

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет»  
(национальный исследовательский университет)  
ВШЭУ  
Кафедра «Экономика промышленности и управление проектами»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой ЭПиУП,  
д.э.н., профессор  
\_\_\_\_\_ /Л.А. Баев/  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Улучшение финансового состояния рекламного агентства путем сокращения не-  
производственных издержек на примере АО «Элис»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
ЮУрГУ–380302.2017.097. ВКР

Руководитель,  
к.т.н., доцент каф. ЭПиУП  
\_\_\_\_\_ /Ю.Н. Тарасов/  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Автор,  
студент группы ЭУ-507/3  
\_\_\_\_\_ /Е.В. Диденко/  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Нормоконтролер,  
ученый секретарь каф. ЭПиУП  
\_\_\_\_\_ /Е.Н. Машкова/  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Челябинск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)  
Высшая школа экономики и управления  
Кафедра «Экономика промышленности и управление проектами»  
Направление подготовки «Менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ЭПиУП  
Л.А. Баев  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студента

Диденко Елены Валерьевны

(Ф. И.О. полностью)

Группа ЭУ-507/3

1 Тема работы

Улучшение финансового состояния рекламного агентства путем сокращения непроизводственных издержек на примере АО «Элис»

утверждена приказом по университету от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

2 Срок сдачи студентом законченной работы \_\_\_\_\_ 13 июня 2017 г.

3 Исходные данные к работе

Законодательные и нормативные акты РФ и субъекта РФ – Челябинской области; учебно-методическая и специальная научная литература по экономическим и финансовым дисциплинам, в том числе – материалы периодических изданий; сведения из Интернет; документы бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия

4 Перечень вопросов, подлежащих разработке:

– оценка и анализ начального состояния предприятия АО «Элис»: SWOT- анализ и анализ финансового состояния;

– сопоставление результатов SWOT- анализа и анализа финансового состояния и разработка мероприятий по улучшению состояния предприятия и его развитию;

– оценка и финансовый анализ прогнозируемого состояния предприятия после реализации предложенных мероприятий.

5 Иллюстрационный материал:

– альбом иллюстраций к докладу;

– презентация (слайды) к докладу в Power Point на электронном носителе.

6 Дата выдачи задания \_\_\_\_\_ 17 марта 2017 г.

Руководитель \_\_\_\_\_ Ю.Н.Тарасов

(подпись)

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_ Е.В.Диденко

## КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Наименование этапов выпускной квалификационной работы	Срок выполнения этапов работы	Отметка руководителя о выполнении
Написание и представление на кафедру заявления на утверждение темы выпускной квалификационной работы и её руководителя	До 20 марта 2017 года	
Получение задания на выпускную квалификационную работу, составление и согласование с руководителем плана и индивидуального графика работы	До 20 марта 2017 года	
Подбор литературы, исходных данных и программного обеспечения для выполнения выпускной квалификационной работы		
Выполнение и написание работы: Глава 1 Глава 2 Глава 3		
Проверка содержания и оформления выпускной квалификационной работы руководителем		
Проверка выполненной выпускной квалификационной работы по системе «Антиплагиат»		
Представление руководителю полностью оформленной (отпечатанной и переплетённой) работы		
Получение отзыва руководителя и направление работы на рецензирование		
Подготовка работы к защите		

Заведующий кафедрой ЭПиУП \_\_\_\_\_ / Л.А.Баев /

Руководитель работы \_\_\_\_\_ / Ю.Н. Тарасов /

Студент \_\_\_\_\_ / Е.В. Диденко /

## АННОТАЦИЯ

Улучшение финансового состояния рекламного агентства путем сокращения непроизводственных издержек на примере АО «Элис»: Выпускная квалификационная работа. – Челябинск: ЮУрГУ, – 96 с., 1 ил., 36 табл., библиогр. список – 22 наим., 3 прил.

Выпускная квалификационная работа состоит из трех разделов. Первый раздел посвящен теоретическим аспектам анализа финансового состояния предприятия. Изучены источники информационного обеспечения анализа, система показателей оценки финансового состояния. Рассмотрены пути улучшения финансового состояния предприятия.

Второй раздел включает стратегический и финансовый анализ АО «Элис». Для проведения стратегического анализа использовались методы: модель М. Портера, метод группировки PEST-анализа, метод проведения SWOT-анализа. Финансовый анализ выполнен по документам бухгалтерской отчетности АО «Элис» за 2014 – 2016 года. Для проведения финансового анализа были использованы методы: горизонтального и вертикального анализа баланса, анализа ликвидности баланса, анализа финансовой устойчивости, анализа деловой активности предприятия, анализ ликвидности предприятия, анализ имущественного положения, анализ рентабельности.

В третьем разделе осуществлена разработка мероприятия по улучшению финансового состояния АО «Элис». Разработан инвестиционный, операционный план. Проведена оценка финансовых результатов мероприятия. Рассчитаны интегральные показатели. Проведен анализ рисков по мероприятию.

Результаты выпускной квалификационной работы имеют практическую ценность.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	7
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕГО УЛУЧШЕНИЯ	
1.1 Значения, задачи и источники информационного обеспечения анализа финансового состояния.....	9
1.2 Система показателей для оценки финансового состояния предприятия .....	12
1.3 Пути улучшения финансового состояния предприятий .....	27
2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «ЭЛИС»	
2.1 Значение рекламной деятельности .....	31
2.2 Основные характеристики АО «Элис».....	32
2.3 Стратегический анализ АО «Элис» .....	35
2.3.1 Анализ внешней среды АО «Элис».....	36
2.3.2 Анализ внутренней среды .....	42
2.3.3 SWOT-анализ.....	43
2.4 Финансовый анализ АО «Элис»	
2.4.1 Горизонтальный и вертикальный анализ баланса .....	47
2.4.2 Анализ ликвидности баланса.....	54
2.4.3 Анализ финансовой устойчивости .....	56
2.4.4 Показатели оценки ликвидности предприятия .....	58
2.4.5 Показатели оценки имущественного положения .....	60
2.4.6 Показатели оценки деловой активности .....	61
2.4.7 Показатели оценки рентабельности .....	63
3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ АО «ЭЛИС» ПУТЕМ СОКРАЩЕНИЯ НЕПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ИЗДЕРЖЕК	
3.1 Сопоставление результатов анализа стратегической позиции и текущего финансового состояния предприятия	
3.2 Описание мероприятия .....	71
3.3 Инвестиционный план.....	73
3.3.1 Валюта	
3.3.2 Инфляция	
3.4 Операционный план .....	75
3.4.1 План продаж	
3.4.2 Анализ затрат.....	76
3.5 Оценка финансовых результатов мероприятия .....	78
3.6 Расчёт ставки дисконтирования .....	79
3.7 Расчёт интегральных показателей эффективности.....	81
3.8. Анализ рисков	
3.8.1 Анализ безубыточности .....	83
3.8.2. Анализ чувствительности .....	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	87
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	90

ПРИЛОЖЕНИЕ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А .....	92
ПРИЛОЖЕНИЯ Б.....	94
ПРИЛОЖЕНИЕ В .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Оценка финансового состояния и стратегической позиции предприятия является процедурой, которая в современных российских условиях представляется только как неотъемлемая часть преуспевающего бизнеса, поскольку от качества финансово-экономического анализа, определения верной стратегии развития зависит успех деятельности. На основе оценки и анализа может быть разработан обоснованный, подкрепленный достоверными сведениями бизнес-план, с помощью которого можно определить оптимальное направление развития предприятия и улучшить его состояние путём реализации данного плана.

Объектом исследования в данной работе является АО «Элис», работающее на рекламном рынке.

Предметом исследования является финансово-хозяйственная деятельность АО «Элис» и её стратегическая позиция.

Цель работы – улучшение финансового состояния АО «Элис».

Основные задачи:

- рассмотреть существующие пути улучшения финансового состояния предприятия;
- дать краткую характеристику предприятию;
- провести анализ стратегического состояния предприятия;
- провести анализ финансового состояния предприятия.
- разработать мероприятия по улучшению финансового состояния предприятия.

В процессе выполнения работы были использованы следующие методы:

- **метод группировки PEST-анализа**, предназначенный для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые могут повлиять на деятельность организации;
- модель М. Портера;
- **методы проведения SWOT-анализа**, позволяющие оценить взаимовлияние факторов внешней и внутренней среды и в результате экспертной оценки полу-

чить ранжированный список наиболее актуальных решений для анализируемой ситуации;

- горизонтальный анализ баланса, позволяющий выявить тенденции изменения статей баланса или их групп и на основании этого исчислить базисные темпы роста (прироста);

- вертикальный анализ баланса, позволяющий выявить влияние каждой позиции отчетности на результат в целом;

- анализ ликвидности баланса;

- анализ финансовой устойчивости;

- анализ деловой активности предприятия;

- анализ ликвидности предприятия;

- анализ имущественного положения предприятия;

- анализ рентабельности;

- метод проектного анализа.

В первом разделе работы рассмотрены источники информационного обеспечения анализа финансового состояния. Изучена система показателей оценки финансового состояния. Рассмотрены пути финансового улучшения предприятия.

Во втором разделе дается общая характеристика предприятия, представлена организационная структура предприятия АО «Элис». Проводится финансовый анализ организации, который включает горизонтальный и вертикальный анализ баланса, анализ ликвидности и платежеспособности, анализ финансовой устойчивости и деловой активности. Бухгалтерская отчетность за 2014 – 2016 года представлена в приложении А и приложении Б, на её основе проводилась оценка текущего состояния предприятия.

В третьей главе предлагается мероприятие по сокращению непроизводственных издержек АО «Элис» путем внедрения новых рекламных конструкций, рассчитывается эффективность его реализации, проводится анализ рисков.

При написании использовалась учебная литература, законодательные и нормативные акты, периодическая литература.



# **1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕГО УЛУЧШЕНИЯ**

## **1.1 Значения, задачи и источники информационного обеспечения анализа финансового состояния**

Под финансовым состоянием предприятия принято понимать способность предприятия финансировать свою деятельность. Финансовое состояние характеризуется наличием финансовых ресурсов, необходимых для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью их использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью [1].

Финансовое состояние предприятия характеризуется системой показателей, отражающих состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования финансировать свою деятельность на фиксированный момент времени.

В процессе снабженческой, производственной, сбытовой и финансовой деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяются структура средств и источников их формирования, наличие и потребность в финансовых ресурсах и как следствие финансовое состояние предприятия, внешним проявлением которого выступает платежеспособность.

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым (предкризисным) и кризисным. Способность предприятия успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, постоянно поддерживать свою платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии, и наоборот.

Если платежеспособность – это внешнее проявление финансового состояния предприятия, то финансовая устойчивость – его внутренняя сторона, отражающая сбалансированность денежных и товарных потоков, доходов и расходов, средств и источников их формирования. Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно обладать гибкой структурой капитала, уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для нормального функционирования.

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, это положительно влияет на финансовое положение предприятия. Напротив, в результате спада производства и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие – ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Следовательно, устойчивое финансовое состояние является не игрой случая, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия [15].

Устойчивое финансовое положение, в свою очередь, положительно влияет на объемы основной деятельности, обеспечение нужд необходимыми ресурсами. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности должна быть направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала для наиболее эффективного его использования.

Главная цель финансовой деятельности предприятия сводится к одной стратегической задаче – наращиванию собственного капитала и обеспечению устойчивого положения на рынке. Для этого оно должно постоянно поддерживать плате-

жеспособность и рентабельность, а так же оптимальную структуру актива и пассива баланса.

Бухгалтерский учет является главным источником информации при анализе хозяйственной деятельности. Не зная методик бухгалтерского учета и содержания отчетности, трудно подобрать для анализа необходимые материалы и проверить их доброкачественность. Чтобы обеспечить анализ качественной информацией, сделать ее более оперативной, точной и в необходимой степени детализированной, доступной и понятной, вся система бухгалтерского учета постоянно совершенствуется. Основной целью бухгалтерского учета считается постоянное отражение в учете всех хозяйственных операций конкретного предприятия и выдача в определенные периоды необходимой информации пользователям. Завершающим этапом бухучета за отчетный период является составление ряда отчетов, формирующих отчетность предприятия.

Отчетность предприятия представляет собой совокупность сведений о результатах и условиях работы предприятия. Она служит основным источником информации о деятельности предприятия, отражающим итоговые данные на определенную дату времени, которые характеризуют имущественное и финансовое положение предприятия: данные о реализации товаров, об издержках обращения, о состоянии хозяйственных средств и источниках их образования, о прибылях и убытках, о платежах в бюджет и другое.

Приказ Минфина России от 02.07.2010 № 66н (ред. от 06.04.2015) "О формах бухгалтерской отчетности организаций" утверждены указания об объеме форм бухгалтерской отчетности и рекомендованы образцы этих форм.

Согласно данному нормативному документу для организаций, являющихся юридическими лицами, по законодательству бухгалтерская отчетность состоит из [13]:

- бухгалтерского баланса (форма №1);
- отчета о прибылях и убытках (форма №2);

- отчета об изменениях капитала (форма №3);
- отчета о движении денежных средств (форма №4);
- приложения к бухгалтерскому балансу (форма №5);
- пояснительной записки;
- аудиторского заключения, подтверждающего достоверность бухгалтерской отчетности организации, если она в соответствии с федеральными законами подлежит обязательному аудиту.

## **1.2 Система показателей для оценки финансового состояния предприятия**

Для анализа финансового состояния предприятия используют нижеперечисленные виды анализов.

Горизонтальный анализ баланса заключается в сравнении каждой балансовой статьи с предыдущим периодом (годом, кварталом) [4].

Цель горизонтального и вертикального анализа финансовой отчетности состоит в том, чтобы наглядно представить изменения, произошедшие в основных статьях баланса, и помочь менеджерам компании принять решение в отношении того, каким образом продолжать свою деятельность.

Большое значение для оценки финансового состояния имеет вертикальный (структурный) анализ актива и пассива баланса, при котором приоритетное внимание уделяется изучению относительных показателей.

Цель данного анализа состоит в определении удельного веса отдельных статей в итоге баланса и оценке его колебаний. Относительные показатели нивелируют отрицательные последствия влияния инфляционных процессов на величину балансовых статей.

Финансовая устойчивость характеризуется стабильным превышением доходов над расходами, свободным маневрированием денежными средствами и эффективным их использованием в процессе текущей (операционной) деятельности.

В ходе производственного процесса собственные оборотные средства пред-

приятия и его заемные источники используются для постоянного пополнения запасов товарно-материальных ценностей. Для детального отражения разных видов источников в формировании запасов используется система показателей [7]:

а) наличие собственных оборотных средств (СОС) (чистый оборотный капитал) устанавливается по формуле (1.2):

$$\text{СОС} = \text{СК} - \text{ВОА}, \quad (1.2)$$

где СК – собственный капитал;

ВОА – внеоборотные активы.

б) наличие собственных и долгосрочных заемных источников финансирования запасов (СДИ) определяется по формуле (1.3):

$$\text{СДИ} = \text{СОС} + \text{ДКЗ}, \quad (1.3)$$

где ДКЗ – долгосрочные кредиты и займы.

в) общая величина основных источников формирования запасов (ОИЗ) рассчитывается по формуле (1.4):

$$\text{ОИЗ} = \text{СДИ} + \text{ККЗ}, \quad (1.4)$$

где ККЗ – краткосрочные кредиты и займы.

В результате можно определить три показателя обеспеченности запасов источниками их финансирования:

а) излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств ( $\Delta\text{СОС}$ ) определяется по формуле (2.5):

$$\Delta\text{СОС} = \text{СОС} - \text{З}, \quad (1.5)$$

где  $Z$  – запасы (раздел II баланса).

б) излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников финансирования запасов ( $\Delta CДИ$ ) определяется по формуле (1.6):

$$\Delta CДИ = CДИ - Z. \quad (1.6)$$

в) излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников покрытия запасов ( $\Delta OИЗ$ ) определяется также с учетом величины запасов по формуле (1.7):

$$\Delta OИЗ = OИЗ - Z. \quad (1.7)$$

Приведенные показатели обеспеченности запасов соответствующими источниками финансирования трансформируются в трехфакторную модель  $M$  по формуле (1.8):

$$M = (\Delta CОС; \Delta CДИ; \Delta OИЗ). \quad (1.8)$$

Данная модель характеризует тип финансовой устойчивости предприятия. На практике встречаются четыре типа финансовой устойчивости:

а) абсолютная финансовая устойчивость  $M_1$  (формула (1.9):

$$M_1 = (1; 1; 1), \text{ т.е. } \Delta CОС \geq 0; \Delta CДИ \geq 0; \Delta OИЗ \geq 0. \quad (1.9)$$

б) нормальная финансовая устойчивость  $M_2$  (формула (1.10):

$$M_2 = (0; 1; 1), \text{ т.е. } \Delta CОС < 0; \Delta CДИ \geq 0; \Delta OИЗ \geq 0. \quad (1.10)$$

в) неустойчивое финансовое состояние  $M_3$  (формула (1.11):

$$M_3 = (0; 0; 1), \text{ т.е. } \Delta\text{СОС} < 0; \Delta\text{СДИ} < 0; \Delta\text{ОИЗ} \geq 0. \quad (1.11)$$

г) кризисное (критическое) финансовое состояние  $M_4$  (формула (1.12):

$$M_4 = (0; 0; 0), \text{ т.е. } \Delta\text{СОС} < 0; \Delta\text{СДИ} < 0; \Delta\text{ОИЗ} < 0. \quad (1.12)$$

Финансовая устойчивость предприятия также характеризуется состоянием собственных и заемных средств и оценивается с помощью системы финансовых коэффициентов. Относительные показатели финансовой устойчивости характеризуют степень зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов [6].

