явились законодательные и нормативные акты, научная и методическая литература по исследуемой проблеме.

Глава 1. Теоретические аспекты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

1.1. Значение и цели анализа финансово- хозяйственной деятельности предприятия

Для планомерного развития предприятия менеджеры должны анализировать не только внешние факторы, но и ситуацию внутри предприятия. Нужно определять какие внутренние переменные факторы могут идентифицироваться как сильные и слабые стороны организации, понять их важность и установить, какие из этих факторов могут стать основой для конкурентного преимущества. Это помогает определить анализ внутренней среды предприятия.

«Анализ внутренней среды предприятия — это процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем. По сути, анализ внутренней среды предприятия является второй частью SWOT-анализа, связанной с выявлением сильных и слабых сторон деятельности организации» [16, с. 144].

Оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия с учетом имеющихся ограничений сильных и слабых сторон является целью внутреннего анализа.

Что бы обеспечить полноту и достоверность внутреннего стратегического анализа, необходимо провести качественный анализ , не смотря на ситуацию в которой находится организация, тогда конечная эффективность анализа будет более ощутимой.

Принципы внутреннего анализа. В основе анализа внутренней среды предприятия должны лежать следующие принципы:

- системность — означает рассмотрение предприятия как сложной системы, включающей ряд функциональных подсистем (видов деятельности) и компонентов (структурных подразделений);
- комплексность — предполагает анализ всех составляющих частей предприятия;
- сопоставимость — требует проведения анализа всех внутренних переменных в динамике и в сравнении с аналогичными показателями конкурентных фирм;
- уникальность, или специфические цели предприятия.

«Оценка сильных и слабых сторон. Сильные стороны — это опыт и ресурсы, которыми владеет предприятие, а также стратегически важные сферы деятельности, позволяющие побеждать в конкурентной борьбе. Слабые стороны — это недостатки и ограничения, препятствующие успеху» [22, с. 69].

Деятельность предприятия имеет много источников сильных и слабых сторон, часть из которых рассмотрена при анализе отрасли. Например к сильным сторонам можно отнести предпочтения потребителей и возможность сэкономить на масштабах. К слабой стороне предприятия можно отнести зависимость от внутреннего рынка, не способность удовлетворять новые сегменты рынка. Для анализа в сфере производства используют ключевые вопросы и набор факторов (табл. 1.1).

Оценка факторов сильных и слабых сторон предприятия дается в сравнении с рыночным лидером по интервальной шкале путем присвоения каждому фактору определенного веса, например от 1 (незначимый) до 5 (выдающийся).

Таблица 1.1

Анализ сильных и слабых сторон предприятия в сфере производства

Факторы	Вопросы для анализа
Стоимость сырья и его доступность, отношения с поставщиками	Соответствуют ли производственные мощности современным требованиям? Насколько эффективно используются производство? Существуют ли возможности для расширения производственной базы? Какова отдача от исследований и разработок? Приводят ли НИРк созданию принципиально новых продуктов?
Система контроля запасов, оборот запасов	
Местонахождение производства	
Экономия от масштаба производства	
Эффективность использования мощностей, прогрессивность оборудования	
Степень вертикальной интеграции, чистая продукция, прибыль	
Контроль за процессом приготовления продукта	
Закупка	
Исследование и разработка, инновации	
Патенты, торговые марки и аналогичные формы защиты товаров	
Величина издержек	

1.2. Критерии оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Финансово-хозяйственная деятельность — процесс разработки, принятия и реализации управленческих решений, центральным звеном которого является стратегический выбор, основанный на сопоставлении собственного ресурсного потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешнего окружения.

Основой устойчивого развития является система заранее спланированных стратегий, которые взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом давая наилучший результат при изменениях внешней среды.

С учетом отмеченных особенностей устойчивое развитие финансово-хозяйственной деятельности организации — это управление предприятием, которое основывается на человеческом потенциале как на основе предприятия, ориентируя свою деятельность исходя из запросов

потребителей, осуществляя необходимое регулирование и своевременные изменения на предприятии, сопоставимые воздействию окружающей среды и позволяющие добиваться преимуществ перед конкурентами, что, в итоге позволяет предприятию выигрывать в долгосрочной перспективе. «Устойчивое развитие на предприятии выражается в следующих пяти функциях:

- планирование стратегии;
- организация выполнения стратегических планов;
- координация действий по продаж управленческих задач;
- мотивация на достижение стратегических результатов;
- контроль за процессом выполнения стратегии » [11, 56].

Разработка устойчивого развития включает в себя выполнение прогнозирования, бюджетирования и планирование стратегии. Перед тем как составляются стратегические планы необходимо совершить прогнозирование. Для прогнозирования возможностей развития и оценки уровня рисков внешней среды проводится анализ внутренней и внешней среды, а так же условий функционирования предприятия. Что бы предприятие развивалось планомерно, необходимо вести систематическое прогнозирование. В прогнозировании традиционно используются три измерения: время (как далеко вперед мы пытаемся заглянуть?), направление (каковы тенденции будущего?), величина (насколько существенны будут перемены?). Разрабатывая стратегию, формирует миссию (цель) и определяя перспективы развития организации руководство обязательно учитывает результаты проведенного анализа. Что бы результаты деятельности отдельных подразделений предприятия соответствовали стратегическим целям организации, разрабатывают программы действия и составляют бюджет. Грамотное распределение ресурсов и оценка стоимости программы является бюджетированием.

Для успешного выполнения планов управления организацией и формирования будущего потенциала предприятия согласовывают структуру и систему управления с выбранной стратегией развития, создают корпоративную культуру поддерживающую стратегию.

Направление действий менеджеров по формированию и продаж генеральной стратегии основывается на согласовании управленческих решений различных уровней и последовательном распределении целей и стратегий структурных подразделений на более высоких ступенях управления.

Мотивация как инструмент для устойчивого развития предприятия основана на разработке системы поощрения, агитирующих на достижение поставленных стратегических результатов.

Функция контроля базируется на постоянном наблюдении за ведением процесса продаж стратегических планов. Контроль необходим для заблаговременного определения приближающейся опасности, и для выявления ошибок и отклонений от принятых стратегий и политики организации.

В условиях постоянно меняющейся внешней среды основная цель устойчивого развития предприятия это развитие потенциала и поддержание стратегической способности предприятия к конкуренции и эффективному функционированию. Сущность стратегического управления предприятием определяется совокупностью рассмотренных функций.

Из этого следует что, для устойчивого развития предприятия необходимо определить стратегию развития предприятия, постоянно контролировать и оценивать происходящие изменения финансово-хозяйственной деятельности для поддержания конкурентоспособности в условиях нестабильной внешней среды.

1.3. Характеристика процесса и основных этапов финансово хозяйственной деятельности

«В финансово-хозяйственную деятельность предприятия включены пять ключевых факторов, которые образуют следующую цепочку перспективно-целевых решений.

Видение — это образ возможного и желаемого будущего состояния предприятия.

Сфера бизнеса — деятельность, основанная на конкретной хозяйственной единице, программой и т.п. Установление сферы бизнеса предполагает оценивание перспектив и определения своего конкретного места и возможностей. Миссия, или общественно значимая роль, предприятия представляет собой качественно выраженную совокупность основных целей бизнеса.

Стратегия – выбранный сценарий действий предназначенных для достижения целей предприятия. Содержанием стратегии является свод правил для принятия решений, который используют для определения основных направлений деятельности.

Программы и планы — это система мер по продажам принятой предприятием стратегии, призванная решать задачи распределения ресурсов, полномочий и ответственности среди подразделений (сотрудников), участвующих в продажах стратегии; разработки оперативных планов и программ.

Этапы финансово-хозяйственной деятельности для устойчивого развития предприятия:

- анализ среды;
- определение миссии и целей организации;
- формирование и выбор стратегии;
- реализация стратегии;

- оценка и контроль выполнения стратегии» [19, с. 108 – 111].

Анализ среды используют для определения миссии и целей организации, разработки стратегии развития, а так же для устойчивого развития в целом. Внутреннюю среду организации анализируют по следующим направлениям: маркетинг, финансы и учет, производство, персонал, организация управления. Что бы проанализировать внешнюю среду исследуют экономические, политические, социальные и международные факторы, а так же факторы конкуренции. Для этого внешнюю среду делят на две составляющих : среда прямого воздействия (поставщики, конкуренты), и среда косвенного воздействия (социокультурные и политические изменения). Основными задачами стратегического анализа является определение угроз и возможностей внешней среды, а так же сильных и слабых сторон организации.

«Процесс определения миссии и целей состоит из трех подпроцессов:

- формулирование миссии организации, которая в конкретной форме выражает смысл ее существования;
- определение долгосрочных целей;
- определение среднесрочных целей» [18, с. 73].

Для формирования и выбора стратегии формулируют несколько альтернативных направлений развития организации, их оценивают и выбирают лучшую стратегическую альтернативу для продаж. При этом используется специальный инструментарий, включающий количественные методы прогнозирования, разработку сценариев будущего развития, портфельный анализ.

Для успешной реализации стратегии осуществляют разработку программ, бюджетов и процедур рассматриваемые как среднесрочные и краткосрочные планы продажи стратегии.

Успешное выполнение стратегии формируется из следующих составляющие:

- что бы привлечь сотрудников в процесс продаж стратегии и понимании миссии организации, необходимо донести до них цели стратегии и планы;

- своевременное обеспечение поступления всех необходимых ресурсов нужных для продаж стратегии, формирование плана осуществления стратегии в виде целевых установок;

- осуществление закрепленных за руководителями функций, решение своих задач в процессе продаж стратегии.

По итогам продаж стратегии происходит оценка и с помощью системы обратной связи которая осуществляет контроль деятельности организации происходит корректировка предыдущих этапов.

Методика стратегического управления состоит из взаимосвязанных работ по стратегическому анализу, выбору и продаж стратегии. Так как разработка стратегии это циклический процесс, то определении и отбор стратегии могут происходить на этапе анализа внешней среды, а оценка стратегии может потребовать дополнительного анализа среды. Кроме того, из-за ежегодной корректировки стратегических планов и решений появляется необходимость постоянного мониторинга, и как следствие изменении стратегии.

К сожалению, изменению во внешней среде происходят постоянно, поэтому даже самая совершенная стратегия не может прогнозировать всех ситуаций. При появлении изменений внешней среды организация формирует и решает новые стратегические задачи, с помощью которых проводится необходимая корректировка деятельности. Итогом решения таких задач представляется достижение высоких уровней продаж, улучшения климата в коллективе, привлечение новых инвесторов и т.д.

Управление на основе решения стратегических задач осуществляется в том случае когда события невозможно предугадать полностью или частично, и для реагирования на них полностью менять линию поведения предприятия

является не целесообразным. Используя метод решения стратегических задач, предприятие получает возможность заблаговременно предотвратить возникновение не благоприятной ситуации и значительно смягчить негативные последствия и с наибольшей выгодой использовать сложившуюся ситуацию. Стратегические задачи обычно появляются по двум причинам:

- изменения во внешней среде организации;
- внутренние изменения, характерные для, развивающейся организации.

Изменения в политике (военные действия), экономике (кризис), технологиях (появления инноваций) и социальных (усиление требований поддержания уровня занятости) аспектах отражают изменения во внешней среде функционирования предприятия.

Внутренние изменения по своей природе аналогичны внешним. Они могут быть естественными (рост заболеваемости персонала, нарушающий нормальный ход работы), технологическими (устаревание оборудования, технологии), экономическими (диверсификация производства, рост капиталоемкости и финансовой нестабильности), социальными (развитие механизма мотивации трудовой деятельности).

«Процесс управления путем решения вновь возникающих стратегических задач предусматривает:

- постоянное наблюдение за всеми изменениями.
- анализ и обнаружение опасностей и новых возможностей.
- оценку важности и срочности решения, вновь возникающих задач на основе их классификации:
 - а) самые срочные и важные задачи, требующие немедленного решения;
 - б) важные задачи средней срочности, которые могут быть решены в пределах следующего планового цикла;
 - в) важные, но несрочные задачи, требующие постоянного контроля;

г) задачи, представляющие собой ложную тревогу и не заслуживающие внимания.

-подготовку решений (ее осуществляют специально созданные оперативные группы).

-принятие решений с учетом возможных стратегических и тактических последствий (осуществляет руководство).

-обновление списка проблем и их приоритетности» [24, с. 43 – 44].

Сильными сигналами называют явные проблемы выявленные в процессе наблюдения. Проблемы которые выявляются по ранним и недостоверным факторам называют слабыми сигналами. Чем слабее сигнал, тем больше времени есть у предприятия для ответной реакции.

Реагируя на сильный сигнал предприятие может позволить себе действовать более решительно. Реакция по слабому сигналу вероятнее всего будет более растянута по времени и нарастать по мере увеличения сигнала.

При возникновении экстренных ситуаций, когда быстро ставятся новые задачи, не соответствующие прошлому опыту, при этом отсутствие решений, может привести к крупному ущербу используют систему чрезвычайных мер.

«Эта система предполагает следующие действия:

- использование коммутационной сети связей для чрезвычайных ситуаций;

- перераспределение обязанностей высшего руководства: контроль и сохранение морального климата; обычная работа с минимальным уровнем срывов; принятие чрезвычайных мер;

- создание групп гибкого ранжирования из наиболее опытных специалистов, наделенных необходимыми полномочиями; в их обязанности входит постоянное наблюдение, анализ и оценка ситуации, выработка необходимых оперативных решений с учетом их возможных последствий;

такие группы имеют особый статус и действуют вразрез с существующей в организации иерархией» [21, с. 52].

Данные системы стратегического управления не являются взаимозаменяемыми. Применение данных систем стратегического управления зависит от степени нестабильности внешней среды.

Глава 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности и устойчивого развития ООО «Горизонт»

2.1. Краткая технико-экономическая характеристика ООО «Горизонт»

Общество с ограниченной ответственностью «Горизонт», действует в порядке, предусмотренном Федеральным Законом «Об обществах с ограниченной ответственностью», Гражданским кодексом Российской Федерации, настоящим Уставом и иным Законодательством Российской Федерации.

