

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 «Логистика и экономика торговли»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
_____ А.Б. Левина
_____ 2018 г.

Организация закупочной деятельности предприятия ЗАО «КМЭЗ» на базе
электронных торгов

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–38.03.06.2018.988.ПЗ ВКР

Руководитель работы, к.э.н.,
доцент
_____ Э.Х. Таипова
_____ 2018 г.

Автор работы
студент группы ЭУ-420
_____ В.С. Киселева
_____ 2018 г.

Нормоконтроль, ст. преподаватель
_____ Ю.С. Якунина
_____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Киселева В.С. Организация закупочной деятельности предприятия ЗАО «КМЭЗ» на базе электронных торгов. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-420. – 91 с., 16 ил., 20 табл., библиогр. список – 41 наим., 3 прил.

В выпускной квалификационной работе на основе анализа закупочной деятельности промышленного предприятия ЗАО «КМЭЗ» предложен план мероприятий по повышению эффективности закупочной деятельности с помощью внедрения электронных торгов.

Финансовый анализ выполнен по документам бухгалтерской отчетности ЗАО «КМЭЗ» за 2015–2017 гг. Он учитывает экономическую динамику финансовых результатов, включает анализ влияния факторов на рентабельность предприятия.

Предлагаемые мероприятия по повышению эффективности закупочной деятельности с помощью внедрения электронных торгов на предприятие ЗАО «КМЭЗ» опираются на результаты закупочной деятельности предприятия.

Рассчитаны затраты на осуществление мероприятий и обоснована экономическая оценка от внедрения мероприятий выпускной квалификационной работы.

Результаты выпускной квалификационной работы имеют практическую ценность для предприятия ЗАО «КМЭЗ».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА БАЗЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВ	8
1.1 Сущность и специфика закупочной деятельности на промышленном предприятии.....	8
1.2 Способы, методы и виды закупок на промышленном предприятии	19
1.3 Методы оценки эффективности закупочной деятельности на базе электронных торгов	28
1.4 Зарубежный и отечественный опыт закупочной деятельности на базе электронных торгов	32
2 ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «КМЭЗ».....	38
2.1 Организационно-экономическая характеристика ЗАО «КМЭЗ».....	38
2.2 Анализ коммерческой деятельности ЗАО «КМЭЗ»	46
2.3 Анализ закупочной деятельности ЗАО «КМЭЗ».....	51
3 ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «КМЭЗ»	65
3.1 Разработка мер по совершенствованию закупочной деятельности с помощью внедрения электронных торгов.....	65
3.2 Экономический эффект от предложенного проекта мероприятий.....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	78
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	81
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Организационная структура ЗАО «КМЭЗ»	85
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Бухгалтерский баланс ЗАО «КМЭЗ»	86
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Отчет о финансовых результатах ЗАО «КМЭЗ».....	90

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время главными задачами для промышленных предприятий являются повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции, а также адаптация и быстрое реагирование на возникающие со стороны внешней среды изменения.

Обеспечение эффективного функционирования промышленного предприятия во многом определяется его закупочной деятельностью, в том числе ритмичностью, надежностью и согласованностью процесса организации закупок.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что закупки являются одной из главных составляющей в повышении конкурентоспособности и эффективности предприятия, так как именно в них сосредоточена наибольшая часть затрат в себестоимости готовой продукции.

Уменьшение затрат в закупочной деятельности является одним из способов повышения эффективности деятельности предприятия. Данное преимущество может достигаться с помощью внедрения информационных технологий, а именно внедрения электронных торгов.

Закупочная деятельность направлена на то, чтобы предприятие своевременно получало необходимое по количеству и качеству сырье, материалы, товары и услуги в нужное время, в нужном месте, от надежного и добросовестного поставщика, с хорошим сервисом и по выгодной цене.

Электронные торги в России имеют тенденцию к росту, поскольку многие предприятия, используя данный метод закупки, выделяют преимущества по сравнению с традиционным бумажным методом. Происходит экономия финансовых ресурсов, а также меньше трудовых затрат и времени на поиск оптимального поставщика и непосредственно осуществлению закупки.

Количество электронных торговых площадок, на которых встречаются как поставщик, так и заказчик, с каждым годом становится все больше. Это объясняется тем, что благодаря электронным закупкам предприятия могут

наиболее эффективно и за короткий срок выбрать нужного поставщика, а также сократить затраты на закупку материальных ресурсов благодаря разнице между начальной и конечной ценой договора. С внедрением электронных торгов повышается открытость и прозрачность процедуры закупки.

Цель выпускной квалификационной работы – совершенствование закупочной деятельности ЗАО «КМЭЗ» с помощью внедрения электронных торгов.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты закупочной деятельности на базе электронных торгов;
- провести анализ закупочной деятельности предприятия;
- разработать мероприятия по внедрению электронных торгов на предприятии, а также обосновать их экономическую эффективность.

Предметом выпускной квалификационной работы является закупочная деятельность предприятия ЗАО «Кыштымский медеэлектролитный завод».

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является промышленное предприятие ЗАО «Кыштымский медеэлектролитный завод».

Выпускная квалификационная работа состоит из аннотации, введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

В первом разделе содержатся теоретические аспекты закупочной деятельности предприятия на базе электронных торгов; рассматривается сущность и специфика закупочной деятельности на промышленном предприятии; исследована методика ее оценки; приведена классификация видов, методов и способов закупки на промышленном предприятии, а также проведено сравнение отечественного и зарубежного опыта закупочной деятельности с помощью электронных торгов.

Во втором разделе выпускной квалификационной работы содержится: организационно-экономическая характеристика предприятия, в которой содержится описание организационной структуры предприятия, а также анализ

основных финансовых показателей; анализ коммерческой деятельности; подробно рассмотрен анализ закупочной деятельности, в результате которого выделены основания для внедрения на предприятие закупок с помощью электронных торгов.

В третьем разделе предложены рекомендации по совершенствованию закупочной деятельности предприятия посредством внедрения электронных торгов, а также проведены расчеты экономической эффективности от внедрения мероприятий.

Теоретической основой данной выпускной квалификационной работы являются работы в сфере закупочной деятельности предприятия, а именно: Б.А. Аникина, А.М. Гаджинского, М. Джиллингем, К. Лайсонс, Т.А. Родкиной, Д. Уотерс, Л.Р. Храмцова, Д.В. Чернова

В заключении сделаны обобщающие выводы по проведенной работе.

Информационную базу выпускной квалификационной работы составили: результаты исследований, содержащиеся в работах отечественных и зарубежных экономистов; материалы периодических специальных изданий; справочные материалы, а также показатели финансовой деятельности предприятия ЗАО «КМЭЗ».

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА БАЗЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВ

1.1 Сущность и специфика закупочной деятельности на промышленном предприятии

Для успешного функционирования промышленных предприятий важна эффективная организация закупочной деятельности.

Закупочная деятельность означает процесс, выполняемый организационной единицей, которая в качестве функций отвечает за получение материалов требуемого качества в требуемом количестве, в требуемое время и по требуемой цене, за управление поставщиками, тем самым внося свой вклад в конкурентное преимущество предприятия и реализацию корпоративной стратегии [16].

В зарубежной практике для определения сферы деятельности по обеспечению фирмы материальными ресурсами или готовой продукцией используют понятия «Purchasing». Этот термин переводится как «закупки» [19].

Лайсонс К. и Джиллингем М. рассматривают закупочную деятельность с различных точек зрения: как функцию, как процесс, как цепь поставок или цепь издержек, как учебную дисциплину и направление профессиональной деятельности [22].

В отличие от зарубежных авторов в российском понимании термин «закупки» носит более широкий смысл и практически заменяет термин «снабжение». Это может быть связано с различиями в переводе, а также с относительно менее развитой практикой организации закупочной деятельности на российских предприятиях. Наиболее четкое определение данному понятию дают Аникин Б.А., Родкина Т.А: «Закупки – деятельность торгового или промышленного предприятия, направленная на приобретение, концентрацию и движение ресурсов, а также контроль и регулирование данных процессов с целью дальнейшей переработки, перепродажи или потребления этих ресурсов» [1].

Для лучшего понимания отличия между определениями «закупок» зарубежных и отечественных авторов обратимся к таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Трактовки понятия «закупки» различными авторами

Автор	Трактовка понятия «закупки»
Лайсонс К. и Джиллингем М.	«Закупки как функция – это снабжение требующимися предметами в любых их видах, закупки как процесс – это совокупность субпроцессов или этапов, направленных на достижение результатов. Закупочная деятельность в цепи поставок является звеном в последовательности процессов, при помощи которых проекты и ресурсы трансформируются в готовую продукцию, удовлетворяющую запросы покупателей» [22].
Уотерс Д. Логистика.	«Закупки – это функция, отвечающая за приобретение всех материалов, необходимых организации» [35]. «Закупки обеспечивают механизм, инициирующий и контролирующий материальный поток через цепь поставок» [35]. Требует: – создания надежного и непрерывного материального потока; – тесного взаимодействия с подразделениями, использующими закупаемые материалы; – поиска и взаимодействия с поставщиками на взаимовыгодной основе; – закупок необходимых материалов и гарантия того, что они имеют приемлемое качество; – создания небольших запасов и проведение подходящей политики запасов и инвестиций в них; – быстрого перемещения материалов через цепи поставок. Главная цель – гарантировать, чтобы организация имела надежную поставку материалов «Закупки инициируют каждое перемещение» «По существу – это сообщение, которое организация отправляет поставщику, заявляя: мы договорились об условиях, поэтому отправляйте к нам материалы, а мы их вам оплатим»
Аникин Б.А., Родкина Т.А	«Закупки – деятельность торгового или промышленного предприятия, направленная на приобретение, концентрацию и движение ресурсов, а также контроль и регулирование данных процессов с целью дальнейшей переработки, перепродажи или потребления этих ресурсов» [1].
Гаджинский А.М.	«Закупка – подсистема, которая обеспечивает поступление материального потока в логистическую систему»[11].

Можно сказать, что каждый зарубежный или отечественный автор имеет свое представление о закупках и трактует это понятие по-своему.

Роль закупочной деятельности промышленного предприятия определяют следующие факторы:

- изменение доли затрат на закупаемые материалы в общем объеме затрат предприятия;
- техническая сложность закупаемых продуктов и компонентов;
- изменение ассортимента производимой продукции, которую производит промышленное предприятие;
- увеличение конкуренции в конкретной отрасли;
- расширение практики использования конкурентных закупок;
- внедрение современных технологий в процесс закупки;
- выделение предприятиями определенных надежных поставщиков [4].

Грамотно организованные закупки, прежде всего, уменьшают риск убытков. Убытки предприятия, которые связаны с отсутствием необходимых материалов и компонентов могут возникнуть из-за неэффективной закупочной деятельности, например, из-за нарушений сроков и (или) условий поставки.

При организации закупок важную роль играет качество закупаемых материалов, так как именно от них зависят потребительские свойства производимой продукции, которая непосредственно влияет на прибыль предприятия.

Выделяют следующие функции закупок:

- обеспечение непрерывного потока сырья, комплектующих, а также своевременного предоставления услуг, необходимых для эффективной работы предприятия;
- минимизирование расходов, которые связаны с запасами для того, чтобы обеспечить непрерывный поток материальных ресурсов;
- поддержание и повышение качества производимой продукции, которая должна отвечать необходимым требованиям и стандартам;

– поиск добросовестных и надежных поставщиков. Эффективность закупочной деятельности зависит от способности выгодно взаимодействовать с поставщиками, а также постоянно улучшать деловые отношения с ними;

– соблюдение принципа «цена-качество» в процессе закупки;

– закупки на промышленном предприятии всегда проходят с использованием большого количества оборотных средств, следовательно, необходимы материальные ресурсы с небольшой стоимостью, но с сохранением нужного уровня качества и количества;

– повышение конкурентоспособности. Одним из факторов конкурентоспособности предприятия является способность контроля всех расходов связанных с закупками, а также временных параметров для того, чтобы избежать неприбыльной деятельности;

– эффективное взаимодействие с другими функциональными подразделениями предприятия: отделом технического контроля, бухгалтерией, производственным отделом, отделом маркетинга и т.д.;

– снижение административных расходов. Административные расходы отдела закупок будут очень высокими, если нерационально организовывать закупочную деятельность [15].

В процессе обеспечения предприятия определяются вопросы – что, сколько, у кого, на каких условиях закупить. Этот круг вопросов определяют задачи, которые представлены в схеме ниже (рисунок 1.1).



Рисунок 1.1 – Задачи закупочной деятельности

Определение потребности в материальных ресурсах. Для определения потребности происходит разработка планов-графиков и спецификации на каждую позицию номенклатуры.

Исследование рынка закупок. Данный процесс начинается с анализа поведения рынка поставщиков, следующим этапом является оценка всех возможных источников нужных материалов, и анализ соответствующих рисков.

Выбор поставщиков. Включает поиск информации о поставщиках, создание банка данных о поставщиках, поиск оптимального поставщика, оценку результатов работы с выбранными поставщиками [8].

Осуществление закупок. Реализация данной функции начинается с проведения переговоров, которые должны завершиться оформлением договорных отношений, т.е. заключением контракта. Осуществление закупок включает в себя выбор метода закупок, разработку условий поставки и оплаты, а также организацию транспортировки материальных ресурсов..

Контроль поставок. Контроль поставок включает в себя учет количества брака, отслеживание сроков поставки (количество ранних поставок или опозданий), отслеживание сроков оформления заказа, сроков транспортировки, а также контроль состояния запасов материальных ресурсов [25].

Подготовка бюджета закупок. Существенной частью закупочной деятельности являются экономические расчеты, так как необходимо точно знать, во что обходятся те или иные работы и решения. При этом определяют следующие виды затрат:

- затраты на транспортировку, экспедирование и страхование;
- затраты на грузопереработку;
- затраты по контролю за соблюдением условий договора поставки;
- затраты на приемку и проверку материальных ресурсов;
- затраты на поиск информации о потенциальных поставщиках [14].

Координация и системная взаимосвязь закупок с производством, сбытом, складированием и транспортированием, а также с поставщиками. Это специфическая задача закупочной логистики, решаемая, как было отмечено выше, посредством организации системной взаимосвязи закупок с производством и сбытом, а также тесных связей с поставщиками в области планирования, экономики, техники и технологии [23].

Источниками информации для анализа закупочной деятельности являются: план материально-технического снабжения, заявки, спецификации, договоры на поставку сырья и материалов, плановые и отчетные калькуляции себестоимости выпускаемых изделий, данные о нормативах и нормах расходов материальных ресурсов [20].

Перед тем как осуществлять непосредственно закупки для нужд предприятия необходимо определить потребность в материально-технических ресурсах.

Потребности предприятий в материальных ресурсах могут быть определены различными методами. Наиболее точным является метод прямого счета [3]. В этом случае потребность в материалах определяется путем умножения запланированного объема производства в учетных единицах измерения на удельную норму расхода материала в натуральных единицах измерения, т.е. по формуле (1):

$$M_{пл} = \sum_1^n H_m \times N_{пл}, \quad (1)$$

где n – количество изделий, видов продукции, на изготовление которых расходуется данный материал;

$M_{пл}$ – потребность в материалах;

$N_{пл}$ – запланированный объем производства;

H_m – удельная норма расхода материала [33].

Наиболее распространенным является прямой подетальный метод. Общая потребность в материалах определяется путем суммирования произведений подетальных норм его расхода на запланированный объем производства отдельных деталей, т.е. по формуле (2):

$$M_{пл} = \sum_1^n H_d \times N_d, \quad (2)$$

где H_d – норма расхода материала на одну деталь;

N_d – годовой плановый объем производства деталей;

n – количество деталей, для изготовления которых необходим данный материал [38].

Метод расчета потребности в материалах по аналогии применяется при планировании изготовления новых видов продукции, на которые еще не установлены нормы расхода.

С помощью поправочного коэффициента, учитывающего особенности данной продукции, норма расхода материала может быть скорректирована. Расчет потребности в материале в этом случае может быть выполнен по формуле (3):

$$M_{пл} = N_{ан} \times N_{ан} \times K_m, \quad (3)$$

где $N_{ан}$ – запланированный объем производства продукции-аналога;

$N_{ан}$ – норма расхода материалов на базовое, аналогичное изделие;

K_m – поправочный коэффициент [33].

На сегодняшний день одно из универсальных решений, которое способствует сокращению издержек и автоматизации производства – переход закупочной деятельности промышленных предприятий в электронную форму [14].