Выделяют следующие показатели оценки финансовой устойчивости:

а) коэффициент финансовой независимости (автономии)  $K_{\text{ФН}}$  определяется по формуле (1.13):

$$K_{\text{ФН}} = \text{СК} / \text{ВБ}, \quad (1.13)$$

где СК – собственный капитал;

ВБ – валюта баланса.

Коэффициент финансовой независимости указывает долю собственного капитала в валюте баланса.

б) коэффициент задолженности  $K_3$  рассчитывается по формуле (1.14):

$$K_3 = \text{ЗК} / \text{СК}, \quad (1.14)$$

где ЗК – заемный капитал.

Коэффициент задолженности определяет соотношение между заемными и

собственными средствами предприятия. Также соотношение собственных и заемных средств можно определить по коэффициенту самофинансирования.

в) коэффициент самофинансирования  $K_{\text{сф}}$  определяется по формуле (1.15):

$$K_{\text{сф}} = \text{СК} / \text{ЗК}. \quad (1.15)$$

Коэффициент самофинансирования характеризует возможность покрытия собственным капиталом заемных средств.

г) коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами  $K_{\text{осос}}$  определяется по формуле (1.16):

$$K_{\text{осос}} = \text{СОС} / \text{ОА}, \quad (1.16)$$

где СОС – собственные оборотные средства;

ОА – оборотные активы.

Собственные оборотные средства СОС рассчитываются по формуле (1.17):

$$\text{СОС} = \text{ОА} - \text{КО}, \quad (1.17)$$

где КО – краткосрочные обязательства.

д) коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами  $K_{\text{осос}}$  можно рассчитать и по формуле (1.18):

$$K_{\text{осос}} = (\text{ОА} - \text{КО}) / \text{ОА}. \quad (1.18)$$

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами определяет долю чистого оборотного капитала в оборотных активах.

Коэффициент маневренности указывает долю собственных оборотных средств в собственном капитале.



е) коэффициент маневренности  $K_M$  определяется по формуле (1.19):

$$K_M = \text{СОС} / \text{СК}. \quad (1.19)$$

ж) коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов  $K_{\text{СМИА}}$  рассчитывается по формуле (1.20):

$$K_{\text{СМИА}} = \text{ОА} / \text{ВОА}, \quad (1.20)$$

где ВОА – внеоборотные активы.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в порядке убывания ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков. Ликвидность баланса определяет, насколько ликвидное имущество организации, которое числится в балансе [3].

Анализ ликвидности баланса представляет собой группировку всех активов и пассивов предприятия. Так активы ранжируются по степени их реализуемости, то есть чем больше ликвидность актива, тем выше его скорость трансформации в денежные средства. Сами денежные средства обладают максимальной степенью ликвидности. Пассивы предприятия ранжируются по степени срочности погашения.

Задача анализа ликвидности баланса в ходе анализа финансового состояния предприятия возникает в связи с необходимостью давать оценку кредитоспособности предприятия, то есть его способности своевременно и полностью рассчитываться по всем своим обязательствам.

Используя обозначения видов активов и пассивов, было сформировано условие абсолютной ликвидности, которое определяется по формуле (1.21).

$$\left. \begin{array}{l} A_1 \geq П_1 \\ A_2 \geq П_2 \\ A_3 \geq П_3 \\ A_4 \leq П_4 \end{array} \right\} \quad (1.21)$$

Покажем группировку статей баланса по степени ликвидности в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Группировка статей баланса по степени ликвидности

Активы		Сравнение активов и пассивов	Пассивы	
Наиболее ликвидные активы (Денежные средства + Краткосрочные финансовые вложения)	A <sub>1</sub>	↔	Наиболее срочные обязательства (Кредиторская задолженность)	П <sub>1</sub>
Быстро реализуемые активы (Дебиторская задолженность со сроком погашения менее 12 месяцев + Прочие оборотные активы)	A <sub>2</sub>	↔	Краткосрочные обязательства	П <sub>2</sub>
Медленно реализуемые активы (Запасы + Налог на добавленную стоимость + Дебиторская задолженность со сроком погашения более 12 месяцев)	A <sub>3</sub>	↔	Долгосрочные обязательства	П <sub>3</sub>
Труднореализуемые активы (Внеоборотные активы)	A <sub>4</sub>	↔	Постоянные (фиксированные) пассивы (Капитал и резервы)	П <sub>4</sub>

Далее рассмотрим формулы для расчета коэффициентов ликвидности предприятия:

а) чистый (собственный) оборотный капитал ЧОК, который характеризует свободные средства, находящиеся в обороте у предприятия, определяется по формуле (1.22):

$$\text{ЧОК} = \text{ОА} - \text{КО}, \quad (1.22)$$

где ОА – оборотные активы;

КО – краткосрочные обязательства.

б) коэффициент абсолютной ликвидности  $K_{АЛ}$  определяется по формуле (1.23):

$$K_{АЛ} = ДС / КО, \quad (1.23)$$

где ДС – денежные средства.

Коэффициент абсолютной ликвидности позволяет определить, какую часть краткосрочных обязательств предприятие сможет погасить в ближайшее время.

в) коэффициент срочной ликвидности  $K_{СЛ}$  рассчитывается по следующей формуле (1.24):

$$K_{СЛ} = (ДС + КФВ) / КО, \quad (1.24)$$

где КФВ – краткосрочные финансовые вложения.

Коэффициент срочной ликвидности определяет возможность предприятия погашать свои текущие обязательства в ближайшее время за счет наиболее ликвидных активов.

г) коэффициент промежуточной ликвидности  $K_{ПЛ}$ , который прогнозирует платежные возможности предприятия в условиях своевременного проведения расчетов, определяется по формуле (1.25):

$$K_{ПЛ} = (ДС + КФВ + ДЗ) / КО, \quad (1.25)$$

где ДЗ – дебиторская задолженность.

д) коэффициент текущей ликвидности предприятия  $K_{ТЛ}$  рассчитывается по формуле (1.26):

$$K_{\text{ТЛ}} = (\text{ДС} + \text{КФВ} + \text{ДЗ} + \text{З}) / \text{КО}, \quad (1.26)$$

где З – запасы.

Коэффициент текущей ликвидности характеризует запас финансовой прочности вследствие превышения оборотных активов над краткосрочными обязательствами.

е) коэффициент собственной платежеспособности  $K_{\text{СП}}$ , который позволяет определить способность предприятия возместить за счет чистых оборотных активов краткосрочные обязательства, определяется по следующей формуле (1.27):

$$K_{\text{СП}} = \text{ЧОК} / \text{КО}. \quad (1.27)$$

Оценка деловой активности направлена на анализ результатов и эффективность текущей основной производственной деятельности предприятия.

Показатели оценки деловой активности:

а) коэффициент оборачиваемости активов  $\text{КО}_A$ , характеризующий скорость оборота всего авансируемого капитала, определяется по формуле (1.28):

$$\text{КО}_A = \text{ВР} / \bar{A}, \quad (1.28)$$

где ВР – выручка от реализации;

$\bar{A}$  – средняя стоимость активов за расчетный период.

б) продолжительность одного оборота активов  $\text{П}_A$  (продолжительность одного оборота всего авансируемого капитала в днях) определяется по формуле (1.29):

$$\text{П}_A = \text{Д} / \text{КО}_A, \quad (1.29)$$

где Д – длительность расчетного периода

в) коэффициент оборачиваемости оборотных активов  $\text{КО}_{\text{ОА}}$ , который позволя-

ет определить скорость оборота мобильных активов за анализируемый период, рассчитывается по формуле (1.30):

$$КО_{OA} = ВР / \overline{OA}, \quad (1.30)$$

где  $\overline{OA}$  – средняя стоимость оборотных активов за расчетный период.

г) продолжительность одного оборота оборотных активов  $\Pi_{OA}$  (дни) определяется по формуле (1.31):

$$\Pi_{OA} = Д / КО_{OA}, \quad (1.31)$$

Продолжительность одного оборота оборотных активов выражает длительность производственного (операционного) цикла предприятия.

д) коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов  $КО_{BOA}$  рассчитывается по формуле (1.32):

$$КО_{BOA} = ВР / \overline{BOA}, \quad (1.32)$$

где  $\overline{BOA}$  – средняя стоимость внеоборотных активов за расчетный период.

Коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов позволяет определить скорость оборота немобильных активов за анализируемый период.

е) продолжительность одного оборота внеоборотных активов  $\Pi_{BOA}$  (дни) определяется по формуле (1.33):

$$\Pi_{BOA} = Д / КО_{BOA}, \quad (1.33)$$

ж) коэффициент оборачиваемости запасов  $КО_3$ , характеризующий скорость оборота запасов, показывает сколько раз в среднем продаются запасы предприя-

тия, за некоторый период времени и рассчитывается по формуле (1.34):

$$КО_3 = СРТ / \overline{З}, \quad (1.34)$$

где СРТ – себестоимость реализации товаров (работ, услуг);

$\overline{З}$  – средняя стоимость запасов за расчетный период.

и) продолжительность одного оборота запасов  $П_3$  (дни) рассчитывается по формуле (1.35):

$$П_3 = Д / КО_3, \quad (1.35)$$

Продолжительность одного оборота запасов показывает скорость превращения запасов из материальной в денежную форму.

к) коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности  $КО_{дз}$  определяется по формуле (1.36):

$$КО_{дз} = ВР / \overline{ДЗ}, \quad (1.36)$$

где  $\overline{ДЗ}$  – средняя стоимость дебиторской задолженности за расчетный период.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности указывает число оборотов, совершенных дебиторской задолженностью за анализируемый период.

л) продолжительность одного оборота дебиторской задолженности  $П_{кз}$  (дни) определяется по формуле (1.37):

$$П_{дз} = Д / КО_{дз}. \quad (1.37)$$

Анализ деловой активности предприятия включает в себя также оценку показателей оборачиваемости собственного капитала и кредиторской задолженности:

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала  $КО_{ск}$  определяется по формуле (1.38):

$$КО_{СК} = ВР / \overline{СК}, \quad (1.38)$$

где  $\overline{СК}$  – средняя стоимость собственного капитала за расчетный период.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала характеризует активность собственного капитала.

м) продолжительность одного оборота собственного капитала  $П_{СК}$  (дни) рассчитывается по формуле (1.39):

$$П_{СК} = Д / КО_{СК}, \quad (1.39)$$

Продолжительность одного оборота собственного капитала показывает скорость оборота собственного капитала за анализируемый период.

н) коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности  $КО_{КЗ}$  определяется по формуле (1.40)

$$КО_{КЗ} = ВР / \overline{КЗ}, \quad (1.40)$$

где  $\overline{КЗ}$  – средний остаток кредиторской задолженности за расчетный период.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности указывает скорость оборота кредиторской задолженности за анализируемый период.

п) продолжительность одного оборота кредиторской задолженности  $П_{КЗ}$  (дни) рассчитывается по формуле (1.41):

$$П_{КЗ} = Д / КО_{КЗ}, \quad (1.41)$$

Продолжительность одного оборота кредиторской задолженности характеризует период времени, за который предприятие покрывает срочную задолженность.

р) фондоотдача  $\Phi$  определяется по формуле (1.42):

$$\Phi = \overline{BP} / \overline{OC}, \quad (1.42)$$

где  $\overline{OC}$  – средняя стоимость основных средств за расчетный период.

Фондоотдача позволяет определить, сколько рублей выручки приходится на каждый рубль, вложенный в основные средства.

Экономическая эффективность деятельности предприятия выражается показателями рентабельности [8].

Рентабельность является показателем экономической эффективности, который характеризует доходность от деятельности предприятия.

Данный параметр помогает понять, насколько эффективно компанией используются имеющиеся ресурсы (природные, экономические, трудовые и финансовые).

Выделяют показатели рентабельности реализации продукции и рентабельности активов:

а) рентабельность реализованной продукции  $R_{RP}$ , показывает, сколько прибыли от реализации приходится на один рубль полных затрат, определяется по формуле (1.43):

$$R_{RP} = \Pi_p / \text{ПС}_{RP}, \quad (1.43)$$

где  $\Pi_p$  – прибыль от реализации товаров (работ, услуг);

$\text{ПС}_{RP}$  – полная себестоимость реализации продукции.

б) рентабельность производства  $R_{\Pi}$  определяется по формуле (1.44):

$$R_{\Pi} = \Pi_n / (\overline{OC} + \overline{З}), \quad (1.44)$$

где  $\Pi_n$  – прибыль до налогообложения;

$\overline{OC}$  – средняя стоимость основных средств за расчетный период;

$\overline{З}$  – средняя стоимость материально-производственных запасов за расчетный период.



Рентабельность производства характеризует величину прибыли, приходящейся на каждый рубль произведенных ресурсов.

в) рентабельность совокупных активов  $P_A$  определяется по формуле (1.45):

$$P_A = \text{ЧП} / \bar{A}, \quad (1.45)$$

где ЧП – чистая прибыль;

$\bar{A}$  – средняя стоимость активов за расчетный период.

Рентабельность совокупных активов характеризует величину прибыли, приходящейся на каждый рубль совокупных активов.

г) рентабельность внеоборотных активов  $P_{\text{ВОА}}$ , которая позволяет определить величину прибыли, приходящейся на каждый рубль внеоборотных активов, рассчитывается по формуле (1.46):

$$P_{\text{ВОА}} = \text{ЧП} / \text{ВОА}, \quad (1.46)$$

где ВОА – средняя стоимость внеоборотных активов за расчетный период.

д) рентабельность оборотных активов  $P_{\text{ОА}}$  рассчитывается по формуле (1.47):

$$P_{\text{ОА}} = \text{ЧП} / \bar{\text{ОА}}, \quad (1.47)$$

где  $\bar{\text{ОА}}$  – средняя стоимость оборотных активов за расчетный период.

е) рентабельность чистого оборотного капитала  $P_{\text{ЧОК}}$  рассчитывается по формуле (1.48):

$$P_{\text{ЧОК}} = \text{ЧП} / \bar{\text{ЧОК}}, \quad (1.48)$$

Чистый оборотный капитал ЧОК отражает часть оборотных средств компании, которую не можно использовать для погашения текущих обязательств, определяется по формуле (1.49):

$$\text{ЧОК} = \text{ОА} - \text{КО}, \quad (1.49)$$

где ОА – оборотные активы;

КО – краткосрочные обязательства.

Значит рентабельность чистого оборотного капитала  $R_{\text{ЧОК}}$ , характеризующая величину чистой прибыли, приходящейся на каждый рубль чистого оборотного капитала, можно определить и по формуле (1.50):

$$R_{\text{ЧОК}} = \text{ЧП} / (\overline{\text{ОА}} + \overline{\text{КО}}), \quad (1.50)$$

где  $\overline{\text{КО}}$  – средняя стоимость краткосрочных обязательств за расчетный период.

Выделяют также показатели рентабельности собственного капитала и инвестиций: а) рентабельность собственного капитала  $R_{\text{СК}}$ , характеризующая величину чистой прибыли, приходящейся на каждый рубль собственного капитала, определяется по формуле (1.51):

$$R_{\text{СК}} = \text{ЧП} / \overline{\text{СК}}, \quad (1.51)$$

где  $\overline{\text{СК}}$  – средняя стоимость собственного капитала за расчетный период.

б) рентабельность инвестиций  $R_{\text{И}}$  определяется по формуле (1.52):

$$R_{\text{И}} = \text{ЧП} / \overline{\text{И}}, \quad (1.52)$$

где  $\overline{\text{И}}$  – средняя стоимость инвестиций за расчетный период.

Значение стоимости инвестиций И определяется по формуле (1.53):

$$\text{И} = \text{СК} + \text{ДО}, \quad (1.53)$$

где ДО – долгосрочные обязательства.

Рентабельность инвестиций  $R_{\text{И}}$  можно рассчитать и по формуле (1.54):

$$R_{\text{И}} = \text{ЧП} / (\overline{\text{СК}} + \overline{\text{ДО}}), \quad (1.53)$$

где  $\overline{ДО}$  – средняя стоимость долгосрочных обязательств за расчетный период.