Месторасположение общества (юридический адрес): 445026, Самарская область, г.о. Тольятти, ул. Свердлова, 51/21, Автозаводский район.

Ателье «Горизонт» было открыто в январе 1977 года и входило в состав «Тольяттинской фабрики ремонта и пошива одежды №8» филиал №2 производственного объединения «Куйбышев индпошив». 22 апреля 1977 года ателье был присвоен 1 разряд. В 1992 году фабрика была реорганизована и ателье «Горизонт» стало самостоятельным предприятием ТОО «Горизонт». В июле 1999 года перерегистрировано в ООО «Горизонт». В настоящее время предприятие по организационно-правовой форме является обществом с ограниченной ответственностью.

Форма собственности – частная. ООО «Горизонт» является юридическим лицом по российскому законодательству, имеет самостоятельный баланс и действует на основе полного хозрасчета, самоокупаемости, самофинансирования, имеет свой расчетный счет в банке. Общество обладает обособленным имуществом, может от своего имени приобретать имущественные и неимущественные права и нести обязанности, быть истцом и ответчиком в арбитражном суде, осуществлять сделки, соответствующие его деятельности. Общество имеет круглую печать,

штампы, бланки, необходимые для ведения финансово-экономической и хозяйственной деятельности.

В соответствии с положениями устава, ООО «Горизонт» было создано для:

- наиболее полного удовлетворения потребностей населения в швейной продукции и в оказании услуг по пошиву;
- расширения и развития в целом бытового обслуживания населения г.о. Тольятти;
- создания дополнительных рабочих мест.

Профиль ООО «Горизонт» - услуги по ремонту одежды, пошиву верхней одежды и индивидуальному пошиву.

Виды деятельности ООО «Горизонт»: бытовое обслуживание населения; коммерческая деятельность; торгово-посредническая деятельность; иная деятельность, не запрещенная законодательством.

В ателье оказываются следующие виды услуг:

1 - пошив верхней мужской и женской одежды:

- а) пальто зимнее и д/с мужское / женское;
- б) пиджаки мужские, жакеты женские;
- в) брюки;

2 - пошив легкого платья (платья, блузы, юбки, халаты, сарафаны);

3 - пошив головных уборов;

4 - пошив меховых и кожаных изделий;

5 - все виды ремонта одежды и текстильных изделий;

6 - пошив спецодежды, постельного белья, рукавиц.

Организационная структура предприятия – это форма разделения труда, закрепляющая определенные функции управления за структурными подразделениями различного уровня иерархии.

На предприятии числится 26 сотрудников: директор, дизайнер-технолог, художник-модельер, 6 закройщика, 11 портных, приемщик заказов, сменный мастер, товаровед, бухгалтер, продавец и уборщица.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 2.1.

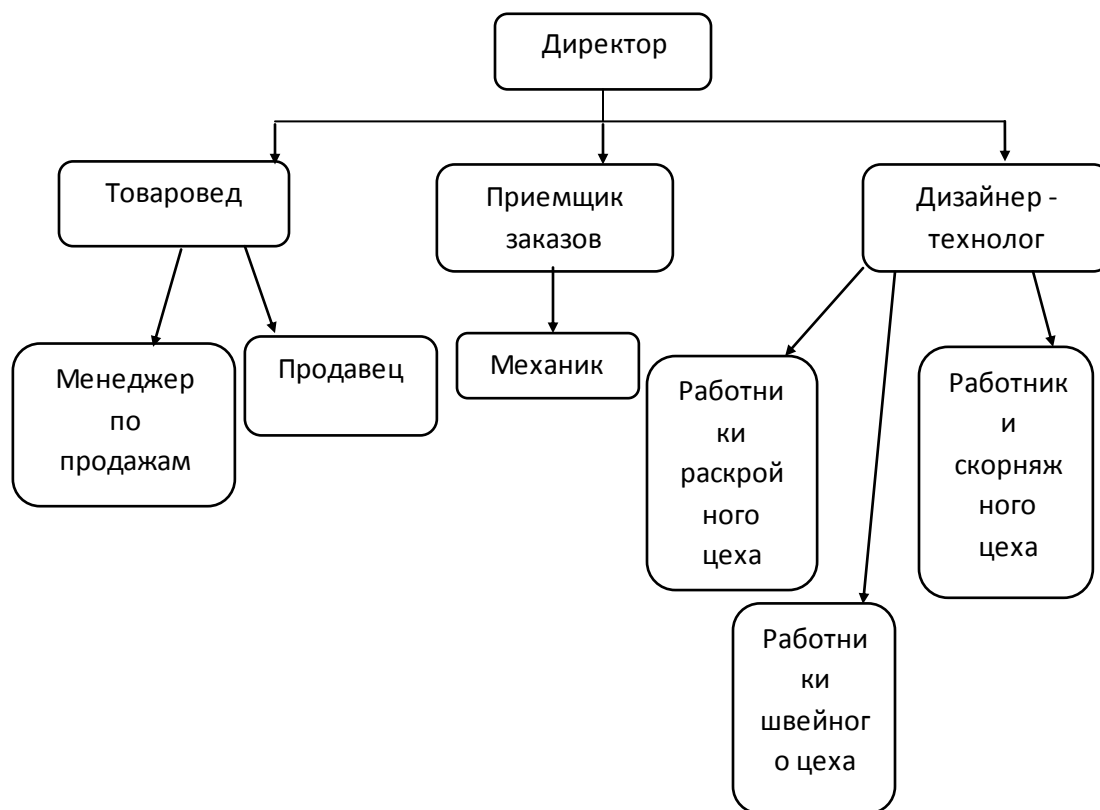


Рис.2.1. Схема организации структуры управления ООО «Горизонт»

Преимущества данной структуры управления состоит в четкой системе взаимосвязанных функций и подразделений, системе единоначалия, быстрая реакция исполнительных подразделений на прямые указания вышестоящего руководства. Способствуют эффективному производству стандартизированных товаров и услуг, обеспечивает экономию на управленческих расходах.

К недостаткам можно отнести отсутствие звеньев, занимающихся стратегическим планированием, направленность на перекладывание

ответственности при решении проблем, которые требуют участия нескольких подразделений.

Организация производства являет собой состав и мощность производственных отделений, которые входят в единое производство, их отношения на каждом уровне производства. Цех является основным структурным подразделением предприятия и производственной единицей. Производственная структура ООО «Горизонт» (рис. 2.2) имеет технологическую структуру.

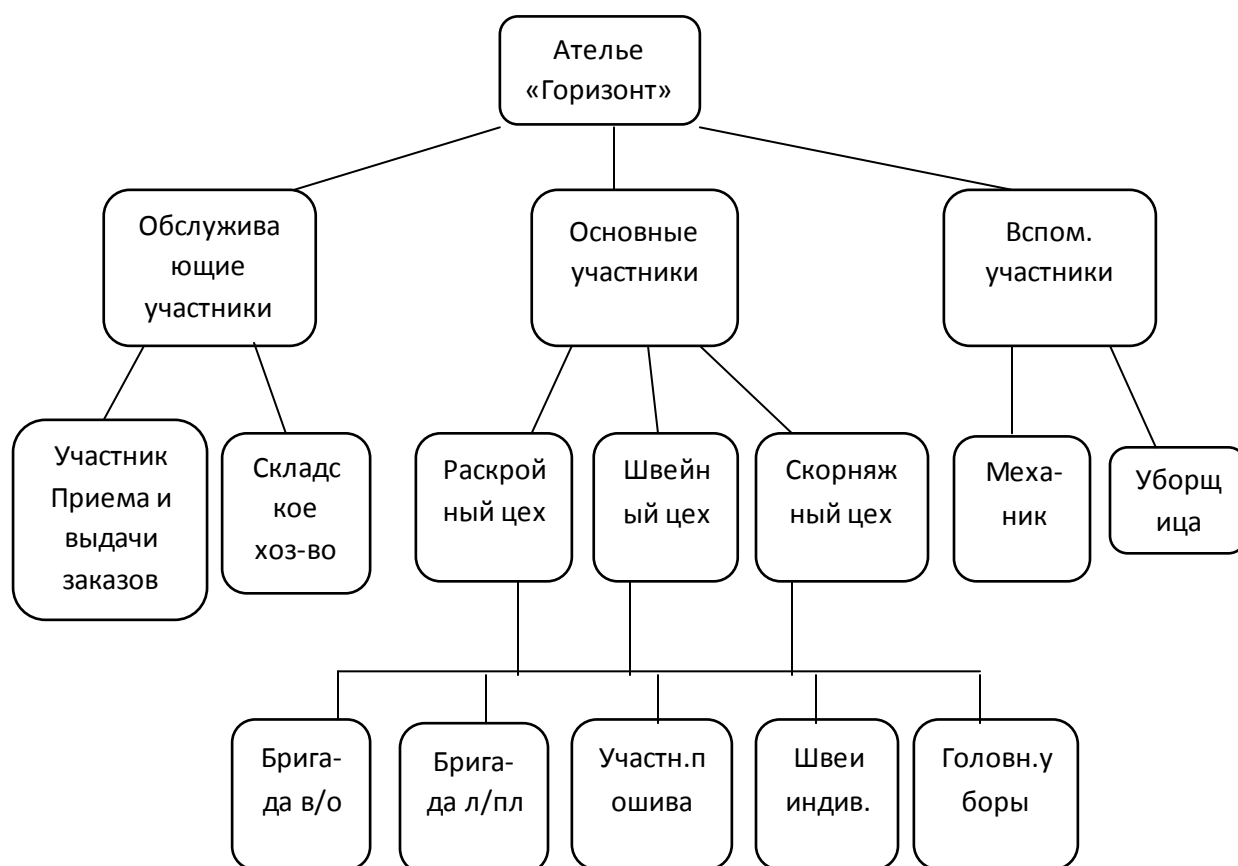


Рис. 2.2. Схема производственной структуры ателье

Технологическая структура предопределяет четкую технологическую обособленность. Следовательно, оборудование расположено не по ходу технологического процесса, а по группам: раскройный цех, швейный цех, скорняжный цех. Все цеха оснащены необходимым для производства промышленным оборудованием.

Преимущества:

- позволяет маневрировать расстановкой людей;
- облегчает техническое руководство процессом производства за счет небольшого разнообразия операций и оборудования;
- облегчает перестройку производства с одной номенклатуры изделий на другую, что особенно важно в условиях рыночной экономики.

Недостатки:

- ограничивается ответственность руководителей подразделений за выполнение только определенной части производственного процесса;
- частые переналадки оборудования, что ведет к пролеживанию материала, удлинению цикла производства, снижению фондоотдачи.

2.2. Анализ основных технико-экономических показателей деятельности и объема продажи продукции ООО «Горизонт»

Информационной базой анализа основных технико-экономических показателей является бухгалтерская финансовая отчетность. В таблице 2.1. представлены основные показатели финансово-хозяйственной деятельности.

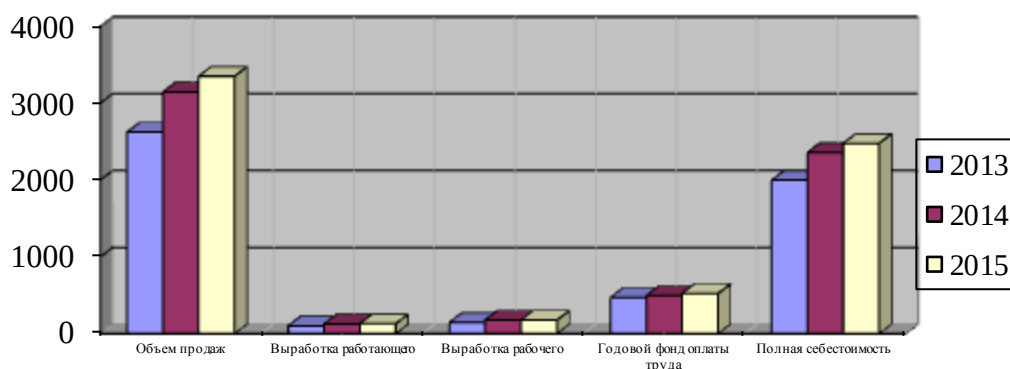


Рис. 2.3. Динамика показателей деятельности предприятия

Таблица 2.1

**Основные технико-экономические показатели деятельности
предприятия ООО «Горизонт» за 2013-2015 гг. (в сопоставимых ценах)**

Показатели	Ед. изм.	2013 г.	2014г.	2015г.	Отклонения			
					Абсолютное, +/-		Темп прироста, %	
					2013/2 014	2014 / 2015	2013 /201 4	2014 / 2015
Объем продаж в стоимостном выражении	Тыс. руб.	2620,67	3144,8	3348,38	524,13	203,58	19,9	6,47
Объем продаж в натуральном выражении	шт.	2810	3060	3180	250	120	8,9	3,9
Среднесписочная численность: - работающих - рабочих	чел.	26 18	25 18	26 19	-1 0	1 1	-3,8 0	4 5,5
Среднегодовая выработка: - одного работающего - одного рабочего	Тыс. руб.	100,79 145,59	125,79 174,71	128,78 176,23	24,99 29,12	7,83 1,52	24,8 20	6,5 0,9
Годовой фонд оплаты труда: - работающих - рабочих	Тыс. руб.	469,6 805,41	493,5 966,01	521,5 1064,6	236,3 160,59	174,50 98,602	15,5 19,9	9,9 10,2
Среднегодовая зарплатная плата: -одного работающего -одного рабочего	Тыс. руб.	58,7 44,745	70,5 53,667	74,5 56,032	11,8 8,922	4,0 2,365	20,1 19,9	5,6 4,4
Полная себестоимость услуг	Тыс. руб.	1995,60	2356,7	2475,22	361,07	118,55	18	5,03
Затраты на один рубль продаж	Руб.	0,76	0,75	0,74	-0,01	-0,01	-1,3	-1,3

Проведя анализ по данным таблицы и рисунка, можно сделать вывод, что экономическая деятельность предприятия достаточно эффективна и находится в процессе стабилизации. Об этом свидетельствует увеличившийся на 6,47 % (сравнение 2014 и 2015 г.г.) объем продаж в стоимостном выражении, увеличившиеся рентабельность и прибыль предприятия. Это связано с уменьшением затрат на 1 рубль продаж (- 0,01 % в 2015 г по сравнению с 2014 г), увеличением численности работников на 1 чел. и как следствие этого увеличением среднегодовой выработки.