Электронные торги – это торги, которые проводятся негосударственными компаниями (коммерческими заказчиками), где одна и та же компания может выступать как продавцом, так и покупателем.

Электронные торги происходят на специальных электронных торговых площадках (ЭТП). ЭТП – это программно-аппаратный комплекс организационных, информационных и технических решений, обеспечивающих взаимодействие продавца и покупателя через электронные каналы связи [28].

Одним из главных преимуществ электронных торгов является сокращение уровня издержек, но кроме данного положительного момента существуют следующие:

– это самый оперативный способ организации торгов, в котором могут принимать участие все поставщики соответствующих товаров и услуг вне зависимости от организационно-правовой формы и географического положения;

– второе преимущество торгов в электронном виде заключается в том, что первые части заявки не содержат данных о поставщике, что обеспечивает объективность и непредвзятость организаторов при выборе победителя;

– все шаги участников – заказчика, поставщиков и оператора – фиксируется;

– следующее преимущество – удобство проведения торгов не выходя из офиса, а также быстрота получения информации о текущих предложениях поставщиков в режиме реального времени;

– честность торгов. Поставщики на сайте выставляются под номерами – анонимно. Лишь по окончании электронных торгов оглашается имя победителя. Это обеспечивает полную непредвзятость заказчика [10].

Все эти преимущества позволяют обеспечить эффективную деятельность, как предприятий-заказчиков, так и предприятий-поставщиков, а также качественно оценить предложения соответствующих рынков.

В последние два года в России стали активно использовать данную форму закупочной деятельности промышленные предприятия такие как:

- Мечел;
- ММК;
- Ашинский металлургический завод;
- ЧТПЗ;
- Энгельсский трубный завод;
- Челябинский электрометаллургический комбинат;
- Уральский завод спецсталей;
- Ключевский завод ферросплавов [40].

Если говорить о конкретно отрасли промышленности, которая наиболее часто использует электронные закупки, то это отрасль металлургии [7].

По данным статистики, объем рынка электронных торгов растет на 25-30 % в год. Количество торгов в отрасли металлургии увеличились более чем в 2 раза [41].

Примеры закупок в электронной форме для нескольких металлургических предприятий представлены в таблице 1.1 [7].

Таблица 1.1 – Пример закупок предприятий в электронной форме

Организатор	Тематика закупки	Сумма, млн. руб.	Комментарий
1. ООО «Мечел-Инжиниринг»	Внешнее электроснабжение	19,9	В процессе торгов цена сократилась с 29,6 до 19,9 млн. руб.
2. ООО «Мечел-энерго»	Поставка персональных компьютеров	2,8	В торгах принимали участие 20 компаний
3. ОАО «Челябинский электрометаллургический комбинат»	Закупка ферросплавов	110	Пример закупки на большую сумму

Данная таблица показывает, что электронные торги позволяют предприятиям снизить закупочную цену, привлечь большое количество компаний, среди которых выбирается наиболее подходящие для сотрудничества поставщики, а также можно сказать, что с помощью электронных торгов проводятся сделки на крупную сумму, что говорит о безопасности данного способа закупок.

Видов товаров и материалов, закупаемых металлургическими предприятиями достаточно много. Структуру всех электронных закупок можно представить в виде диаграммы (рисунок 1.2).

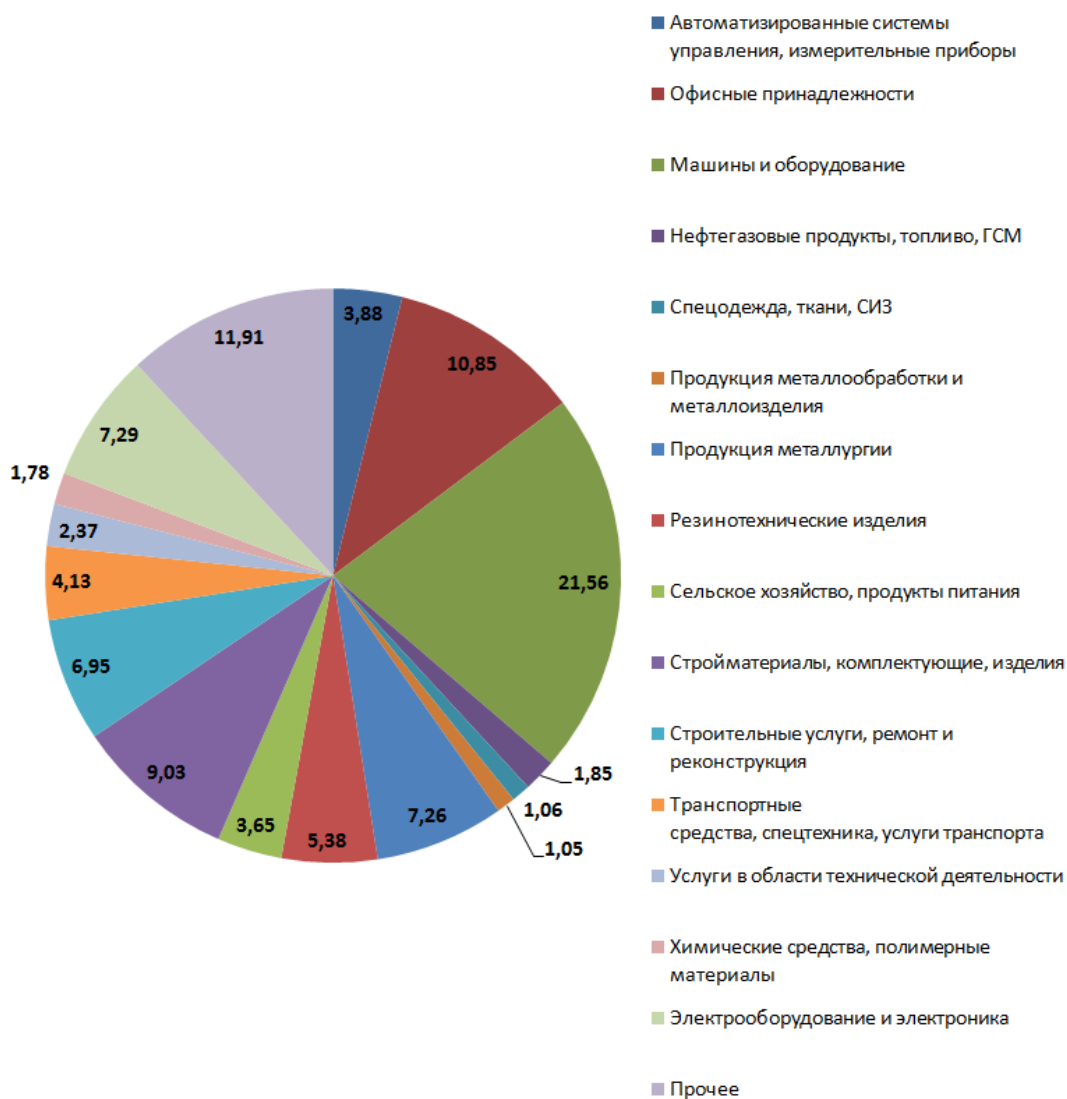


Рисунок 1.2 – Структура закупок в электронной форме [7]

По данной диаграмме, представленной на рисунке 1.2, можно сделать вывод, что предприятия металлургической отрасли с помощью электронных торгов закупают в большей степени машины и оборудование, офисные принадлежности, строительные материалы и комплектующие, электрооборудование и электронику.

В данном разделе были рассмотрены основы организации закупочной деятельности на промышленных предприятиях. Данное изучение позволило сделать ряд выводов.

Закупочная деятельность имеет большое значение в организации и функционировании предприятия. Без обеспечения предприятия материально-техническими ресурсами невозможно производство продукции, соответственно невозможна дальнейшая реализация и получение прибыли [13].

Также благодаря закупочной деятельности на производство поступают качественные материалы и комплектующие. Этому способствует тщательный отбор добросовестных поставщиков, а также соблюдение принципа «цена-качество» [24].

Чтобы облегчить и ускорить закупочную деятельность, предприятия вводят автоматизированные процессы – это закупки в электронной форме. Данный вид широко распространен и позволяет наиболее эффективно проводить закупки, экономя при этом финансовые, трудовые, а также время на поиск поставщиков и заключение с ним договора на поставку.

Таким образом, можно сделать вывод, что закупочная деятельность – это комплексное и многогранное понятие, которое имеет множество функций и обеспечивает бесперебойное производство на предприятии.

1.2 Способы, методы и виды закупок на промышленном предприятии

Все способы закупок можно разделить на две группы – конкурентные и неконкурентные [28]. Структуру каждой группы закупок можно представить в виде схемы (рисунок 1.3).

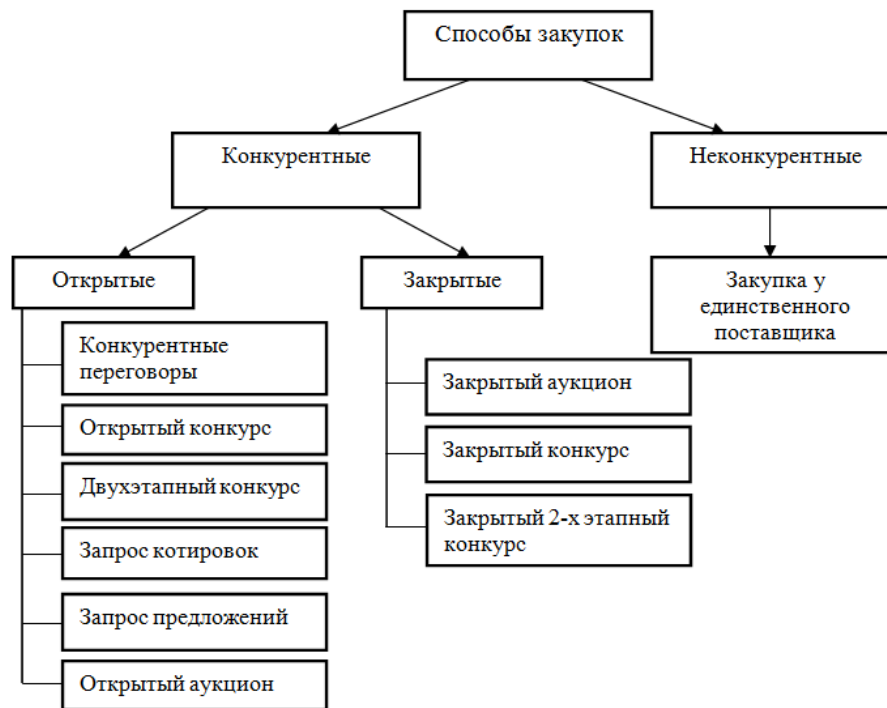


Рисунок 1.3 – Способы закупок на предприятии

Чаще всего закупка из единственного источника (или прямое заключение контракта) используется в случаях:

- отсутствия конкуренции, когда требуемый заказчику продукт предоставляется только одним поставщиком, или оборудование запатентовано и может быть приобретено только из единственного источника;
- при превышении спроса над предложением;
- продления ранее заключенного контракта, если подобная возможность в нем изначально предусматривалась, и продолжение сотрудничества с данным поставщиком по-прежнему целесообразно;
- дополнительных закупок у первоначального поставщика, обусловленных стандартизацией оборудования или запчастей, совместимых с ранее приобретенным оборудованием, при условиях не превышения общей цены дополнительной закупки стоимости основной.

Конкурентные переговоры (без проведения торгов), при котором заказчик проводит переговоры с поставщиками (подрядчиками, исполнителями), выявляет участника, предложившего лучшие условия исполнения договора, и заключает с ним договор. Переговоры могут проводиться в отношении различных требований заказчика и любых предложений участников, касающихся свойств и характеристик товаров, условий выполнения работ и оказания услуг, условий и формы договора и оплаты.

В открытых конкурсах могут участвовать любые правомочные поставщики, но если число поставщиков продукции ограничено, или же речь идет о сложном проекте, выполнить который может только высококвалифицированный поставщик, проводятся закрытые конкурсы, в которых участвуют только компании, специально приглашенные организатором конкурса. Закрытые конкурсы также проводятся при закупках продукции, связанных с обеспечением безопасности.

Двухэтапный конкурс проводится обычно в случаях, когда:

- заказчику необходимо провести переговоры с поставщиками в целях определения их возможности обеспечить выполнение контракта;
- нет возможности составить достаточно подробные технические спецификации товаров или работ, определить характеристики услуг и поэтому необходимо предварительное изучение существующих на рынке предложений;
- закупается оборудование, техническое совершенствование которого происходит быстрыми темпами, и заказчик может не иметь полной информации о самых последних разработках, например, при приобретении крупных компьютерных систем или систем связи;
- закупаются сложные товары (работы, услуги) [21].

Этот способ применяется при покупке определенного товара или услуги путем открытых торгов. Этим путем может приобретаться компьютерная техника, канцелярские товары или сдаваться производственные и офисные помещения. Основным достоинством способа запроса котировок является его оперативность – всю процедуру закупок в идеале можно провести за один день. Как правило, в результате запроса котировок удается достигнуть незначительного уровня экономии средств заказчика.

Данная процедура применяется также в случаях, когда заказчику известна цель закупки, но не вполне понятны способы ее достижения, и он хочет запросить варианты решения своей проблемы у поставщика.

Аукцион уместно проводить в ситуации, когда заказчик четко определился, товар какого качества и с какими сроками поставки он будет закупать, и цель проведения процедуры – закупить этот товар по наименьшей цене. Главный этап проведения аукциона – это торги, когда участники в режиме реального времени подают свои ценовые предложения. Торги завершаются, если в течение определенного времени больше не поступило ставок. Есть и другой вариант завершения этого этапа – длительность торгов может ограничиваться заранее установленным временем [21].

Победителем в аукционе становится допущенный участник с наилучшим ценовым предложением.

Аукционы могут проходить также в электронной форме на специальных электронных торговых площадках.

Коммерческие электронные торговые площадки в России делятся на 2 типа:

- специализированные электронные торговые площадки, созданные под нужды определенного предприятия.

- многопрофильные электронные торговые площадки, на которых представлен более широкий спектр продукции и услуг, чем на специализированных ЭТП [39].

Электронные торговые площадки выполняют следующие функции (рисунок 1.4).

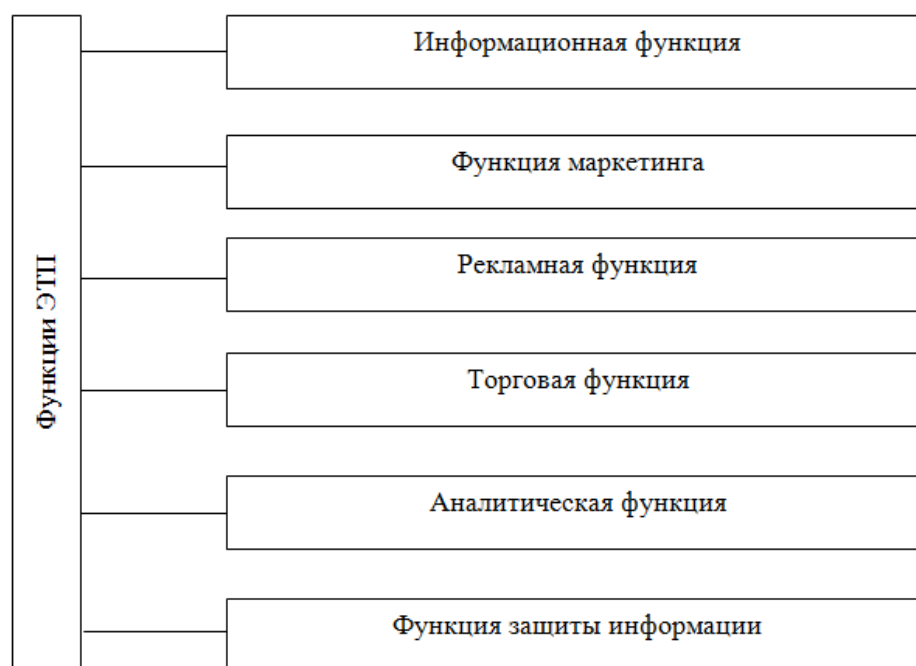


Рисунок 1.4 – Функции электронных торговых площадок

Информационная функция позволяет ознакомиться с перечнем организаций, работающих на ЭТП, получить информацию по интересующей организации.