### 1.3 Пути улучшения финансового состояния предприятий

Поиски путей улучшения финансового состояния предприятия являются одной из основных задач, которая стоит перед менеджментом любого предприятия.

Рассмотрим существующие пути улучшения финансового состояния предприятия [9].

Одним из основных путей улучшения финансового состояния предприятия является снижение себестоимости продукции. Основными источниками снижения себестоимости продукции являются.

- экономия материальных затрат за счет применения ресурсосберегающих технологий, замены дорогостоящих материалов менее дорогими, снижение отходов материалов, уменьшение затрат, связанных с доставкой материалов от предприятий-поставщиков предприятию-потребителю;

- снижение трудоемкости продукции и на этой основе уменьшение затрат на заработную плату с начислениями. Главным источником снижения себестоимости продукции в данном случае выступает рост производительности труда. С ростом производительности труда уменьшаются затраты заработной платы на единицу продукции при одновременном росте заработка рабочего;

- сокращение затрат по организации и управлению производством, к которым относят заработную плату административно-управленческого персонала; содержание оборудования, зданий и сооружений; амортизационные отчисления; командировочные, почтово-телеграфные и другие расходы;

- сокращение непроизводительных расходов, то есть потерь от простоев оборудования и транспортных средств, брака продукции, краж. Потери – это издержки, которые не приносят прибыль. Иными словами, потери – это такие затраты, которые не добавляют ценности или качества востребованной потребителем готовой продукции (работам, услугам) компании. Разумеется, непроизводительные издержки нужно сокращать.

Следующим мероприятием по улучшению финансового состояния предприятия является увеличение объема производства продукции. Эта мера является одним из факторов повышения прибыли. Резервы роста объема производства продукции можно разделить на 3 группы:

а) улучшение использования труда. В эту группу входят: создание дополнительных рабочих мест; ликвидация потерь рабочего времени; повышение производительности труда; улучшение структуры кадров;

б) улучшение использования средств труда. В эту группу входят: укомплектование новых рабочих мест оборудованием, ликвидация потерь рабочего времени; улучшение структуры основных фондов;

в) улучшение использования предметов труда. В эту группу входят: снижение норм материалов; внедрение прогрессивных видов сырья и материалов.

Еще одним путем улучшения финансового состояния предприятия является наращивание кадрового потенциала предприятия. Реализация этой меры возможна за счет:

- увеличения численности основных производственных рабочих;
- развития учебного центра по обучению рабочих массовых профессий;
- совершенствования системы адаптации и закрепления молодежи на производстве;

- внедрения новых форм, методов мотивации (материальной и нематериальной) и стимулирования высокопроизводительного и качественного труда.

- привлечения молодых специалистов для участия в совершенствовании системы управления предприятия и модернизации производства, освоения новых технологических процессов и выпускаемых изделий.

Также к одному из путей улучшения финансового состояния предприятия можно отнести выпуск новой продукции или предоставление новых услуг потребителям. Разработка стратегии развития предприятия, а также оценка рынка и выработка предложений по разработке новых видов продукции может проводиться

как непосредственно сотрудниками компании, так и специалистами различных консалтинговых предприятий. Поиск новых видов продукции или повышение конкурентоспособности уже выпускаемой. Проведение комплекса маркетинговых мероприятий с целью продвижения или поиска перспективной рыночной ниши.

Сюда входят следующие управленческие действия:

- развитие службы маркетинга на предприятии;
- определение своих преимуществ и недостатков, также преимуществ и недостатков у конкурентов;
- выявление намечающихся изменений на рынке, поиск путей реагирования на влияние внешних факторов;
- изучение покупателей с точки зрения потребностей населения, работа с внешними источниками информации;

Данные управленческие мероприятия позволяют выявить те виды продукции (услуги), которые пользуются спросом на рынке. Своевременно заметить снижение цен или увеличение спроса на данную продукцию (услуги), и на основании этой информации скорректировать свою производственную программу, выяснив причины изменения спроса, произвести соответствующие изменения в выпускаемой продукции (услуги), перейти в случае необходимости на выпуск новой продукции (услуги).

Еще одним методом улучшения финансового состояния предприятия является оптимизация дебиторской задолженности. Для ее оптимизации можно применять различные меры:

- передавать права по договору цессии;
- процедура контроля выставленных счетов;
- по возможности ориентироваться на увеличение количества заказов с целью уменьшения масштаба риска неуплаты, которые значительны при наличии монопольного заказчика;
- контролировать состояние расчетов по просроченным задолженностям;

– своевременно выявлять недопустимые виды дебиторской задолженности, к которой, в первую очередь, относится просроченная дебиторская задолженность покупателей свыше трех месяцев.

Все это способствует тому, что дебиторская задолженность сокращается и происходит своевременное поступление денежных средств.

Следующим способом улучшения финансового состояния предприятия является оптимизация управления кредиторской задолженностью. Оптимизация подразумевает получение различных уступок со стороны кредиторов, к примеру, сокращение суммы задолженности или уменьшение процентной ставки по кредиту в обмен на различные активы. Также необходимо разграничение выплат кредиторам по степени приоритетности для уменьшения оттока денежных средств, которое предполагает ранжирование поставщиков в зависимости от степени их важности. Критически важные поставщики должны быть в центре внимания; целесообразно сделать более интенсивными контакты с ними, чтобы укрепить взаимопонимание.

Поскольку положительным фактором финансовой устойчивости является наличие источников формирования запасов, а отрицательным фактором – величина запасов, то основным способом выхода из удовлетворительного финансового состояния будут: пополнение источников формирования запасов и оптимизация их структуры, а также обоснованное снижение уровня запасов.

Еще одним мероприятием по улучшению финансового состояния предприятия является продажа, сдача в аренду, передача в залог под кредитование и списание неиспользуемых основных средств. Эта мера применяется в отношении неиспользуемых основных средств (здания, сооружения, машины), должна основываться на подробном анализе ситуации. Дело в том, что обеспечивая относительно быстрое получение значительных сумм денежных средств, часть основных фондов безвозвратно теряется, а, следовательно, отсутствует возможность быстро увеличить объем производства в случае такой необходимости в будущем.

## 2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «ЭЛИС»

### 2.1 Значение рекламной деятельности

Рекламная деятельность – это разновидность неличных форм коммуникации. Она осуществляется при помощи средств информации [11]. Реклама призвана реализовывать различные задачи предприятий (обычно в области увеличения прибыли). Оплаченная из специальных фондов реклама формируется так, чтобы вызвать к товару или услуге максимальный интерес потенциальных потребителей. Рекламная деятельность на территории России включает, кроме непосредственной наружной рекламы и распространение сувенирной продукции, печатных изданий, выставки и другие мероприятия, поднимающие престиж производителя либо товара. Все виды мероприятий по раскрутке товара призваны стимулировать торговлю. Организация рекламной деятельности, как любой процесс, имеет свои функции:

- а) изучение спроса на товар, определение его ниши на рынке; составление перечня товаров, нуждающихся в рекламе;
- б) создание плана проведения кампании;
- в) совместная с рекламным агентством проработка бюджета, определение затрат на все виды предполагаемых акций;
- г) заключение договора с рекламистами, предоставление образцов продукции, необходимой информации, данных;
- д) технические консультации, проработка и редактирование макетов, согласование деятельности;

Если предприятие не подключает к рекламе агентства, то оно должно прорабатывать кампанию самостоятельно, придерживаясь аналогичного плана. Только в этом случае рекламная деятельность сможет оказать достаточное влияние на

формирование потребительского спроса и поведение покупательской аудитории.

Для роста прибыли необходимо так выстраивать рекламу, чтобы она охватывала как можно больше потенциальных покупателей. В последние годы значение рекламы и рекламной деятельности в нашей стране возросло. Об этом свидетельствует и принятие ФЗ «О рекламе».

## **2.2 Основные характеристики АО «Элис»**

Офис Акционерного Общества «Элис» находится по адресу: г. Челябинск, ул. Энгельса, 38Б. АО «Элис» зарегистрировано 26.11.2003 году. Ключевой сферой деятельности общества является деятельность на рынке рекламы по предоставлению различных услуг в данной сфере.

Основные направления деятельности:

– наружная реклама в г. Челябинске и Челябинской области. В собственности компании имеются следующие конструкции:

а) рекламные щиты (билборды) – щит большого размера для размещения наружной рекламы, устанавливаемый вдоль трасс, улиц. Щит представляет собой раму, обитую листами фанеры или оцинкованной стали, закрепленную на опоре [18]. В собственности АО «Элис» данных конструкции насчитывается 600 штук;

б) призматрон – рекламоноситель, визуальная поверхность которого, благодаря тому, что состоит из трёхгранных поворачивающихся призм, может изменяться. Через заданный промежуток времени призмы поворачиваются вокруг своей оси, демонстрируя по очереди каждую из трёх граней [18]. В собственности АО «Элис» данных конструкции насчитывается 80 штук;

в) юнипол – от статичных билбордов юнипол отличается наличием трех вращающихся вокруг своей оси рекламных поверхностей, равных по размеру [20]. В собственности АО «Элис» данных конструкции насчитывается 7 штук;

г) скроллеры – световая рекламная конструкция, оснащенная автоматизиро-



ванной системой прокрутки рекламных плакатов с заданным интервалом времени [19]. В собственности АО «Элис» данных конструкции насчитывается 2 штуки.

– дизайн: разработка фирменного стиля компании, разработка макетов наружной рекламы, разработка дизайна полиграфической продукции.

– полиграфия и производство: цифровая печать, мелкая печатная продукция постпечатные услуги, производство световых коробов, объемных букв, вывесок, штендеров, оформление входных групп, установка рекламных конструкций.

АО «Элис» имеет офис, оборудованный всей необходимой офисной техникой, предоставляющий все удобства клиентам, а также производственную базу, которая занимается всеми необходимыми видами работ по изготовлению и установке рекламных конструкций любого формата.

Целью деятельности организации является получение прибыли [16].

АО «Элис» осуществляет свою деятельность на основании Устава, утвержденного решением общего собрания учредителей (акционеров) общества от 24.11.2003 года.

Основными источниками правового регулирования деятельности общества являются: Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, Трудовой кодекс Российской Федерации, Налоговый кодекс Российской Федерации и Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. N 208-ФЗ «Об акционерных обществах». Деятельность закрытого акционерного общества регулируется и другими федеральными законами и нормативно-правовыми актами, касающимися различных видов деятельности общества.

Процесс управления производством на предприятии осуществляется коллективом работников, организованных в линейно-функциональную структуру управления (рисунок 1). Данная структура относится к линейно-функциональному типу [5].

Линейно-функциональная структура реализует принцип единоначалия, линейного построения структурных подразделений и распределения функций управле-

ния между ними и рационального сочетания централизации и децентрализации.

Общий руководитель осуществляет линейное воздействие на всех участников структуры, а функциональные руководители оказывают функциональное воздействие на исполнителей работ. Помимо этого, для данной системы характерно усиление координации и функционирования в процессе осуществления управленческой деятельности.

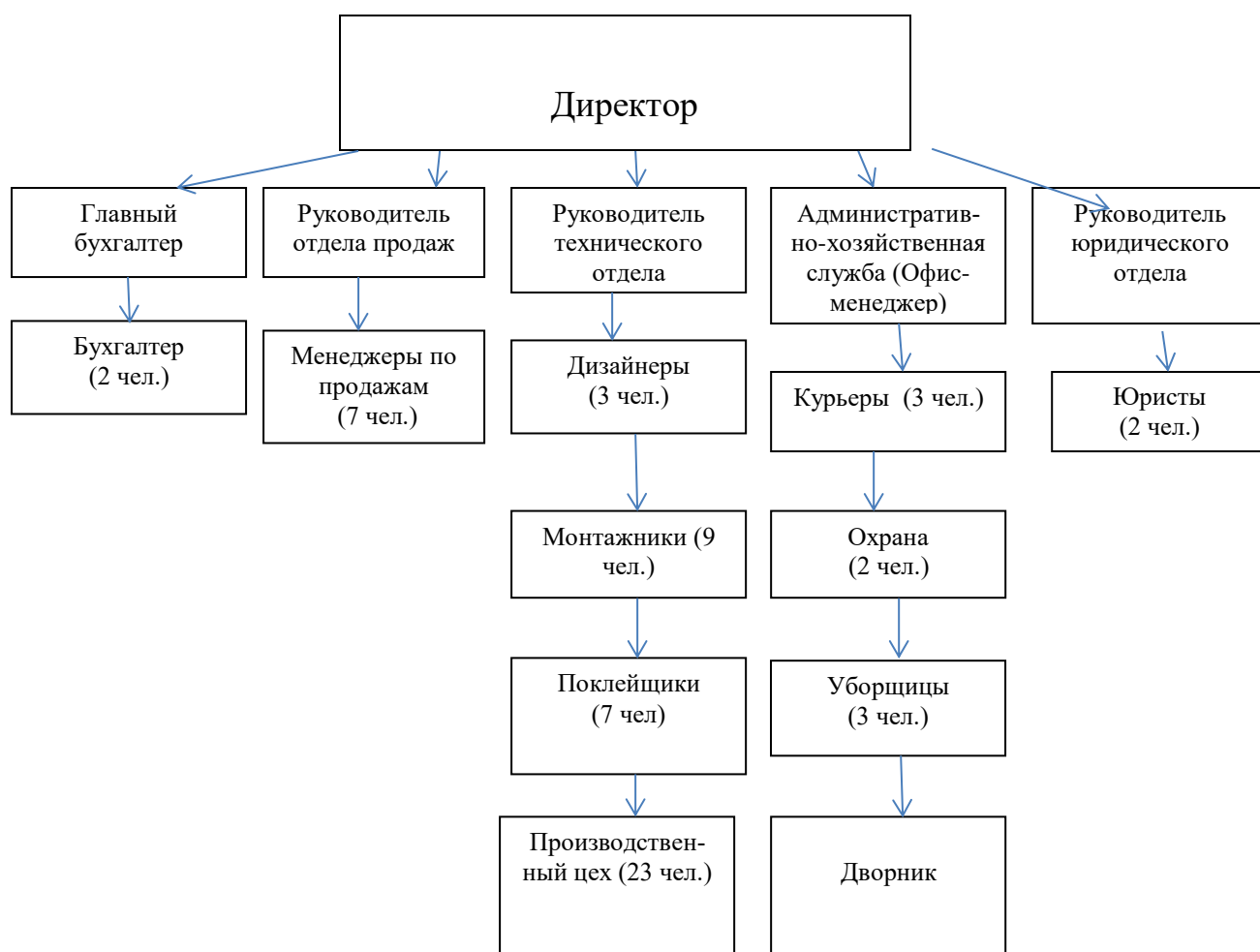


Рисунок 2.1 – Организационная структура управления АО «Элис»

Достоинства данного типа системы управления:

- привлечение к управлению более компетентных специалистов;
- оперативность решения вопросов в нестандартных ситуациях;
- получение непротиворечивых заданий;

– полная персональная ответственность за результаты работы.

Недостатки данного типа системы управления:

- является наиболее распространенной;
- лояльность к своему функциональному подразделению, а не к организации в целом;
- затрудненность коммуникаций;
- отсутствие звеньев по планированию и подготовке решений;
- чрезмерная загрузка общего руководителя оперативными вопросами.

АО «Элис» возглавляет директор, который организует всю работу предприятия и несет полную ответственность за его состояние и деятельность. Директор представляет предприятие во всех учреждениях и организациях, распоряжается имуществом предприятия, заключает договора, издает приказы по предприятию, в соответствии с трудовым законодательством принимает и увольняет работников, применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия.

При существующей структуре управления директору непосредственно подчиняются: главный бухгалтер, руководитель отдела продаж, руководитель технического отдела, руководитель юридического отдела, офис-менеджер. Руководители функциональных подразделений подготавливают проекты планов, отчетов, становящимися официальными документами после подписания директора предприятия.

### **2.3 Стратегический анализ АО «Элис»**

Стратегический анализ предприятия является основой для разработки программ развития анализируемого предприятия. Основной целью проведения стратегического анализа для нас в данной работе будет являться оценка ключевых воздействий факторов внешней и внутренней среды организации на предприятие сегодня и на его будущее. Результатом данной оценки будут, является ряд пред-

ложенных нами решений, которые будут способствовать появлению положительного эффекта от взаимодействия выявленных факторов [12].

### **2.3.1 Анализ внешней среды АО «Элис»**

Функционирование любой организации происходит под воздействием на нее внешней среды. Эта среда является, как источником ресурсов для компании, так и препятствующих развитию факторов. Условно внешнюю среду подразделяют на две части: макросреда и микросреда. Обе эти среды тесно взаимосвязаны и оказывают влияние не только на исследуемое предприятие, но и друг на друга. Поэтому принято рассматривать макросреду – как более масштабную силу, которая оказывает воздействие на микросреду. Микросреду рассматривают, как силу, которая оказывает влияние на саму организацию [12].