Анализ выше данных показателей показал положительные тенденции развития предприятия, что говорит о том, что у населения есть спрос на услуги данного предприятия, и, следовательно, оно рентабельно.

Далее будет проведен анализ объема продаж продукции с целью выяснения уровня конкурентоспособности предприятия.

Анализ объема продаж включает в себя: анализ ассортимента продукции, анализ равномерности работы, анализ выполнения плана. В таблице 2.2 представлены данные анализа оказываемых услуг ООО «Горизонт».

Анализ данных таблицы показал, что ассортиментные группы оказываемых услуг ООО «Горизонт» имеют значительный прирост это связано с востребованностью услуг у населения. Наибольший прирост наблюдается по продукции брюки – 359,65% и шторы – 173,08%.

Таблица 2.2

Ассортимент производимой продукции (оказываемых услуг)
предприятия

Наименование продукции	Объем продаж, руб. (или шт.)		Абсолютное, +/-	Темп прироста, %
	Базовый год 2013	Отчетный год 2015		
1	2	3	4	5
Верхняя одежда	629	1108	479	76,15

1	2	3	4	5
Платья	1107	1971	864	78,05
Шторы	78	213	135	173,08
Ремонт	2800	3856	1056	37,71
Брюки	171	786	615	359,65
Итого	4785	7934	3149	65,81

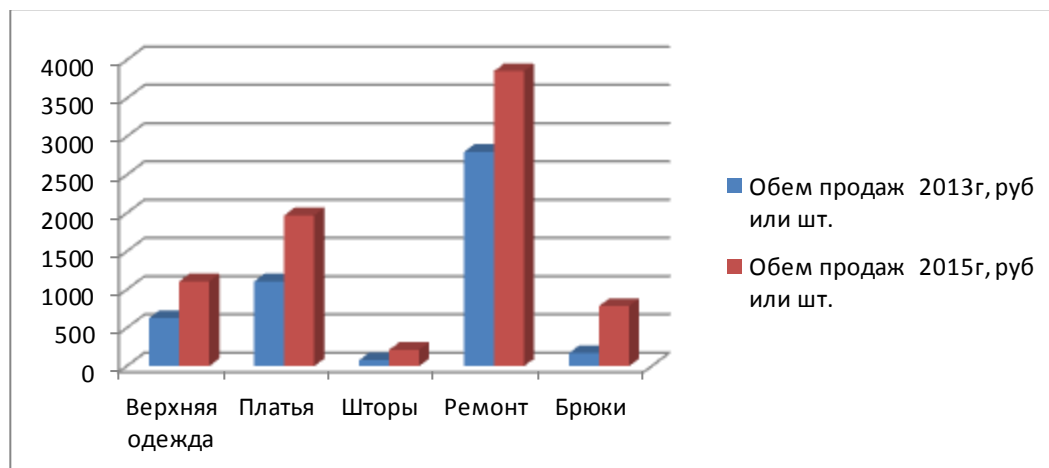


Рис. 2.4. Динамика прироста объема продаж.

Такие показатели темпов прироста объемов продаж можно обосновать следующим:

- 1) было закуплено новое оборудование, что существенно сократило поломки и время изготовления одного изделия;
- 2) увеличилась численность рабочих на два человека;
- 3) увеличилась заработная плата работников предприятия;
- 4) была разработана система премирования, которая позволила увеличить эффективность труда работников;
- 5) улучшились условия труда, по сравнению с предыдущим периодом.

Основными видами оказываемых услуг на предприятии ООО «Горизонт» являются ремонт, а также пошив плаття и верхней одежды. Темпы прироста объема продаж можно объяснить увеличением численности рабочих на два человека, повышением уровня заработной платы,

приобретением нового оборудования, что существенно сократило время изготовления одного изделия и его качество.

Анализ объема продаж продукции (услуг) включает в себя анализ динамики, расчет коэффициентов равномерности и сезонности работы предприятия, анализ выполнения плана по ассортименту и др. Расчет темпов роста и темпов прироста показателей, абсолютной и относительной величины изменения объема продаж продукции (услуг) по годам анализируемого периода представлен в табл. 2.3.

Из данных таблицы видно, что объем продаж за период с 2013-2015 гг. заметно увеличился (разница за последние два года составила 203,6 тыс.руб.), о чем свидетельствует темп прироста.

Составной частью анализа динамики объема продаж является также и анализ влияния структурных сдвигов в производстве на величину объема проданной продукции (оказанных услуг).

Таблица 2.3

Динамика объёма продаж продукции (услуг) ООО «Горизонт» за 2013-2015 гг.

Годы	Объем продаж ,тыс. руб.	Абсолютный прирост объёма пр., т.р.		Темп роста объёма пр., %		Темп прироста объёма пр., %		Значение 1% прироста объёма пр., т.р.	
		пред. год	базис. год.	пред. год	базис. год	пред. год	базис. год.	пред. год	базис. год.
2013	2620,7	-	-	-	-	-	-	-	-
2014	3144,8	524,1	524,1	119,99	119,99	19,99	19,99	26,2	26,2
2015	3348,4	203,6	727,7	106,47	127,77	6,47	27,77	31,47	26,2

Структурные сдвиги обусловлены влиянием следующих факторов – средней цены и количественным изменением объема продаж продукции (услуг). Которые в свою очередь подвергаются влиянию внешней среды организации, такие как конкуренция или поставщики материалов.

Рассчитываем степень влияния данных факторов на объем продаж (см. таблица 2.4).

По данным таблицы 2.4 наблюдается увеличение всех показателей: объема услуг (сравнение показателей 2013, 2015 гг. составило 203,6 тыс., руб., количества реализованных услуг (увеличение на 120 –сравнение 2014,2015 гг.), средней цены единицы услуги (увеличение составляет 0,025 за 2014-2015 гг.).

Таблица 2.4

Изменение объёма продаж ООО «Горизонт» за счет изменения количества произведенной продукции (оказанных услуг) и средней цены

Показатель	2013г.	2014г.	2015г.	Отклонение	
				2015г. от 2013г.	2015г.от 2014г.
1.Объем продаж услуг, тыс.руб.	2620,7	3144,8	3348,4	727,7	203,6
2.Кол-во реализованных услуг, нат. ед.	2810	3060	3180	370	120
3. Средняя цена единицы, тыс.руб.	0,932	1,027	1,052	0,12	0,025

Это свидетельствует о том, спрос на услуги предприятия стабилен, растут объемы производства и получаемый доход, а значит предприятие конкурентоспособно.

Для анализа равномерности продаж рассматриваем динамику объема продаж продукции (услуг) предприятия по месяцам за 2013-2015 гг.

Таблица 2.5

Исходные данные для анализа коэффициентов равномерности и сезонности продаж продукции (услуг) за 2013-2015гг.

Месяцы года	Объем продаж продукции, тыс.руб.		
	2013	2014	2015
Январь	218,4	260,264	275,72
Февраль	216,38	215,5	223,24
Март	219	278,6	284,16
Апрель	224,7	278,622	285,33

Продолжение таблицы 2.5

Май	214,66	268,336	292,92
Июнь	214,8	260,8	289,4
Июль	210,7	258,74	291,26
Август	218,15	272,2	295,89
Сентябрь	215,059	260,408	283,76
Октябрь	213,618	261,13	271,5
Ноябрь	216,5	260,07	273,7
Декабрь	238,7	270,13	281,52
Итого	2620,667	3144,8	3348,4
Среднемесячный объем продаж	218,3389	262,0666	279,03

Судя по исходным данным анализа коэффициентов равномерности и сезонности продаж продукции (услуг), объем продаж имеет рост, но волатильность месячного выполнения объема продаж присутствует. В связи с этим рассчитываем коэффициент равномерности работы предприятия на основании данных за три года.

Минимальным значением коэффициента равномерности считается показатель 0.7 . Оптимальным значением коэффициента является показатель больше 0.9.

Как мы видим из данных таблицы в 2013 г предприятие работало аритмично, возможно причиной этому стало сезонность работы предприятия (табл. 2.7). Однако к 2015 году коэффициент равномерности достиг своего оптимального значения , а следовательно работа предприятия равномерной и менее зависимой от внешних факторов.

Таблица 2.6.

Анализ равномерности работы ООО «Горизонт» за 2013-2015гг.

Месяц года	Недодано продукции (услуг)		Коэффициент равномерности	
	В 2013г. по сравнению с 2015г.	В 2014г. по сравнению с 2015г.	2013г.	2015г.
1	2	3	4	5
Январь	41,86	15,46	0,81	0,95
Февраль	0	7,74	1	0,97

Продолжение таблицы 2.6.

1	2	3	4	5
Апрель	53,92	6,7	0,75	0,97
Май	53,68	24,58	0,76	0,91
Июнь	46	28,6	0,79	0,89
Июль	48,04	32,52	0,78	0,88
Август	54,05	23,69	0,75	0,91
Сентябрь	45,35	23,35	0,79	0,91
Октябрь	47,51	10,37	0,78	0,96
Ноябрь	43,57	13,63	0,8	0,95
Декабрь	31,43	11,39	0,86	0,96
Всего за год	524,01	203,59	0,8	0,94

Рассчитанные значения коэффициентов сезонности (Ксез), абсолютных отклонений абсолютной от средней величины ($1 - \text{Ксез}$) и квадратов абсолютного отклонения систематизируются в табл. 2.7.

Таблица 2.7

Расчетно-аналитические показатели для исследования сезонности продаж в ООО «Горизонт» за 2013-2015 гг.

Период времени	2013 год			2014 год			2015 год		
	К сез.	Абс. отк.	Квадрат абс.откл.	К сез.	Абс. отк.	Квадрат абс.откл.	К сез.	Абс. отк.	Квадрат абс.откл.
Январь	1,0005	0,00005	0,000000025	0,99	0,01	0,0001	0,99	0,01	0,0001
Февраль	0,99	0,01	0,0001	0,82	0,18	0,0324	0,8	0,2	0,04
Март	1,002	0,002	0,000004	1,06	0,06	0,0036	1,01	0,01	0,0001
Апрель	1,02	0,02	0,0004	1,06	0,06	0,0036	1,02	0,01	0,0001
Май	0,98	0,02	0,0004	1,02	0,02	0,0004	1,05	0,05	0,0025
Июнь	0,98	0,02	0,0004	0,99	0,01	0,0001	1,04	0,04	0,0016
Июль	0,96	0,04	0,0016	0,98	0,02	0,0004	1,04	0,04	0,0016
Август	0,99	0,01	0,0001	1,03	0,03	0,0009	1,06	0,06	0,0036
Сентябрь	0,98	0,02	0,0004	0,99	0,01	0,0001	1,02	0,02	0,0004
Октябрь	0,97	0,03	0,0009	0,99	0,01	0,0001	0,97	0,03	0,0009
Ноябрь	0,99	0,01	0,0001	0,99	0,01	0,0001	0,98	0,02	0,0004
Декабрь	1,09	0,09	0,0081	1,03	0,03	0,0009	1	0	0
Итоги за год	0,99	0,272	0,0125	0,91	0,45	0,0427	0,99	0,49	0,0516

Исходя из данных таблицы можно судить, что к 2015 г влияние сезонных факторов на работу предприятия увеличилось. В 2013 году К сез составил 0,99 это указывает на то что влияние сезонных факторов на работу предприятия было достаточно большим, в 2014 году немного коэффициент сезонности уменьшился на 0,08 что показывает на то, что организация становится менее зависимой от воздействия внешней среды. В 2015 году коэффициент опять составил 0,99 ,а значит, влияние внешних факторов на предприятие опять увеличилось.

Таблица 2.8

Показатели сезонности деятельности ООО «Горизонт» за 2013-2015 гг.

Наименование показателя	2013 год	2014 год	2015 год
Размах вариации	0,13	0,24	0,26
Среднелинейное отклонение	0,022	0,0375	0,04
Среднеквадратическое отклонение	0,033	0,059	0,0655
Коэффициент вариации	3,3	5,9	6,5

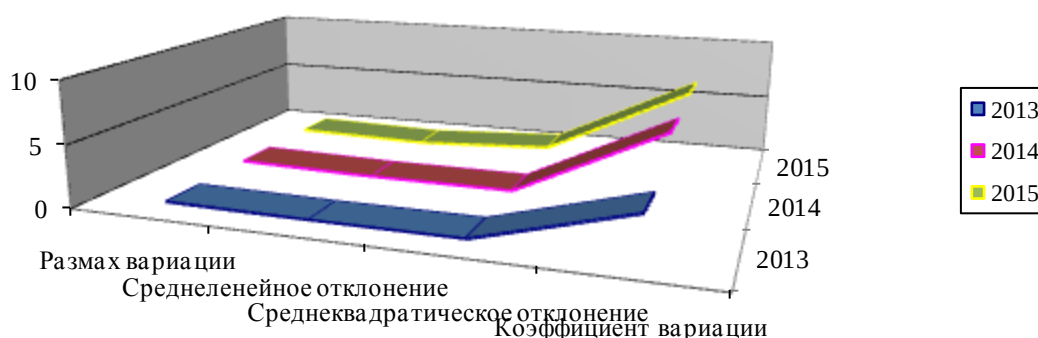


Рис. 2.5. Динамика показателей сезонности

Размах вариации за исследуемые три года повысился (с 0,13-показатель 2013 г до 0,26-показатель 2015 г), что говорит о повышении влияния сезонных колебаний спроса на товары ООО «Горизонт» за 2013-2015 гг.

Среднеквадратическое отклонение определяется по формуле:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (K_{\text{сез}i} - \overline{K_{\text{сез}}})^2}{12}} \quad (2.1)$$

Данный показатель характеризует отклонение максимального объема продаж продукции (услуг) от минимального по месяцам в течение года.