Функция маркетинга позволяет осуществлять поиск покупателей и потребителей интересующих работ и услуг, а также получать информацию о потребностях и предложениях работ и услуг, которые размещают на площадке другие организации.

Рекламная функция. Разместив информацию о своей организации на ЭТП, фирма сразу попадает в единое информационное пространство.

Торговая функция – позволяет в качестве организатора торгов осуществлять полный комплекс разнообразных торгово-закупочных мероприятий по приобретению товаров и услуг. В качестве участника торгов — осуществлять комплекс действий для эффективной продажи собственных товаров и услуг.

Аналитическая функция позволяет проводить сравнительный анализ различных показателей деятельности организаций, правильно выбрать контрагентов для выполнения поставок, работ и услуг по интересующей тематике

Функция защиты информации делает возможным безопасный электронный документооборот, построенный с использованием сертифицированных средств криптографической защиты информации (ЭЦП) [19].

Этапы проведения электронных торгов в России:

– опубликование заявки предприятием на электронной торговой площадке о начале торгов с указанием всех требований, которые предъявляются к участникам;

– сбор заявок от компаний, желающих принять участие;

– начало торгов. Сотрудники отдела закупок обрабатывают, полученные заявки.

– запрос недостающей и уточняющей информации от участников тендера;

– объявляются промежуточные итоги тендера;

– участники предлагают более низкие цены или условия поставки;

– повторная обработка всех заявок.

– принятие решение о победителе тендера;

– опубликование итогов тендера;

– заключение контракта с победителем [39].

Также при планировании закупок нужно большое внимание уделять методу, потому что каждый метод подразумевает свой способ определения того, сколько нужно закупать материалов для производства продукции и как часто они должны поступать на склад предприятия [17].

Существует несколько наиболее распространенных методов планирования закупок.

«Точно в срок» – Just-in-time. Данный метод заключается в том, что если план производства задан, то можно организовать движение материальных потоков так, что все материалы и компоненты будут поступать в необходимом количестве в необходимое место и точно к назначенному сроку для производства. В этом случае материальные запасы не нужны. Такой метод эффективно использовать предприятиям среднего масштаба с серийным типом производства, когда стандартные изделия производятся с высокой скоростью, а также с непрерывным потоком материалов и комплектующих [37].

Планирование потребностей в материалах – Material Requirements Planning. В этом методе есть три цели – удовлетворение потребности в материалах, а также компонентах и комплектующих; планирование производственных операций, графика доставки и операций по закупке; поддержание низких уровней запасов материальных ресурсов и готовой продукции. Основой MRP системы является комплекс программ, который по алгоритмам проводит все расчеты и анализ на основании плана производства, спецификаций и данных о запасах и уже размещенных заказах. Окончательным результатом работы системы является план-график снабжения материально-техническими ресурсами. Данный метод успешно используется на предприятиях среднего размера, где функции управления ограничиваются учетом, а именно бухгалтерским, складским и оперативным, а также управлением запасами на складах и управлением кадрами [38].

Модель с фиксированным размером заказа. Идея этого метода – это рассчитать размер, который позволит добиться оптимального соотношения между затратами на хранение запасов и затратами на подготовку и выполнение заказа. Данный метод основан на определении точки перезаказа, то есть минимального уровня складского запаса, по достижении которого формируется заказ на поставку [4]. При этом оптимальный размер заказа рассчитывается по формуле Вильсона:

$$OPZ = \sqrt{\frac{2A \times S}{i}}, \quad (4)$$

где OPZ – оптимальный размер заказа, шт.;

A – затраты на поставку единицы заказываемого продукта, руб.;

S – потребность в заказываемых ресурсах, шт.;

i – затраты на хранение единицы заказываемого продукта, руб./шт. [27].

Данная формула ориентирована на мгновенное пополнение запасов на складе. Если пополнение производится за некоторый промежуток времени, то формула корректируется на коэффициент, учитывающий скорость этого пополнения:

$$OPZ = \sqrt{\frac{2A \times S}{i \times k}}, \quad (5)$$

где k – коэффициент, учитывающий скорость пополнения запаса на складе [32].

Модель с фиксированным интервалом времени между заказами. Главная задача этого метода – рассчитать оптимальный интервал времени между заказами [36]. Преимуществом этого метода является то, что отсутствует необходимость постоянного контроля наличия запасов. Недостатками является высокий уровень максимального желательного запаса на складе и повышение затрат на содержание запасов на складе за счет увеличения площадей под запасы.

В таблице 1.2 представлен краткий обобщенный сравнительный анализ всех методов планирования закупок с указанием их преимуществ и недостатков.

Таблица 1.2 – Сравнительный анализ методов планирования закупок

Метод	Преимущества	Недостатки
1. Точно в срок	Минимальные запасы	Требует высокой надежности от поставщиков
2. Планирование потребности в материалах	Поддержание низкого уровня запасов. Работа с большой номенклатурой материалов	Значительный объем вычислений и предварительной обработки данных
3. Модель с фиксированным размером заказа	Небольшой уровень максимального запаса. Экономия затрат на содержание запасов	Ведение постоянного контроля наличия запасов на складе
4. Модель с фиксированным интервалом времени	Отсутствие необходимости постоянного контроля	Повышение затрат на содержание запасов на складе

Исходя из данной таблицы можно сказать, что каждый метод имеет свои преимущества и недостатки, а также что для каждого предприятия нужно выбирать подходящий метод для планирования закупок исходя из величины производства, спроса на продукцию, а также наличия складских площадей у предприятия.

В зависимости от выбора метода планирования закупок определяется вид закупок. Выбор вида закупок на предприятии зависит от большинства факторов, а именно:

Основные виды закупки:

- закупка товара одной партией (оптовые закупки) – Предполагается, что такой вид осуществляется поставкой товаров одной большой партией [2];
- регулярная закупка мелкими партиями – в этом случае заказ поставляется несколькими размельченными партиями [34];
- регулярные закупки (ежедневные, ежемесячные) по котировочным ведомостям – такой метод закупок используется при закупке недорогого быстро используемого товара;
- получение товаров по мере необходимости – при этом методе поставщик поставляет заказ мелкими партиями, при этом в заказе количество товара определяется не точно, а приблизительно;

– закупка товара с немедленной сдачей – этот метод применяется только для тех товаров, которые редко используются и требуются в производстве [27].

Таблица 1.3 – Сравнительный анализ видов закупки

Наименование	Сущность	Преимущества	Недостатки
Закупка по долгосрочному контракту	Частные поставки МР по мере необходимости в производстве	Ускорение оборота капитала, снижение запасов до нулевого уровня	Жесткие требования к качеству МР, срокам и объемам поставки
Оптовые закупки	Поставка МР большой партией за один раз	Торговые скидки, гарантия поставки всей партии, упрощение документооборота	Большая потребность в складских помещениях, рост запасов и затрат, замедление оборота капитала
Регулярные закупки	Поставка МР мелкими партиями в течение заданного периода	Ускорение оборота капитала, экономия площади склада	Рост затрат и вероятность заказа избыточного количества МР
Оперативные закупки по котировочным ведомостям	Поставка недорогих, часто используемых МР заданного объема	Ускорение оборота капитала, своевременность доставки, снижение затрат на хранение	Постоянный контроль уровня запасов МР
Закупка с немедленной сдачей	Поставка редко используемых МР различными поставщиками	Своевременность и точность поставки, снижение затрат на хранение	Рост затрат, связанных с детальным оформлением документов при заказе

Конкретный вид закупки определяет само предприятие, исходя из видов материальных ресурсов, периодичностью поставки, количества поставщиков, а также необходимого количества материальных ресурсов, требуемых для производства.

1.3 Методы оценки эффективности закупочной деятельности на базе электронных торгов

Оценка эффективности закупочной деятельности предприятия позволяет:

– выявить «проблемные» места в деятельности предприятия путем выявления, за счет каких показателей снижается эффективность закупок;

- оценить значение и динамику показателей, применяемых при расчете.
- иметь полную информацию о проблемах планирования закупок;
- повысить дисциплину исполнения контрактов заказчиками;
- анализировать имеющиеся нарушения законодательства при размещении заказов [30].

Для оценки эффективности закупочной деятельности применяют следующие показатели, представленные в таблице 1.4 [5].

Таблица 1.4 – Показатели эффективности закупочной деятельности

Показатель	Формула	Обозначения
Оценка эффективности закупочной деятельности		
1. Коэффициент обеспечения материальными ресурсами по плану	$K_{об} = \frac{(Q_{вн} + Q_{дог})}{Q_{пл}} \quad (6)$	<p>$Q_{вн}$ – покрытие потребности из внутренних источников;</p> <p>$Q_{дог}$ – плановый объем поставок в соответствии с заключенными контрактами;</p> <p>$Q_{пл}$ – фактический объем поставок из внешних источников.</p>
2. Коэффициент обеспечения материальными ресурсами фактический	$K_{об. ф} = \frac{(Q_{вн} + Q_{ф})}{Q_{пл}} \quad (7)$	<p>$Q_{ф}$ – фактический объем поставок из внешних источников.</p>
Оценка договорной работы		
3. Коэффициент исполнения условий контракта по поставке	$I_{п} = \frac{T_{пр}}{T_{ф}} \quad (8)$	<p>$T_{пр}$ – количество дней просрочки поставки;</p> <p>$T_{ф}$ – фактический срок поставки в днях.</p>

Окончание таблицы 1.4

Показатель	Формула	Обозначения
4. Коэффициент исполнения условий контракта по качеству продукции	$I_k = \frac{K_p}{K_{zk}} \quad (9)$	K_p – количество рекламаций; K_{zk} – количество заключенных контрактов
5. Коэффициент расторгнутых контрактов в общем числе заключенных договоров	$U_{рк} = \frac{K_{рк}}{K_{zk}} \quad (10)$	$K_{рк}$ – количество расторгнутых договоров по инициативе заказчика
6. Коэффициент заключенных контрактов	$K_{ук} = \frac{K_{zk}}{K_{ззк}} \quad (11)$	K_{zk} – Количество заключенных контрактов $K_{ззк}$ – Количество заявок на заключение контракта

Коэффициенты, которые представлены в таблице, показывают степень обеспеченности предприятия материальными ресурсами, а именно позаботилось ли предприятия о полном покрытии потребности в материалах договорами поставками или же предприятие испытывает дефицит в них, а также оценивается эффективность договорной работы предприятия.

Также большое значение для закупочной деятельности имеет оценка и выбор поставщиков. Существует множество различных методов по поиску и выбору поставщиков уже опробованные предприятиями в течение длительного времени, но в век технологий этих методов бывает недостаточно, и на смену им появляется инновационный метод, как электронные торги и тендеры [32].

Электронные торги обеспечивают напрямую связь поставщика и заказчика товара, работы или услуги. Информацию о текущих заказах можно отслеживать в режиме реального времени с помощью специальных электронных торговых площадок.

Также предприятию упрощается выбор наиболее оптимального поставщика, так как после выставления заявки на электронные торги поставщики сами откликаются на данную заявку.

При оценке эффективности механизма электронных торгов могут быть рассмотрены показатели среднего количества участников электронных торгов.

$$\text{Среднее кол – во участников} = \frac{\text{Количество участников}}{\text{Количество состоявшихся торгов}} \quad (12)$$

Данный показатель показывает, как много поставщиков предлагают свой товар при размещении конкретного заказа на электронных торгах. Чем больше количество участников, тем больше эффективность торгов, так как заказчику предоставляется больше выбора победителя среди поставщиков [9].

Также следует оценить долю состоявшихся электронных торгов, которая рассчитывается как отношение состоявшихся торгов к сумме состоявшихся и несостоявшихся торгов:

$$\text{Доля состоявшихся торгов} = \frac{\text{Количество состоявшихся торгов}}{\text{Сумма состоявшихся и несостоявшихся торгов}} \quad (13)$$

Особенность закупок в форме электронных торгов также выражается в экономическом эффекте. Этот экономический эффект определяется в размере сэкономленных финансовых ресурсов. Таким образом, экономический эффект от осуществления закупочной деятельности с помощью электронных торгов можно представить в виде формулы:

$$\text{Э} = \text{НЦК} - \text{ЗЦК}, \quad (14)$$

где НЦК – начальная цена контракта;

ЗЦК – заключенная цена контракта;

Э – экономия финансовых ресурсов [21].

Данная экономия достигается путем понижения цены контракта в результате торгов на электронной торговой площадке.

Эффективность закупочной деятельности предприятия – это оценка результативности самого закупочного процесса и достигнутых результатов. Данная оценка позволяет выявить проблемы, а также найти пути их решения и внести соответствующие изменения в деятельность предприятия.

1.4 Зарубежный и отечественный опыт закупочной деятельности на базе электронных торгов

Для сравнения организации закупочной деятельности на базе электронных торгов можно выделить такие страны как США и страны ЕС.

Для сравнительного анализа использовались следующие критерии:

- принципы закупочной деятельности с помощью электронных торгов;
- способы размещения заказов;
- особенности проведения торгов.

1. Принципы закупочной деятельности с помощью электронных торгов.

За рубежом наибольший опыт информационного обеспечения закупок накоплен в Соединенных Штатах Америки. Основные принципы осуществления закупочной деятельности в США:

- достижение справедливости процесса торгов (обеспечение условий равноправия участников в конкуренции);
- борьба с коррупцией при электронных закупках;
- экономия и эффективность (обеспечение требуемого качества закупаемых материалов с минимальными затратами).

Принцип справедливости в США достигается путем обеспечения равноправия участников в процессе электронных торгов, тем самым происходит честная конкуренция поставщиков.

Борьба с коррупцией осуществляется путем создания специальных «черных списков» недобросовестных поставщиков, с которыми в дальнейшем исключается сотрудничество.

Принцип экономии и эффективности электронных торгов подразумевает обеспечение требуемого качества закупаемых материалов, но в то же время с минимальными затратами.

В странах Евросоюза электронные торги осуществляются на основе следующих принципов:

- принцип прозрачности;
- четкое соблюдение закупочным процедурам;
- принцип открытой и эффективной конкуренции;
- принцип справедливости.

Принцип прозрачности реализуется с помощью доступности и открытости информации о закупках.

Принцип открытой и эффективной конкуренции означает недопущения дискриминации в процессе электронных торгов.

Справедливость электронных торгов означает обеспечение равных возможностей для всех участников закупок.

В России электронные торги появились гораздо позднее, нежели за рубежом, но за это время стали весьма популярным способом закупки среди предприятий.

В России в основе электронных торгов лежат принципы:

- прозрачности и честности;
- удобства проведения торгов;
- эффективности электронных торгов.

Принцип прозрачности и честности реализуется с помощью конфиденциальности участников торгов. Благодаря этому принципу обеспечивается непредвзятости заказчика к поставщикам.

Удобство проведения торгов означает возможность оперативного получения необходимой информации, а также проведения торгов непосредственно с рабочего места.

Принцип эффективности электронных торгов означает закупку необходимого сырья с максимальной экономией, но, не теряя при этом качества.

В результате сравнения торгов разных стран по данному критерию можно сказать, что как в России, так и за рубежом существуют схожие принципы осуществления закупок, общей целью которых является обеспечение эффективности электронных торгов.

2. Способы размещения заказов.

Основными способами размещения заказов в США являются следующие: «открытые торги» и «прямые переговоры» заказчика с претендентами.

«Открытые торги» предполагают выдачу контракта на основе сопоставления только стоимостных аспектов конкурирующих предложений без их дополнительного обсуждения сторонами. Заказчик подготавливает «приглашение к участию в торгах» и рассылает их претендентам на получение заказа. В приглашения должны быть включены все документы, необходимые для подготовки претендентами обоснованных предложений [26].

Определяя сроки, в течение которых претенденты должны подготовить свои предложения, заказчик обязан учитывать: срочность и важность заказа, сложность предъявляемых требований, ожидаемый уровень развития кооперационных связей и географическое размещение претендента.

«Прямые переговоры» предполагают размещение заказов на основе рассмотрения и всестороннего обсуждения предложений одного или нескольких претендентов. Основным способом информирования потенциальных исполнителей о требованиях к заказываемой продукции являются «заявки на предложения», которые рассылаются аналогично «приглашениям на торги» [26].

В странах ЕС чаще всего используются способы запроса предложений и конкурентных переговоров.

Запросы предложений направляются не менее чем трем поставщикам. Заказчик (закупающая организация) устанавливает критерии для оценки предложений, их относительное значение и порядок применения при оценке. Данные критерии касаются относительной управленческой и технической компетентности поставщика, эффективности представленного им предложения с

точки зрения решения поставленной задачи, а также его цены, включая расходы на эксплуатацию, обслуживание и ремонт.