#### **Анализ макроэкономического окружения**

Для выявления и оценки существенных факторов макроэкономического окружения компании мною была использована классификация PEST-анализа.

Все факторы были выявлены совместно с руководителями отделов организации и разделены по четырем группам: политические, экономические, социальные и технологические. По каждому фактору нами были расставлены экспертные баллы оценки степени влияния выявленных факторов. Результаты проведенного анализа представлены в таблице 2.1.

Оценка степени влияния факторов проводилась по шкале от 1 до 5. Расшифровка их значения: «5» – очень сильное влияние, «4» – сильное влияние, «3» – средний уровень влияния, «2» – слабое влияние, «1» – отсутствие влияния.

Далее нами был подведен итог, на основе его ранжирования был составлен рейтинг влияния макроэкономических факторов, представленный в таблице 2.2.

Составленный рейтинг позволяет нам проследить степень влияния конкретных макроэкономических факторов и понять, какая группа факторов является наиболее влиятельными.

Таблица 2.1 – PEST-анализ

В баллах	
Фактор	Оценка степени влияния по шкале от 1 до 5
Политические	
Изменение налогового законодательства в области налогообложения	3
Контроль Федеральной антимонопольной службы	4
Экономические	
Изменение среднего уровня цен в отрасли	2
Платежеспособность конечного потребителя	3
Экономический кризис	3
Социальные	
Недостаток квалифицированных специалистов в отрасли	3
Растущий уровень безработицы	2
Требование к качеству продукции и уровню сервиса	3
Технологические	
Наличие современного оборудования	4
Улучшение качества услуг	4

Таблица 2.2 – Оценка влияния макроэкономических факторов

В баллах			
Фактор	Вес	Оценка, баллы	Средневзвешенная оценка
Улучшение качества услуг	0,2	4	0,8
Наличие современного оборудования	0,2	4	0,8
Контроль Федеральной антимонопольной службы	0,15	4	0,6
Недостаток квалифицированных специалистов в отрасли	0,1	3	0,3
Платежеспособность конечного потребителя	0,12	3	0,36
Требование к качеству продукции и уровню сервиса	0,14	3	0,42
Экономический кризис	0,14	3	0,42
Изменение налогового законодательства в области налогообложения	0,1	3	0,3
Растущий уровень безработицы	0,1	2	0,2
Изменение среднего уровня цен в отрасли	0,11	2	0,2

По итогам таблицы 2.2 можно сказать, что наиболее влиятельными факторами, являются технологические:

- улучшение качества услуг;
- наличие современного оборудования.

### **Анализ микроэкономического окружения**

При анализе микросреды предприятия мы делаем акцент на близком окружении организации – конкурентах, поставщиках и потребителях. Оценка влияния факторов проводилась по синтезированным между собой анализам пяти конкурентных сил М. Портера [13] и «4Р»-маркетинга Ф. Котлера [9].

Синтезировав основных группы вышеупомянутых факторов, нами были выделены четыре группы, по которым проводился анализ микроэкономического окружения: конкурентная борьба, поставщики, потребители и товары-заменители. Конкурентная борьба рассматривается как с позиций преимуществ, так и их потерь. Эта группа является синтезом уровня конкурентной борьбы и угрозы появления новых игроков на рынке, выделенных М. Портером в своем анализе. Поставщики рассматриваются со стороны их уровня влияния и также являются группой, взятой из анализа Портера. Потребители – это синтез их рыночной власти, а также рассмотрения организации с позиций места, рекламы и продукта, выделенных Ф. Котлером. Группа факторов «товары-заменители» – это группа, выделенная М. Портером в своем анализе, но рассматривалась она также со стороны продукта, выделенного Котлером. Каждому фактору, была присвоена бальная оценка степени его влияния, совместно с руководителями отделов АО «Элис». Результаты проведенного анализа представлены в таблице 2.3.

Из таблицы следует, что наиболее влиятельными факторами являются те, которые непосредственно связаны с конкурентной борьбой. Наименее же значимыми факторами являются факторы поставщиков, это связано с затруднительной

сменой первых из-за выстроенных взаимоотношений.

Данные рейтингов макро и микроэкономических факторов позволяют выявить наиболее существенные из них. На основе этих данных проводится оценка факторов внешней среды и составляется их профиль.

Таблица 2.3 – Факторы микроэкономического анализа АО «Элис»

В баллах

Фактор	Оценка степени влияния по шкале от 1 до 5
<b>Конкурентная борьба</b>	
Заметное снижение уровня текучести кадров в отрасли	3
Появление новых технологий при проведении монтажных работ	4
Продвижение услуг компании посредством интернет-рекламы	3
Рост уровня конкуренции	3
<b>Поставщики</b>	
Рост цен на услуги монтажа и печати	4
Постоянное повышение цен на сырье и материалы в связи с ростом курса валют	2
Выстраивание отношений с поставщиками на особых условиях	1
<b>Потребители</b>	
Снижение спроса	2
Рост требований потребителей к услугам	2
Различные желания потребителей	1
<b>Имеются товары-заменители</b>	
Присутствие большого количества конкурентов	2

Таблица 2.4 – Влияния микроэкономических факторов

В баллах

Фактор	Вес	Оценка, баллы	Средне-взвешенная оценка
Появление новых технологий при проведении монтажных работ	0,3	4	1,2
Рост цен на услуги монтажа и печати	0,25	4	1
Продвижение услуг компании посредством интернет-рекламы	0,2	3	0,6
Рост уровня конкуренции	0,15	3	0,45
Снижение спроса	0,19	3	0,57
Снижение уровня текучести кадров	0,15	3	0,45
Рост требований потребителей к услугам	0,14	2	0,28
Присутствие большого количества конкурентов	0,16	2	0,32
Постоянное повышение цен на сырье и материалы в связи с ростом курса валют	0,12	2	0,24
Различные желания потребителей	0,1	1	0,2
Выстраивание отношений с поставщиками на особых условиях	0,1	1	0,2

### Отбор факторов внешней среды

Из-за большого полученного объема данных нам представляется необходимым объединить таблицы 2.2 и 2.4 с целью общего ранжирования факторов внешней среды и их отсека. Поэтому факторы, которые получили средневзвешенную оценку, менее 0,45 будем считать незначительными, и не будем использовать для дальнейшего анализа. Также представилось возможность объединения между собой факторов из-за их схожести или причинно-следственной связи. Общая картина влияния факторов внешней среды представлен в таблице 2.5.

В ходе проведенного анализа и синтеза были выявлены шесть наиболее значимых факторов внешней среды. Их необходимо разделить на две категории: угрозы и возможности для предприятия. Угрозами будут являться те факторы, которые имеют отрицательный вектор воздействия, а возможностями – положительный. Проведенная классификация носит название профиль внешней среды и включает в себя как рейтинг каждого фактора, так и его взвешенную оценку. Впоследствии именно эти данные будут являться базой для проведения SWOT-анализа. Резуль-



тат проведенного анализа представлен в таблице 2.6.

Представленный профиль дает нам часть данных для проведения SWOT-анализа в области потенциальных угроз и возможностей.

Таблица 2.5 – Влияния наиболее значимых факторов внешней среды

			В баллах
Фактор	Вес	Оценка, Баллы	Средне-взвешенная оценка
Появление новых технологий при проведении монтажных работ	0,3	4	1,2
Рост цен на услуги монтажа и печати	0,25	4	1
Продвижение услуг компании посредством интернет-рекламы	0,2	3	0,6
Рост уровня конкуренции	0,15	3	0,45
Снижение спроса	0,19	3	0,57
Заметное снижение уровня текучести кадров в отрасли	0,15	3	0,45

Таблица 2.6 – Профиль внешней среды АО «Элис»

				В баллах
	Фактор	Вес	Оценка, баллы	Средне-взвешенная оценка
Угрозы	Рост цен на услуги монтажа и печати	0,25	4	1
	Снижение спроса	0,19	3	0,57
	Рост уровня конкуренции	0,15	3	0,45
Возможности	Появление новых технологий при проведении монтажных работ	0,3	4	1,2
	Продвижение услуг компании посредством интернет-рекламы	0,2	3	0,6
	Заметное снижение уровня текучести кадров в отрасли	0,15	3	0,45

### 2.3.2 Анализ внутренней среды

Основной целью проведения нами анализа внутренней среды является выявление слабых и сильных сторон организации. Эти стороны обуславливаются как ресурсами, так и сферами деятельности фирмы. Анализ сильных и слабых сторон организации проводится методом структурно-функционального анализа.

Оценки, которые оценивают степень влияния фактора на организацию, как объект исследования, выставлены по пятибалльной шкале и соответствуют следующим значениям: 5 – очень сильное влияние, 4 – сильное влияние, 3 – умеренное влияние, 2 – незначительное влияние, 1 – очень незначительное влияние. В результате нами будут получены данные для проведения SWOT-анализа в разрезе потенциальных сильных и слабых сторон. Результат выявления сильных и слабых сторон представлен в таблице 2.7.

Для дальнейшего сокращения количества факторов, а также выявления наиболее значимых, нами будут посчитаны оценки и составлен рейтинг факторов влияния внутренней среды. Для качественного проведения SWOT-анализа не представляется возможным работа с большим количеством сильных и слабых сторон организации. С этой целью по итогам составленного рейтинга будет произведен отбор наиболее значимых факторов, а также объединение нескольких факторов из-за их схожести или причинно-следственной связи. Результатом проведенного анализа будет, является база для проведения качественного SWOT-анализа, как факторов внутренней, так и внешней среды. Рейтинг факторов внешней среды представлен в таблице 2.8.

Факторы, приведенные в таблице № 2.7, являются самыми значимыми во внутренней среде организации. Из таблицы видно, что сильными сторонами организации являются: собственное производство, стабильная клиентская база, широкий ассортимент предоставляемых услуг. Слабыми же сторонами организации являются: недостаточно надежное крепление рекламных материалов, отсутствие маркетолога, текучесть кадров.

Таблица 2.7 – Факторы влияния внутренней среды организации

В баллах

	Фактор	Оценка степени влияния по шкале от 1 до 5
Сильные стороны	Стабильная клиентская база	4
	Собственное производство	5
	Широкий ассортимент предоставляемых услуг	4
Слабые стороны	Отсутствие маркетолога	3
	Недостаточно надежное крепление рекламных материалов	5
	Высокая текучесть кадров	2

### 2.3.3 SWOT-анализ

Классический SWOT–анализ предполагает определение сильных и слабых сторон в деятельности фирмы, потенциальных внешних угроз и благоприятных возможностей и их оценку [10]. Сильные и слабые стороны объекта исследования были определены в пункте 2.3.2, а угрозы и возможности – 2.3.1. Далее соединим проведенные анализы в единую таблицу 2.8.

Таблица 2.8 – SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
Стабильная клиентская база	Отсутствие маркетолога
Собственное производство	Недостаточно надежное крепление рекламных материалов
Широкий ассортимент предоставляемых услуг	Высокая текучесть кадров
Возможности	Угрозы
Появление новых технологий при проведении монтажных работ	Рост цен на услуги монтажа и печати
Продвижение услуг компании посредством интернет-рекламы	Рост уровня конкуренции
Заметное снижение уровня текучести кадров в отрасли	Снижение спроса

Далее сопоставим сильные и слабые стороны предприятия с возможностями и угрозами.

Сопоставим их взаимное влияние друг на друга и организацию в целом. Оценка взаимного влияния факторов будет проводиться по пятибалльной шкале, значения которой представлены ниже:

- «5» – очень сильное влияние;
- «4» – сильное влияние;
- «3» – средний уровень влияния;
- «2» – слабое влияние;
- «1» – отсутствие влияния.

Результат количественной оценки представлены в таблице 2.9.

На пересечении строки и столбца указана экспертная оценка значимости. Балльная оценка помогает более точно, нежели качественная, понять значимость отдельных факторов. Каждая оценка носит субъективный характер, так как выставляется на основе нашего экспертного мнения совместно с руководителями отделов. Просуммировав соответствующие оценки, нами были получены итоговые значения важности каждого критерия. Результаты балльной оценки факторов SWOT-анализа представлены в таблице 2.10.

На следующем шаге формируется проблемное поле SWOT. Выделенные факторы будут оптимально объединены и предложены решения по их наиболее качественному совместному взаимодействию. На пересечении факторов написаны решения. Следующим шагом будет сделана их количественная оценка и выявлены наиболее оптимальные решения либо решения, требующие незамедлительного внедрения. Но их осуществление будет зависеть от финансового состояния предприятия. Оценка финансового состояния предприятия будет проводиться далее. Она позволит оценить вероятность осуществления решения, набравшего наибольшее количество баллов, и даст возможность понять, за счет каких средств будет осуществляться реализация проекта: собственных или заемных.

Таблица 2.9 – Количественная оценка взаимовлияния факторов SWOT-анализа

В баллах

		Сильные стороны			Слабые стороны		
		Стабильная клиентская база	Собственное производство	Широкий ассортимент предоставляемых услуг	Недостаточно надежное крепление рекламных материалов	Отсутствие маркетолога	Высокая текучесть кадров
Возможности	Появление новых технологий при проведении монтажных работ	1	1	1	5	1	3
	Продвижение услуг компании посредством интернет-рекламы	2	4	4	1	5	1
	Заметное снижение уровня текучести кадров в отрасли	1	1	1	1	1	5
Угрозы	Рост цен на услуги монтажа и печати	4	4	4	4	1	1
	Рост уровня конкуренции	5	5	5	4	5	3
	Снижение спроса	2	4	4	2	1	1

Таблица 2.10 – Бальная оценка факторов SWOT-анализа

В баллах

Сильные стороны		Слабые стороны	
Стабильная клиентская база	15	Недостаточно надежное крепление рекламных материалов	17
Собственное производство	19	Отсутствие маркетолога	18
Широкий ассортимент предоставляемых услуг	19	Высокая текучесть кадров	14
Возможности		Угрозы	
Появление новых технологий	12	Рост цен на услуги монтажа и печати	18
Продвижение услуг компании посредством интернет-рекламы	17	Рост уровня конкуренции	27
Заметное снижение уровня текучести кадров в отрасли	10	Снижение спроса	14

Таблица 2.11 – Формирование приоритетных решений на основе SWOT- анализа

		Сильные стороны			Слабые стороны		
		Стабильная клиентская база	Собственное производство	Широкий ассортимент предоставляемых услуг	Недостаточно надежное крепление рекламных материалов	Отсутствие маркетолога	Высокая текучесть кадров
Возможности	Появление новых технологий при проведении монтажных работ				Внедрение новых технологий при проведении монтажных работ		
	Продвижение услуг компании по средствам интернет рекламы		Создание в социальных сетях групп, информирующих о услугах компании			Приём в штат маркетолога	
	Заметное снижение уровня текучести кадров в отрасли						Разработка системы поощрения сотрудников
Угрозы	Рост цен на услуги	Разработка системы скидок и бонусов	Поиск поставщиком с наиболее выгодными ценами				
	Рост уровня конкуренции		Обновление печатного оборудования	Создание в социальных сетях групп, информирующих об услугах компании	Внедрение новых технологий при проведении монтажных работ		
	Снижение спроса						

Вся приведенная технология является итогом стратегического анализа. Результаты проведенного анализа представлены в таблицах 2.11 и 2.12 – проблемное поле SWOT и количественная оценка решений организации, соответственно.

Таблица 2.12– Количественная оценка решений организации

Решение организации	В баллах	
	Баллы	
Создание в социальных сетях групп информирующих об услугах производства компании	12	
Разработка системы скидок, бонусов	11	
Внедрение новых технологий при проведении монтажных работ	11	
Обновление печатного оборудования	9	
Приём в штат маркетолога	5	
Разработка системы поощрения сотрудников	5	
Поиск поставщиков с наиболее выгодными ценами	4	

## 2.4 Финансовый анализ АО «Элис»

Финансовое состояние АО «Элис» выражается в соотношении структур его активов и пассивов, то есть средств предприятия и их источников. Основные задачи анализа финансового состояния – определение качества финансового состояния, изучение причин его улучшения или ухудшения за период, подготовка рекомендаций по повышению финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия [14].

### 2.4.1 Горизонтальный и вертикальный анализ баланса

Проведем анализ структуры и динамики актива баланса АО «Элис» на основе данных бухгалтерской отчетности и представим результаты анализа в таблице 2.13.