Рассчитываем среднеквадратическое отклонение:

$$\sigma_{2013} = 0,033$$

$$\sigma_{2014} = 0,059$$

$$\sigma_{2015} = 0,065$$

Помимо всего вышеперечисленного необходимым элементом анализа объема продаж продукции (услуг) является анализ выполнения плана по ассортименту, который представлен в таблице 2.9.

Таблица 2.9

Анализ выполнения плана по ассортименту продукции (услуг) за 2013-2015 гг.

Ассортимент продукции (услуг)	Объем продаж продукции (услуг), тыс.руб.		Выполнен ие плана, %	Засчиты вается в выпл. п. по ассорти менту	Выпл. п. по ассорт именту у, %
	План	Факт			
1	2	3	4	5	6
2013 г.					
Верхняя одежда	700	525	75	525	75
Платья	700	558	79,71	558	79,71
Шторы	500	370	74	370	74
Ремонт	900	610	67,7	610	67,7
Брюки	700	558	79,71	558	79,71
Итого	3500	2621	74,88	2621	74,88
2014 г.					
Верхняя одежда	700	650	92,85	650	92,85
Платья	700	630	90	630	90
Шторы	500	500	100	500	100
Ремонт	900	759	84,3	759	84,3
Брюки	700	606	86,57	606	86,57
Итого	3500	3145	89,85	3145	89,85
2015 г.					
Верхняя одежда	700	685	97,85	685	97,85

1	2	3	4	5	6
Платья	700	678	96,85	678	96,85
Шторы	500	499	99,9	499	99,9
Ремонт	900	836	92,88	836	92,88
Брюки	700	650	92,85	650	92,85
Итого	3500	3348	95,66	3348	95,66

Рассчитываем коэффициент выполнения плана по ассортименту в 2013-2015 гг.:

$$ka_{2013} = (2621/3500) * 100\% = 74,88$$

$$ka_{2014} = (3145/3500) * 100\% = 89,85$$

$$ka_{2015} = (3348/3500) * 100\% = 95,65$$

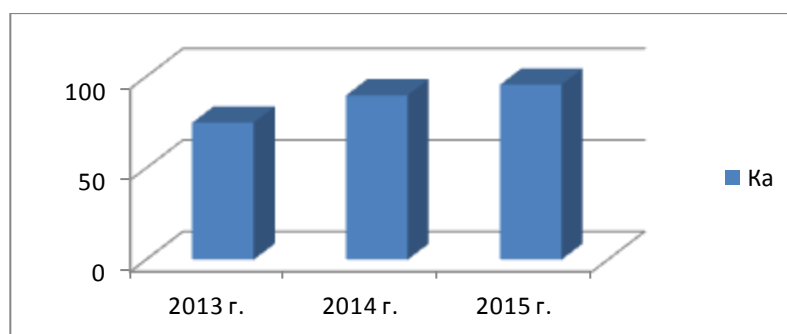


Рис. 2. 6. Изменение коэффициента выполнения плана по ассортименту

Как мы видим коэффициент выполнения планы по ассортименту с 2013 г вырос на 20,77. Однако полностью план по ассортименту не выполняется. План по ассортименту может быть недовыполнен из за воздействия внешней среды (изменение конъюнктуры рынка, спроса на отдельные виды услуг), так из и из за внутренних проблем организации (нехватка персонала, устаревшее оборудование, низкая квалификация персонала). Увеличение коэффициента выполнения плана по ассортименту указывает на то, что организация успешно работает над улучшением качества предоставляемых услуг, и становится более конкурентно способным.

В целом на основании проведенного анализа объема продаж продукции можно сделать вывод, что показатели 2015 года значительно превышают показатели 2013 года (объем продаж в шт. на 120, объем продаж в тыс.руб. на 203), и это свидетельствует о том, что предприятие конкурентоспособно и стабильно на рынке услуг.

2.3. Анализ состояния и использования трудовых ресурсов ООО «Горизонт» за 2013 – 2015 гг.

Источниками информации для проведения анализа служит штатное расписание предприятия, отчетные и статистические данные предприятия за 2012-2014 годы. Первым этапом анализа состояния трудовых ресурсов является анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами по всем категориям (см. таблицу 2.10). По приведенным в таблице 2.10 данным, видно, что в 2013-2015 гг. численность работников изменилась, увеличившись на 1 человека.

Это указывает на то что увеличились объемы производства, а так же возросла прибыль.

Таблица 2.10

Анализ обеспеченности ООО «Горизонт» трудовыми ресурсами

Категория Работающих	Среднесписочная численность, чел.		Отклонение	
	Базовый год-2013	Отчетный год-2015	Абсолютное, +/-	Темп прироста, %
Рабочие:	18	19	1	5,3
- основные	15	16	1	6,25
- вспомогательные	3	3	0	0
Служащие:	8	7	-1	-12,5
- руководители	2	2	0	0
- специалисты	4	3	-1	-25
- прочие служащие	2	2	0	0
Всего работающих	26	26	0	0

Следующим этапом анализа состояния и использования трудовых ресурсов является анализ структуры персонала на предприятии за период 2013 -2015 годы, форма которого представлена в таблице 2.11.

Изменения численности работающих на ООО «Горизонт» по категориям

Категория работающих	Структура численности, в %			Отклонения 2015 г. от	
	2013	2014	2015	2013	2014
Списочная численность, всего	100	100	100	-	-
в т.ч. рабочих	69,2	72	73,07	3,87	1,07
в т.ч. служащих	30,8	28	26,93	-3,87	-1,07
а) руководители	7,7	8	7,69	-0,1	-1,1
б) специалисты	15,4	12	11,5	-3,9	-0,5
в) прочие	7,7	8	7,69	-0,1	-1,1

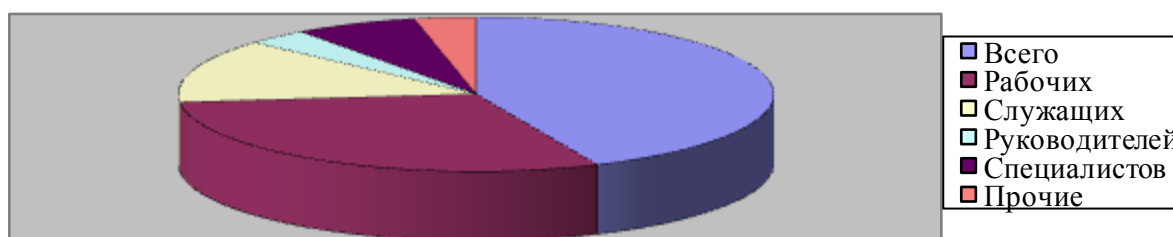


Рис. 2.7. Структура численности работающих ООО «Горизонт» (%)

Существенное влияние на эффективности использования трудовых ресурсов оказывает характер и уровень движения кадров на предприятии. Анализ движения кадров выполняется путем расчета следующих коэффициентов:

- коэффициент общего оборота, рассчитываемый как отношение числа принятых и уволенных работников за анализируемый период к среднесписочной численности работников;

- коэффициент оборота рабочей силы по приему – отношение числа принятых к среднесписочной численности работников;

- коэффициент оборота рабочей силы по увольнению – отношение числа уволенных к среднесписочной численности работников;

- коэффициент текучести – отношение численности уволившихся по собственному желанию, за нарушения трудовой дисциплины к среднесписочной численности.

Исходные данные для расчета показателей движения кадров и рассчитанные значения показателей представлены в табл. 2.12.

Таблица 2.12

Анализ движения кадров ООО «Горизонт» за 2013-2014гг.

Наименование показателя	Значение			
	2013г.	2014г.	2014г.	
			План	Факт
Среднесписочная числ, чел.	26	25	31	26
Принято, чел.	+3	+4	5	1
Уволено, чел.	-	4	-	-
В т.ч. по собственному желанию и за нарушение трудовой дисциплины (по причинам текучести)	-	4	-	-
Коэффициенты: -общего оборота, %	11,5	32	16	3,84
-оборота рабочей силы по приему, %	11,5	16	16	3,84
-оборота рабочей силы по увольнению, %	-	16	-	-
-текучести, %	-	16	-	-

Исходя из данных выше таблиц, можно сделать вывод, что структура численности кадров ООО «Горизонт» за 2013-2015 гг. существенно не изменилась, наблюдается повышение численности на 1 человека, что говорит об увеличении объема производства (и как следствие этого, увеличении прибыли), уменьшении времени оказания услуги (изготовления единицы продукции), увеличении фонда заработной платы.

2.4. Анализ себестоимости, прибыли и рентабельности ООО «Горизонт» за 2013-2015 гг.

Анализ себестоимости, прибыли и рентабельности отражает эффективность функционирования предприятия в целом. По результатам этого анализа делается вывод о целесообразности продолжения деятельности предприятия.

Себестоимость продукции (услуг) – важнейший показатель экономической эффективности ее производства, отражающий все стороны хозяйственной деятельности предприятия, аккумулирующий результаты использования всех производственных ресурсов.

Анализ себестоимости продукции, работ и услуг позволяет выявить тенденции изменения данного показателя, выполнения плана по его уровню, влияние факторов на его прирост, резервы, а также дать оценку работы предприятия по использованию возможностей снижения себестоимости продукции (услуг).

Источниками информации для анализа затрат на производство на предприятии являются данные по затратам по основным и вспомогательным производствам (калькуляции себестоимости услуг, смета затрат и т.д.).

Анализ себестоимости услуг предприятия следует начать с изучения общей суммы затрат в целом (таблица 2.13).

Таблица 2.13

Состав и структура затрат ООО «Горизонт» в 2013-2014 гг.

Элементы затрат	Базовый г. 2013	Отчетный г. 2014	Отклонение	
			Абсол., +/-	Темп прир., %
1	2	3	4	5
Материальные затраты, руб.	486667	584000	97333	19,9
Расходы на оплату труда, руб.	1275010	1530006	254996	19,9
Отчисления на социальные нужды, руб.	76384	95267	18883	24,7
Амортизация основных фондов, руб.	113878	95000	-18878	-19,8

Продолжение таблицы 2.13

1	2	3	4	5
Прочие затраты, руб.	43665	52398	8733	20
Итого полная себестоимость, руб.	1995604	2356671	361067	18

Увеличение материальных затрат объясняется увеличением объема производства, увеличение расходов на оплату труда – увеличением численности работников предприятия, что так же послужило увеличению отчислений на социальные нужды.

Следующим этапом анализа является анализ прибыли предприятия и рентабельности производимой им продукции (оказываемых услуг). Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние. Основными источниками информации для анализа прибыли предприятия служат данные аналитического бухгалтерского учета по счетам результатов, «Отчет о финансовых результатах», «Отчет об изменениях капитала», а также «Бухгалтерский баланс».

В процессе анализа следует изучить состав прибыли предприятия, ее структуру и динамику (табл. 2.14), а также динамику рентабельности продукции (услуг) и затрат на рубль продаж.

Таблица 2.14

Анализ прибыли и рентабельности ООО «Горизонт»

Наименование показателя	Ед. изм.	Значение показателя			Темп роста, %	
		2013 год	2014 год	2015 год	2013/2014	2014/2015
1	2	3	4	5	6	7
Объем продаж продукции (услуг)	тыс. руб.	2620,7	3144,8	3348,4	19,99	6,47
Объем продаж (услуг)	нат. ед.	2810	3060	3180	8,89	3,92
Средневзвешенная цена единицы продукции (одной услуги)	тыс. руб.	0,932	1,027	1,052	10,19	2,43
Полная себестоимость проданной продукции (услуг)	тыс. руб.	1995,6	2356,6	2475,2 2	18,09	5,03

Продолжение таблицы 2.14

1	2	3	4	5	6	7
Средняя себестоимость единицы продукции (одной услуги)	тыс. руб.	710,17	770,13	778,37	8,44	1,069
Затраты на рубль продаж продукции (услуги)	тыс. руб.	0,76	0,75	0,74	-1,31	-1,4
Прибыль от продаж продукции (услуг)	тыс. руб.	625,06	788,12 9	873,15	26,08	10,78
Рентабельность продукции (услуг)	%	31,3	33,4	35,7	6,7	6,8

Из данных таблицы 2.14 видно, что себестоимость проданной продукции и услуг в 2015 г. увеличилась на 5,03 % по сравнению с показателем 2014 г. Затраты на 1 рубль проданной продукции и услуг в 2015 г. составили 0,74 тыс. руб., что ниже показателя 2014 г. на 0,01 тыс. руб. и на 0,02 тыс. руб. ниже показателя за 2013 г. Объем проданной продукции за 2015 год увеличился по сравнению с показателем 2014 года на 204 тыс.руб., что свидетельствует о эффективности производства и благополучном финансовом состоянии на предприятии.

2.5. Анализ показателей финансовой устойчивости и оценка устойчивого развития ООО «Горизонт»

Что бы полностью оценить финансовое состояние предприятия необходимо провести анализ финансовой устойчивости.

Анализируя платежеспособность, сопоставляют состояние пассивов с состоянием активов. Проанализировав данные показатели можно оценить степень готовности организации исполнить свои обязательства.

Финансовая устойчивость - оценка надежности финансового положения организации, которая обеспечивается большей долей собственного капитала сумме используемых финансовых средств. Характеристика финансовой устойчивости проводится с использованием обширной системы показателей.

Анализ финансовой устойчивости проводится для оценивания независимости предприятия от заемных средств.