Конкурентные переговоры носят конфиденциальный характер, и возможность участвовать в них предоставляется всем претендентам, которые внесли предложения и предложения которых не были отклонены. Затем заказчик предлагает поставщикам представить к определенной дате свои окончательные варианты, из которых и выбирается наилучший.

Электронные торги в России характеризуются бесконечным разнообразием форм, но чаще всего используются все известные и понятные формы. К таковым относят конкурсы и аукционы, которые могут быть как на повышение, так и на понижение [27].

Под конкурсом понимается способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя), при котором победителем признается участник закупки, предложивший лучшие условия исполнения контракта.

Под аукционом понимается способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя), при котором победителем признается участник закупки, предложивший наименьшую цену контракта.

При этом не обязательно данные способы закупок могут быть открытыми. По решению организатора он может провести эти торги исключительно среди приглашенных им участниками, и тогда эти торги носят закрытую форму.

Рассматривая способы осуществления закупок разных стран можно сделать вывод, что каждая страна применяет различные способы размещения заказов.

3. Особенности проведения торгов.

Цель внедрения электронных торгов в США – автоматизация рутинных процессов, а также сокращение сроков проведения операций.

Электронные торги используются чаще всего для закупок по упрощенным процедурам по контрактам стоимостью до 100 тыс.долл.

Во время проведения переговоров в США запрещается использовать на аукционы, т.е. сообщать претендентам минимальный уровень цен, указанный в

предложениях. Представляется, что данный порядок способствует повышению обоснованности технических предложений и стоимостных оценок.

В странах ЕС доминируют две модели организации закупочной деятельности: распределенная (децентрализованная) и централизованная. При распределенной модели каждое подразделение предприятия проводит необходимые закупки самостоятельно. Централизованная модель предусматривает создание своеобразного закупочного центра, куда стекаются заявки на закупки от подразделений. Плюсы и минусы обеих схем очевидны: распределенная модель весьма гибка, однако более затратна. Централизованная модель, обеспечивая низкие цены за счет крупнооптовых закупок, менее мобильна и не всегда учитывает нюансы в заявках на приобретение необходимых товаров и услуг [40].

Все процедуры электронных торгов в России имеют характерную черту – при минимальном законодательном регулировании интерес организаторов заключается исключительно только в экономии собственных средств и поиске лучших условий на рынке.

Для электронного вида закупок во множественном числе существуют электронные площадки коммерческих торгов, которые позволяют проводить поиск коммерческих тендеров и осуществлять в них участие.

Для участия в торгах, проводимых в электронном виде необходимо два условия: электронная подпись и предварительная аккредитация.

Отсюда следует, что главной особенностью участия в электронных торгах в России является то, что участник может сконцентрироваться на своем предложении, а не на буквальном следовании установленным организатором правилам.

В результате сравнения зарубежного и отечественного опыта закупочной деятельности можно сделать вывод, что каждая страна характеризуется отличительными особенностями в осуществлении закупок. Схожими чертами являются принципы электронных торгов каждой из стран, а именно достижение принципов честности, прозрачности и эффективности торгов.

Выводы по разделу один. Закупочная деятельность на предприятии представляет собой важное звено в формировании прибыли. Основной функцией данной деятельности является обеспечение предприятия необходимыми материалами в нужное время, в нужном количестве и в надлежащем качестве.

Только при грамотных закупках производство будет стабильно функционировать. Для повышения эффективности закупочной деятельности ее необходимо постоянно совершенствовать. На сегодняшний день, современные технологии позволяют осуществлять закупки с помощью торгов на электронных торговых площадках. Данный способ закупки позволит повысить производительность труда работников, а также снизить стоимость закупаемых материалов, тем самым снижая себестоимость готовой продукции.

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «КМЭЗ»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ЗАО «КМЭЗ»

Закрытое Акционерное Общество «Кыштымский медеэлектролитный завод» находится в городе Кыштыме Челябинской области по адресу ул. Парижской Коммуны, строение 2 и является передовым предприятием цветной металлургии. Завод ведет свою историю с 1757 года. Выпускаемая продукция соответствует мировым стандартам и реализуется как внутри страны, так и за рубежом.

Отрасль Кыштымского медеэлектролитного завода – это цветная металлургия.

Цветная металлургия является одной из важнейших отраслей промышленности России и занимает ведущее четвертое место (после топливной, машиностроения и пищевой) в структуре промышленности России. В настоящее время доля металлургии в ВВП России составляет около 5%, а в промышленном производстве – 18,3 %, в том числе цветной металлургии 2,8 % и 10,2 % соответственно. Причем конкурентоспособность российских предприятий в ряде подотраслей цветной металлургии находится на уровне мировых лидеров. Это одна из самых экспортоориентированных отраслей. Она обладает богатейшей сырьевой базой.

Перспективы развития металлургической отрасли в первую очередь связаны с расширением спроса на ее продукцию на внутреннем рынке. Оживление внутреннего рынка может быть вызвано необходимостью обновления основных фондов и ростом производства и инвестиций в металлопотребляющие отрасли - машиностроение, строительство, топливно-энергетический комплекс. Рост спроса на цветные металлы также связывают с увеличением потребности в продукции четвертого передела: алюминиевого, медного, титанового, латунного проката.

Несмотря на ожидаемый рост спроса на внутреннем рынке, цветная металлургия России в ближайшее десятилетие будет оставаться экспортноориентированной отраслью. В настоящее время происходит вытеснение российских предприятий с рынков металлоизделий с высокой добавленной стоимостью.

Закрытое акционерное общество «Кыштымский медеэлектролитный завод» является коммерческой организацией действующей на основании устава и законодательства Российской Федерации.

Общество имеет гражданские права и несет ответственность, т.е. исполняет обязанности необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных законом Российской Федерации, а также в соответствующих случаях иностранным законодательным и международными договорами.

Волеобразующими органами ЗАО «КМЭЗ» являются: общее собрание акционеров и совет директоров.

Волеизъявляющим органом ЗАО «КМЭЗ» является генеральный директор и его заместители.

Порядок назначения, избрания органов общества и их полномочия определяются законом и уставом акционерного общества.

Высшим органом управления ЗАО «КМЭЗ» является общее собрание акционеров, которое ежегодно проводится (годовое общее собрание акционеров). Главной целью общества является извлечение прибыли.

Основным видом деятельности ЗАО «КМЭЗ» является огневое и электролитическое рафинирование меди, производство продукции из меди.

Предприятие осуществляет также следующие виды деятельности:

– разработка перспективных направлений деятельности по комплексной переработке сырья, содержащего черные, цветные и драгоценные металлы, производстве меди, других металлов и их соединений, слитков драгоценных металлов и продукции, содержащей драгоценные металлы; производит

промышленные изделия из металлов, перерабатывает и реализует отходы из вторичного сырья черных и цветных металлов;

- аффинаж драгоценных металлов;
- добыча и обогащение руд цветных и драгоценных металлов;
- производство, продукции повышенной степени готовности и новых её видов, имеющих наибольший потребительский спрос на внутреннем и внешнем рынке;

- по вопросам осуществления внешнеэкономической деятельности, предприятие осуществляет от своего имени экспортно-импортные операции, осуществляет меры по дальнейшему развитию и совершенствованию торгово-экономических и научно-технических связей с зарубежными партнерами, занимается привлечением иностранных инвестиций, услуг и опыта;

- наряду с основной деятельностью предприятие осуществляет производство строительных материалов, производство конструкций и изделий из железобетона, строительство жилых домов, сооружений, коммуникаций, проведения благоустройства;

- большое внимание предприятие уделяет улучшению социальных условий жизни работников;

- предприятием ведется рекламная деятельность, как на территории РФ, так и за её пределами;

- одним из глобальных видов деятельности на предприятии является эффективное решение вопросов охраны окружающей среды в виду того, что большая часть продукции сертифицирована, а система производства и управления работает в соответствии с ИСО 9002 и ИСО 14001 предприятие должно на высоком уровне поддерживать систему очистных сооружений.

На ЗАО «КМЭЗ» действует иерархическая структура управления (Приложение А).

Достоинством применения этой структуры на ЗАО «КМЭЗ» определяется тем, что производство на заводе массовое и наименее восприимчиво к прогрессу в области науки и техники. При такой организации управления производством предприятие может успешно функционировать лишь тогда, когда изменения по всем структурным подразделениям происходят равномерно.

В состав ЗАО «КМЭЗ» входят (приложение А):

- совет директоров;
- руководство: главные специалисты;
- 20 отделов;
- 16 структурных подразделений.

Рассмотрим основные функции управленческого персонала предприятия.

Основной задачей технического директора является организация и обеспечение рациональной эксплуатации и нормального технического состояния жилого фонда, инженерных сетей, систем и коммуникаций, обслуживаемых предприятием, а также выполнение плана производства всеми цехами и подразделениями по всем технико-экономическим показателям. Кроме того, он организует разработку мероприятий по новой технике, расширению и техническому оснащению цехов, осуществляет контроль за их внедрением, обеспечивает и контролирует своевременное представление заявок на необходимые материалы, техническое оборудование, машины, механизмы и т.д. Он участвует в общем планировании, осуществляет систематический анализ результатов производственной деятельности цехов и подразделений ЗАО «КМЭЗ», доводит информацию по производственным вопросам до всех уровней предприятия.

Коммерческий директор ведет всю финансовую деятельность фирмы, контролирует деятельность планово-экономического отдела, анализирует финансово-хозяйственную деятельность ЗАО «КМЭЗ», анализирует основные показатели деятельности предприятия.

Зам. генерального директора по кадрам и сбыту отвечает за планирование и проведение программы в области кадровой политики, в том числе за набор, проведение испытаний, оценку, назначение, продвижение по службе, перевод и рекомендации по изменению статуса служащих организации, а также за систему доведения необходимой информации до работников.

В производственный процесс предприятия включены основные и вспомогательные цеха. Основными цехами ЗАО «КМЭЗ» являются медеплавильный цех, цех электролиза меди, энергоцех и цех производства медной катанки.

Особую роль в процессе производственно-хозяйственной деятельности предприятия играет вспомогательное производство. Вспомогательное производство – это подразделения, занимающиеся техническим обслуживанием на предприятиях. Задачей технического обслуживания является обеспечение нормального и бесперебойного хода процесса с наименьшими затратами. Эта общая задача конкретизируется и уточняется применительно к каждому из перечисленных видов работ.

На Кыштымском медеэлектролитном заводе в состав вспомогательных производств входят следующие подразделения: ремонтно-строительный цех (РСЦ), ремонтно-механический цех (РМЦ), железнодорожный цех (ЖДЦ), цех контрольно-измерительных приборов и автоматики (КИПиА), энергоцех, центральная заводская лаборатория (ЦЗЛ), исследовательский центр (ИЦ), отдел технического контроля (ОТК), цех автотранспорта и механизации (ЦАиМ) и другие.

Миссия предприятия – это повышение конкурентоспособности, как старейшего предприятия России по производству катодной меди, золота, серебра, платины и палладия, в полном соответствии с современными требованиями к процессам цветной металлургии.

Ассортимент товаров выпускаемой ЗАО «КМЭЗ» продукции представлен следующими видами:

- катоды медные марки М00к;
- купорос медный;
- никель сернокислый;
- золото в слитках;
- серебро в слитках;
- селен технический;
- медь сернокислая;
- медный порошок;
- медь, марок М2 и М3;
- медная катанка.

Около 25 % выпускаемой продукции поставляется на экспорт, остальная часть – продается внутри страны. Экспортируется медная катанка, а также медные катоды.

Продукция экспортируется в такие страны как:

- Китай;
- страны СНГ (Республика Беларусь, Казахстан);
- страны Ближнего Востока (Турция, Египет);
- Европа (Швейцария, Германия, Бельгия).

В Кыштыме предприятие занимает ведущее место и является градообразующим. На 1 января 2017 года численность трудящихся КМЭЗ составила 6935 человек, что составляет 30 % от трудоспособного населения города, а доля поступлений и платежей в местный городской бюджет составляет более 50 %.

В таблице 2.1 представлены поставщики ЗАО «КМЭЗ».

Таблица 2.1 – Поставщики ЗАО «КМЭЗ»

Поставщик	Город	Материал
1. ООО «Ресурс»	Кыштым	Уголь
2. ООО «Кировский биохимический завод»	Киров	Спирт этиловый
3. ООО «Логосиб»	Новосибирск	Перекись водорода
4. АО «Национальная нерудная компания»	Москва	Известь
5. ЗАО «Новгородский металлургический завод»	Великий Новгород	Поддоны
6. ООО «УралФос»	Челябинск	Хим.продукция
7. ООО «Химсвет»	Санкт-Петербург	Барий серноокислый
8. ЗАО ТД «Доминик»	Москва	Кварцевые трубки

Можно сказать, что закупку сырья и материалов ЗАО «КМЭЗ» осуществляет не только у местных поставщиков, но и у предприятий других регионов.

Рассмотрим и проведем анализ основных показателей хозяйственной деятельности предприятия (таблица 2.2).

Таблица 2.2 – Основные экономические показатели ЗАО «КМЭЗ» за 2015–2017 гг.

Показатели	2015 г., тыс.руб.	2016 г. тыс.руб.	2017 г. тыс.руб.	Отклонение 2015–2016 тыс.руб.	Темп прироста, %	Отклонение 2016 – 2017 тыс.руб.	Темп прироста, %
1. Выручка, тыс. руб.	10 654 647	11 156 957	11 684 874	502 310	104,7	527 917	104,7
2. Себестоимость, тыс. руб.	8 887 264	9 932 297	10 158 123	1 043 033	111,7	225 826	102,3
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	1 767 383	1 224 660	1 526 751	-1 642 723	69,3	299 091	124,7
4. Коммерческие расходы, тыс. руб.	94 896	116 299	112 779	21 403	122,6	-3 520	97
5. Управленческие расходы, тыс. руб.	172 712	192 348	211 971	19 636	111,4	19 623	110,2

Окончание таблицы 2.2

Показатели	2015 г., тыс.руб.	2016 г. тыс.руб.	2017 г. тыс.руб.	Отклонен ие 2015– 2016 тыс.руб.	Темп прироста, %	Отклонение 2016 – 2017 тыс.руб.	Темп прироста, %
6. Прибыль от реализации, тыс. руб.	1 499 775	916 013	1 202 001	- 583 762	61,1	285 988	131,2
7. Прочие доходы, тыс. руб.	280 481	1 249 617	515 041	969 136	445,5	- 734 576	41,2
8. Прочие расходы, тыс.руб.	1 691 672	402 041	464 964	-1 289 631	23,8	62 923	115,7
9. Прибыль до налогообложения, тыс.руб.	- 91 099	1 694 109	1 359 881	1 785 208	1859.6	- 334 228	80,3
10. Чистая прибыль, тыс.руб.	- 77 548	1 340 025	1 060 725	1 417 573	-18,3	-279 300	79,2
11. Рентабельность, %	-0,7	12	9,1	12,7	-17,1	-2,9	76

Прибыль предприятия увеличилась на 10 %, а рентабельность на 1300 %, что связано с опережающим ростом объема производства над себестоимостью продукции. Таким образом, объем производства в 2017 году составил в целом по предприятию 11 684 874 тыс.руб., при этом себестоимость изготовленной продукции составляла 10 158 123 тыс.руб.

В 2015 году наблюдался убыток, что объясняется повышенными прочими расходами, а именно увеличенной дебиторской задолженностью. Уже в 2016 году дебиторская задолженность была уменьшена и чистая прибыль стала положительной.

Из анализа основных экономических показателей Общества видно, что хозяйственная политика проводимая руководством предприятия, позволила выполнить план по выпуску товарной продукции на 109,6 %. Обеспечено выполнение плана и перевыполнение по всей номенклатуре выпускаемой продукции.

Рентабельность показала как положительную, так и отрицательную динамику, но на 2017 год данный показатель составил 9,1 %, что является высоким показателем производства для российских крупных промышленных предприятий.

2.2 Анализ коммерческой деятельности ЗАО «КМЭЗ»

На современном этапе в условиях формирования в России рыночных отношений неотъемлемой частью деятельности промышленных предприятий стала коммерческая деятельность.

Одной из главных задач стоящих перед предприятием – максимально снизить затраты по всем видам продукции, при этом добиться наибольшей рентабельности товарной продукции.