На основании данных таблицы 2.13 можно сделать следующие выводы: в 2015 году по отношению к 2014 году произошло снижение валюты компании почти на 16%. Внеоборотные активы и оборотные активы уменьшились приблизительно в равной степени. Стоимость основных средств незначительно увеличилась это вызвано тем, что в 2015 году произвелась закупка новых рекламных конструкций. Прочие внеоборотные активы уменьшились на 26%, в связи с подходом к концу ремонтных работ в офисе организации. Стоимость запасов увеличилось почти на 20 % вызвано это необходимостью закупки расходных материалов для содержания рекламных конструкций. Наблюдается снижение дебиторской задолженности на 9%, что является хорошим результатом работы юридического отдела. Финансовые вложения возросли на 55 % в связи с выдачей займов. Снижение денежных средств на 87% связано так же покупкой рекламных конструкций с выдачей займов юридическим лицам.

В прочие оборотные активы АО «Элис» относят все виды страхования, таким образом рост ОА на 6% связан с увеличением страхования собственности компании.

В 2016 году по сравнению с 2015 годом валюта компании увеличилась на 136%. Оборотные активы увеличились в большей степени, чем внеоборотные. Стоимость основных средств увеличилась на 24,81%, компания в данном периоде приобрела печатное оборудование. Произошло снижение материальных запасов на 10% связано это с тем, что сократились объемы продаж. В связи с нестабильной экономической ситуацией на рынке, наблюдается рост дебиторской задолженности – на 23%. Наблюдается уменьшение денежных средств на 25% в связи с ростом дебиторской задолженности и выдачей займов. Финансовые вложения возросли на 5%. Значительно увеличились прочие оборотные активы почти на 96%, связанно это с решением застраховать большую часть имущества организации. Финансовые вложения возросли на 55 % в связи с выдачей займов. Снижение денежных средств на 87% связано так же покупкой рекламных конструкций с выда-



чей займов юридическим лицам. В прочие оборотные активы АО «Элис» относят все виды страхования, таким образом рост ОА на 6% связан с увеличением страхования собственности компании.

В 2016 году по сравнению с 2015 годом валюта компании увеличился на 136%. Оборотные активы увеличились в большей степени, чем внеоборотные. Стоимость основных средств увеличилась на 24,81%, компания в данном периоде приобрела печатное оборудование.

Произошло снижение материальных запасов на 10% связано это с тем, что сократились объемы продаж. В связи с нестабильной экономической ситуацией на рынке, наблюдается рост дебиторской задолженности – на 23%.

Наблюдается уменьшение денежных средств на 25% в связи с ростом дебиторской задолженности и выдачей займов.

Финансовые вложения возросли на 5%. Значительно увеличились прочие оборотные активы почти на 96%, связанно это с решением застраховать большую часть имущества организации.

Как следует из расчетов, представленных в таблицы 2.14 в 2015 году по сравнению с 2014 годом произошли следующие изменения: рост собственных средств произошел за счет роста нераспределенной прибыли на 25 %.

Уставный капитал не изменился. Предприятие не привлекает долгосрочные заемные средства. Заемные средства выросли на 69%, что свидетельствует о том, что компании не хватает собственных средств для расчетов по обязательствам.

В составе кредиторской задолженности произошло увеличение задолженности перед поставщиками и подрядчиками на 32%, связано это с уменьшением денежных средств на счетах.

В 2016 году по сравнению с 2015 годом: предприятие привлекло на 10 % меньше заемных средств. В составе кредиторской задолженности произошло увеличение на 32% задолженности перед поставщиками и подрядчиками. Все задолженности являются текущими и своевременно погашаются.

Таблица 2.13 – Горизонтальный анализ актива

Вид имущества	Остатки по балансу, в тысячах рублей			Изменение в аб- солютных вели- чинах, в тыся- чах рублей		Темпы прироста, проценты	
	2014 год	2015 год	2016 год	2014 год	2016 год	2014 год	2015 год
<b>I Внеоборотные активы</b>							
Нематериальные активы							
Результаты исследова- ний и разработок							
Нематериальные поиско- вые активы							
Материальные поиско- вые активы							
Основные средства	24 977	31 236	38 986	6 259	7 750	25,06	24,81
Доходные вложения в материальные ценности							
Финансовые вложения							
Отложенные налоговые активы		30	47	30	17	0	56,67
Прочие внеоборотные активы	98	72	47	-26	-25	-26,53	-34,72
Итого по разделу I	25 075	31 338	39 080	6 263	7 742	-1,47	46,76
<b>II Оборотные активы</b>							
Запасы	3 938	4 710	4 261	772	-449	19,60	-9,53
Налог на добавленную стоимость по приобре- тенным ценностям							
Дебиторская задолжен- ность	30 443	27 787	34 244	-2 656	6 457	-8,72	23,24
Финансовые вложения (за исключением денеж- ных эквивалентов)	93 683	145643	153 599	51 960	7 956	55,46	5,46
Денежные средства и денежные эквиваленты	12 860	1 664	1 247	-11196	-417	-87,06	-25,06
Прочие оборотные ак- тивы	239	254	497	15	243	6,28	95,67
Итого по разделу II	141 163	180058	193 848	38 895	13 790	-14,44	89,78
Баланс	166 238	211396	232 928	45 158	21 532	-15 ,91	136,53

Таблица 2.14 – Горизонтальный анализ пассива

Вид источников	Остатки по балансу, в тысячах рублей			Изменение в абсолютных величинах, в тысячах руб- лей		Темпы прироста, проценты	
	2014 год	2015 год	2016 год	2014 год	2016 год	2014 год	2016 год
<b>III Капитал и резервы</b>							
Уставный капитал	10	10	10	-	-	-	-
Собственные акции, выкупленные у акционеров							
Переоценка внеоборотных активов							
Добавочный капитал (без переоценки)							
Резервный капитал	2	2	2	-	-		
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	150 736	188 446	206 843	37 710	18 397	25,02	9,76
<b>Итого по разделу III</b>	<b>150 748</b>	<b>188 458</b>	<b>206 855</b>	<b>37 710</b>	<b>18 397</b>	<b>25,02</b>	<b>9,76</b>
<b>IV Долгосрочные обязательства</b>							
Займы и кредиты							
Отложенные налоговые обязательства							
Оценочные обязательства							
Прочие обязательства							
<b>Итого по разделу IV</b>							
<b>V Краткосрочные обязательства</b>							
Заемные средства	5 810	9 813	8 762	4 003	-1 051	68,90	-10,71
Кредиторская задолженность	9 672	12 743	16 860	3 071	4 117	31,75	32,31
Доходы будущих периодов							
Оценочные обязательства		382	451	382	69		18,06
Прочие обязательства							
<b>Итого по разделу V</b>	<b>15 482</b>	<b>22 938</b>	<b>26 073</b>	<b>7 456</b>	<b>3 135</b>	<b>100,65</b>	<b>39,66</b>
<b>Баланс</b>	<b>166 230</b>	<b>211 396</b>	<b>232 928</b>	<b>45 166</b>	<b>21 532</b>	<b>125,67</b>	<b>49,42</b>

Таблица 2.15 – Вертикальный анализ активов предприятия

Вид имущества	Остатки по балансу, в тысячах рублей			Структура (удельный вес) имущества, проценты			Изменение структуры, проценты	
	2014 год	2015 год	2016 год	2014 год	2015 год	2016 год	2014 год	2016 год
<b>I Внеоборотные активы</b>								
Нематериальные активы								
Результаты исследований и разработок								
Нематериальные поисковые активы								
Материальные поисковые активы								
Основные средства	24 977	31 236	38 986	15,02	14,78	16,74	-0,25	1,96
Доходные вложения в материальные ценности								
Финансовые вложения								
Отложенные налоговые активы		30	47		0,01	0,02	0,01	0,01
Прочие внеоборотные активы	98	72	47	0,06	0,03	0,02	-0,02	-0,01
Итого по разделу I	25 075	31 338	39 080	15,08	14,82	16,78	-0,26	1,95
<b>II Оборотные активы</b>								
Запасы	3 938	4 710	4 261	2,37	2,23	1,83	-0,14	-0,40
НДС по приобретенным ценностям								
Дебиторская задолженность	30 443	27 787	34 244	18,31	13,14	14,70	-5,17	1,56
Финансовые вложения	93 683	145 643	159 599	56,35	68,90	65,94	12,54	-2,95
Денежные средства и денежные эквиваленты	12 860	1 664	1247	7,74	0,79	0,54	-6,95	-0,25
Прочие оборотные активы	239	254	497	0,14	0,12	0,21	-0,02	0,09
Итого по разделу II	141 163	180 058	193 848	84,92	85,18	83,22	0,26	-1,95
Баланс	166 238	211 396	232 928	100	100	100	-	-

Таблица 2.16 – Вертикальный анализ пассивов предприятия

Вид источников	Остатки по балансу, в тысячах рублей			Структура (удельный вес) источников, проценты			Изменение структуры, проценты	
	2014 год	2015 год	2016 год	2014 год	2015 год	2016 год	2014 год	2015 год
<b>I Капитал и резервы</b>								
Уставный капитал	10	10	10	0,01	0	0	0	0
Собственные ак- ции, выкупленные у акционеров								
Переоценка вне- оборотных активов								
Добавочный капи- тал (без переоцен- ки)								
Резервный капитал	2	2	2	0	0	0		
Нераспределенная прибыль	150 736	188 446	206 843	90,68	89,14	88,80	-1,54	0,34
Итого по разделу III	150 748	188 458	206 855	90,69	89,14	88,80	-1,54	-0,34
<b>IV Долгосрочные обязательства</b>								
Займы и кредиты								
Отложенные нало- говые обяза- тельства								
Оценочные обяза- тельства								
Прочие обяза- тельства								
Итого по разделу IV								
<b>V Краткосрочные обязательства</b>								
Заемные средства	5 810	9 813	8 762	3,5	4,64	3,76	1,15	-0,88
Кредиторская за- долженность	9 672	12 743	16 860	5,82	6,03	7,24	0,21	1,21
Доходы будущих периодов								
Оценочные обяза- тельства		382	451	0	0,18	0,19	0,18	0,01
Прочие обяза- тельства								
Итого по разделу V	15 482	22 938	26 073	9,31	10,85	11,19	1,54	0,34
Баланс	166 230	211 396	232 928	100	100	100	-	-

## 2.4.2 Анализ ликвидности баланса

В таблице 2.17 представлена группировка активов и пассивов баланса АО «Элис».

Таблица 2.17 – Группировка активов и пассивов баланса

Актив	Значение			Пассив	Значение		
	2014 год	2015 год	2016 год		2014 год	2015 год	2016 год
А1. Наиболее ликвидные активы	106 543	147 307	154 846	П1. Наиболее срочные обя- зательства	9 672	12 743	16 860
А2. Быстро реа- лизуемые активы	30 682	28 041	34 741	П2. Краткосроч- ные пассивы	15 482	22 938	26 073
А3. Медленно реализуемые активы	34 381	32 497	38 505	П3. Долгосроч- ные пассивы			
А4. Трудно реа- лизуемые активы	25 075	31 338	39 080	П4. Постоянные пассивы	150 756	188 458	206 855
Итого	196 681	239 183	267 172	Итого	175 910	224 139	249 788
Коэффициент ликвидности общий					6,82	5,83	5,31

Таблица 2.18 - Проверка выполнения условий абсолютной ликвидности баланса  
В тысячах рублей

Условие абсолютной ликвидности	2014 год	2015 год	2016 год
$A_1 \geq \Pi_1$	106 543 > 9 672	147 307 > 12 743	154 846 > 16 860
$A_2 \geq \Pi_2$	30 682 > 15 482	28 041 > 22 938	34 741 > 26 073
$A_3 \geq \Pi_3$	34 381 > 0	32 497 > 0	38 505 > 0
$A_4 \leq \Pi_4$	25 075 < 150 756	31 338 < 188 458	39 080 < 206 855

Таблица 2.19 – Покрытие обязательств активами

В тысячах рублей

№ групп	Актив		Пассив		Излишек (+) или недостаток активов на погашение обязательств	
	На начало периода	На конец периода	На начало периода	На конец периода	На начало периода	На конец периода
2014 год						
I	106 543	147 307	9 672	12 743	144 927	-11 079
II	30 682	28 041	15 482	22 938	15 200	5 103
III	34 381	32 497	0	0	16 798	6374
IV	25 075	31 338	150 756	188 458	-125 681	-17 120
Итого	196 681	239 183	175 910	224 139	20 771	15 044
2016 год						
I	147 307	154 846	12 743	16 860	134 564	137 986
II	28 041	34 741	22 938	26073	5 103	8 668
III	32 497	38 505	0	0	6 374	5 508
IV	31 338	39 080	188 458	206 855	-157 120	-167 775
Итого	239 183	267 172	224 139	249 788	15 044	17 384

По данным таблицы 2.19 за анализируемый период ликвидность баланса выполняется все условия, что говорит об абсолютной ликвидности баланса.

### 2.4.3 Анализ финансовой устойчивости (определение типа финансовой устойчивости)

В таблице 2.20 приведены расчеты системы показателей обеспеченности запасов собственными и заемными средствами предприятия на протяжении анализируемого периода, которые позволят сформировать трехфакторную модель, характеризующую тип финансовой устойчивости. Расчеты проводились по формулам 1.2-1.8, представленным в первой главе данной работы.

Таблица 2.20 – Определение типа финансовой устойчивости

В тысячах рублей

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год
Источник собственных средств (СК)	150 748	188 458	206 855
Основные средства и внеоборотные активы (ВОА)	25 075	31 338	39 080
Собственные оборотные средства (СОС)	125 673	157 120	167 775
Долгосрочные кредиты и займы (ДКЗ)	0	0	0
Собственные и долгосрочные заемные источники финансирования запасов (СДИ)	125 673	157 120	167 775
Краткосрочные кредиты и займы (ККЗ)	15 482	22 938	26 073
Наличие собственных и долгосрочных и краткосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (ОИЗ)	14 155	180 058	193 848
Величина запасов и затрат (З)	3 938	4 710	4 261
Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств ( $\Delta$ СОС)	121 735	152 410	163 514
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников финансирования запасов и затрат ( $\Delta$ СДИ)	121 735	152 410	163 514
Излишек (+) или недостаток (-) основных источников покрытия запасов и затрат ( $\Delta$ ОИЗ)	137 217	175 348	189 587
Тип финансовой ситуации	S=(1;1;1)	S=(1;1;1)	S=(1;1;1)



Данная модель свидетельствует о том, что АО «Элис» находится в абсолютном финансовом положении за все анализируемые периоды, которое характеризуется тем, что все запасы предприятия покрываются собственными оборотными средствами.

В результате проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

а) предприятие полностью обеспечивает текущую деятельность, за счет собственных средств;

б) предприятие само себя кредитует.

В ходе изучения хозяйственной деятельности организации важно также рассмотреть относительные показатели финансовой устойчивости.

В таблице 2.21 представлены расчетные и нормативные значения коэффициентов, определяющих финансовую устойчивость предприятия. Расчеты проводились по формулам 1.13-1.20, представленным в первой главе данной работы.

Таблица 2.21 – Показатели оценки финансовой устойчивости

Наименование показателя	Значение			Норматив
	2014 год	2015 год	2016 год	
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	0,91	0,89	0,89	> 0,5
Коэффициент самофинансирования	9,74	8,22	7,93	> 1
Коэффициент задолженности	0,10	0,12	0,13	< 0,67
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,89	0,87	0,86	> 0,1
Коэффициент маневренности	0,83	0,83	0,81	0,2-0,5
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов	5,63	5,75	4,96	-

Коэффициент финансовой независимости за анализируемый период остался на одном уровне, в связи с этим можно сделать вывод, что предприятие финансово устойчиво и если все кредиторы потребуют вернуть долги фирма сумеет расплатиться. Коэффициент самофинансирования к концу анализируемого периода снижается, но все же значительно превышает нормативное значение. Причина – снижения заемного капитала. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами больше нормативного значения, что говорит о возможности предприятия в проведении независимой финансовой политики. Коэффициент маневренности также соответствует нормативному значению. У предприятия существуют возможности для маневра в ходе реализации финансовой политики.

Трехфакторная модель финансовой устойчивости АО «Элис» позволила установить, что на протяжении анализируемого периода в связи с рациональным управлением собственными и заемными средствами хозяйствующий субъект находился в абсолютном финансовом положении.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется состоянием собственных и заемных средств и оценивается с помощью системы финансовых коэффициентов. Относительные показатели финансовой устойчивости характеризуют степень зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов.

В результате анализа были выявлены и минусы. Большинство коэффициентов, определяющих финансовую устойчивость предприятия намного выше нормативных значений, в связи, с чем можно сделать вывод о том, что деловая активность предприятия не значительна.

#### **2.4.4. Показатели оценки ликвидности предприятия**

В таблице 2.22 приведены расчетные и нормативные значения показателей ликвидности предприятия. Расчеты проводились по формулам 1.22-1.27, представленным в первой главе данной работы. Ликвидность предприятия отражает

его способность своевременно рассчитываться по долговым обязательствам. Сравним, расчетные значения показателей оценки ликвидности предприятия из таблицы 2.22 с нормативными показателями, где это представляется возможным.