Для начала проанализируем коэффициент финансовой независимости (Диаграмма 2.1). Он показывает долю собственных средств в общей сумме источников финансирования. Рассчитывается по формуле:

$$КА = \text{Собственный капитал} / \text{Активы}. \quad (2.1)$$

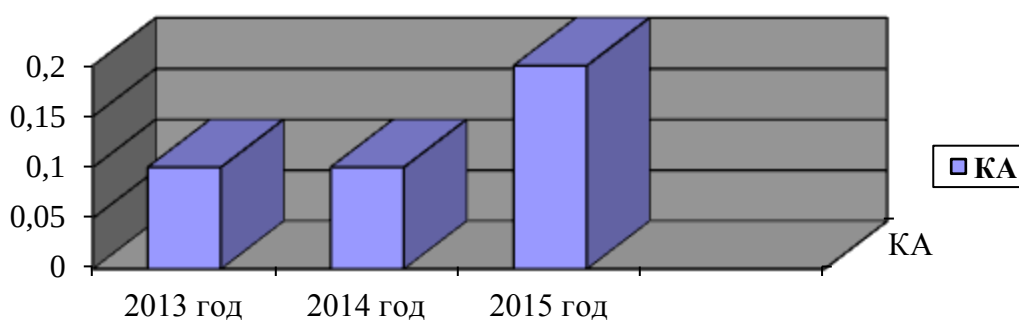


Рис.2.8 .Динамика коэффициента финансовой независимости

Как видно из рисунка 2.5 коэффициент финансовой независимости на 2013 год составляет 0,1 что является очень низким показателем, из этого можно сделать вывод что у предприятия больше заемных, средств нежели собственных. К сожалению, к 2014 году показатель не изменяется и лишь к концу 2015 года ситуация начинает исправляться. Это говорит о том, что предприятие становится менее зависимым от заемных средств и начинает наращивать собственный капитал.

Далее проведем оценку финансовой зависимости организации от заемных средств. Для этого рассчитаем коэффициент финансовой зависимости организации. Он рассчитывается по формуле:

$$K_{фз} = (D_0 + КО - З_y - D_{бп} - P) / П \quad (2.2)$$

где, $K_{фз}$ - коэффициент финансовой зависимости;

D_0 - долгосрочные обязательства;

$КО$ - краткосрочные обязательства;

Z_y - задолженность перед учредителями;

$D_{бп}$ - доходы будущих периодов;

P - резервы предстоящих расходов;

Π - пассивы.

Проведя расчеты можно сказать, что в 2013 году доля заемных средств в организации составляла примерно 80 % ($K_{фз} = 0,8$) что является не очень хорошим показателем. Идеальным соотношением собственных и заемных средств считается, когда коэффициент финансовой зависимости равен 0,5. К концу 2014 года ситуация остается неизменной, и лишь в 2015 году организация становится более финансово независимой, $K_{фз} = 0,7$. Это означает, что доля собственных средств в организации составляет примерно 30 % от общей суммы финансов.

Далее рассчитаем коэффициент соотношения заемных и собственных средств.

Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала = Заемный капитал / Собственный капитал. Данный коэффициент рассматривается в динамике за несколько прошедших лет (рисунок 2.6).

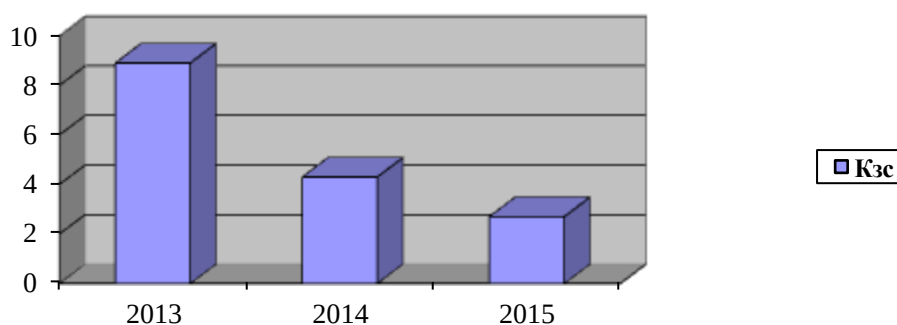


Рис. 2.9. Динамика изменения коэффициента соотношения заемного и собственного капитала

Из данной диаграммы видно, что показатель уменьшается с 8,9 до 2,7 что является хорошим признаком, т.к. уменьшение показателя свидетельствует об усилении независимости предприятия. Рекомендуемым значением является значение $K_{зс} < 0,7$. Превышение данного значения

сигнализирует о том, что финансовая устойчивость предприятия вызывает сомнение. Чем выше значение показателя, тем выше степень риска инвесторов, поскольку в случае невыполнения обязательств по платежам возрастает возможность банкротства.

Коэффициент маневренности собственных оборотных средств
(коэффициент маневренности собственного капитала)

Этот коэффициент указывает на то, какая часть собственного капитала находится в обороте. Чем выше показатель данного коэффициента, тем более гибкое использование собственных средств:

$$\text{Коэффициент маневренности собственных оборотных средств} = \frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Собственный капитал}} \quad (2.3)$$

2013 г

$$K_m = (30210 - 17) / 30210 = 0.9$$

Рекомендуемое значение коэффициента 0,2 – 0,5.

2014г

$$K_m = (44833 - 12) / 44833 = 0.9$$

2015 г

$$K_m = (63440 - 5) / 63440 = 0.9$$

Как мы видим из расчетов коэффициент маневренности выше рекомендуемого нормативного значения, а так же остается неизменным на протяжении трех лет. Это положительно характеризует устойчивость финансового положения организации, а так же указывает на эффективную работу менеджеров управленческого звена. Чем ближе значение показателя, тем больше финансовых возможностей у организации и больше мобильных средств в составе собственного капитала. Быстрое увеличение данного показателя возможно при резком росте собственного оборотного капитала, либо при уменьшении собственных источников финансирования.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами.

$$\text{Коэффициент обеспеченности собственными средствами} = \frac{(\text{Собственный капитал} - \text{Внеоборотные активы})}{\text{Оборотные активы}} \quad (2.4)$$

Показатель за 2013г

$$K_{\text{сос}} = (30210 - 17) / 9103 = 3,3$$

Показатель за 2014г

$$K_{\text{сос}} = (44833 - 12) / 13551 = 3,3$$

Показатель за 2015г

$$K_{\text{сос}} = (63440 - 5) / 16168 = 3,9$$

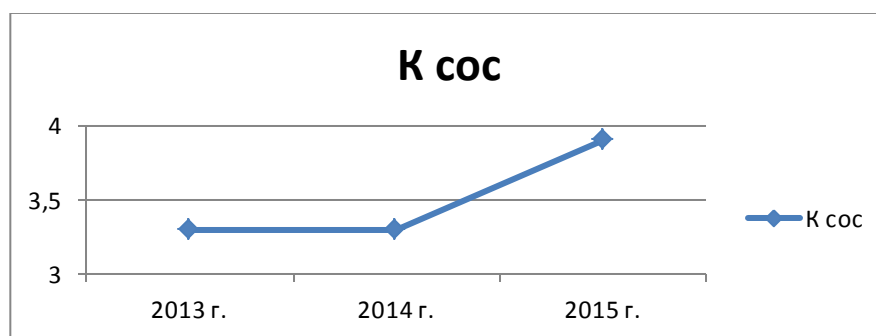


Рис. 2.10. Динамика коэффициента обеспеченности собственными средствами

Динамика изменения коэффициента показывает, что предприятия достаточно собственных средств, т.к. минимальный показатель равен 0,1. Предприятие имеет достаточный капитал для финансирования текущей деятельности, т.е. для обеспечения финансовой устойчивости. Данный показатель был введен нормативно Распоряжением ФУДН от 12.08.1994 №31-р, в западной практике финансового анализа не распространен. Согласно распоряжению показатель используется как признак несостоятельности (банкротства) предприятия.

Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами

Данный коэффициент характеризует обеспеченность материальными запасами за счет собственных средств предприятия.

$$\text{Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами} = \frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Запасы}} \quad (2.5)$$

Нормативное значение коэффициента лежит в диапазоне от 0,6 до 0,8, т.е. формирование 60-80% запасов предприятия должно осуществляться за счет собственных средств.

В 2013 году

$$K_{\text{оз}} = 14,5,$$

В 2014

$$K_{\text{оз}} = 10,9,$$

В 2015 г.

$$K_{\text{оз}} = 10,7.$$

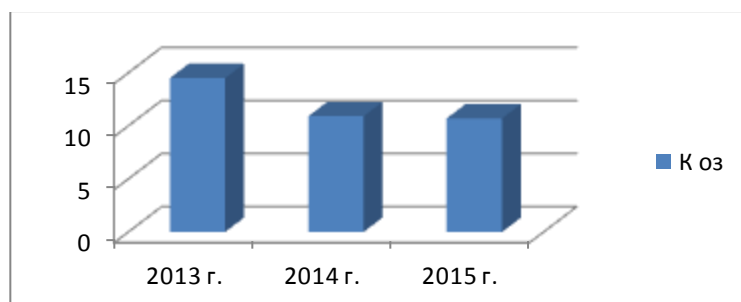


Рис. 2.11. Динамика изменения коэффициента обеспеченности запасов собственными средствами.

Из рисунка мы видим, что формирование запасов за счет собственных средств с 2014 и 2015 года сократилось. Чем выше значение показателя, тем меньше зависимость предприятия от заемного капитала в части формирования запасов и, следовательно, выше финансовая устойчивость организации.

Проанализировав показатели финансовой устойчивости можно сказать, что организация к 2015 году только приобретает свою финансовую независимость, однако обеспечение материальными запасами за счет собственных средств, по сравнению с 2013 годом уменьшилось с показателей в 14,5 до 10,7, что не очень благополучно сказывается на финансовой устойчивости предприятия. Но Показатели финансовой независимости на данном временном промежутке увеличились, что, несомненно, является хорошим показателем для инвесторов.

Теперь необходимо провести оценку устойчивости развития организации.

Для начала проанализируем следующие показатели внешней среды: рынков сбыта (изучение соотношения спроса и предложения); доходов населения; возрастной структуры населения; влияния сезонности на спрос; влияния рекламной деятельности.

На основании собранных данных и опыта прошлых лет составляется план объема продаж услуг на тот или иной период.

Проанализируем долю потребительского рынка, приходящуюся на ателье ООО "Горизонт".

При количестве жителей в г. Тольятти порядка 800 тыс. чел., из них дети до 14 лет составляют около 20 %, а это 60 тыс. чел. (по данным ГОСКОМСТАТА), они в расчет не берутся, услугами ателье пользуются 620 тыс. чел. Учитывая то, что в 2013 году ателье ООО "Горизонт" (а их 11) обслужили 292 тыс. чел., то доля рынка, приходящаяся на ООО "Горизонт", составляет 47,1 %. Судя по данным показателям, у предприятия имеются не плохие перспективы дальнейшего завоевания потребительского рынка.

Далее проведем анализ конкурентов ООО "Горизонт". Основными конкурентами ООО "Горизонт" являются такие ателье, как ателье "Мессалина", находящаяся по адресу ул. Мира 62, ателье "Лесна", находящаяся по адресу бульвар Ленина 7 и ателье "Фортуна", находящаяся

по адресу ул. Ушакова42. Для анализа проведен опрос среди населения города в возрасте от 18 до 45 лет, пользующегося услугами данных ателье. Участниками опроса стали 200 человек, им предложили возможность оценить деятельность ателье по некоторым показателям в баллах от 1 до 10 в порядке возрастания значимости (1 балл - самый низкий, 10 баллов - самый высокий показатель), таблица 2.15.

Таблица 2.15

Показатели опроса проведенного среди клиентов ателье

Название ателье	Полнота ассортимента оказываемых услуг	Доступность по цене	Срок оказания услуг	Качество оказываемых услуг	Уровень культуры обслуживания	Средний балл по ателье
"Мессалина"	10	5	10	10	9	8,8
"Фортуна"	5	9	7	5	7	6,6
"Лесна"	8	9	6	7	7	7,4
"Горизонт"	10	10	9	9	9	9,4

По данным, приведенным в таблице 2.15 видно, что в целом ателье ООО "Горизонт" опережают своих конкурентов. Судя по среднему показателю, "Мессалина" уступает ателье ООО "Горизонт" на 0,6 балла, ателье "Лесна" - на 2 балла, а ателье "Фортуна" - на 2,8 балла. Но есть показатели, по которым ателье ООО "Горизонт" уступают предприятиям - конкурентам. В частности, из таблицы видно, что предприятием, составляющим наибольшую конкуренцию, является ателье "Мессалина", которая опережает ателье ООО "Горизонт" по таким показателям, как срок оказания услуг и качество оказываемых услуг на 1 балл.

Для дальнейшего анализа внешней среды деятельности предприятия ООО "Горизонт" рассмотрим результаты проведенного опроса среди населения. По результатам опроса видно, что из 200 опрошенных человек, о существовании ателье ООО "Горизонт" слышали 181 человек, что составляет 90 % . 19 человек, что приблизительно составляет 10 % опрошенных, вообще

никогда не слышали о ателье ООО "Горизонт". Этот показатель свидетельствует о низком уровне рекламы на предприятии. Из 181 чел., слышавших о существовании ателье ООО "Горизонт", его услугами пользуются только 90 %. Остальные же 10 %, а это 17 человек по каким - либо причинам не пользуются услугами ателье ООО "Горизонт". Задача маркетинга на предприятии заключается в том, чтобы выявить причины, по которым данный процент населения не пользуется услугами предприятия. Качеством услуг, предоставляемых предприятием ООО "Горизонт", довольны 92 % опрошенных, 4,1 % - не устраивает качество услуг предприятия и 3,9 % ответили, что неуверенны в качестве предоставляемых услуг.

Такая же ситуация обстоит и с качеством сервиса и культуры обслуживания на предприятии. Из предлагаемого ассортимента услуг ООО "Горизонт" наиболее высокий процент опрошенных пользуются услугами ателье - 73 %. В заключении анкеты был поставлен вопрос об общей оценке деятельности ООО "Горизонт". Из 164 человек, пользующихся услугами ООО "Горизонт", его деятельность оценили на отлично 110 человек - 67 %, с оценкой хорошо согласились 45 человек - 27 %, удовлетворительно работу предприятия оценили 6 человек - 3,66 % и 1,8 % поставили неудовлетворительную оценку деятельности предприятия. Данная оценка деятельности ООО "Горизонт" со стороны его клиентов также требует принятия определенных мер со стороны руководства предприятия.

Рассмотрим структуру потребителей услуг ателье ООО "Горизонт" (табл.2.16). За стопроцентное количество потребителей берется показатель за 2015 год, когда общее количество потребителей составило 292 тыс. чел.