В таблице 2.3 представлена структура объема выпускаемой продукции основными цехами КМЭЗ.

Таблица 2.3 – Структура объема выпускаемой продукции основными цехами КМЭЗ за 2017 г.

Показатель	Объем выпуска, тыс.руб.
1.Медеплавильный цех (МПЦ)	3 739 159
2.Цех электролиза меди (ЦЭМ)	4 673 949
3.Цех производства медной катанки (ЦПМК)	3 038 067
4.Цех по производству брикетов и строительных материалов (ЦПБиСМ)	233 697
Итого	11 684 874

Исходя из анализа данной таблицы, можно представить долю объема выпуска продукции каждого цеха в форме диаграммы (рисунок 2.1).

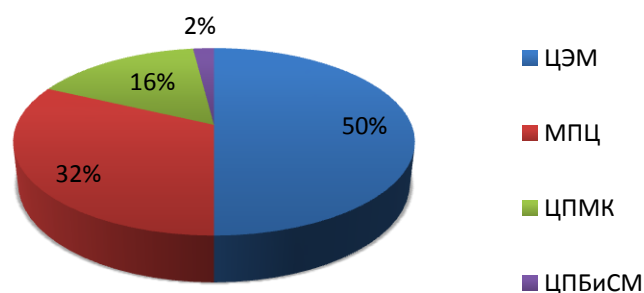


Рисунок 2.1 – Структура объема выпуска продукции основными цехами за 2017 г.

Таким образом, основные объемы производства приходятся на цех электролиза меди, что составляет 50 % от общей структуры объема выпускаемой продукции.

В таблице 2.4 представлена структура прибыли по каждой товарной продукции.

Таблица 2.4 – Структура выручки от реализации по каждой товарной продукции

Показатели	2015		2016		2017		Отклонение			
	Тыс. руб.	Доля, %	Тыс. руб.	Доля, %	Тыс. руб.	Доля, %	Тыс.руб.		Доля, %	
							2015-2016	2016-2017	2015-2016	2016-2017
1. Выручка от реализации, в т.ч:	10 654 647	100	11 156 957	100	11 684 874	100	502 310	527 917	–	–
– Медный порошок	42 618	0,4	55 784	0,5	58 424	0,5	13 166	2 640	0,1	0
– Лента радиаторная	660 588	6,2	580 161	5,2	467 395	4	-80 427	-112 766	1	- 1,2
– Медный купорос	426 185	4	345 865	3,1	327 176	2,8	-80 320	-18 689	0,9	- 0,3
– Никель сернокислый	21 309	0,2	33 470	0,3	23 369	0,2	12 161	- 10 101	-0,1	-0,1
– Медь сернокислая	21 310	0,2	22 313	0,2	35 054	0,3	1 003	12 741	0	0,1
– Медная катанка	4 847 864	45,5	5 243 769	47	5 678 848	48,6	395 905	435 079	1,5	1,6
– Катоды медные	3 622 579	34	3 916 091	35,1	4 241 609	36,3	293 512	325 518	1,1	1,2
– Драгмет. в слитках	532 732	5	479 749	4,3	467 395	4	- 52 983	-12 354	-0,7	-0,3
– Драгмет. в концентрате	255 711	2,4	234 296	2,1	245 382	2,1	- 21 415	11 086	-0,3	0
– Строительная продукция	223 747	2,1	245 453	2,2	140 218	1,2	21 706	- 105 235	0,1	-1

Исходя из данной таблицы можно наглядно представить динамику выручки по каждой продукции в виде графика (рисунок 2.2).

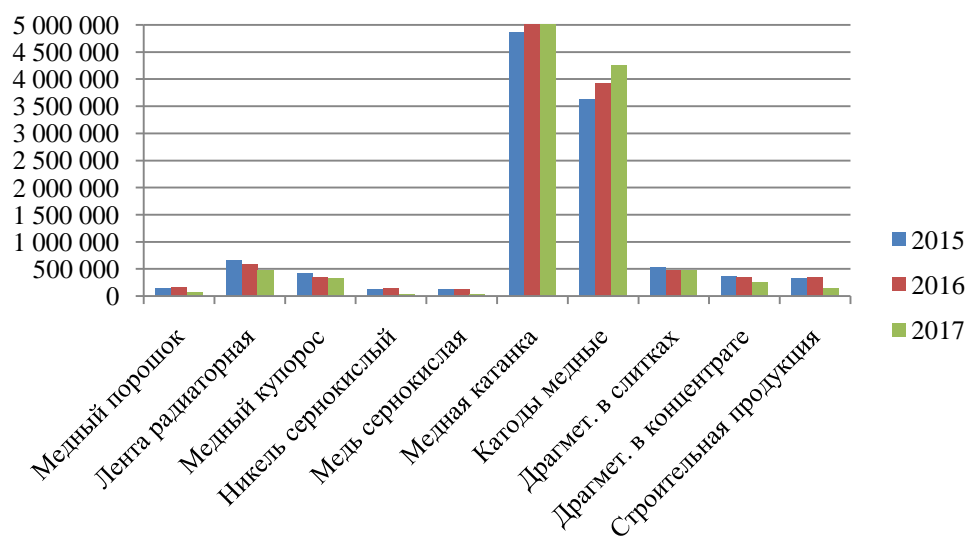


Рисунок 2.2 – Динамика выручки от реализации продукции за 2015-2017 годы в тыс.руб.

Проанализировав изменение выручки по каждой произведенной продукции можно сказать, что выручка по предприятию увеличилась за прошедший 2017 год на 10 %, а также наблюдался рост и за 2016 год на 4,7 %.

Выручка от реализации таких товаров, как медная катанка и медные катоды значительно увеличилась за 2015–2017 гг., а именно на 6,1 % по медной катанке и на 1,7 % по медным катодам. Это объясняется тем, что в 2016 году на КМЭЗ была проведена модернизация цеха по производству медной катанки, а также цеха электролиза меди. Эти мероприятия позволили увеличить производительность цехов, а также повысить качество готовой продукции. Данная продукция имеет наибольшую долю в общем производстве, так как основным видом деятельности предприятия является производство меди. Следовательно, именно медные катоды и медная катанка оказывает наибольшее влияние на общую величину выручки.

Основными конкурентами ЗАО «Кыштымский медэлектrolитный завод» являются ОАО «Уральская горно-металлургическая компания» и Горно-металлургическая компания «Норникель».

В таблице 2.5 представлена оценка основных конкурентов ЗАО «КМЭЗ».

Таблица 2.5 – Оценка основных конкурентов ЗАО «КМЭЗ»

Показатель	ЗАО «КМЭЗ»	ОАО «УГМК»	ГМК «Норникель»
1. Цена	4	5	4
2. Качество конечного продукта	5	5	4
3. Доля рынка	4	5	3
4. Новизна оборудования	5	4	5
5. Уровень технологичности производства	5	5	4

На основе данной оценки можно составить профиль основных конкурентов ЗАО «КМЭЗ» (рисунок 2.3).



Рисунок 2.3 – Профиль основных конкурентов ЗАО «КМЭЗ»

Исходя из составленного профиля конкурентов, можно сказать, что рассматриваемое предприятие находится на высоком уровне по таким показателям, как качество конечного продукта, новизна оборудования и уровень технологичности производства, это объясняется недавно проведенной модернизацией производства на предприятии, что позволило выпускать продукцию лучшего качества. Что касается доли рынка, то предприятие находится на средней позиции между своими основными конкурентами.

Также для анализа коммерческой деятельности предприятия необходимо провести анализ рентабельности, который характеризует экономическую эффективность работы предприятия.

Таблица 2.6 – Анализ динамики коэффициентов рентабельности

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение 2016 г. к 2015 г.(+, -)	Изменение 2017 г. к 2016 г.(+, -)
Исходные данные:					
1. Выручка от реализации, тыс.руб.	10 654 647	11 156 957	11 684 874	502 310	527 917
2. Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	8 887 264	9 932 297	10 158 123	1 043 033	225 826
3. Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	1 499 775	916 013	1 202 001	- 583 762	285 988
4. Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	91 099	1 694 109	1 359 881	1 785 208	- 334 228
5. Чистая прибыль, тыс. руб.	- 77 548	1 340 025	1 060 725	1 417 573	- 279 300
6. Собственный капитал (среднегодовой), тыс. руб.	1 701 757	3 041 801	4 102 561	1 340 044	1 060 670
7. Заемный капитал (среднегодовой), тыс. руб.	4 183 125	1 135 158	2 449 411	- 3 047 967	1 314 253
Коэффициенты рентабельности:					
8. Рентабельность затрат, %	16,9	9,2	11,8	-7,7	2,6
9. Рентабельность реализованной продукции, %	14,1	8,2	10,3	-5,9	2,1
12. Рентабельность собственного капитала, % (по чистой прибыли)	-4,5	44,1	25,9	48,6	-18,2
13. Рентабельность заемного капитала, % (по чистой прибыли)	-1,9	118	43,3	119,9	-74,7

Рентабельность затрат в 2017 году увеличилась и составила 11,8 %, что говорит об эффективном использовании основных фондов и оборотных средств предприятия, что выражается в увеличении выручки от реализации при почти неизменных затратах на производство.

Рентабельность реализованной продукции показывает, какую сумму прибыли получает предприятие с каждого рубля проданной продукции [18]. Данный показатель составил 10,3 %, что больше показателя 2016 года на 2,1 %. Рост объясняется тем, что темпы роста выручки опережают темпы роста затрат.

Рентабельность собственного капитала показывает величину прибыли, которую получит предприятие на единицу стоимости собственного капитала [29].

Величина этого показателя составила на 2017 год 25,9 %. Данное значение меньше показателя прошлого года на 18,2 %. Падение показателя связано с увеличением собственного капитала предприятия. Этот показатель важен для акционеров компании, так как характеризует прибыль, которую собственник получит с рубля инвестиций в предприятие.

Рентабельность заемного капитала показывает полезность и целесообразность вложения средств сторонних участников [12]. Заметна негативная тенденция снижения доходности привлеченного капитала, что говорит о снижении инвестиционной привлекательности компании [6].

2.3 Анализ закупочной деятельности ЗАО «КМЭЗ»

Осуществление операций, связанных с обеспечением материально-производственными ресурсами на предприятии осуществляются отделом материально-технического снабжения и комплектации оборудования (ОМТСиКО). ОМТСиКО подчиняется непосредственно заместителю коммерческого директора и выполняет работы по обеспечению производства необходимыми материалами .

ОМТСиКО является самостоятельным структурным подразделением предприятия и входит в состав заводоуправления. Начальник отдела материально-технического снабжения и комплектации оборудования на ЗАО «КМЭЗ» и рядовые работники назначаются на должности и освобождаются от них приказом генерального директора предприятия. При непосредственном осуществлении своей деятельности отдел материально-технического снабжения и комплектации оборудования руководствуется:

- методическими документами;
- трудовым законодательством;
- политикой в области качества;
- постановлениями, приказами, протоколами, распоряжениями вышестоящих органов;
- документами внутризаводского пользования: приказами, протоколами, коллективным договором, системой управления охраной труда.

Внутри отдела распределение обязанностей между работниками осуществляется начальником отдела в соответствии с должностными инструкциями и положением об отделе. Отдел материально-технического снабжения и комплектации оборудования имеет право осуществлять непосредственную связь с предприятиями - поставщиками по оперативному решению вопросов обеспечения производственными материалами и оборудованием. Отдел материально-технического снабжения и комплектации оборудования может вносить предложения о подборе, перемещении, увольнении работников, а также вносить предложения по совершенствованию системы управления производственно-коммерческой деятельностью предприятия.

На рисунке 2.4 представлена организационная структура отдела материально-технического снабжения и комплектации оборудования.

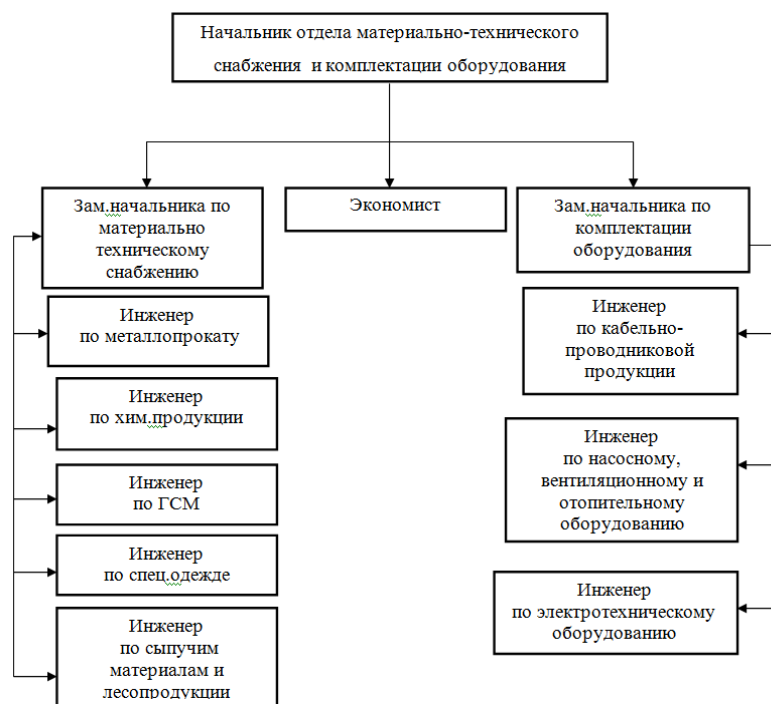


Рисунок 2.4 – Организационная структура ОМТСиКО ЗАО «КМЭЗ»

Как видно из рисунка 2.4 отделу МТСиКО присуща товарная специализация, которая облегчает действия внутри подразделения и дает возможность наиболее оптимально оценить результаты работы.

Структуру ОМТСиКО утверждает генеральный директор предприятия. Выполнение задач и функций начальник отдела осуществляет с помощью 2-х заместителей начальника отдела и экономиста.

Заместители начальника ОМТСиКО через специалистов организуют выполнение функций в области обеспечения потребности предприятия материалами, оборудованием и комплектующими изделиями.

Экономист по материально-техническому снабжению и комплектации оборудования подчиняется непосредственно начальнику отдела.

Распределение обязанностей между работниками отдела осуществляет начальник ОМТСиКО в соответствии с должностными инструкциями.

Процесс закупки на предприятии происходит в соответствии со следующими этапами (рисунок 2.5).

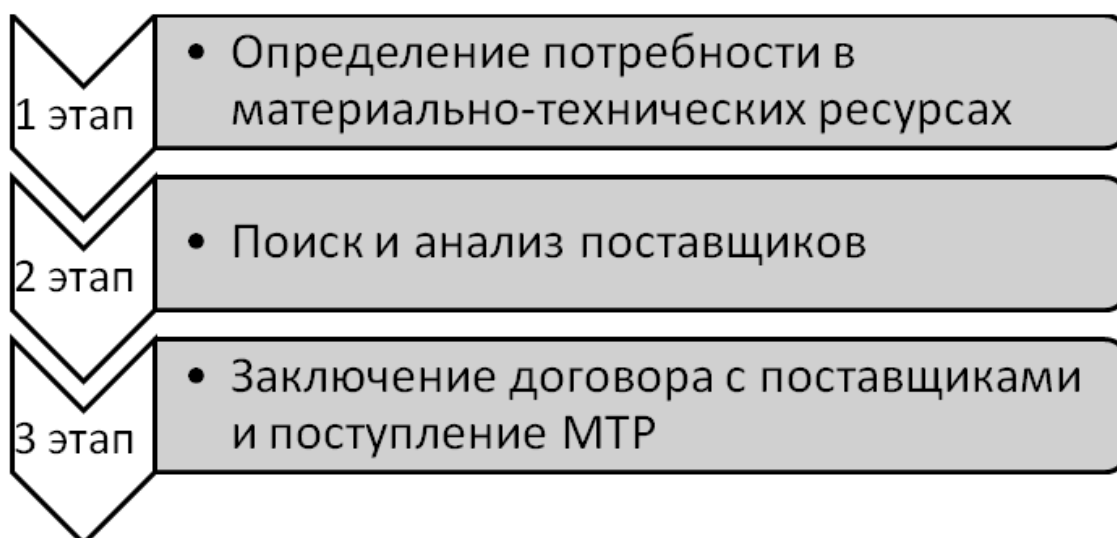


Рисунок 2.5 – Этапы закупочной деятельности на ЗАО «КМЭЗ»

При анализе обеспеченности предприятия материальными ресурсами в первую очередь проверяют качество плана материально-технического снабжения.