Результаты проведенной оценки показателей ликвидности предприятия свидетельствуют о высоком уровне ликвидности предприятия. Однако отметим незначительное снижение коэффициентов с начала анализируемого периода к концу периода.

Расчетное значение коэффициента абсолютной ликвидности к концу анализируемого периода не соответствует нормативному значению, в связи и с уменьшением денежных средств, и увеличением краткосрочных обязательств, что говорит о невозможности предприятия погасить краткосрочные обязательства в ближайшее время.

Таблица 2.22 – Относительные показатели оценки ликвидности

Наименование показателя	Норматив	Значение показателя		
		2014 год	2015 год	2016 год
Чистый оборотный капитал, в тысячах рублей	-	125 681	157 120	167 775
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,15-0,2	0,83	0,07	0,05
Коэффициент срочной ликвидности	0,5-0,8	6,88	6,42	5,93
Коэффициент промежуточной ликвидности	0,5-0,8	8,84	7,63	7,25
Коэффициент текущей ликвидности	1 - 2	9,1	7,83	7,41
Коэффициент собственной платежеспособности	-	8,11	6,84	6,43

Величина коэффициента срочной ликвидности на протяжении анализируемого периода соответствует нормативному значению, но снижается к концу 2016 года.

Это свидетельствует о невозможности предприятия погашать свои текущие обязательства в ближайшее время за счет наиболее ликвидных активов. Снижение

коэффициента срочной ликвидности связано и с уменьшением денежных средств, и с увеличением краткосрочных обязательств.

Коэффициент промежуточной ликвидности, свидетельствует о том, что предприятие способно возместить свои краткосрочные обязательства, но важно отметить то, что с начала анализируемого периода отслеживается снижение данного коэффициента. Снижение коэффициента промежуточной ликвидности и с ростом дебиторской задолженности в 2016 году, и с увеличением краткосрочных обязательств.

Оценка показателей ликвидности позволяет установить степень обеспеченности краткосрочных обязательств наиболее ликвидными средствами. Цель расчета – оценить соотношению имеющихся оборотных активов (по их видам) и краткосрочных обязательств, для их возможного последующего погашения.

Расчет базируется на том, что виды оборотных активов имеют различную степень ликвидности в случае их возможной реализации: абсолютно ликвидные денежные средства, далее по убывающей степени ликвидности располагаются краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность и запасы.

#### **2.4.5 Показатели оценки имущественного положения**

Имущественное положение предприятия проявляется в платежеспособности предприятия, в способности вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, выплачивать зарплату, вносить платежи в бюджет.

Сумму капитала, вложенного в имущество, берем из строки валюта баланса в таблице А, приложении А. Доля основных средств в активах, определяется путем деления стоимости основных средств на валюту баланса.

Из таблицы 2.23 видно, что доля основных средств в валюте баланса увеличилась с 2015 года к 2016 году на 0,2 процентных пункта, а также увеличилась сумма капитала за анализируемый период.

Таблица 2.23 – Показатели оценки имущественного положения

Наименование показателя	Значение		
	2014 год	2015 год	2016 год
Сумма капитала, вложенного в имущество, в тысячах рублей	166 230	211 396	232 928
Доля основных средств в активах	0,15	0,15	0,17

#### 2.4.6 Показатели оценки деловой активности

В таблице 2.24 представлены расчеты показатели оценки деловой активности. Расчеты проводились по формулам 1.28-1.42, представленным в первой главе данной работы.

Поскольку коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов превышает оборачиваемость оборотных активов, то оборотные активы приносят больше денежных средств.

Скорость оборачиваемости активов, снижается к концу 2016 года, так как выручка в 2016 уменьшилась, а активы увечились.

Скорость оборачиваемости дебиторской задолженности уменьшается к концу периода, что связано с уменьшением выручки и снижением оборотных активов у предприятия.

Скорость оборачиваемости запасов увеличивается к концу периода в связи с увеличением себестоимости продаж и запасов.

Скорость оборачиваемости собственного капитала снижается, снижение скорости оборачиваемости связано и с увеличением собственного капитала, и со снижением выручки.

Проанализировав оборачиваемость кредиторской задолженности, предприятие не совсем вовремя рассчитывается с кредиторами, об этом свидетельствует снижение оборачиваемости. Снижение оборачиваемость кредиторской задолженно-

сти произошло и с уменьшения выручки, и с увеличением краткосрочной задолженности у предприятия.

Таблица 2.24 – Показатели оценки деловой активности

Наименование показателя	Значение показателя			
	2015 год		2016 год	
	Число оборотов в год	дни	Число оборотов в год	дни
<b>Показатели оборачиваемости активов</b>				
Коэффициент оборачиваемости активов/ Продолжительность одного оборота активов	0,58	629,31	0,4	915
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов/ Продолжительность одного оборота оборотных активов	0,68	536,76	0,24	1525
Коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов/ Продолжительность одного оборота внеоборотных активов	3,89	93,83	2,52	145,23
Коэффициент оборачиваемости запасов/ Продолжительность одного оборота запасов	13,22	27,6	15,24	24
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности/ Продолжительность одного оборота дебиторской задолженности	3,77	96,81	2,87	127,52
<b>Показатели оборачиваемости собственного капитала и кредиторской задолженности</b>				
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала/Продолжительность одного оборота собственного капитала	1,29	282,9	0,45	813,33
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности/ Продолжительность одного оборота кредиторской задолженности	9,79	37,28	6,01	60,9
Фондоотдача, руб./руб.	3,9		2,53	

Анализируя значение показателя фондоотдачи, можно сказать, что на конец периода, на каждый рубль, вложенный в основные средства, приходилось меньше рублей выручки, чем на начало периода. Снижение фондоотдачи произошло в связи и с уменьшением выручки, и с увеличением стоимости основных средств.

#### 2.4.7 Показатели оценки рентабельности

Рассчитаем показатели рентабельности, которые показывают степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов. Для расчета показателей рентабельности будем использовать формулы 1.43-1.53, представленные в первой главе данной работы.

По результатам проведенного анализа рентабельности можно сделать следующие выводы. Рентабельность реализованной продукции показывает, что в 2015 на 1 рубль полной себестоимости приходится 92 копейки прибыли от продаж, а в 2016 году 30 копеек. Таким образом, за год показатель рентабельности реализованной продукции уменьшился на 62 копейки, следовательно, эффективность деятельности предприятия по сравнению с предыдущим периодом сократилась. Снижение рентабельности продукции связано и с уменьшением прибыли от реализации, и с увлечением полной себестоимостью реализованной продукции.

Рентабельность производства показывает, величину прибыли от продаж, полученной организацией за анализируемый период, приходящейся на каждый рубль себестоимости проданной продукции (производственных расходов). На 2015 рентабельность производства составляет 149, а на конец – 62. За 2016 год произошло сокращение показателя на 87. Данный показатель имеет тенденцию к сокращению, следовательно, эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия сокращается. Снижение рентабельности производства связано и с уменьшением прибыли от реализации, и с увеличением стоимости запасов.

Рентабельность совокупных активов показывает, что в 2016 году 1 рубль среднегодовой стоимости активов отдавал 8 копеек, а в 2015– 20 копеек прибыли до налогообложения. За год произошло значительное снижение рентабельности совокупных активов. Снижение рентабельности совокупных активов произошло и с уменьшением чистой прибыли в 2 раза и с увеличением стоимости активов.

Таблица 2.25 – Показатели оценки рентабельности

В процентах

Наименование показателя	Значение показателя	
	2015 год	2016 год
Показатели рентабельности реализации продукции и рентабельности активов		
Рентабельность реализованной продукции	92	30
Рентабельность производства	149	62
Рентабельность совокупных активов	20	8
Рентабельность внеоборотных активов	133	52
Рентабельность оборотных активов	23	5
Рентабельность чистого оборотного капитала	27	11
Показатели рентабельности собственного капитала, инвестиций и продаж		
Рентабельность собственного капитала	44	9
Рентабельность инвестиций	22	9
Рентабельность продаж	31	20

Рентабельность внеоборотных активов показывает, какой размер прибыли приносит 1 рубль стоимости внеоборотных активов. На 2015 год рентабельность внеоборотных активов составляет 133, а на 2016 – 52. За 2016 год произошло сокращение показателя на 8. Снижение показателя рентабельности внеоборотных активов в динамике характеризует не эффективное использование основных фондов. Снижение рентабельности внеоборотных активов связано и с уменьшением чистой прибыли, и с увеличением стоимости основных средств в 2016 году.

Рентабельность оборотных активов показывает, сколько рублей прибыли приходится на один рубль, вложенный в оборотные активы. На 2015 года рентабельность оборотных активов составляет 23 копейки, а на 2016 – 5 копеек. За 2016 год произошло снижение показателя на 18 копеек. Снижение рентабельности оборотных активов в анализируемом периоде связано и с увеличением оборотных активов почти в 2 раза с 2015 года к 2016 году, и с уменьшением чистой прибыли.



Рентабельность чистого оборотного капитала показывает, сколько денег зарабатывает каждый вложенный в оборотные активы рубль. На 2015 год рентабельность чистого оборотного капитала составляет 27 копеек, а на 2016 – 11 копеек. За 2016 год произошло снижение показателя на 16 копеек. Снижение рентабельности оборотного капитала связано и со снижением чистой прибыли, и с увеличением чистого оборотного капитала.

Рентабельность собственного капитала является определением целесообразности инвестиций с позиции собственников предприятия и инвесторов. В 2016 году 1 рубль среднегодовой стоимости собственного капитала отдает 9 копеек, чистой собственного капитала сократился на 35 копеек. Рентабельность собственного капитала уменьшилась, так как выручка в 2016 году сократилась, сумма собственного капитала увеличилась. Следовательно, вложенные денежные средства и другие активы «работают» менее эффективно, чем это было год назад.

Рентабельность инвестиций показывает, какой уровень доходности будет получен от инвестиционных вложений. 2015 года рентабельность инвестиций составляет 22 копейки, а в 2016– 9 копеек. За 2016 год произошло сокращение показателя на 13 копеек. Сокращение рентабельности инвестиций связано и с уменьшением выручки, и с увеличением инвестиций. Сокращение рентабельности инвестиций свидетельствует о менее эффективном вложении средств предприятия.

Рентабельность продаж показывает, что в 2016 году в 1 рубле выручки содержится 20 копеек прибыли от продаж, в 2015 году – 31 копейку. Таким образом, за год показатель рентабельности продаж снизился на 10,66 копеек. Рентабельность продаж снизилась в связи с уменьшением прибыли и выручки в 2016 году. Следовательно, можно сделать вывод, о том что в 2016 году рентабельность продаж менее эффективна, чем в 2015 году.

Оценка рентабельности предприятия позволила определить и сделать выводы о неэффективности производства и реализации продукции, активов, капитала. Сокращение эффективности производства и реализации продукции связано с уменьшением прибыли в 2016 году.

## **Выводы по разделу два**

Подведем итоги проведенного стратегического и финансового анализа.

Проведение стратегического анализа позволило нам детально изучить факторы внешней среды организации: макро и микроэкономическое окружение. Анализ внешней среды позволил создать базу для проведения SWOT-анализа в области потенциальных угроз и возможностей организации. Анализ макроэкономического окружения позволяет нам проследить степень влияния конкретных макроэкономических факторов и понять, какая группа факторов является наиболее влиятельным. По итогам анализа можно сказать, что наиболее влиятельными факторами являются технологические.

Из анализа микроэкономического окружения следует, что наиболее влиятельными факторами являются те, которые непосредственно связаны с конкурентной борьбой. Наименее же значимыми факторами являются факторы поставщиков, это связано с затруднительной сменой первых из-за выстроенных взаимоотношений.

Анализ внутренней среды организации создал базу для проведения SWOT-анализа в области сильных и слабых сторон организации. Анализ проводился по структурно-функциональной методике и выявил слабые стороны организации. Бальная оценка сторон показала наиболее значимую слабую сторону, которая связана с хищением рекламных материалов с конструкций.

На основе SWOT-анализ данного анализа были выявлены решения по улучшению состояния организации. Исходя из комплексного стратегического анализа организации, следует, что приоритетным решением для компании является внедрение новых технологий при проведении монтажных работ. Данное решение позволит снизить непроизводственные издержки предприятия. По результатам финансового анализа можно сделать следующие выводы. За анализируемый период ликвидность баланса выполняет все условия, что говорит об абсолютной ликвид-

ности баланса.

Проведенные расчеты системы показателей обеспеченности запасов собственными и заемными средствами предприятия, которые позволили сформировать трехфакторную модель, характеризующую тип финансовой устойчивости. Данная модель свидетельствует о том, что АО «Элис» находится в абсолютном финансовом положении за все анализируемые периоды, которое характеризуется тем, что все запасы предприятия покрываются собственными оборотными средствами.

В результате проведенного анализа можно сделать следующие выводы: предприятие полностью обеспечивает текущую деятельность, за счет собственных средств; предприятие само себя кредитует.

Трехфакторная модель финансовой устойчивости АО «Элис» позволила установить, что на протяжении анализируемого периода в связи с рациональным управлением собственными и заемными средствами хозяйствующий субъект находился в абсолютном финансовом положении. Финансовая устойчивость предприятия характеризуется состоянием собственных и заемных средств и оценивается с помощью системы финансовых коэффициентов. Относительные показатели финансовой устойчивости характеризуют степень зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов.

Рассчитав коэффициенты финансовой устойчивости можно сделать следующие выводы:

- коэффициент финансовой независимости за анализируемый период остался на одном уровне, в связи с этим можно сделать вывод, что предприятие финансово устойчиво и если все кредиторы потребуют вернуть долги фирма сумеет расплатиться;

- коэффициент самофинансирования к концу анализируемого периода снижается, но все же значительно превышает нормативное значение. Причина – снижения заемного капитала;

- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами боль-

ше нормативного значения, что говорит о возможности предприятия в проведении независимой финансовой политики;

– коэффициент маневренности также соответствует нормативному значению.

У предприятия существуют возможности для маневра в ходе реализации финансовой политики;

В результате анализа были выявлены и минусы. Большинство коэффициентов, определяющих финансовую устойчивость предприятия намного выше нормативных значений, в связи, с чем можно сделать вывод о том, что деловая активность предприятия не значительна.

Результаты проведенной оценки показателей ликвидности предприятия свидетельствуют о высоком уровне ликвидности предприятия, но все, же нужно отметить снижение коэффициентов с начала анализируемого периода к концу периода.

Величина коэффициента срочной ликвидности на протяжении анализируемого периода соответствует нормативному значению, но снижается к концу 2016 года. Это свидетельствует о не возможности предприятия погашать свои текущие обязательства в ближайшее время за счет наиболее ликвидных активов. Связано снижение коэффициента срочной ликвидности с увеличением финансовых вложений.

Коэффициент промежуточной ликвидности, свидетельствует о том, что предприятие способно возместить свои краткосрочные обязательства, но важно отметить то, что с начала анализируемого периода отслеживается снижение данного коэффициента, связано снижение с ростом дебиторской задолженности в 2016 году.

Расчетное значение коэффициента абсолютной ликвидности к концу анализируемого периода не соответствует нормативному значению в связи и с уменьшением денежных средств, и с увеличением краткосрочных обязательств, что говорит о невозможности предприятия погасить краткосрочные обязательства в ближайшее время. Оценка имущественного положения показала, что доля основных средств в валюте баланса увеличилась с 2015 года к 2016 году на 0,02 процентных

пункта, а также увеличилась сумма капитала за анализируемый период. Для рекламных агентств долю увеличения основных средств на 0,02 пункта можно считать типичной ситуацией.

По результатам оценки деловой активности предприятия можно сделать следующие выводы: скорость оборачиваемости активов, снижается к концу 2016 года, так как выручка в 2016 уменьшилась, активы увечились; скорость оборачиваемости дебиторской задолженности уменьшается к концу периода, что связано с уменьшением выручки и снижением оборотных активов у предприятия; скорость оборачиваемости запасов увеличивается к концу периода, в связи с увеличением себестоимости продаж и запасов, но запасы росли быстрее; скорость оборачиваемости собственного капитала снижается, связано снижение и с увеличением собственного капитала, и со снижением выручки; снижение оборачиваемость кредиторской задолженности произошло и с уменьшения выручки, и с увеличением краткосрочной задолженности у предприятия; снижение значения показателя фондоотдачи произошло и с уменьшением выручки, и увеличением стоимости основных средств;

По результатам проведенного анализа рентабельности можно сделать следующие выводы:

- рентабельность реализованной продукции снижается в связи с уменьшением прибыли от реализации, и с увлечением полной себестоимостью реализованной продукции;

- рентабельность производства снижается в связи с уменьшением прибыли от реализации, и с увлечением стоимости запасов;

- снижение рентабельность совокупных активов произошло, в связи с уменьшением чистой прибыли в 2 раза, и увеличением стоимости активов;

- связано снижение рентабельности внеоборотных активов и с уменьшением чистой прибыли, и с увеличением стоимости основных средств;

- снижение рентабельности оборотных активов в анализируемом периоде свя-

зано с увеличением оборотных активов почти в 2 раза, и с уменьшением чистой прибыли;

- снижение рентабельности оборотного капитала связано и с снижением чистой прибыли, и с увеличением чистого оборотного капитала;

- рентабельность собственного капитала уменьшилась, так как выручка в 2016 году сократилась, сумма собственного капитала увеличилась;

- сокращение рентабельности инвестиций связано и с уменьшением выручки, и с увеличением инвестиций.