В таблице 2.16 видно, что из 100 % потребителей, женщины составляют 64,95 %, мужчины соответственно – 35,05 %. Из женщин наиболее весомую категорию, а именно, 69,86 % составляют представители возраста от 14 до 30 лет, в возрасте от 30 до 45 лет - 26,37 % всех женщин. От

45 лет и старше - 3,77 %. Ситуация у потребителей со стороны мужчин сложилась следующим образом: мужчины в возрасте от 14 до 23 лет составляют 23,95 % от общего количества клиентов - мужчин, в возрасте от 23 до 45 лет - 68,70 %, в возрасте от 45 лет и старше - 7,35 %.

Таблица 2.16

Структура потребителей услуг ателье ООО "Горизонт"

Показатель	Количество, чел	% от общего количества
Общее количество потребителей	292000	100
Из них:		
Мужчин, всего	102346	35,05
В том числе:		
В возрасте от 14 до 23 лет	24516	
В возрасте от 23 до 45 лет	70312	
Женщин, всего	189654	64,95
В том числе:		
В возрасте от 14 до 30 лет	132489	
В возрасте от 30 до 45 лет	50013	
В возрасте от 45 лет и старше	7152	

Рассмотрим ценовую политику предприятий ООО "Горизонт". Для этого сравним и проанализируем цены на основные виды услуг ателье и предприятий - конкурентов (Табл. 2.17). Примерные цены на услуги приведены.

Таблица 2.17

Примерные цены на услуги ООО "Горизонт" и предприятий – конкурентов

Вид услуги	Средняя цена услуги, руб.			
	"Мессалина"	"Фортуна"	"Лесна"	ООО "Горизонт"
Ремонт	1500	1300	1350	1300
Платья	2100	1450	1500	1450
Шторы	2600	1950	2400	2000
Верхняя одежда	4000	2800	4000	2700
Брюки	2500	1850	2300	1850

Исходя из данных таблицы 2.17 видно, что цены на оказываемые услуги в ООО "Горизонт" ниже, чем в ателье - конкурентах. Средняя цена услуги в ООО "Горизонт" составляет 1560 рублей, в ателье "Мессалина" - 2660 рублей, в ателье "Фортуна" - 1940 рублей и в ателье "Лесна" средняя цена на оказываемые услуги составляет 2170 рублей. Из этого следует то, что ООО "Горизонт" составляет серьезную конкуренцию другим предприятиям по цене, учитывая тот факт, что уровень оказываемых услуг на всех предприятиях примерно одинаков.

Таким образом, ателье ООО "Горизонт" занимают довольно приличную долю рынка в г. Тольятти. Доля рынка, приходящаяся на ателье ООО "Горизонт" составляет 47,1 %. По показателям проведенных опросов среди населения города и проведенному анализу конкурентов, выявлено, что ООО "Горизонт" опережает своих конкурентов по качеству предоставляемых услуг и доступным ценам.

Следующим этапом будет анализ рекламной деятельности на предприятии. На ООО «Горизонт», как уже было отмечено, нет отдела маркетинга, поэтому и рекламой занимается, как правило, руководство и специалист по экономике. Проанализируем эффективности их деятельности (таблица 2.18).

Таблица 2.18

Бюджет рекламы

Вид рекламы	Стоимость, руб.	Период проведения
Печатная (объявление в газете):		4 раза в год
"Презент"	3500	
"Тольятти – Вечерок"	3000	
"Площадь Свободы"	4000	
Статья на заказ	3000	1 раз в 2 года
Телевизионная (бегущая строка и заставка)	45 руб. за 1 букву ≈900 руб.	2 раза в год

Как известно, наиболее эффективной является телевизионная реклама. Очевиден недостаток выделения средств на этот вид привлечения потребителей и количества рекламных обращений (всего 2 раза в год –

бегущая строка). Один раз в квартал дается реклама в такие газеты, как "Презент", "Тольятти - Вечерок", "Площадь Свободы". Однако необходимо учитывать, что из 4 печатных рекламных обращений в год, увидят только 5-6% потенциальных потребителей услуг. А воспользуются услугами именно нашего предприятия после обращения к газетному объявлению еще меньше, так как услуги эти имеют периодический и сезонный характер.

Проведем SWOT анализ ООО «Горизонт».

Таблица 2.19

SWOT - анализ ООО «Горизонт»

Сильные стороны Доступность продукции, небольшая цена; Месторасположение ателье; Часто обновляется коллекция; Большой ассортимент продукции.	Слабые стороны Среднее качество продукции; Среднее качество обслуживания; Не мотивирован персонал; Отсутствие интернет-магазина; Конкуренты могут предложить схожий товар очень быстро; Отсутствие отдела маркетинга
Возможности Рост розничного рынка в целом; Увеличение онлайн покупок; Открытие нового ателье.	Угрозы Увеличение расходов на аренду площади; Схожая продукция может уже продаваться в основных конкурентов; Появление новых конкурентов.

Итак, мы провели анализ производственно-хозяйственной деятельности ООО «Горизонт» за 2013-2015 гг., который включал в себя:

1. Краткую характеристику предприятия, благодаря которой мы ознакомились с общими положениями, целями деятельности, видами оказываемых услуг, организационной структурой, функциями административно-управленческого персонала и производственной структурой предприятия.

2. Анализ основных технико-экономических показателей деятельности предприятия, который показал, что экономическая деятельность предприятия

достаточно эффективна и находится в процессе стабилизации (см. таблицу 2.1).

3. Анализ объема продаж продукции показал, что показатели 2015 года значительно превышают показатели 2014 года (объем продаж в шт. на 120, объем продаж в тыс.руб. на 203,58), что свидетельствует о том, что предприятие стало более рентабельным.

4. Анализ состояния и использования трудовых ресурсов, который показал изменения в общей численности состава работников (+1 чел в 2015 году по сравнению с 2014 и 2013 г.), что говорит об увеличении объема производства и как результат этого – увеличение прибыли, уменьшении времени оказания услуги (изготовления единицы продукции), увеличении фонда заработной платы.

5. Анализ производительности труда персонала показал, что при одинаковом количестве отработанных всеми рабочими чел-дней в 2013,2014,2015 гг. (6474) средняя выработка одного работающего увеличилась на 24,99 (при сравнении показателей 2012 и 2013 гг.) и на 7,82 тыс.руб.(при сравнении 2014 г.и2015 г.), одного рабочего – увеличилась на 1,51 тыс.руб. (при сравнении показателей 2014 и 2015 гг.). Увеличение выработки обуславливается увеличением численности рабочего состава и означает увеличение объемов производства, а значит и максимизацию прибыли.

6. Анализ себестоимости, прибыли и рентабельности показывает, что себестоимость проданной продукции и услуг в 2015 г. увеличилась на 118,553 тыс. руб. по сравнению с показателем 2014 г. и на 479,6 тыс.руб. по сравнению с показателем 2013 г. Затраты на 1 рубль проданной продукции и услуг в 2015 г. составили 0,74 руб., что ниже показателей 2013 на 0,02 и 2014 гг. на 0,01 %. Объем проданной продукции за 2014 год увеличился по сравнению с показателем 2014 года на 203,58 тыс.руб., что

свидетельствует об эффективности производства и благополучном финансовом состоянии.

Проведя весь анализ производственно-хозяйственной деятельности ООО «Горизонт», делаем вывод, что увеличение объема выпускаемой продукции значительно увеличило прибыль предприятия (разница показателей 2014 и 2015 года в стоимостном выражении составляет 120 нат.ед., в ден.- 203,58 тыс.руб.), увеличение численности рабочих обусловило увеличение объема производства и, как написано выше, способствовало увеличению прибыли. Так же мы наблюдали снижение величины затрат на 1 руб. проданной продукции, что так же явилось фактором, обеспечившим максимизацию прибыли. Увеличение показателя объема прибыли (2014 г.- 788,129тыс.руб., 2015 г.- 873,151тыс.руб.), вследствие изменения всех вышеназванных факторов, так же способствовало увеличению общей прибыли предприятия.

Глава 3. Рекомендации по повышению основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Горизонт»

3.1. Разработка мероприятий способствующих росту конкурентоспособности

В ходе проведенного анализа был выявлен слабый уровень рекламы на исследуемом предприятии. Мероприятие по размещению косвенной рекламы по радио «Август». Ди-джеи радиостанции будут приглашать своих слушателей на организованный фирмой «Горизонт» и радиостанцией «Август» показ одежды, тем самым рекламируя ООО «Горизонт» и привлекая внимание. Данное мероприятие позволит повысить уровень рекламы, и, как следствие этого, повысить уровень продаж.

Предприятие ООО "Горизонт" заключает договор с Тольяттинской радиостанцией «Август» о размещении рекламы, которая будет выходить 6 раз в день всю неделю перед показом причесок. В связи с этим общие затраты на рекламу составят 50000 рублей. Для проведения показа также потребуются дополнительные расходы в размере 40000 рублей. Таким образом, общая сумма затрат составит 90 000 рублей.

По данным анкетирования, проведенного среди 300 человек, видно, что из них 70 человек, а это 23,3 %, вообще никогда не пользовались услугами ООО "Горизонт". Из них 10 человек регулярно слушают радио «Август». Из 10 постоянных слушателей, только 1 человек обратится к услугам ООО "Горизонт", услышав рекламу на радио.

Исходные данные для расчета экономической эффективности проектируемого мероприятия приведены в таблице 3.1.

Исходные данные для расчета экономической эффективности
проектируемого мероприятия

Показатель	Числовое значение
Количество жителей в г. Тольятти пользующихся услугами ателье, чел.	635000
Исходная численность, чел.	26
Средняя цена одной услуги, руб.	1052
Среднегодовая заработная плата одного работающего, руб.	141600
Исходная выработка на одного работающего, руб.	128783
Сумма текущих затрат, руб.	90 000
Сумма условно - постоянных расходов, руб.	133467
Процент отчислений на соц. нужды, %	30,2
Объем продаж исходный, руб.	3348380

1. Исходя из того, что услугами ателье в г. Тольятти пользуются 635 тыс. человек, а также из того, что из каждых 300 один обратится к ООО "Горизонт" услышав соответствующую рекламу по радио, рассчитаем количество дополнительных потенциальных клиентов ООО «Горизонт» ($K_{\text{доп.}}$):

$$K_{\text{доп.}} = (635000 / 300) * 1 = 2116 \text{ чел.}$$

2. Далее рассчитаем объем дополнительных продаж ($O_{\text{доп.}}$), исходя из того, что средняя цена одной услуги составляет 1052 руб.:

$$O_{\text{доп.}} = 2116 * 1052 = 2226032 \text{ руб.}$$

3. Рассчитаем прирост производительности труда за счет дополнительного объема продаж:

Проектируемый объем продаж ($O_{\text{п}}$) равен:

$$O_{\text{п}} = 3348380 + 2226032 = 5574412 \text{ руб.}$$

Отсюда выработка на одного работающего проектируемая (B) составит:

$$B = 5574412 / 26 = 214400,46 \text{ руб.}$$

Определим повышение производительности труда в процентах ($\uparrow\Pi_{\text{т}}$):

$$\uparrow\Pi_{\text{т}} = (5574412 - 3348380) / 3348380 * 100 \% = 66 \%$$

Отсюда повышение производительности труда составит 66 %.

4. Рассчитаем экономию численности ($\mathcal{E}_{\text{ч}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{ч}} = 26 * 66 \% / (100 + 66 \%) = 10,34 \text{ чел.}$$

5. Экономия заработной платы ($\mathcal{E}_{\text{з/п}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{з/п}} = 10,34 * 141600 = 1464144 \text{ руб.}$$

6. Экономия на социальные отчисления ($\mathcal{E}_{\text{с.о.}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{с.в.}} = 0,302 * 1464144 = 442171,49 \text{ руб.}$$

7. Экономия на условно - постоянных расходах составит ($\mathcal{E}_{\text{у-п}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{у-п}} = (133467 / 3348380 - 133467 / 5574412) * 5574412 = 89190,59 \text{ руб.}$$

8. Рассчитаем условно-годовую экономию ($\mathcal{E}_{\text{у-г}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{у-г}} = 1464144 + 442171,49 + 89190,59 = 1995506,08$$

$$1995506,08 - 90000 = 1905506,08 \text{ руб.}$$

Итак, от рекламы на радио «Август» годовая экономия составит 1905506,08 рубля.

Мероприятие по внедрению на предприятии ООО "Горизонт" деятельности по изучению рынка путем прохождения бухгалтером-экономистом необходимых курсов и закрепления за ним функций маркетолога.

В ходе проведенного анализа, одним из негативных моментов стало отсутствие на предприятии деятельности по изучению среды его функционирования, по изучению рынка потребителей и конкурентов. А это, в свою очередь, является очень важным в современных рыночных условиях, так как анализ и изучение среды функционирования предприятия помогает предотвратить опасности со стороны его конкурентов, и других факторов. Проводя деятельность по изучению рынка потребителей и конкурентов, предприятию легче предугадать его дальнейшие изменения и самому "перестроиться" под них, с целью, как продолжения дальнейшего своего функционирования, так и повышения конкурентоспособности и получение наибольшей прибыли.

Закрепление функций маркетолога за бухгалтером - экономистом в данном случае целесообразно, так как на предприятии имеются пять вакансий бухгалтеров, и выполнение некоторых функций между ними дублируется.

С наложением на бухгалтера - экономиста новых обязанностей, он будет проводить деятельность по изучению рынков сбыта ателье услуг, изучать стратегии конкурентов и их ценовую политику, структуру имеющихся и потенциальных клиентов. Проводить деятельность по формированию спроса на ателье услуги и т. д. На основе полученных данных предприятие сможет сформировать свою стратегию, по которой оно не будет уступать, а наоборот даже опережать своих конкурентов, в полной степени удовлетворяя потребности населения в ателье услугах.

По официальным данным статистики выявлено, что введение вакансии маркетолога на предприятиях бытового обслуживания способствует повышению объемов продаж от 2 до 10 %. Во избежание высокой погрешности, для анализируемого предприятия возьмем нижний среднестатистический показатель. В данном случае, с введением вакансии маркетолога на нашем предприятии объем продаж увеличится на 2 %.

Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности проектируемого мероприятия приведены в таблице 3.2.

Таблица 3.2.