Определение потребности в материалах и планирование их поставок на предприятии решает производственно технический отдел при взаимодействии с отделом материально-технического снабжения и комплектации оборудования.

Проверку реальности плана начинают с изучения норм и нормативов, которые положены в основу расчета потребности предприятия в материальных ресурсах. Затем проверяется соответствие плана снабжения потребностям производства продукции и образования необходимых запасов исходя из прогрессивных норм расхода материалов.

Важным условием бесперебойной работы предприятия является полная обеспеченность потребности в материальных ресурсах источниками покрытия.

Они могут быть внешними и внутренними. К внешним, источникам относятся материальные ресурсы, поступающие от поставщиков в соответствии с заключенными договорами. Внутренние источники - это сокращение отходов сырья, использование вторичного сырья, собственное изготовление материалов и полуфабрикатов, экономия материалов в результате внедрения достижений научно-технического прогресса.

Реальная потребность в завозе материальных ресурсов со стороны - это разность между общей потребностью в определенном виде материала и суммой собственных внутренних источников ее покрытия.

В ходе анализа необходимо также проверить обеспеченность потребности в завозе материальных ресурсов договорами на их поставку и фактическое их выполнение.

В процессе оценки обеспеченности потребности в материальных ресурсах используются следующие формулы:

Коэффициент обеспечения по плану:

$$\text{Коб(план)} = \frac{\text{Источники покрытия внутренние} + \text{Заклучено договоров}}{\text{Плановая потребность}} \quad (15)$$

Коэффициент обеспечения по факту:

$$\text{Коб(факт)} = \frac{\text{Поступило от поставщиков} + \text{Источники покрытия внутренние}}{\text{Плановая потребность}} \quad (16)$$

Проведем оценку обеспеченности потребности в завозе материальных ресурсов договорами на их поставку и фактическое их выполнение в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Обеспечение потребности материальных ресурсов договорами и фактическое их выполнение

Материалы, используемые для производства медной катанки	Плановая потребность, кг	Источники покрытия потребности, кг		Заклучено договоров, кг	Обеспечение потребности договорами, (Коб _{пл}), %	Поступило от поставщиков, кг	Фактическое обеспечение потребности, (Коб _ф), %	Выполнение договоров в. %
		внутр.	внеш.					
1. Антиоксидант АО 600	26,74	–	26,74	30	112,2	27	93,4	90
2. Ацетилен	668,53	–	668,53	670	100,2	674,1	100,8	100,61
3. Кислород	1671,33	–	1671,3	1670	99,9	1680	100,5	100,59

Окончание таблицы 2.7

Материалы, используемые для производства медной катанки	Плановая потребность, кг	Источники покрытия потребности, кг		Заключено договоров, кг	Обеспечение потребности договорами, (Коб _{пл}), %	Поступило от поставщиков, кг	Фактическое обеспечение потребности, (Коб _ф), %	Выполнение договоров, %
		внутр.	внеш.					
4.Концентрат Rolkleen D 6005	200,56	–	200,56	205	102,2	205	102,2	100
5.Пассиватор цв.мет.Rolkleen D 6000R	100,28	–	100,28	105	104,7	105	104,7	100
6.Спирт технический	4679,73	–	4679,73	4819,5	103,0	4819,5	103,0	100
7.Сплав медно-фосфористый	33,43	–	33,43	35	104,7	33	98	94,3
8.Катоды медные передельные	6 686 33	6 686 330	–	–	100,0	–	100,0	100
Всего:	6 693 710,6	6 686 330	7380,6	7534,5	100,0	7548,6	100,0	100

Из приведенных данных таблицы 2.7 видно, что план потребности в материалах полностью обеспечен договорами на поставку и внутренними источниками покрытия, но не полностью выполнен фактический план обеспечения. Это связано с нарушением сроков поставки материалов.

В процессе анализа проверяется соответствие фактического размера запасов важнейших видов сырья и материалов нормативным. С этой целью на основании данных о фактическом наличии материалов в натуре и среднесуточном их расходе рассчитывается фактическая обеспеченность материалами в днях и сравнивают ее с нормативной (таблица 2.8).

Таблица 2.8 – Анализ состояния запасов материальных ресурсов

Материал	Среднес уточный расход, кг	Фактический запас		Норма запаса, дни		Отклонение от максимальной нормы	
		кг	дни	макси- мальная	мини- мальная	дни	кг
1.Антиоксидант АО 600	0,9	18	21	20	5	1	0,4
2.Ацетилен	22,3	250	11	10	5	1	27,2
3.Кислород жидкий	55,7	1076	19	10	5	9	518,9
4.Концентрат Rolkleen D 6005	6,7	213	32	30	2	2	12,4
5.Пассиватор цв.мет.Rolkleen D 6000R	3,3	77	23	30	15	-7	-23,3
6.Спирт технический	156,0	1342	9	15	5	-6	-997,9
7.Сплав медно-фосфористый	1,1	20	18	15	5	3	3,3
8.Катоды медные передельные	222 877,7	730 560	3	5	2	-2	-383 828,3

Анализируя соответствие фактического размера запасов важнейших видов сырья и материалов нормативным видно, что недостаточная норма запаса по пассиватору цв.мет. Rolkleen D 6000R (23,3 кг), спирта технического (997,9 кг) и катодов медных передельных (383 828,3 кг). Это связано с нерегулярностью поставок сырья и материалов.

На ЗАО «КМЭЗ» отделом материально-технического снабжения также ведется еженедельный учет запасов материалов имеющихся на складе и в цехах.

По каждому технологическому материалу делается следующий анализ:

$$Д = \frac{О}{\left(\frac{Н}{п}\right)}, \quad (17)$$

где Д – обеспеченность на количество суток;

Н – норма материала на месяц;

О – общий остаток на дату анализа;

п – количество дней в месяце.

Ниже проанализирована обеспеченность предприятия материалами на 01.12.2017 г.

Таблица 2.9 – Остатки и расход технологических материалов по состоянию на 01.12.2017 г.

Наименование материала	Ед. изм.	Норма на месяц	Получено	Остаток в цехе	Остаток на цент. складе	Общий остаток	Обеспеченность (сут.), Д
Антиоксидант АО 600	кг	26,74	30	18	–	18	21
Ацетилен	кг	668,53	540	250	–	250	11
Вата теплоизол. МКРР-130	кг	40,11	40	23	40	63	47
Воск СС30 FM	кг	267,11	267	151	32	183	21
Диски лепест. 150 мм	шт	26,74	26	14	14	28	32
Кислород жидкий	кг	1671,33	1800	1076	–	1076	19
Концентрат Rolkleen D 6005	кг	200,56	200	113	100	213	32
Лента пласт.	м	28078,4	28000	15840	3000	18840	20
Маркеры перманентные	шт	6,69	7	4	4	8	36
Маркеров по дереву	шт	13,37	14	8	12	20	45
Натрий гидрооксид	кг	13,37	14	8	–	8	18
Пассиватор цв.мет.Rolkleen D 6000R	кг	100,28	100	57	20	77	23
Перчатки	пара	147,08	150	86	70	156	32
Пленка полиэтиленовая 100 мкм	м2	3342,67	3300	1852	600	2452	22
Пленка стретч 0,23x500	м2	65516,27	40000	11610	30000	41610	19
Поддоны	шт	2072,45	1063	165	–	165	2
Силикагель	кг	2072,45	1300	402	200	602	1

На рисунке 2.6 представлена обеспеченность по каждому материалу в виде графика.

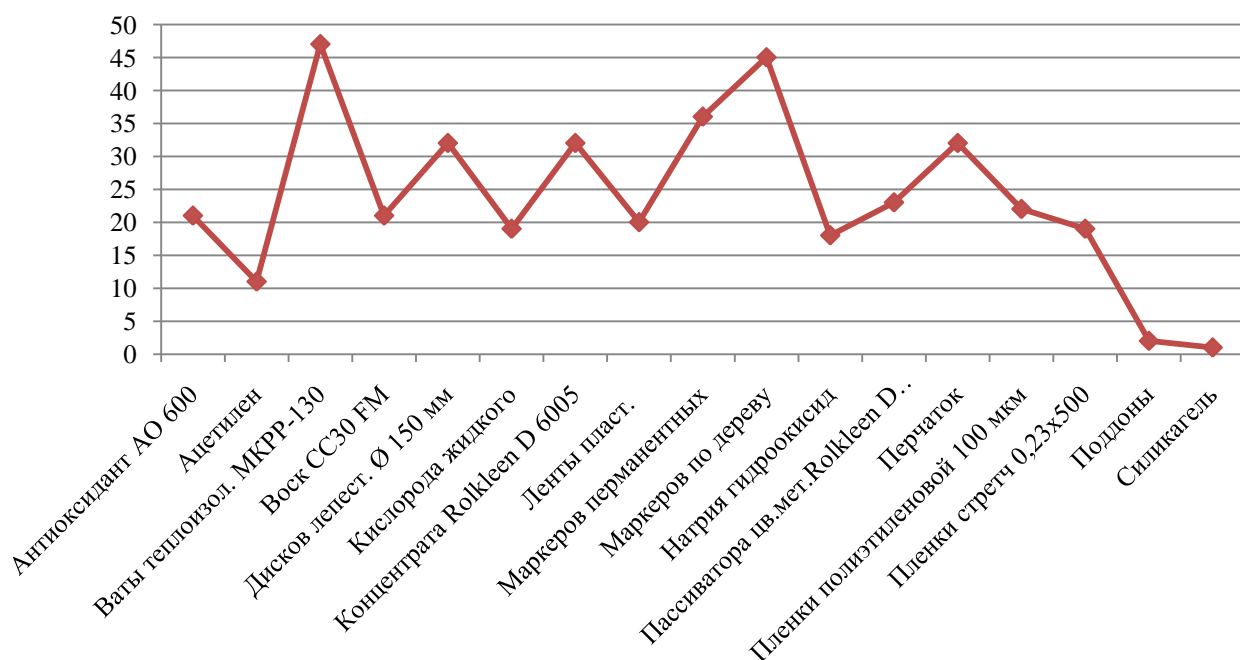


Рисунок 2.6 – Обеспеченность предприятия материалами в сутках

Если $D \leq 3$, то необходимо срочно принять меры, т.к. производство из-за отсутствия данного материала находится под угрозой срыва.

Исходя из анализа остатков и расхода материалов, выявляется недостаток таких материалов как силикагель, а также поддонов. Это связано с нарушением сроков поставки поставщиками, а не вовремя поставленные материалы уменьшают обеспеченность предприятия, следовательно, могут происходить застои в производственном процессе.

Благодаря вышеизложенной оценке обеспеченности материальными ресурсами, анализу запасов материалов и сырья, а также их остатков и расхода определяется потребность в материально-технических ресурсах для дальнейшего осуществления закупочной деятельности.

После определения потребности в МТР происходит поиск и выбор необходимых поставщиков. В процессе поиска важную роль играет оценка поставщиков предприятия. От выбора поставщиков зависит дальнейшая эффективность закупочной деятельности предприятия.

Требования к поставщикам чётко формулируются для того, чтобы:

- поставщик знал, что от него хотят;
- поставщик был в состоянии выполнить требуемую от него работу;
- поставщик однозначно понимал свои обязанности.

Приобретение сырья и материалов производится в соответствии с перечнем разрешенных поставщиков, который ежегодно должен составлять ОМТСиКО и утверждать Генеральным директором ЗАО «КМЭЗ».

В основу оценки поставщиков закладывается четыре критерия:

- уровень качества поставляемых сырья и материалов;
- месторасположение поставщика;
- соблюдение сроков и объёмов поставки;
- экономические возможности [41].

Для того, чтобы оценить поставщика по критерию уровень качества, нужно проверить обеспечение марочности (химического состава) поставляемых материалов, его сортность и соответствие паспорту качества.

Критерий месторасположение поставщика оценивается исходя из:

- поставщик обеспечивает транспортирование материалов и сырья: (железнодорожным транспортом или автомобильным транспортом);
- самовывоз.

Для выполнения критерия соблюдение сроков и объёмов поставки, поставщику необходимо обеспечивать в установленные сроки и объёмы поставки сырья и материалов.

Критерий экономические возможности (цена), анализируется с точки зрения обеспечения поставщиком цены, соответствующей качеству поставляемого сырья.

Цель оценки заключается в изучении возможностей поставщика обеспечить поставки необходимых материалов приемлемого уровня качества.

Поставщику присваивается категория А, Б или В после подсчета баллов по всем критериям в зависимости от полноты их выполнения поставщиком (таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Метод оценки поставщиков на ЗАО «КМЭЗ»

Наименование критерия	Максимальная оценка при полном выполнении критерия в баллах	Минимальная оценка при неудовл. выполнении критерия в баллах
1.Уровень качества	10	5
2.Месторасположение поставщика:	10	2
а) транспортирование поставщиком	5	2
б) самовывоз	5	2
3.Соблюдение сроков и объёмов поставки	10	2
4.Экономические возможности (цена)	10	0

К категории А относятся предприятия поставщики, оценка которых находится в пределах 30-40 баллов, что указывает на квалифицированных поставщиков, которые полностью удовлетворяют требования к поставщикам ЗАО «КМЭЗ».

К категории Б относятся предприятия-поставщики с оценкой 20-29 баллов, которые частично удовлетворяют требованиям предприятия.

К категории В относятся поставщики с оценкой от 19 баллов и ниже - неудовлетворяющие требованиям ЗАО «КМЭЗ». От этой группы поставщиков следует отказаться. В этом случае организуется поиск нового поставщика, в большей степени подходящего критериям оценки поставщика.

Результаты аттестации и оценки качества работы поставщика ежеквартально рассматриваются на совещании у коммерческого директора и заместителя генерального директора по сырью и сбыту.

Поставщики, оцененные положительно, ставятся на учет и включаются в Перечни поставщиков сырья и материалов, которые ведут отделы, осуществляющие закупки.

Для результативной и эффективной деятельности на ЗАО «КМЭЗ» установлены следующие критерии оценки процесса закупок материалов:

1. Уровень остатков ($U_{ост}$) – для своевременного, результативного и точного определения потребности основных технологических материалов [40].

$0,2 < U_{ост} < 3$ (раз в месяц).

2. Доля несоответствующих материалов в общем объеме поставок (ДН) – для оценки основных технологических материалов на соответствие качества поставок

$ДН < 2\%$ (раз в месяц).

Исходя из сроков и объемов доставки, а также цены, на каждый материал выведен нормативный запас (в сутках) необходимый для оптимального обеспечения производства материальными ресурсами. На первое число каждого месяца делается анализ обеспеченности производства материалами.

$$U_{ост} = \frac{O_{ф}}{O_{пл}}, \quad (18)$$

где $O_{ф}$ – сумма фактических остатков на центральных складах и цехах завода;

$O_{пл}$ – сумма установленных по плану остатков на центральных складах и цехах завода.

При этом установлено, что данный показатель должен соответствовать неравенству $0,2 < U_{ост} < 3$, тогда уровень остатков удовлетворяет показателям процесса, что в свою очередь означает:

– запасы материалов соответствуют необходимым для бесперебойной работы производства;

– отсутствие сверхнормативных запасов, влияющих на отвлечение денежных потоков.

Показатели уровня остатков предприятия на 01.12.2017 представлены в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Оценка эффективности по уровню остатков на 01.12.2017

Наименование материала	Сумма остатков на ц/складе и в цехах		Уровень остатков
	установленных (днях)	фактических (днях)	
Кварцит ЗКВ-97	5	18	3,6
Глина	15	22	1,5
Сульфат бария	15	4	0,3
Цемент ВГЦ	15	50	3,3
Песок кварцевый	15	4	0,3
Желатин	15	26	1,7
Стальная лента	10	1	0,1
Силикагель	10	0	0,0
Спирт технический	3	4	1,3
Борная кислота	15	36	2,4

В целом, все показатели в пределах нормы, но показатели ниже нормы запаса оказались у таких материалов как силикагель и стальная лента.

Доля несоответствующих материалов в общем объеме поставок (ДН) – для оценки основных технологических материалов на соответствие качества поставок. ДН < 2% (раз в месяц)

$$ДН = \frac{Нс \times 100\%}{ООС}, \quad (19)$$

где Нс – объем поставленных материалов несоответствующего качества;
ООС – общий объем поставленных материалов.

В таблице 2.12 представлена доля несоответствующих материалов в общем объеме поставок.