Оценка рентабельности предприятия позволила определить и сделать выводы о неэффективности производства и реализации продукции, активов, капитала. Сокращение эффективности производства и реализации продукции связано с уменьшением прибыли в 2016 году.

По итогам стратегического анализа мы выяснили, что слабой стороной АО «Элис» является проблема недостаточно надежного крепления рекламных материалов. Приоритетным решением вышеуказанной слабой стороны для компании является внедрение новых технологий при проведении монтажных работ. Данное решение позволит АО «Элис» сократить непроизводственные издержки, вследствие чего увеличится, прибыль предприятия и повысятся финансовые показатели.

### **3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ АО «ЭЛИС» ПУТЕМ СОКРАЩЕНИЯ НЕПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ИЗДЕРЖЕК**

#### **3.1 Сопоставление результатов анализа стратегической позиции и текущего финансового состояния предприятия**

Ранее был проведен стратегический анализ АО «Элис», по данным которого были выявлены основные факторы макросреды, наиболее существенно влияющие на организацию. По результатам проведенного SWOT-анализа были разработаны и проранжированы по значимости решения, которые позволят АО «Элис» сократить непроизводственные издержки. Проект по сокращению непроизводственных издержек будет представлен в данной главе. Перейдем к его непосредственной разработке и анализу эффективности.

В данной главе обосновывается экономическая эффективность реализации инвестиционного проекта, направленного на обновление рекламных конструкций, путем приобретения 30 новых более современных ситибордов.

Как уже говорилось ранее основными видами деятельности АО «Элис» являются размещение наружной рекламы на территории Челябинска и Челябинской области. Для реализации настоящего проекта планируется привлечение денежных средств за счет продажи высвободившейся рекламных конструкций и собственных средств организации.

#### **3.2 Описание мероприятия**

Основным стратегическим направлением деятельности предприятия на среднесрочную перспективу остается дальнейшее развитие сети наружной рекламы, а также увеличение доходов от прочей деятельности.

Для осуществления рекламной деятельности АО «Элис» располагает, следую-

щими средствами:

- зданиями и сооружениями;
- автотранспортной техникой;
- производственно-технологическим оборудованием;
- квалифицированным персоналом;

Обновление рекламных конструкций предприятия обеспечивает:

- уменьшение затрачиваемого времени на монтажные работы;
- уменьшение затрат на печать рекламных материалов в структуре себестоимости услуг;
- замену устаревшей рекламных конструкций на новые.

Расходы присуще всем инвестиционным проектам в нашем случае это приобретение рекламных конструкций, а именно ситибордов 2,7х3,7 которые отличаются своей защищенностью от доступа посторонних лиц, более эстетичным внешним видом и более удобным способом монтажа рекламных материалов.

Внешний вид приобретаемых рекламных конструкций показан на рисунке 3.1.



Рисунок 3.1. Внешний вид приобретаемой рекламной конструкции.



### 3.3 Инвестиционный план

Инвестиционный план – письменный документ, отражающий инвестиционные цели, способы инвестирования, сроки достижения целей, размер приемлемого риска. Календарный план представлен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Календарный план

Мероприятие	Период	В днях Количество
Подготовительный этап		
Разработка мероприятия	15.01.2017 -30.01.2017	15
Инвестиционный этап		
Поиск потребителей рекламных конструкций	01.02.2017 -28.02.2017	28
Реализация старых рекламных конструкций	01.03.2017 -10.03.2017	10
Переговоры с поставщиками новых конструкций	01.03.2017 -10.03.2017	10
Оплата новых конструкций, доставка и монтаж	10.03.2017 -30.03.2017	20
Установка рекламных конструкций	01.04.2017-10.04.2017	10
Итого	15.01.2017 -10.04.2017	93

Необходимые инвестиции для реализации мероприятия представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 –Стоимость капитальных вложений по проекту

Наименование	Цена за единицу, в рублях	Количество, штук	Сумма, в тысячах рублей
Односторонний ситиборд 2,7х3,7	135 000	30	4 050 000
		Итого	4 050 000

Источником финансирования инвестиционного плана будут являться собственные средства и средства, полученные в результате продажи высвободившихся рекламных конструкций.

Так как использование демонтированных конструкций не представляет интерес для организации, то высвободившиеся рекламные конструкции предполагается продать, в связи, с чем было изучено ценовое предложение. На основе полученной информации о возможной рыночной цене определим доход от продажи, расходы и чистую прибыль от реализации рекламных конструкций. Анализ рыночной стоимости и сумму полученных средств от реализации старых рекламных конструкций представлены в таблицах 3.3 и 3.4.

Таблица 3.3- Анализ рыночной цены высвободившейся конструкций

Наименование	Количество реализуемого, штук	Рыночная цена, в тысячах рублей
Рекламные конструкции старого образца	30	105 000
Итого		3 150 000

Таблица 3.4- Расчёт чистой прибыли от продажи рекламных конструкций  
В тысячах рублей

Наименование показателя	Сумма
Доход от продажи	3 150 000
Расходы по продаже	20 000
Прибыль от продажи	3 130 000
Налог на прибыль (20%),	630 000
Чистая прибыль	2 500 000

### 3.3.1 Валюта

Для расчета проекта используется одна основная валюта – рубли. Наличие второй валюты не является необходимым условием, так как экспортно-импортных операций в условиях данного проекта не предусмотрено.

### 3.3.2 Инфляция

Инфляция – объективный фактор внешней среды, который нельзя не учитывать при разработке проекта.

В связи с тем, что проект еще не осуществляется, значения инфляции за период его осуществления неизвестны. Расчет инфляции проекта основывается на прогнозных данных.

Приведем ретроспективную информацию о показателях инфляции.

Реальные и прогнозируемые значения инфляции каждого года проекта представлены в таблице 3.1 [17].

Таблица 3.1. - Прогнозируемые значения инфляции

	В процентах				
Год	2014	2015	2016	2017	2018
Значение инфляции	11,7	12,91	5,38	4,5	4,0

### 3.4 Операционный план

Операционный план - это один из немногих разделов бизнес-плана, который стоит подготовить для себя, а не только для инвесторов [18]. В нем нужно:

- описать операции, которые выполняются каждый день для удовлетворения потребностей потребителей (текущие операции)
- поставить долгосрочные операционные цели, которых компания должна достигнуть, чтобы быть успешной.

### 3.4.1 План продаж

Предполагаемый объем выручки основан на экономии денежных средств, путем ликвидации непроизводственных издержек. Непроизводственные издержки АО «Элис» состоят из себестоимости украденного рекламного материала и перерасчета стоимости аренды для арендатора рекламного места в результате кражи. Непроизводственные издержки составляют 17% от строки «прочее» отчета о финансовых результатах АО «Элис» представленной в таблице 1 приложения Б. В денежном выражении эта сумма составляет 622 000 рублей. Расчет предполагаемой выручки представлен в таблице 3.5. Основными арендаторами новых рекламных конструкций будут являться ЗАО «Код оф Трейд», ООО Дельта план», ООО «Интерком», ООО «Эд Марк», ООО «Максус».

Таблица 3.5- Объем предполагаемой выручки

Наименование показателя	Количество
Количество рекламных конструкций	30
Количество краж в год с одной рекламной конструкции, штук	2
Цена рекламного материала, за единицу	2 000
Среднее количество дней простоя от одной кражи, дни	6
Стоимость перерасчета за 1 день простоя, в рублях	1394,43
Итого денежных потерь за год, в рублях	622 000

### 3.4.2 Анализ затрат

Группировка по элементам затрат необходима для выявления фактического расходования в рабочем процессе предприятий материальных, трудовых и финансовых ресурсов, определения потребности предприятия в этих ресурсах.

Основными статьями затрат при размещении рекламных материалов являются: затраты на печать рекламных материалов, затраты на техническое обслуживание и ремонт, затраты на оплату труда монтажной группы, амортизация.

В статье «Печать рекламных материалов» учитываются себестоимость печати рекламных материалов.

В статье «Заработная плата монтажной группы» учитываются заработная плата монтажной группы, за работу по монтажу рекламных материалов, исчисленные исходя из сдельных расценок.

В статье «Затраты на техническое обслуживание» учитываются затраты на все виды технического обслуживания и ремонта рекламных конструкций, включая затраты на техническое обслуживание и ремонт.

Определим размер амортизационных отчислений при линейном методе начисления амортизации по формуле (3.1) [19]:

$$A = \frac{H \cdot \Phi}{100\%}, \quad (3.1)$$

где  $A$  – размер амортизационных отчислений за год;

$H$  – годовая норма амортизации;

$\Phi$  – стоимость основных фондов.

Амортизация начисляется на первоначальную стоимость рекламных конструкций без учета НДС (поскольку предприятие применяет общую систему налогообложения).

В соответствии с классификатором основных средств срок полезного использования рекламной конструкции составляет 10 лет. Принимаем срок полезного использования 10 лет (120 месяцев).

Находим годовую норму амортизации по формуле 3.2:

$$H_{\text{ам}} = \frac{100}{T_{\text{норм}}}, \%, \quad (3.2)$$

где  $H_{\text{ам}}$  – норма амортизации (ежегодный процент износа);

$T_{\text{норм}}$  – нормативный срок службы оборудования.

Норма амортизации составляет 10%. Определим размер амортизационных отчислений в год по формуле 3.1, тогда амортизационные отчисления составляют:

- а) годовая сумма – 4 050 рублей;
- б) месячная сумма – 337,5 тысяч рублей.

### 3.5 Оценка финансовых результатов мероприятия

Для выявления финансового результата необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости продукции. Когда выручка превышает себестоимость, финансовый результат свидетельствует о получении прибыли. Далее проведем расчет себестоимости в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Расчет себестоимости

В тысячах рублей					
Наименование показателя	Количество	Стоимость за единицу	Месячная сумма показателя	Итого за первый год мероприятия	Итого в последующие года мероприятия, в год
Зарплата монтажной группы	2 человека	4 500	9 000	81 000	108 000
Зарплата сотрудникам занимающимся осуществлением проекта (3 месяца)	2 человека	45 000	22 500	135 000	0
Печать рекламных материалов	30 штук	2 000	-	45 000	60 000
Затраты на техническое обслуживание	2 раза в год	5 000	-	10 000	10 000
Амортизация	12 месяцев		337,5	4 050	4 050
<b>Итого</b>				<b>275 050</b>	<b>182 050</b>

В таблице 3.7 приведен расчёт чистой прибыли по мероприятию.

Таблица 3.7 – Расчёт чистой прибыли

Наименование	В тысячах рублей	
	В первый год мероприятия	В последующие года мероприятия, в год
Выручка	466 500	622 000
Затраты	275 050	182 050
Прибыль от продаж	191 450	439 950
Прибыль до налогообложения	191 450	439 950
Текущий налог	55 010	87 990
Чистая прибыль	136 440	351 960

План движения денежных средств («cash-flow») показывает, когда именно и в каком объеме ожидаются денежные поступления, а также когда и в каком объеме предприятие должно оплачивать свои расходы [2]. Кэш-фло по мероприятию представлено на рисунке В.1 (приложение В).

Таким образом, на рисунке В.1 рассмотрен план денежных потоков по мероприятию по основной, инвестиционной и финансовой деятельности. Видно, что кассовых разрывов не возникает: у предприятия достаточно денежных средств в каждый момент времени.

### 3.6 Расчёт ставки дисконтирования

При инвестиционных расчетах ставка дисконтирования рассчитывается по модели CAPM, если в качестве инвестиций используются собственные средства предприятия.

Модель CAPM утверждает, что ожидаемый доход, равен ставке по безрисковой ценной бумаге плюс рисковая премия. Систематическим риском обладает рыночный портфель. Посредством диверсификации, чистая подверженность инвестора риску составляет систематический риск рыночного портфеля.

Систематический риск ( $r$ ) по модели CAPM рассчитывается по формуле 3.3.

$$r = R_f + \beta \cdot (R_m - R_f), \quad (3.3)$$

где  $R_f$  – безрисковая ставка дохода. В качестве безрисковых активов рассматриваются вклады сроком до года в ОАО «Сбербанк». Процентная ставка доходности по этим вкладам составляет 6,89% годовых [21].

$\beta$  – коэффициент, определяющий изменение цены на товары предприятий по сравнению с изменением цен по всем предприятиям рекламной отрасли. Информацию о значениях  $\beta$ -коэффициентов предприятий, можно найти в информационных выпусках рейтинговых агентств. Для рекламных агентств  $\beta = 1,4$  [22].

$R_m$  – среднерыночные ставки доходности на фондовом рынке (14,5%) [22].

Реальная ставка инфляции составляет:  $r = 0,069 + 1,4 \cdot (0,145 - 0,069) = 0,1116 = 11,16\%$

Чтобы рассчитать номинальную ставку дисконта, которая учитывает инфляцию 6,2%, воспользуемся формулой 3.4 [2]:

$$r_n = r_p \cdot (1 + 0,01 \cdot r_i) + r_i, \quad (3.4)$$

где  $r_p$  – реальная ставка дисконтирования;

$r_n$  – номинальная ставка дисконтирования;

$r_i$  – темп инфляции.



Номинальная ставка дисконтирования составит:  $r_p = 11,16 \cdot (1 + 0,01 \cdot 5,4) + 5,4 = 17,16\%$ .

Таким образом, ставка дисконтирования составляет 17,16%.

### 3.7 Расчёт интегральных показателей эффективности

При анализе инвестиционной деятельности предприятия используются такие критерии как NPV, PI, PP и DPP. Критерий NPV является наиболее универсальным и предпочтительным при анализе инвестиционных проектов, поскольку именно он характеризует возможный прирост благосостояния владельцев предприятия.

Чистый дисконтированный доход рассчитывается по формуле 3.5.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} - I_0, \quad (3.5)$$

где NPV – чистая текущая стоимость;

$C_t$  – ЧДП от реализации инвестиционного мероприятия;

$I_0$  – первоначальные инвестиции;

$r$  – ставка дисконтирования.

Рассчитаем чистый дисконтированный доход по мероприятию, подставляя значения кэш-фло в формулу 3.5:

$$NPV = -1700000 + \frac{341459}{(1+0,1716)^1} + \frac{781409}{(1+0,1716)^2} + \frac{1221360}{(1+0,1716)^3} + \frac{1661310}{(1+0,1716)^4} = 801995 \text{ рублей}$$

Таким образом, чистый дисконтированный доход равен 801 995 рублей.

Индекс доходности (PI) характеризует доход на единицу затрат. Индекс доходности есть отношение суммы дисконтированных притоков к сумме дисконтированных оттоков денежных средств по мероприятию, представлен формулой 3.6 [2].

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n C_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t}}{I_0}. \quad (3.6)$$

Индекс доходности составит:

$$PI = \frac{2488285}{1700000} = 1,47$$

Индекс доходности отражает эффективность дисконтированных потоков к первоначальным инвестициям и равен 1,47. Данное значение индекса доходности свидетельствует о том, что дисконтированных притоков за период реализации мероприятия в 1,47 раза больше, чем инвестиций.

Простой срок окупаемости рассчитывается по формуле 3.7 [1].

$$PP = \frac{I_0}{NP} \cdot 365, \quad (3.7)$$

где  $I_0$  – первоначальные инвестиции по мероприятию;

NP – чистая прибыль.

Рассчитаем простой срок окупаемости:

$$PP = \frac{1700000}{488400} \cdot 365 = 1270 \text{ дней}$$

Простой срок окупаемости составляет 1 270 дней.

В таблице 3.9 представлены показатели эффективности предложенного меро-

приятия. NPV больше нуля, индекс доходности больше единицы, простой срок окупаемости 1 270 дней, следовательно, мероприятие можно принять к реализации.

Таблица 3.9 – Интегральные показатели эффективности

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования (r), в процентах	17,16
Чистая приведённая стоимость (NPV), в тысячах рублей	801 995
Индекс доходности (PI)	1,46
Простой срок окупаемости (PP), в днях	1 247

### 3.8. Анализ рисков

#### 3.8.1 Анализ безубыточности

Для оценки инвестиционного риска иногда используют точки безубыточности. Эти точки представляют объемы производства, при котором доходы от продаж производимого количества продукции равны затратам на ее изготовление, то есть объем производства, при котором прибыль равна нулю.