Исходные данные для расчета экономической эффективности
проектируемого мероприятия

Показатель	Числовое значение
Объем продаж исходный, тыс. руб.	3348380
Численность работающих исходная, чел.	26
Выработка одного работающего исходная, тыс. руб.	128783
Обязательные страховые взносы, %	30,2
Сумма условно - постоянных расходов, руб.	133467
Затраты на обучение	10 500

Рассчитаем экономический эффект от внедрения мероприятия:

1. Объем продаж проектируемый ($O_{п.}$):

$$O_{п.} = 3348380 + 3348380 * 2 \% / 100 \% = 3415347,6 \text{ руб.}$$

2. Прирост объема продаж (ΔO):

$$\Delta O = 3415347,6 - 3348380 = 66967,6 \text{ руб.}$$

Повышение объема продаж влечет за собой повышение выработки на одного работающего:

3. Выработка одного работающего проектируемая ($V_{п.}$):

$$V_{п.} = 3415347,6 / 26 = 131359,52 \text{ руб.}$$

4. Прирост выработки на одного работающего (ΔV):

$$\Delta V = 131359,52 - 128783 = 2576,52 \text{ руб.}$$

4. Определим повышение производительности труда в процентах, ($\uparrow P_{т.}$):

$$\uparrow P_{т.} = (O_2 - O_1 / O_1) * 100 \%, \text{ где} \quad (3.1)$$

O_2 – проектируемый объем продаж, руб.

O_1 – исходный объем продаж, руб.

$$\uparrow P_{т.} = ((3415347,6 - 3348380) / 3348380) * 100 \% = 2 \%$$

Отсюда следует, что повышение производительности труда составило 2 %.

5. Рассчитаем условную экономию численности ($\mathcal{E}_{\text{ч.}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{ч.}} = \text{Ч}_{\text{исх.}} * \uparrow \Pi_{\text{т}} / 100 + \uparrow \Pi_{\text{т}}, \text{ где} \quad (3.2)$$

$\text{Ч}_{\text{исх.}}$ – исходная численность рабочих, чел.

$$\mathcal{E}_{\text{ч.}} = 26 * 2 \% / 100 + 2 \% = 0,51 \text{ чел.}$$

6. Рассчитаем экономию заработной платы ($\mathcal{E}_{\text{з/п}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{з/п.}} = \mathcal{E}_{\text{ч.}} * \text{З} / \text{П ср.г.}, \text{ где} \quad (3.3)$$

З / П ср.г. - среднегодовая заработная плата одного работающего, руб.

$$\mathcal{E}_{\text{з/п}} = 0,51 * 141600 = 72216 \text{ руб.}$$

7. Рассчитаем экономию на обязательные страховые взносы ($\mathcal{E}_{\text{о.с.в.}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{о.с.в.}} = 0,302 * \mathcal{E}_{\text{з/п}} = 0,302 * 72216 = 21809 \text{ руб.}$$

8. Так как в результате проектируемого мероприятия повышается объем продаж, тогда имеет место расчет экономии условно - постоянных расходов ($\mathcal{E}_{\text{у-п}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{у-п}} = (Y / O - Y / O_{\text{п}}) * O_{\text{п}}, \text{ где} \quad (3.4)$$

Y - сумма условно - постоянных расходов в смете затрат, руб.

$$\mathcal{E}_{\text{у-п}} = (133467 / 3348380 - 133467 / 3415347,6) * 3415347,6 = 3415,35 \text{ руб.}$$

9. Рассчитаем общую сумму экономии в результате экономии на соц. отчислениях, экономии по заработной плате и экономии условно - постоянных расходов ($\mathcal{E}_{\text{общ.}} = \mathcal{E}_{\text{у-г}}$):

$$\mathcal{E}_{\text{общ.}} = \mathcal{E}_{\text{у-г}} = \mathcal{E}_{\text{з/п}} + \mathcal{E}_{\text{с.о.}} + \mathcal{E}_{\text{у-п}} - \text{З}, \text{ где} \quad (3.5)$$

$\mathcal{E}_{\text{у-г}}$ = условно - годовая экономия, руб.

$$\mathcal{E}_{\text{у-г}} = 72216 + 21809 + 3415,35 = 97440,35$$

$$\text{Эг} = 97440,35 - 10\,500 = 86940,35 \text{ руб.}$$

Таким образом, годовая экономия составит 86940,35 рублей.

3.2. Сводный расчет эффективности проектируемых мероприятий

Систематизируем все показатели экономической эффективности организационно - технических мероприятий в таблицу 3.3.

Таблица 3.3

Показатели экономической эффективности проектируемых организационно - технических мероприятий

Мероприятия	Условное высвобождение чел.	Рост произв. труда, %	Условно – годовая экономия, руб.	Затраты, руб.	Годовой экономический эффект
Размещение рекламы на радио «Август»	10,34	66	1995506,08	90000	1905506,08
Закрепления за бухгалтером - экономистом функций маркетолога на предприятии	0,51	2	97440,35	10500	86940,35
Итого:	10,85	68	2092946,43	100500	1992446,43

Таким образом, после внедрения двух предложенных мероприятий может получить условное освобождение человек будет 10,85, следственно рост производительности труда составит 68 % и вследствие этого условно-годовую экономию в размере 10922815,04 рублей, а годовой экономический эффект 1992446,43 рублей.

Рассчитаем объем ожидаемого уровня продаж услуг ($O_{\text{пр.}}$), который служит основой для определения потребности в материальных, трудовых, финансовых ресурсах.

$$O_{\text{пр.}} = O_{\text{баз.}} + \Delta O, \text{ где} \quad (3.6)$$

$O_{\text{баз.}}$, $O_{\text{пр.}}$, - соответственно объем производства и продаж услуг в отчетном и плановом году, руб.;

ΔO – прирост объема продаж услуг, вызванный проектируемыми мероприятиями, руб.

Прирост объема продаж услуг и продукции рассчитывается исходя из общего роста производительности труда в целом по предприятию за счет внедрения проектируемых мероприятий по следующей формуле:

$$\Delta O = (O_{\text{баз.}} * \Delta P_{\text{т.}}) / 100, \text{ где} \quad (3.7)$$

$\Delta P_{\text{т.}}$ – общий рост производительности труда в целом по предприятию за счет внедрения проектируемых мероприятий.

$$\Delta P_{\text{т.}} = (\sum \Xi_{\text{ч.}} / Ч_{\text{исх.}} - \Xi_{\text{ч.}}) * 100, \text{ где} \quad (3.8)$$

$\sum \Xi_{\text{ч.}}$ – экономия численности по всем мероприятиям, чел.;

$Ч_{\text{исх.}}$ – исходная численность работающих, чел.

$$\Delta P_{\text{т.}} = (10,85/26 - 10,85) * 100 = 68 \%$$

$$\Delta O = 3348380 * 68 / 100 = 2276898,4 \text{ руб.}$$

$$O_{\text{пр.}} = 3348380 + 2276898,4 = 5625278,4 \text{ руб.}$$

Из расчетов следует, что плановый объем производства и продаж услуг составит 5625278,4 руб.

При расчете показателей плана по труду и его оплате необходимо учитывать проектные мероприятия по повышению эффективности деятельности организации, влияющие на показатели плана.

Расчет показателей плана по труду и его оплате начинают с расчета численности персонала организации.

Численность рабочих для выполнения продаж услуг остается неизменной, так как в ходе внедрения мероприятий не планировалось сокращение или увеличение численности рабочих. Отсюда следует, что

численность необходимая для выполнения годовой программы продаж услуг равна 26 чел.

Рассчитаем плановый фонд оплаты труда работающих ($\Phi ЗП_{пл.}$) по формуле:

$$\Phi ЗП_{пл.} = \Phi ЗП_{баз.} + (\Phi ЗП_{баз.} * K * H), \text{ где} \quad (3.9)$$

Таблица 3.4

Штатное расписание работников ООО "Горизонт"

Категории работников	Должность	Численность, чел.
1. Руководители	Директор	1
	Дизайнер-технолог	1
2. Специалисты	Художник-модельер	1
	Бухгалтер	1
Рабочие	Портной	11
	Приемщик заказов	1
	Сменный мастер	1
	Товаровед	1
	Закройщик	6
	Продавец	1
	Уборщица	1
	Всего:	26

$\Phi ЗП_{баз.}$ - базовый фонд заработной платы работающих, руб.;

K – коэффициент прироста объема производства за счет внедрения проектируемых мероприятий;

H – норматив прироста заработной платы за 1 % прироста объема производства в планируемом году.

$$K = \Delta П_{т.} / 100 = 68 / 100 = 0,68$$

$$H = 0,9$$

$$\Phi ЗП_{пл.} = 3681600 + (3681600 * 0,68 * 0,9) = 5934739,2 \text{ руб.}$$

Определим плановую себестоимость производства и продаж услуг в планируемом году ($C_{пл.}$):

$$C_{\text{пл.}} = C_{\text{баз.}} - Э_{\text{общ.}}, \text{ где} \quad (3.10)$$

$Э_{\text{общ.}}$ – сумма общей экономии от снижения себестоимости при внедрении проектируемых организационно – технических мероприятий, руб.

$C_{\text{баз.}}$ – себестоимость производства и продаж услуг до внедрения проектируемых мероприятий, руб.

$$C_{\text{пл.}} = 2475224 - 1992446,43 = 482773,57 \text{ руб.}$$

Таблица 3.5

План по труду и его оплате

Показатели	Ед. измерения	Числовое значение
Объем продаж услуг	Руб.	5625278,4
Численность работающих всего	Чел.	26
В том числе:		
Рабочих	Чел.	22
Среднегодовая выработка одного работающего	Руб.	216356,86
Среднегодовая выработка одного рабочего	Руб.	255694,47
Фонд оплаты труда рабочих	Руб.	5934739,2
Среднемесячная заработная плата одного рабочего	Руб.	228259,2
Затраты заработной платы на один рубль производства услуг	Руб.	0,74

4. Рассчитаем затраты на один рубль продаж продукции в планируемом году ($З_{\text{пл.}}$):

$$З_{\text{пл.}} = C_{\text{пл.}} / O_{\text{пл.}} \quad (3.11)$$

$$З_{\text{пл.}} = 482773,57 / 5625278,4 = 0,09 \text{ руб.}$$

Отсюда следует, что снижение затрат в планируемом году (ΔZ) составит:

$$\Delta Z = ((Z_{\text{отч.}} - Z_{\text{пл.}}) / Z_{\text{отч.}}) * 100 \quad (3.12)$$

$$\Delta Z = 0,74 - 0,09 / 0,74 = 0,62 \%$$

Наряду с себестоимостью прибыль является одним из важнейших обобщающих показателей деятельности организации. Определим формирование и изменение размера прибыли, а также определим уровень рентабельности услуг.

Таблица 3.6

Плановые финансовые показатели организации

Показатели	Числовое значение
Объем продаж	5625278,4 руб.
Объем продаж в натуральном выражении	5347,22 шт.
Средняя цена единицы продукции	1052 руб.
Себестоимость продукции	482773,57 руб.
Прибыль от продаж продукции	5142504,83 руб.
Балансовая прибыль	5142504,83 руб.
Платежи в бюджет из прибыли	1028500,97 руб.
Чистая прибыль	4114003,86 руб.

По данным таблицы видно распределение плановых финансовых показателей ООО "Горизонт". Равенство значения прибыли от продаж балансовой прибыли объясняется тем, что данное предприятие не получает доходов от продаж имущества и от внереализационной деятельности.

Сравнительная характеристика основных технико– экономических показателей производственно – хозяйственной деятельности организации приведена в таблице 3.7. Данные таблицы позволяют более наглядно оценить успешность и планомерность развития предприятия на рынке услуг. А так же выявить слабые стороны развития предприятия, на которые в дальнейшем следует сделать акцент при планировании ведения финансово-хозяйственной деятельности.

Таблица 3.7

Основные технико – экономические показатели деятельности ООО
"Горизонт"

Показатели	Фактическое значение 2015	Проектное значение 2014	Изменение, %
Объем продаж в стоимостном выражении, руб.	3348380	5625278,4	168
Численность персонала всего, чел	26	26	100
В том числе рабочих, чел.	22	22	100
Среднегодовая выработка одного работающего, руб.	128783	216356,86	168,0011
Среднегодовая выработка одного рабочего, руб.	176230	255694,47	145,0913
Фонд оплаты труда общий, руб.	3681600	5934739,2	161,2
Среднегодовая заработная плата одного работающего, руб.	141600	228259,2	161,2
Полная себ. реализованных услуг, руб.	2475224	482773,57	19,50424
Себестоимость единицы продукции, руб.	1052	1052	100
Затраты на один рубль продаж услуг, руб.	0,74	0,62	83,78378
Прибыль от продаж, руб.	873156	5142504,83	588,956
Чистая прибыль, руб.	698524,8	4114003,86	588,956

Исходя из сравнительного анализа существующих и проектируемых технико - экономических показателей деятельности ООО "Горизонт" можно сделать следующие выводы:

1. Прирост объема продаж в стоимостном выражении составил 168 %;
2. Прирост выработки на одного работающего составил 168 %;
3. Снижение себестоимости составило 19,5 %
4. Снижение затрат на один рубль продаж составило 83 %;
5. Увеличение чистой прибыли на 588,96 %.

Заключение

Таким образом, анализ основных технико-экономических показателей деятельности предприятия, показал, что экономическая деятельность предприятия достаточно эффективна и находится в процессе стабилизации.

Анализ объема продаж продукции выявил, что показатели 2015 года значительно превышают данные за 2014 года (объем продаж в шт. на 120, объем продаж в тыс.руб. на 203,58), что свидетельствует о том, что предприятие стало более рентабельным.

Анализ состояния и использования трудовых ресурсов, который выявил изменения в общей численности состава работников (+1 чел в 2015 году по сравнению с 2014 и 2013г.), что говорит об увеличении объема производства и как результат этого – увеличение прибыли, уменьшении времени оказания услуги (изготовления единицы продукции), увеличении фонда заработной платы.