Таблица 2.12 – Доля несоответствующих материалов в общем объеме поставок

Наименование материала	Ед. изм.	Расход в месяц (ООС)	Несоответствие качества (Нс)
1. Кварцит ЗКВ-97	т	31,27	
2. Глина	т	8,50	
3. Сульфат бария	т	11,23	
4. Цемент ВГЦ	т	3,30	
5. Песок кварцевый	т	6,70	
6. Желатин	т	0,737	
7. Стальная лента 0,85*30	т	9,38	

Окончание таблицы 2.12

Наименование материала	Ед. изм.	Расход в месяц (ООС)	Несоответствие качества (Нс)
8. Серная кислота 1 сорт	т	0,13	0,13
9. Кислород жидкий	т	76,56	
10. Уголь древесный	т	2,25	2,25
11. Бура	т	8,50	
12. Натрий едкий твердый	т	0,5	
13. Перекись водорода	т	1,035	1,035
14. Кварц молотый	т	3,63	
Итого		160,092	3,415

Исходя из данной таблицы, доля несоответствующих материалов в общем объеме поставок на предприятии составляет 2,13 %, что не соответствует норме.

Проведя анализ закупочной деятельности можно сказать, что, несмотря на стабильность работы службы материально-технического снабжения, существуют проблемы, связанные с некачественными материалами, а также с нарушением сроков поставки некоторых ресурсов, что говорит о нарушении непрерывности производства.

Выводы по разделу два. ЗАО «Кыштымский медеэлектролитный завод» является рентабельным и прибыльным предприятием. Осуществляет производство меди и поставляет его не только на российский рынок, но и экспортирует в зарубежные страны, что говорит о высокой рентабельности и качестве готовой продукции.

Закупочная деятельность на предприятии является важной частью производства. На систему материально-технического снабжения оказывает значительное влияние эффективность связей с поставщиками, так как именно от поиска и анализа поставщиков зависит качество поставляемых материалов и комплектующих. Проанализировав деятельность по закупке материально-технических ресурсов, появилась необходимость во внедрении более эффективного способа поиска поставщиков для избегания в дальнейшем нарушения сроков поставки, а также поставок некачественных материалов.

3 ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «КМЭЗ»

3.1. Разработка мер по совершенствованию закупочной деятельности с помощью внедрения электронных торгов

Для промышленного предприятия совершенствование закупочной деятельности имеет большое значение, так как существующие способы закупок имеют недостатки в виде поставок некачественных материалов, а также периодических нарушений сроков поставки поставщиками.

Для устранения данной проблемы предлагается внедрить в закупочную деятельность предприятия систему электронных торгов.

Ниже описаны основные преимущества электронных торгов.

Это самый оперативный способ организации торгов, в котором могут принимать участие все поставщики соответствующих товаров и услуг вне зависимости от организационно-правовой формы и географического положения. Все это в совокупности обеспечивает активное привлечение поставщиков к участию в торгах из всех регионов.

Честность и объективность торгов. Поставщики на сайте выставляются под номерами – анонимно. Лишь по окончании электронных торгов оглашается имя победителя. Это обеспечивает полную непредвзятость заказчика.

Все шаги участников – заказчика, поставщиков и оператора – фиксируются, чтобы можно было при необходимости оценить историю этих торгов. Тем самым обеспечивается открытость и прозрачность электронных торгов. Данное преимущество позволяет создать оптимальную конкурентную среду, в которой каждый заказчик может приобрести наиболее качественные товары за минимальную сумму денежных средств.

Удобство проведения торгов не выходя из офиса, а также быстрота получения информации о текущих предложениях поставщиков в режиме реального времени.

Электронные закупки планируется проводить на специальной электронной торговой площадке – «Tender.Pro».

«Tender.Pro» – торговая площадка для проведения электронных торгов. Портал специализируется на работе с сектором B2B (Business-to-Business), то есть, на проведении коммерческих тендеров для бизнеса.

Данная электронная торговая площадка предлагает технологию, позволяющую автоматически объединить предложения участников и представить результаты конкурса в удобной для принятия решения форме — в виде протокола конкурса и конкурентного листа. Данные, объективно представленные в конкурентном листе, являются основанием для выбора победителя. Конкурентный лист из системы прикладывается специалистом по снабжению к подготовленному договору на поставку. Подписывая этот договор, руководитель предприятия получает подтверждение того, что сделка подготовлена оптимально.

На официальном сайте «Tender.Pro» представлен подробный каталог тендеров по категориям и каталог компаний-участников, что существенно облегчает поиск подходящего конкурса. Стартовая страница официального сайта представлена на рисунке 3.1.

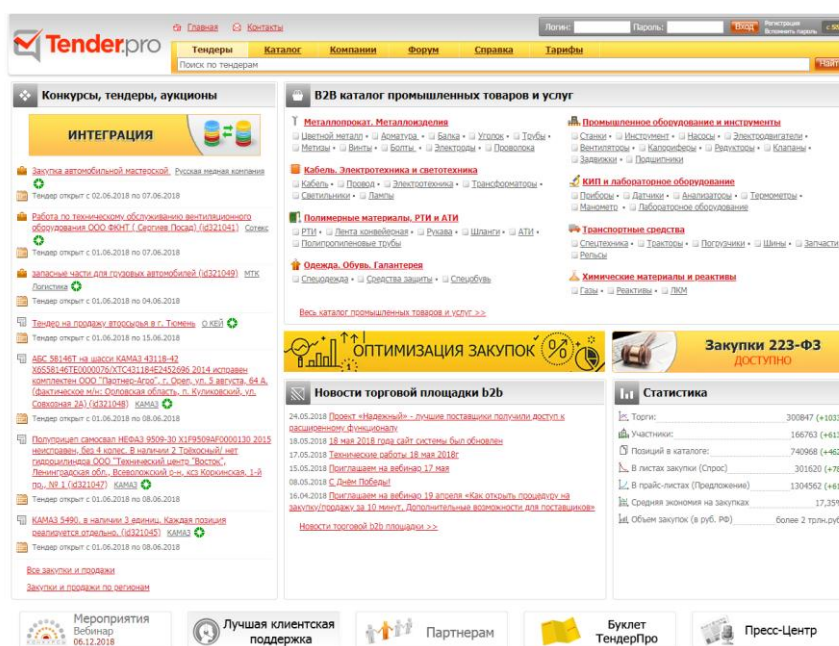


Рисунок 3.1 – Стартовая страница ЭТП «Tender.Pro»

Ниже представлена планируемая процедура проведения электронных торгов на предприятии.

Первый этап – запрос коммерческих предложений и их оценка.

На основании результатов рассмотрения заявок принимается решение

- о выборе победителя без проведения второго этапа;
- о проведении второго этапа – электронного редукциона (или аукциона на понижение цены);
- об отмене закупки.

В случае, если принято решение о проведении второго этапа, участники процедуры закупки, которые были допущены к участию в редукционе, уведомляются оператором электронной торговой площадки и приглашаются к проведению электронного редукциона в назначенный срок.

Второй этап – редукцион в электронной форме.

В редукционе могут участвовать только участники процедуры закупки, признанные участниками электронного редукциона.

Электронный редукцион проводится на электронной торговой площадке в день и время, указанные в извещении о проведении электронного редукциона. Днем проведения электронного аукциона является рабочий день, следующий после истечения 3-5 рабочих дней с даты окончания срока рассмотрения заявок на участие в электронном аукционе.

Электронный редукцион проводится путем снижения начальной цены договора, указанной в извещении о проведении электронного редукциона, на «шаг редукциона».

Начальной ценой договора является минимальная цена, предложенная участниками на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг.

«Шаг редукциона» составляет (0,5-5,0) % начальной цены договора (цены лота).

При проведении электронного редукциона участники в течение 5-10 минут подают предложения о цене договора, предусматривающие снижение текущего

минимального предложения о цене договора на величину в пределах «шага редуциона».

Если в течение установленного периода времени не поступило ни одного очередного предложения о более низкой цене договора, электронный редуцион автоматически завершается.

Данную процедуру можно представить в виде схемы (рисунок 3.2).

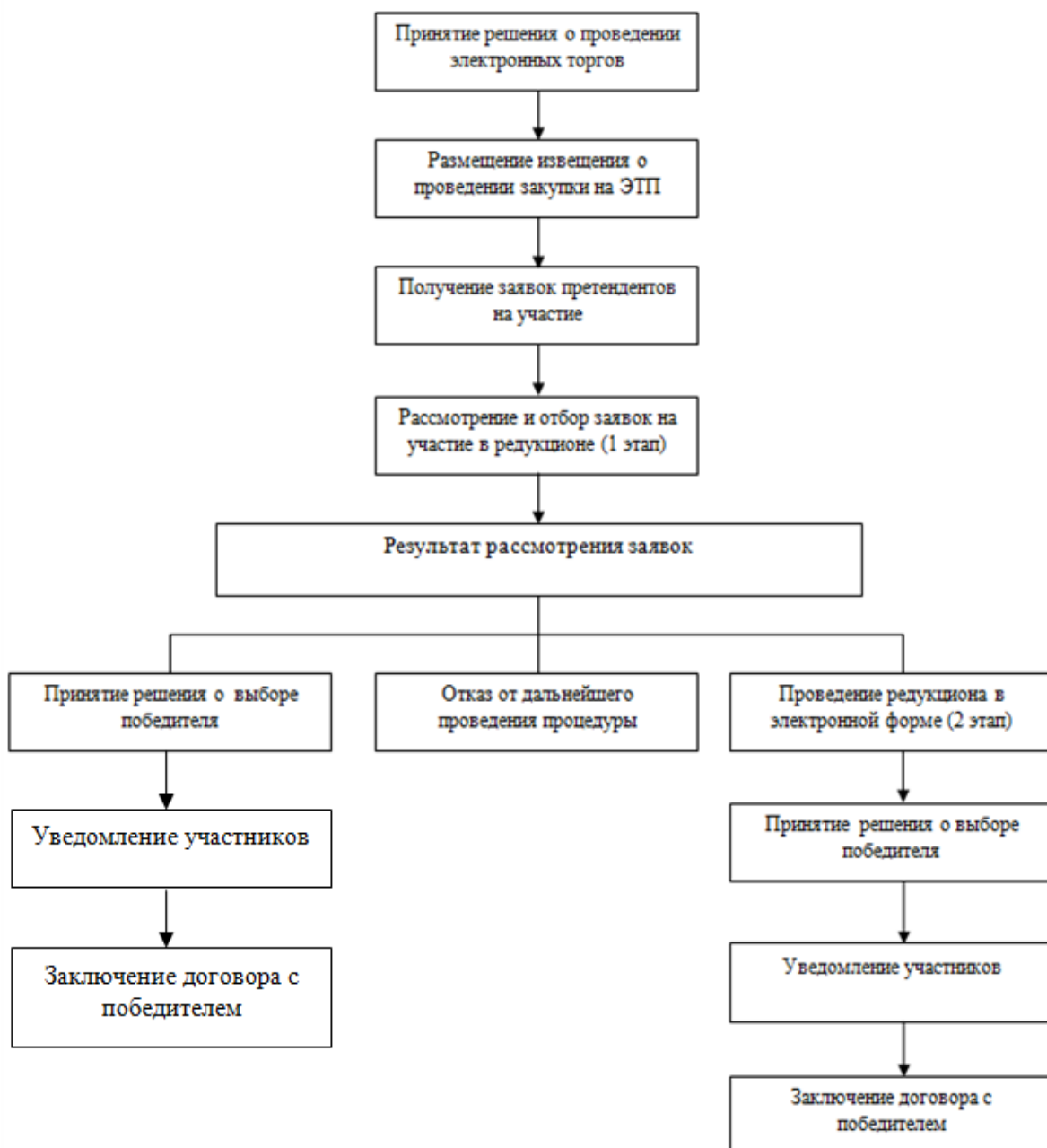


Рисунок 3.2 – Схема процедуры закупки с помощью электронных торгов

Также в рамках внедрения электронных торгов предлагается разработать мероприятие по созданию системы оценки участников электронных торгов для ЗАО «КМЭЗ». Данное мероприятие объясняется тем, что электронные закупки определяют победителя, только исходя из предложенной низкой цены, но не учитывают добросовестность поставщиков, их финансовое положение, качество необходимой продукции и т.д.

Для оценки всех участников необходимо создание специальной тендерной комиссии, которая будет анализировать необходимых поставщиков на электронных торгах.

Тендерной комиссией после проведения электронных торгов проводится анализ предложений поставщиков в соответствии с критериями оценки и осуществляется выбор наиболее оптимального предложения.

Участниками тендерной комиссии подготавливаются заключения в отношении всех участников тендера по следующим направлениям с присвоение соответствующего места в рейтинге:

- оценка коммерческих предложений (оценка начальной и окончательной стоимости и полученного экономического эффекта) (Рейтинг «А»);
- оценка общего подхода к подготовке документации на поставку (наличие необходимых учредительных документов, отчета о прибылях и убытках, кредиторской и дебиторской задолженности, и т.д.) (Рейтинг «Б»);
- оценка производственных и технологических возможностей поставщиков, включая обеспеченность трудовыми ресурсами, механизмами, оборудованием (Рейтинг «В»);
- оценка финансово-экономического состояния претендентов (оценка ликвидности, рентабельности, финансовой устойчивости, деловой активности) (Рейтинг «Г»);
- оценка рисков, связанных с недобросовестностью участников торгов, включая: оценку фактического состояния производственной базы, оценку качества выполняемых работ на других объектах (Рейтинг «Д»).

Победителем тендера признается поставщик, занявший первое место в общем рейтинге.

Место в общем рейтинге планируется производиться путем определения максимальной средневзвешенной оценки по следующей методике:

$$CpO = \frac{A \times 0,30 + B \times 0,20 + B \times 0,25 + \Gamma \times 0,15 + Д \times 0,10}{5}, \quad (20)$$

где «А», «Б», «В», «Г», «Д» – соответствующее место в рейтинге.

Внедрение данных мероприятий позволит предприятию осуществлять более эффективный поиск поставщиков, уменьшать цену необходимых материалов в процессе торгов, автоматизировать процесс закупок, а также закупать материалы более высокого качества.

3.2 Экономический эффект от предложенного проекта мероприятий

Главный экономический эффект от внедрения средств автоматизации процесса закупок заключается в улучшении экономических и хозяйственных показателей работы предприятия за счет повышения оперативности осуществления снабжения и снижения трудозатрат на реализацию процесса снабжения, следовательно, сокращения расходов.

Ожидаемый экономический эффект определяется по формуле:

$$\mathcal{E} = \mathcal{E}_p - E_n \times K_n, \quad (21)$$

где \mathcal{E}_p – годовая экономия, руб.;

E_n – нормативный коэффициент ($E_n = 0,15$);

K_n – затраты на внедрение мероприятия, руб.

Годовая экономия складывается из экономии в связи с повышением производительности труда сотрудников.

Для расчета экономической эффективности от внедрения электронных торгов необходимо сначала оценить все требуемые затраты для осуществления данного проекта.

Формула расчета затрат для данного проекта:

$$З = МЗ + ЗОбуч + ПрЗ + ЗП, \quad (22)$$

где МЗ – материальные затраты, руб.;

З_{Обуч} – затраты на обучение сотрудников, руб.;

ПрЗ – прочие затраты, руб.;

ЗП – заработная плата, руб.

В материальные затраты на осуществление проекта входят

– затраты на оплату тарифа на пользование электронной торговой площадкой – 30 000 руб.;

– затраты на интернет-трафик – 5 000 руб.;

– затраты на консультационное обслуживание электронной торговой площадки – 15 000 руб.

Общая сумма материальных затрат составляет:

$$30\,000 + 5\,000 + 15\,000 = 50\,000 \text{ руб.}$$

Затраты на обучение сотрудников составляют 10 000 руб. на одного сотрудника. Количество сотрудников – 5. Общая сумма затрат на обучение – 50 000 руб.

В затраты на осуществление проекта входит заработная плата для сотрудников, которые будут входить в тендерную комиссию.

Заработная плата для каждого сотрудника будет составлять 45 000 руб. Количество человек в комиссии – 3.

Общая сумма затрат на заработную плату составляет:

$$45\,000 \times 3 = 135\,000 \text{ руб.}$$

Прочие затраты, как правильно, составляют 1–3 % от общей суммы затрат.
Для данного проекта прочие затраты составляют 2 %.