Безубыточный объем продаж – такой объем продаж, при котором доход от реализации продукции равен расходам (точка безубыточности, порог рентабельности, точка окупаемости затрат).

Расчет безубыточного объема продаж осуществляется по формуле 3.8 [2].

$$ОП_{\text{без.}} = \frac{ПЗ}{Д_{\text{мд}}}, \quad (3.8)$$

где ОП<sub>без.</sub> – объем продаж в точке безубыточности в стоимостном выражении;  
 Д<sub>мд</sub> – доля маржинального дохода в выручке;  
 ПЗ – постоянные затраты.

Доля маржинального дохода в выручке рассчитывается по формуле 3.9:

$$D_{\text{мд}} = \frac{B - \text{ПерЗ}}{B}, \quad (3.9)$$

где B – объем реализации;

ПерЗ – переменные затраты.

Запас финансовой прочности показывает на сколько (процентов) может быть уменьшен объем реализованной продукции без перехода в режим убыточной работы 3.10 [2]:

$$\text{ЗФП} = \frac{B - \text{ОП}_{\text{без.}}}{B} \cdot 100\%. \quad (3.10)$$

Представим данные за первый год реализации проекта в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Расчёт точки безубыточности

Наименование	В рублях	
	2017 год	
Выручка	466 500	
Постоянные затраты	85 050	
Переменные затраты	190 000	
Маржинальный доход	191 450	
Доля маржинального дохода в выручке, в процентах	0,88	
Безубыточный объём продаж	96 647	
Запас финансовой прочности, в процентах	79,28	

### 3.8.2. Анализ чувствительности

Преимуществами анализа рисков является выражение потоков денежных средств через неизвестные переменные, определение последствий неточной оценки переменных и выделение основных переменных. Также анализ рисков указывает, где дополнительная информация была бы наиболее полезна и позволяет выявить нечеткие или неприемлемые планы и прогнозы.

Таблица 3.11 - Прогнозные оценки переменных проекта

В тысячах рублей

Переменная	Прогнозная оценка переменных			NPV (при $r=17,16\%$ )		
	Пессимистическая	Ожидаемая	Оптимистическая	Пессимистическая	Ожидаемая	Оптимистическая
	-10%	0%	+10%	-10%	0 %	+10%
Выручки	419 850	466 500	513 150	660 722	801 995	915 867
Переменные затраты	209 000	190 000	171 000	622 436	801 995	853 925
Постоянные затраты	93 555	85 050	76 545	765 036	801 995	811 553
Инвестиции	1 530 000	1 700 000	1 870 000	971 995	801 995	631 995

В таблице 3.11 представлен расчёт NPV для разных значений каждой из переменных с фиксацией остальных показателей на «ожидаемом» уровне. Пессимистический и оптимистический прогнозы отклоняются от ожидаемого значения на 10%.

Если проанализировать таблицу 3.11, то можно увидеть, что проект надёжный, так как все показатели в пессимистическом варианте развития имеют положительное значение.

## **Вывод по разделу три**

Проведено сопоставление стратегической позиции предприятия и результатов финансового анализа, в результате чего выявлено необходимым принять выделенное в результате SWOT-анализа мероприятие по сокращению непроизводственных издержек АО «Элис». Определено, что для осуществления проекта необходимы инвестиции в размере 4 050 000 рублей. Данные денежные средства будут получены в результате реализации старых рекламных конструкций и привлечения собственных средств компании. Рассмотрен инвестиционный план и календарный план, в рамках которого представлена расценка этапов проекта. Далее обозначен расчёт ставки дисконтирования, которая составила 17,16%. В отдельном параграфе рассмотрены показатели эффективности проекта. Чистый дисконтированный доход за период реализации проекта составил 801 995 рублей, индекс доходности инвестиций 1,47. Простой срок окупаемости по проекту составил 1 247 дня. Все исследуемые показатели эффективности мероприятия свидетельствуют о том, что проект стоит принимать. Анализ чувствительности показал, что при изменении переменных чистый дисконтированный доход не принимает отрицательных значений. Анализ безубыточности выявил, что предприятие имеет хороший запас финансовой прочности, который составил 79,28%, что благоприятно для предприятия. По всем рассчитанным показателям рассматриваемый инвестиционный проект экономически эффективен, и принесет прибыль, и, следовательно, может быть рекомендован для реализации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе выполнения работы использованы следующие методы: PEST-анализ, анализ конкурентных сил, SWOT-анализ, горизонтальный и вертикальный анализы, анализ ликвидности, анализ финансовой устойчивости, анализ деловой активности.

По итогам первого раздела работы выявлено, что финансовым состоянием предприятия понимается способность предприятия финансировать свою деятельность. Рассмотрена система показателей оценки финансового состояния предприятия.

Во втором разделе проведен анализ факторов макросреды, анализ отрасли и конкуренции, анализ внутренней среды. Анализа макроэкономического окружения позволяет нам проследить степень влияния конкретных макроэкономических факторов и понять, какая группа факторов является наиболее влиятельным. По итогам анализа можно сказать, что наиболее влиятельными факторами являются технологические.

Из анализа микроэкономического окружения следует, что наиболее влиятельными факторами являются те, которые непосредственно связаны с конкурентной борьбой. Наименее же значимыми факторами являются факторы поставщиков, это связано с затруднительной сменой первых из-за выстроенных взаимоотношений.

Внутренний анализ создал базу для проведения SWOT-анализа в области сильных и слабых сторон организации. Анализ проводился по структурно-функциональной методике и выявил слабые стороны организации. Бальная оценка сторон показала наиболее значимую слабую сторону, которая связана с хищением рекламных материалов с конструкций.

На основе SWOT-анализ данного анализа были выявлены решения по улучшению состояния организации. Исходя из комплексного стратегического анализа ор-

ганизации, следует, что приоритетным решением для компании является внедрение новых технологий при проведении монтажных работ. Данное решение позволит снизить непроизводственные издержки предприятия.

По результатам финансово-экономического анализа состояния организации определено, что для всех рассмотренных периодов с 2014 по 2016 гг. баланс АО «Элис» является абсолютно ликвидными.

В результате анализа финансовой устойчивости было выявлено, что большинство коэффициентов, определяющих финансовую устойчивость предприятия намного выше нормативных значений, в связи, с чем можно сделать вывод о том, что деловая активность предприятия не значительна.

Результаты проведенной оценки показателей ликвидности предприятия свидетельствуют о высоком уровне ликвидности предприятия, но все, же нужно отметить снижение коэффициентов с начала анализируемого периода к концу периода.

Оценка рентабельности предприятия позволила определить и сделать выводы о неэффективности производства и реализации продукции, активов, капитала. Снижение эффективности производства и реализации продукции связано с уменьшением прибыли в 2016 году.

По итогам стратегического анализа мы выяснили, что слабой стороной АО «Элис» является проблема недостаточно надежного крепление рекламных материалов. Приоритетным решением вышеуказанной слабой стороны для компании является внедрение новых технологий при проведении монтажных работ. Данное решение позвонит АО «Элис» сократить непроизводственные издержки, вследствие чего увеличится, прибыль предприятия и повысятся финансовые показатели.

В третьем разделе проведено сопоставление стратегической позиции предприятия и результатов финансового анализа, в результате чего выявлено необходимым принять выделенное в результате SWOT-анализа мероприятие по сокращению непроизводственных издержек.



Определено, что для осуществления проекта необходимы инвестиции в размере 4 050 000 рублей. Данные денежные средства будут получены в результате реализации старых рекламных конструкций и собственных средств.

Рассмотрен инвестиционный план и календарный план, в рамках которого представлена расценка этапов проекта. Далее обозначен расчёт ставки дисконтирования, которая составила 17,16%.

При оценке экономической эффективности мероприятия представлен исходный прогноз потоков денежных средств проекта.

В отдельном параграфе рассмотрены показатели эффективности проекта. Чистый дисконтированный доход за период реализации проекта составил 801 995 рублей, индекс доходности инвестиций 1,47. Простой срок окупаемости по проекту составил 1 247 дней. Все исследуемые показатели эффективности мероприятия свидетельствуют о том, что проект стоит принимать.

Анализ чувствительности показал, что при изменении переменных чистый дисконтированный доход не принимает отрицательных значений.

Анализ безубыточности выявил, что предприятие имеет хороший запас финансовой прочности, который составил 79,28%, что благоприятно для предприятия.

По всем рассчитанным показателям рассматриваемый инвестиционный проект экономически эффективен, и принесет прибыль, хоть и не большую. Но тем не менее проект следует принять, так как с ликвидацией краж рекламных материалов:

- а) сократятся непроизводственные издержки;
- б) повысится имидж компании на рынке рекламных услуг.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексеева А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В., Малеева и др. – М.: Финансы и статистика, 2006. - 672 с.
2. Арентино, П. Система контроля над финансовыми потоками // Консультант. – 2010. – №21. – С.12.
3. Баканов, М. И. Теория экономического анализа / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – М.: «Финансы и статистика», 2011. – 392с.
4. Бочаров В. В. Финансовый анализ. Краткий курс. 2-е изд./ Бочаров В. В. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.: ил.
5. Васильченко, Н.Г. Современная система управления предприятием (Учебно-практическое пособие) / Н.Г. Васильченко. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез» совместно с ООО «Журнал «Управление персоналом», 2010. – 263с.
6. Донцова Л.В. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие. 2-е изд./ Донцова Л.В., Никифорова Н.А. – М.: Дело и сервис. – 2009. - 336 с.
7. Ефимова, О.В. Финансовый анализ / О.В. Ефимова. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2012. – 528 с.
8. Ефимова, О.В. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / О.В. Ефимовой, М.В. Мельник. – М.: Омега-Л, 2011. – 408 с.
9. Котлер. Ф. Основы маркетинга Краткий курс: Пер с англ./ Котлер. Ф. - М Издательский дом "Вильяме", 2007 - 656 с ил.
10. Леденев, Е.Е. Методика проведения SWOT-анализа / Е.Е. Леденев. - Пермь: РМЦПК. – 2011. – 311с.
11. Мескон М. Х., Основы менеджмента: пер. с англ. / Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: «Вильямс», 2006.
12. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ./ Портер М.Е. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 454 с.

13. Приказ Минфина России от 02.07.2010 № 66н (ред. от 06.04.2015) // КонсультантПлюс.
14. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий: 7-е изд., перераб. и доп. / Г. В. Савицкая. – Минск: ООО «Новое знание», 2011. – 703с.
15. Селезнева Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами: учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 639 с.
16. Устав АО «Элис», 2010.- 17 с.
17. Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М. – 2011. – 415 с.
18. [www.wikipedia.org/wiki/](http://www.wikipedia.org/wiki/)
19. [www.scrollerm2.ru/siti-formart](http://www.scrollerm2.ru/siti-formart)
20. [www.outdoor.icu-agency.ru/reklamnye-nositeli/yunipol.html](http://www.outdoor.icu-agency.ru/reklamnye-nositeli/yunipol.html)
21. [www.sberbank.ru/ru/person](http://www.sberbank.ru/ru/person)
22. [www.uralsibenter.ru](http://www.uralsibenter.ru)

**ПРИЛОЖЕНИЕ**  
**ПРИЛОЖЕНИЕ А**  
**Бухгалтерский баланс**

Таблица А.1 – Бухгалтерский баланс

В тысячах рублей

Пояснения	Наименование показателя	На 31 декабря 2016 года	На 31 декабря 2015 года	На 31 декабря 2014 года
	<b>АКТИВ</b>			
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
	Нематериальные активы	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	-	-	-
	Материальные поисковые активы	-	-	-
	Основные средства	38 986	31 236	24 977
	Доходные вложения в материальные ценности	-	-	-
	Финансовые вложения	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	47	30	-
	Прочие внеоборотные активы	47	72	98
	Итого по разделу I	39 080	31 338	25 075
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
	Запасы	4 261	4 710	3 938
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	-	-	-
	Дебиторская задолженность	34 244	27 787	30 443
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	153 599	145 643	93 683
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1 247	1 664	12 860
	Прочие оборотные активы	497	254	239
	Итого по разделу II	193 848	180 058	141 163
	<b>БАЛАНС</b>	<b>232 928</b>	<b>211 396</b>	<b>166 238</b>

## Окончание таблицы А.1

Пояснения	Наименование показателя	На 31 декабря 2016 года	На 31 декабря 2015 года	На 31 декабря 2014 года
	<b>ПАССИВ</b>			
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ <sup>6</sup></b>			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	-	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	-	-	-
	Резервный капитал	2	2	2
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	206 843	188 446	150 736
	Итого по разделу III	206 855	188 458	150 756
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
	Заемные средства	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	-	-	-
	Оценочные обязательства	-	-	-
	Прочие обязательства	-	-	-
	Итого по разделу IV	-	-	-
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
	Заемные средства	8 762	9 813	5 810
	Кредиторская задолженность	16 860	12 743	9 672
	Доходы будущих периодов	-	-	-
	Оценочные обязательства	451	382	-
	Прочие обязательства	-	-	-
	Итого по разделу V	26 073	22 938	15 482
	<b>БАЛАНС</b>	232 928	211 396	166 238

**ПРИЛОЖЕНИЯ Б**  
**Отчёт о финансовых результатах**

Таблица Б.1 – Отчёт о финансовых результатах

В тысячах **рублей**

Пояснения	Наименование показателя	Январь- За Декабрь	Январь- За Декабрь
		20 <u>16</u> г.	20 <u>15</u> г.
	Выручка	88 980	109 768
	Себестоимость продаж	( 68 390 )	( 57 171 )
	Валовая прибыль (убыток)	20 590	52 597
	Коммерческие расходы	( - )	( - )
	Управленческие расходы	( - )	( - )
	Прибыль (убыток) от продаж	20 590	52 597
	Доходы от участия в других организациях	-	-
	Проценты к получению	1 759	2 065
	Проценты к уплате	( - )	( - )
	Прочие доходы	529	1 503
	Прочие расходы	( 835 )	( 14 721 )
	Прибыль (убыток) до налогообложения	22 043	41 883
	Текущий налог на прибыль	( - )	( 125 )
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	1 311	95
	Изменение отложенных налоговых обязательств	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	17	30
	Прочее	3 663	4 086
	Чистая прибыль (убыток)	18 397	37 702

## Окончание таблицы Б.1

Пояснения	Наименование показателя	Январь-	Январь-
		За <u>Декабрь</u>	За <u>Декабрь</u>
		20 <u>16</u> г.	20 <u>15</u> г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	-	-
	Совокупный финансовый результат периода <sup>б</sup>	18 397	37 702
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	-	-

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Кэш-фло по мероприятию

Наименование статьи	янв.17	фев.17	мар.17	апр.17	май.17	июн.17	июл.17	авг.17	сен.17	окт.17	ноя.17	дек.17	2018 год	2019 год	2020 год
<b>Операционная деятельность</b>															
Притоки по операционной деятельности, в том числе				51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	622 000	622 000	622 000
- выручка от проекта				51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	51 833,33	622 000	622 000	622 000
Оттоки по операционной деятельности, в том числе	45 000	45 000	45 000	15 561,11	15 561,11	15 561,11	15 561,11	15 561,11	15 561,11	15 561,11	15 561,11	15 561,11	182 050	182 050	182 050
- переменные затраты	45 000	45 000	45 000	6 111,11	6 111,11	6 111,11	6 111,11	6 111,11	6 111,11	6 111,11	6 111,11	6 111,11	70 000	70 000	70 000
- постоянные затраты				9 450	9 450	9 450	9 450	9 450	9 450	9 450	9 450	9 450	112 050	112 050	112 050
Кэш-фло по операционной деятельности	-45 000	-45 000	-45 000	36 272,22	36 272,22	36 272,22	36 272,22	36 272,22	36 272,22	36 272,22	36 272,22	36 272,22	439 950	439 950	439 950
<b>Инвестиционная деятельность</b>															
Притоки по инвестиционной деятельности, в том числе			2 500 000												
- продажа активов			2 500 000												
Оттоки по инвестиционной деятельности, в том числе:			-4 050 000												
- приобретение основных средств			-4 050 000												
Кэш-фло по инвестиционной деятельности			-1 550 000												
<b>Финансовая деятельность</b>															
Притоки по финансовой деятельности	1 700 000														
Собственные средства	1 700 000														
Оттоки по финансовой деятельности															
Кэш-фло по финансовой деятельности	1 700 000														
Баланс наличности на начало года	1 700 000	1 655 000	1 610 000	15 000	51 272,22	87 554,44	123 826,66	160 098,88	196 371,10	232 643,32	268 915,54	305 187,76	341 459,98	781 410	1 221 360
Баланс наличности на конец года	1 655 000	1 610 000	15 000	51 272,22	87 554,44	123 826,66	160 098,88	196 371,10	232 643,32	268 915,54	305 187,76	341 459,98	781 409,98	1 221 360	1 661 310

Рисунок В.1 – Кэш-фло по мероприятию