Анализ производительности труда персонала показал, что при одинаковом количестве отработанных всеми рабочими чел-дней в 2013,2014,2015 гг. (6474) средняя выработка одного работающего увеличилась на 24,99 (при сравнении показателей 2013 и 2014 гг.) и на 7,82 тыс.руб.(при сравнении 2014 г.и2015 г.), одного рабочего – увеличилась на 1,51 тыс.руб. (при сравнении показателей 2014 и 2015 гг.). Увеличение выработки обуславливается увеличением численности рабочего состава и означает увеличение объемов производства, а значит и максимизацию прибыли.

Анализ себестоимости, прибыли и рентабельности указывает на то, что себестоимость проданной продукции и услуг в 2015 г. увеличилась на 118,553 тыс. руб. по сравнению с показателем 2014 г. и на 479,6 тыс.руб. по сравнению с показателем 2013 г. Затраты на 1 рубль проданной продукции и услуг в 2015 г. составили 0,74 руб., что ниже показателей 2013 на 0,02 и 2013

гг. на 0,01 %, Объем проданной продукции за 2015 год увеличился по сравнению с показателем 2014 года на 203,58 тыс.руб., что свидетельствует об эффективности производства и благополучном финансовом состоянии.

Проведя весь анализ производственно-хозяйственной деятельности ООО «Горизонт», делаем вывод, что увеличение объема выпускаемой продукции значительно увеличило прибыль предприятия (разница показателей 2014 и 2015 года в стоимостном выражении составляет 120 нат.ед., в ден.- 203,58 тыс.руб.), увеличение численности рабочих обусловило увеличение объема производства и, как написано выше, способствовало увеличению прибыли. Так же мы наблюдали снижение величины затрат на 1 руб. проданной продукции, что так же явилось фактором, обеспечившим максимизацию прибыли. Увеличение показателя объема прибыли (2014 г.- 788,129тыс.руб., 2015 г.- 873,151тыс.руб.), вследствие изменения всех вышеназванных факторов, так же способствовало увеличению общей прибыли предприятия.

Проанализировав эффективность используемой стратегии устойчивого развития предприятия, выявлены следующие слабые и сильные стороны развития ООО «Горизонт».

Сильные стороны: доступность продукции, небольшая цена; месторасположение ателье; часто обновляется коллекция; большой ассортимент продукции.

Слабости: среднее качество продукции; среднее качество обслуживания; не мотивирован персонал; нет рекламы на радио; отсутствие интернет магазина; конкуренты могут предложить схожий товар очень быстро; нет отдела маркетинга.

Возможности: рост розничного рынка в целом; Увеличение он-лайн покупок; открытие нового ателье.

Угрозы: увеличение расходов на аренду площади; схожая продукция может уже продаваться в основных конкурентов; появление новых конкурентов.

Для увеличения прибыли в ООО «Горизонт» было предложено мероприятие по размещению рекламы на радиостанции «Август» о проведении показа одежды и введения должности маркетолога.

Исходя из сравнительного анализа существующих и проектируемых финансово-хозяйственных показателей деятельности ООО "Горизонт" можно сделать следующие выводы: прирост объема продаж в стоимостном выражении составил 168 %; прирост выработки на одного работающего составил 168 %; снижение себестоимости составило 19,5 %; снижение затрат на один рубль продаж составило 83 %; увеличение чистой прибыли на 588,96 %.

Список использованной литературы

Нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ от 30.12.2008 г. №6 – ФКЗ, № 7 – ФКЗ, от 05.02.2014 №2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (в ред. от 31.01.2016)
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (в ред. от 29.06.2015)
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 г. № 146-ФЗ (в ред. от 09.03.2016)
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 г. № 230-ФЗ (в ред. от 30.12.2015)
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (в ред. от 05.04.2016)
7. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 12.04.2016)
8. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О бухгалтерском учете»
9. Федеральный закон «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» № 212-ФЗ от 24.07.2009 г (в ред. от 29.12.2015 г.)
10. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 г. №307-ФЗ (в ред. от 01.12.2014 г.)
11. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 г. №14-ФЗ (в ред. от 29.12.2015 г.)

12. Постановление Правительства РФ «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности» от 23.09.2002 г. № 696 (в ред. от 22.12.2011 г.)

13. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о патентных и иных пошлинах за совершение юридически значимых действий, связанных с патентом на изобретение, полезную модель, промышленный образец, с государственной регистрацией товарного знака и знака обслуживания, с государственной регистрацией и предоставлением исключительного права на наименование места происхождения товара, а также с государственной регистрацией перехода исключительных прав к другим лицам и договоров о распоряжении этими правами» от 10.12.2008 N 941 (с изм. от 22.03.2016 г.)

14. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о патентных и иных пошлинах за совершение юридически значимых действий, связанных с патентом на селекционное достижение, с государственной регистрацией перехода исключительного права на селекционное достижение к другим лицам и договоров о распоряжении этим правом» от 14.09.2009 N 735 (ред. от 02.02.2010 г.)

15. Приказ Министерства Финансов РФ «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации» от 29.07.1998 г. № 34н (в ред. от 24.12.2010 г.)

16. Приказ Министерства Финансов РФ «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учёта финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» от 31.10.2000 г. № 94н (в ред. от 08.11.2010 г.)

17. Приказ Министерства Финансов РФ «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008)», от 06.10.2008 г. № 106н (в ред. от 06.04.2015 г.)

18. Алексеева, А. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебное пособие / Васильев Ю. В, Малеева А.В. – М.: Кнорус 2012 – 268 с.
19. Баканов, М.И. Теория экономического анализа [Текст]: учебник - М.: ИКФ Омега-Л; Высш. шк., 2012 – 360 с.
20. Богомолов, А.М. Анализ на предприятии [Текст]: учебник - М.Экзамен 2013 – 325 с.
21. Бочкарев, И.И. Бухгалтерский учет [Текст]: учебник. - М.: ТК Велби, Издательство «Проспект», 2013 – 259 с.
22. Быкова, Н.В. Автоматизация бухгалтерского учета [Текст]: лабораторный практикум – М.: Омега, 2012 – 80 с.
23. Вахрушина, М. А. Внутрипроизводственный учет и отчетность [Текст]: учебник – М.: Омега, 2013 – 412 с.
24. Гейц, И. В. Заработная плата и другие расчеты с физическими лицами [Текст]: Практ. пособие для бухгалтеров. – М.: Дело и Сервис, 2012 – 640 с.
25. Гинзбург, А. И. Экономический анализ: предмет и методы [Текст]: учебник для вузов – СПб.: Питер, 2009 – 480 с.
26. Гиляровская, Л. Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебник – М.: ТК Велби, Проспект, 2012 – 360 с.
27. Глицкий, А.Б. Применение автоматизированных систем бухгалтерского учета на предприятии [Текст]: учебник – М.: Финансы и статистика, 2009. – 320 с.
28. Ермолович, Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие - Мн.: БГЭУ, 2013 – 163 с.
29. Жиделева, В. В. Экономика предприятия [Текст]: учебник / В. В. Жидилева, Ю. Н. Каптейн. – ИНФРА-М, 2009. – 132 с.

30. Журавлев, П. В. Экономика предприятия и предпринимательской деятельности [Текст]: учебник / П. В. Журавлев, С. А. Банников, Г. М. Черкашин. – М.: Экзамен, 2008. – 542 с.
31. Канке, А. А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие – М.: Форум-Инфра 2009 – 412 с.
32. Киреева, Н. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебное пособие – М.: Социальные отношения, 2009 – 287 с.
33. Козлова, Е. П. Бухгалтерский учет в промышленности [Текст]: учебное пособие – М.: Финансы и статистика, 2012 – 432 с.
34. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие – М.: Проспект, 2009 – 421 с
35. Колбачев, Е. Б. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях [Текст]: учебное пособие / Новик Е. В. – М.: Ростов-на-Дону: Феникс, 2012 - 224 с.
36. Мельник, М.В. Ревизия и контроль [Текст]: учебное пособие - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2014 – 215 с.
37. Патрушина, С.М. Информационные системы в бухгалтерском учете [Текст]: учебное пособие – М.: ИКЦ «МарТ», 2013 – 240 с.
38. Пошерстник, Е. Б. Заработная плата в современных условиях [Текст]: учебное пособие / Пошерстник Н. В. – 5-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Герда, 2009 – 314 с.
39. Пястолов, С.В. Экономический анализ деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие - М.: Академический Проект, 2013.- 573 с.
40. Раицкий, К. А. Экономика предприятия [Текст]: учебник - М.: Информационно – внедренческий центр, 2009 – 554 с.
41. Савицкая, Г.В. анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник – Беларусь, 2009 – 467 с.

42. .Савицкая, Г.В. Экономический анализ [Текст]: учебник – Москва, 2013 г. – 640 с.
43. Сажина, М. А. Экономическая теория [Текст]: учебник для ВУЗов / Чибриков Г. Г. – М: Норма – Инфра, 2012 – 215 с.
44. .Хотинская, Г. И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие. 2-е издание, переработанное и дополненное / Харитонов Т.В. – М.: Москва «Дело и Сервис», 2009 – 240 с.
45. Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебное пособие – М.: ИНФРА-М, 2012 – 415 с.
46. Шеремет, А.Д. Экономический анализ [Текст]: учебник. 4-е издание, переработанное и дополненное. / Суйц В.П. – М.; ИНФРА-М, 2013 – 412 с.
47. Шишкин, А. Ф. Экономическая теория [Текст]: учебное пособие - М: ВЛАДОС, 2013 – 325 с.

Бухгалтерская отчетность

На 31 декабря 20 15 г.

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

Компания Горизонт по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика ИНН

Вид экономической работы по ОКВЭД

Организационно-правовая форма/форма собственности

Общество с ограниченной ответственностью по ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: млн. руб. по ОКЕИ

Местонахождение (адрес)

Коды		
0710001		
31	12	2015
83700700		
6324013307		
17,21		
384		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	31 На декабря 20 15 г. ³	На декабря 20 14 г. ⁴	На декабря 20 13 г. ⁵
	АКТИВ			
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Нематериальные активы	5	12	17
	Главные средства	53123	54791	41723
	Доходные вложения в материальные ценности	4365	3980	3947
	Итого по разделу I	57493	58783	45687
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Запасы	16168	13551	9103
	Налог на добавленную стоимостной показатель по приобретенным ценностям	531	999	1763
	Финансовые вложения	5860	12520	21610
	Дебиторская задолженность	156247	151080	221266
	Денежные средства и денежные эквиваленты	166	1208	1498
	Прочие оборотные активы	439	226	129
	Итого по разделу II	179411	179624	255369
	БАЛАНС	236904	238407	301056

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	31 На <u>декабря</u> 20 <u>15</u> г. ³	31 На <u>декабря</u> 20 <u>14</u> г. ⁴	31 На <u>декабря</u> 20 <u>13</u> г. ⁵
	ПАССИВ			
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	416	416	416
	Добавочный капитал	19587	19587	19588
	Резервный капитал	7	7	7
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	43430	24823	10199
	Итого по разделу III	63440	44833	30210
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	111000	103687	102306
	Отложенные налоговые обязательства			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу IV	111000	103687	102306
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	4065	1760	5850
	Кредиторская задолженность	56413	87971	161488
	Доходы будущих периодов			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства	1986	156	1202
	Итого по разделу V	62464	89887	168540
	БАЛАНС	236904	238407	301056

Руководитель	Главный бухгалтер
_____	_____
(подпись)	(подпись)
_____	_____
(расшифровка подписи)	(расшифровка подписи)

Отчет о финансовых результатах

за 31 декабря 20 14 г.

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

Компания Горизонт

по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика

ИНН

Вид

экономической

по

работы

ОКВЭД

Организационно-правовая

форма/форма

собственности

по

Общество с ограниченной ответственностью

ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: млн. руб.

по ОКЕИ

		Коды	
		0710002	
		31	12 2014
		83700700	
		6324013307	
		17,21	
		384	
Пояснения ¹	Наименование показателя ²	За 20 14 г. ³	За 20 13 г. ⁴
	Выручка ⁵	3144	2621
	Себестоимостнойпоказательпродаж	(2357)	(1995)
	Валовая прибыль (убыток)	787	146
	Коммерческие расходы	(26)	(10)
	Управленческие расходы	(30)	(38)
	Прибыль (убыток) от продаж	653	302
	Проценты к получению	36	21
	Проценты к уплате	(165)	(10)
	Прочие доходы	179	28
	Прочие расходы	(32)	(39)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	169	186
	Текущий налог на прибыль	(22)	(46)
	Чистая прибыль (убыток)	1461	1344

Руководитель

(подпись)

Главный бухгалтер

(расшифровка подписи)

(подпись)

(расшифровка подписи)

Отчет о финансовых результатах

за 31 декабря 20 15 г.

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

Компания Горизонт

по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика

ИНН

Вид

экономической

по

работы

ОКВЭД

Организационно-правовая

форма/форма

собственности

Общество с ограниченной ответственностью

по

ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: млн. руб.

по ОКЕИ

Коды		
0710002		
31	12	2015
83700700		
6324013307		
17,21		
384		

Пояснения 1	Наименование показателя ²	3а	3а
		20 15 г. ³	20 14 г. ⁴
	Выручка ⁵	3348	3144
	Себестоимостнойпоказательпродаж	(2475)	(2357)
	Валовая прибыль (убыток)	873	787
	Коммерческие расходы	(103)	(104)
	Управленческие расходы	(24)	(30)
	Прибыль (убыток) от продаж	746	653
	Проценты к получению	35	36
	Проценты к уплате	(149)	(165)
	Прочие доходы	109	179
	Прочие расходы	(30)	(32)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	263	169
	Текущий налог на прибыль	(42)	(22)
	Чистая прибыль (убыток)	2210	1461

Руководитель

(подпись)

(расшифровка
подписи)Главный
бухгалтер

(подпись)

(расшифровка
подписи)

Бакалаврская работа выполнена мною самостоятельно.

Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в _____ экземплярах.

Библиография составляет _____ наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру «_____» _____ 201__ г.

Дата « _____ » _____ 201__ г.

Студент _____

(Подпись)

Ю.С. Люппа

(Имя, отчество, фамилия)