Итого сумма прочих затрат:

$$(135\ 000+50\ 000+50\ 000)*0.02=4\ 700 \text{ руб.}$$

Исходя из всех расчетов затраты для данного проекта составляют:

$$135\ 000+50\ 000+50\ 000+4\ 700=239\ 700 \text{ руб.}$$

Далее рассчитывается экономия в связи с повышением производительности труда сотрудников, которая находится по формуле

$$\Delta P = Z_n \times \sum_i \frac{P_i}{100}, \quad (23)$$

где P_i – повышение производительности труда, %;

Z_n – среднегодовая заработная плата сотрудника, руб.

Повышение производительности труда находится по формуле:

$$P_i = \left(\frac{\Delta T_i}{F_i - \Delta T_i} \right) \times 100, \quad (24)$$

где ΔT_i – экономия времени при осуществлении работы i -вида, мин;

F_i – время, которое планировалось для выполнения работы i -вида до внедрения электронных торгов, мин.

Данная формула применена в таблице 3.1, где по каждому виду работ рассчитано изменение производительности труда.

Таблица 3.1 – Изменение производительности труда по каждому виду работ за месяц

№	Вид работ	До внедрения электронных торгов, мин (Fi)	Экономия времени, мин (ΔT_i)	Повышение производительности труда, % (Pi)
1	Заполнение и рассылка извещений о проведении закупки	240	120	100
2	Получение предложений от поставщиков	1 200	800	200
3	Анализ поставщиков	400	230	135
4	Выбор победителя тендера	350	200	133
5	Проведение переговоров с поставщиками	1 500	500	50
6	Подготовка отчетов	3 000	1 300	77
Итого				695

На рисунке 3.3 представлен график экономии от повышения производительности труда по каждому виду работ.



Рисунок 3.3 – Экономия денежных средств от повышения производительности труда по каждому виду работ в руб.

Наибольшую экономию от повышения производительности труда дает такой вид работ как получение заявок от поставщиков, а именно 29 %.

Происходит это, так как поставщикам, благодаря электронной торговой площадке, требуется гораздо меньше времени, чтобы отследить текущие заказы от предприятий и предоставить свои предложения.

Исходя из данных таблицы, можно рассчитать общую экономию от повышения производительности труда по формуле. Среднегодовая заработная плата – 45 000 руб.

Экономия от повышения производительности труда составляет:

$$45\,000 \times (1 + 2 + 1,35 + 1,33 + 0,5 + 0,77) = 312\,750 \text{ руб.}$$

Общая годовая экономия составляет:

$$312\,750 \times 12 = 3\,753\,000 \text{ руб.}$$

Итого экономический эффект составляет:

$$3\,753\,000 - 239\,700 \times 0,15 = 3\,717\,045 \text{ руб.}$$

Также внедрение электронных торгов позволяет уменьшить цену закупки необходимого сырья, благодаря проведению аукциона на понижение цены.

В таблице 3.2 представлено сравнение цены закупки без электронных торгов и цены закупки с помощью электронных торгов на примере некоторых товаров.

Таблица 3.2 – Сравнение начальной и конечной цены закупки товаров в результате проведения электронных торгов

Наименование товара	Цена закупки без электронных торгов, руб.	Цена закупки с помощью электронных торгов, руб.	Разница, руб.	Доля, %
Перекись водорода	104 272	90 716	13 556	13
Силикагель	717 150	615 435	71 715	10
Стальная лента	630 000	607 720	22 280	4
Борная кислота	583 900	519 671	64 229	11
Спирт технический	736 320	689 056	47 264	6
Песок кварцевый	902 500	853 000	49 500	6

Исходя из таблицы 3.2, можно сделать вывод, что среднее понижение цены закупки с помощью электронных торгов составляет 12 %.

Снижение расходов на сырье и материалы приводит к уменьшению себестоимости готовой продукции и, следовательно, к увеличению прибыли.

Планируемое изменение финансовых показателей в результате внедрения электронных торгов представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Планируемые финансовые показатели в результате внедрения электронных торгов

Показатели	2017 г.	План	Изменение	Темп прироста, %
Выручка, тыс.руб.	11 684 874	11 984 874	0	0
Себестоимость, тыс.руб.	10 158 123	8 939 148	1 218 975	88
Валовая прибыль, тыс.руб.	1 526 751	3 045 726	1 518 975	200
Прибыль от продаж, тыс.руб.	1 202 001	2 720 976	1 518 975	226
Чистая прибыль, тыс.руб.	1 060 725	2 136 720	1 075 995	201
Рентабельность, %	9,1	17,8	8,7	196

Планируемое изменение финансовых показателей можно представить в виде графиков.

Изменение величины себестоимости, а именно ее уменьшение, представлено на рисунке 3.4.

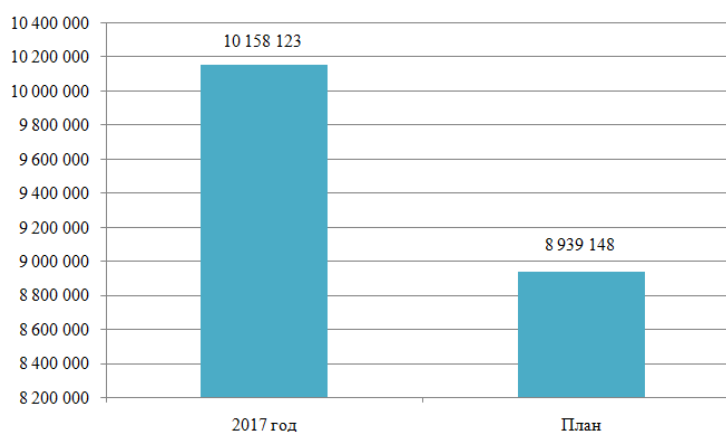


Рисунок 3.4 – Изменение величины себестоимости в результате внедрения электронных торгов в руб.

Также представлено изменение уровня чистой прибыли предприятия на рисунке 3.5.

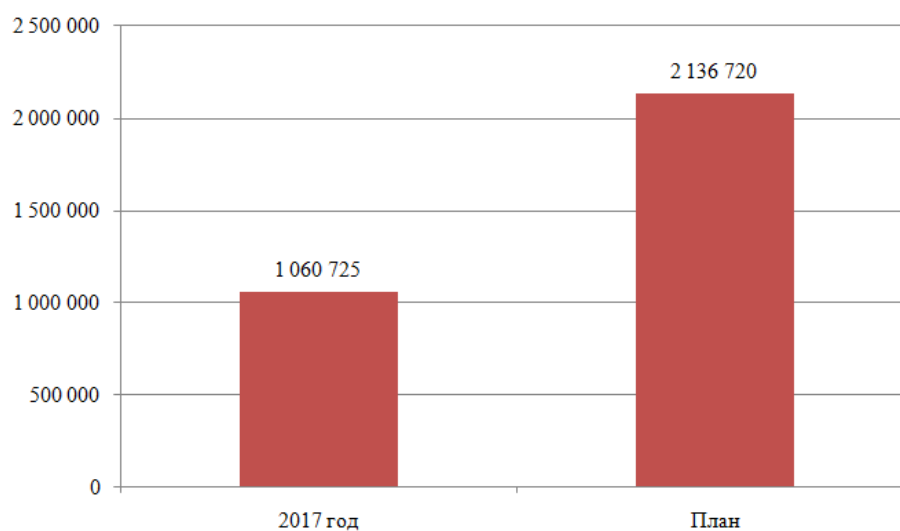


Рисунок 3.5 – Изменение величины чистой прибыли в результате внедрения электронных торгов в руб.

Такой показатель как рентабельность также изменится благодаря внедрению данных мероприятий (рисунок 3.6).

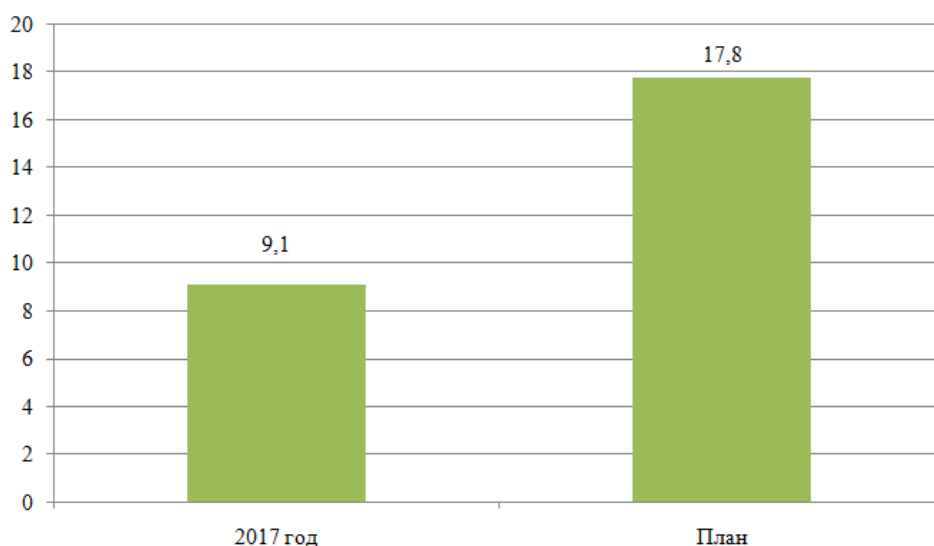


Рисунок 3.6 – Изменение показателя рентабельности в результате внедрения электронных торгов в %

Данные графики демонстрируют положительную динамику основных финансовых показателей, что говорит о целесообразности внедрения электронных торгов в закупочную деятельность предприятия.

Вывод по разделу три. Для повышения эффективности закупочной деятельности предлагаются мероприятия по организации закупок с помощью электронных торгов. Также в рамках данного мероприятия предлагается создание специальной тендерной комиссии для оценки поставщиков и определения победителей электронных торгов. Для этого была разработана специальная методика оценивания поставщиков по нескольким критериям:

- оценка начальной и окончательной стоимости и полученного экономического эффекта;
- оценка общего подхода к подготовке документации на поставку;
- оценка производственных и технологических возможностей поставщиков;
- оценка финансово-экономического состояния претендентов;
- оценка фактического состояния производственной базы.

Экономический эффект определяется, прежде всего, в экономии в связи с повышением производительности труда сотрудников. В результате расчетов было установлено, что данная экономия составляет 3 717 045 руб. или 115 %.

Также благодаря внедрению электронных торгов произойдет уменьшение цены закупаемых материалов. Проведя сравнение цен до и после внедрения торгов можно сказать, что в среднем планируется снижение цены на 12 %.

Данный экономический эффект позволяет улучшить финансовые показатели, а именно уменьшить себестоимость готовой продукции, следовательно, увеличить прибыль предприятия. В результате сравнения показателей 2017 года и планируемых чистая прибыль предприятия увеличится на 201 %, а рентабельность на 196 %.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение теоретических аспектов закупочной деятельности на промышленном предприятии показало, что закупочная деятельность является важным звеном в процессе производства продукции. В зависимости от качества сырья и материалов, а также от своевременности поставки можно говорить о бесперебойности производства и качества готовой продукции.

При выделении методов, способов, а также видов закупочной деятельности можно сказать, что их выбор зависит от вида деятельности предприятия, ее отрасли, вид производимой продукции, масштаба предприятия, наличия складских помещений, а также спроса на готовую продукцию.

Для организации закупочной деятельности на предприятии необходимо тщательно подойти к выбору способа и метода закупок. На сегодняшний день эффективным способом закупок являются электронные торги, благодаря которым предприятие сможет расширить поиск поставщиков и снизить цену на материалы в процессе торгов.

В работе было доказано, что производство было бесперебойным необходимо эффективно планировать закупочную деятельность. Для этого необходимо, прежде всего, определить потребность в материально-технических ресурсах, а также произвести отбор поставщиков, с целью выбора более оптимальной цены, нужного качества, а также условий и сроков поставки.

Организация закупочной деятельности с помощью электронных торгов в зарубежных странах отличается от электронных закупок в России. В сравнении были выделены такие страны как США и страны ЕС. Проанализировав несколько стран, можно сделать вывод, что в каждой из сравниваемых стран различны как способы электронных закупок, так и контроль электронных торгов со стороны государства.

Электронные торги в России имеют тенденцию к росту, поскольку многие предприятия, используя данный метод закупки, выделяют преимущества по сравнению с традиционным бумажным методом. Происходит экономия финансовых ресурсов, а также меньше трудовых затрат и времени на поиск оптимального поставщика и непосредственно осуществлению закупки.

Для достижения цели работы был проведен анализ закупочной деятельности предприятия ЗАО «КМЭЗ». В результате данного анализа была рассчитана доля некачественных материалов в общем объеме поставок, проанализирована обеспеченность предприятия материально-техническими ресурсами, а также оценена эффективность закупочной деятельности ЗАО «КМЭЗ» по уровню остатков.

В ходе данного анализа было выявлено наличие некачественных материалов в поставках предприятия, также запасы некоторых материалов не соответствуют нормативным, чтобы обеспечивать бесперебойность производства.

Выявленные недостатки препятствуют эффективной производственной деятельности предприятия. Некачественные материалы не позволяют производить продукцию, соответствующую стандартам, а отсутствие необходимых материалов на складе способствует застоям в производственном процессе.

Для решения данных проблем было предложено внедрение в закупочную деятельность предприятия электронных торгов, а также метод для оценки участников торгов.

Данные мероприятия необходимо осуществить для того, чтобы более эффективно осуществлять поиск необходимых поставщиков и оценивать их по более детальной методике.

Экономическим эффектом от данных мероприятий является экономия от повышения производительности труда. В результате расчетов было выяснено, что затраты на внедрение электронных торгов составят 239 700 руб.

С учетом произведенных затрат, мероприятие позволит предприятию сэкономить 3 717 045 руб. или 115 %, что является весьма значительным результатом.

Также закупка с помощью электронных торгов позволит снизить стоимость закупаемых материально-технических ресурсов. На примере некоторых материалах было выявлено снижение стоимости закупки примерно на 12 %.

Данные мероприятия позволят изменить финансовые показатели в положительную сторону. Чистая прибыль увеличится на 201 %, а рентабельность на 196 %.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Книги и статьи

1. Аникин, Б.А. Логистика: тренинг и практикум: учебное пособие / Б.А. Аникин, Т.А. Родкина. – М.: Проспект, 2014. – 440 с.
2. Афанасенко, И.Д. Логистика снабжения / И.Д. Афанасенко – СПб: Питер, 2010. – 386 с.
3. Афитов, Э.А. Планирование на предприятии: учебное пособие / Э.А. Афитов. – Минск: Выш. шк., 2016. – 302 с.
4. Афонин, А.М. Промышленная логистика: учебное пособие / А.М. Афонин. – М.: Форум, 2013. – 304 с.
5. Белов, Л.Б. Использование системы сбалансированных показателей для оценки эффективности логистики снабжения / Л.Б. Белов // Логистика и управление цепями поставок. – 2014. – № 5 (14). – С. 58–57.
6. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие для вузов по экономическим и управленческим специальностям. / Т.Б. Бердникова – М.: ИНФРА-М, 2012. – 215 с.
7. Бойко, А.Н. Электронная металлургия / А.Н. Бойко // «Металлоснабжение и сбыт». – 2016. – № 2. – С. 68–70.
8. Большаков, А.Р. Производственный менеджмент / А.Р. Большаков // - СПб.: Питер, 2015. – 340 с.
9. Воронов, А.А. Показатели и методы оценки эффективности организационно-экономического механизма управления промышленным предприятием / А.А. Воронов, В.Ф. Катичев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 4. – С. 98–108.
10. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. – М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 363 с.

11. Гаджинский, А.М. Логистика / А.М. Гаджинский. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013. – 472 с.
12. Гермалович, Н.А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Н.А. Гермалович. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 346 с.
13. Голиков, Е.А. Пурлик, В.М. Основы логистики и бизнес-логистики: Монография / Е.А. Голиков, В.М. Пурлик. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2006. – 253 с.
14. Долгов, А.П. Закупочная деятельность фирмы: стратегия и организация / А.П. Долгов, В.К. Козлов, С.А. Уваров // Логистика сегодня. – 2005. – № 5. – С. 23–28.
15. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия. Практикум: Учебное пособие / Н.Л. Зайцев. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 182 с.
16. Залманова, М.Е. Закупочно-распределительная логистика / М.Е. Залманова. – Саратов, 2014. – 214 с.
17. Каменицер С.Е. Организация, планирование и управление деятельностью промышленных предприятий, / С.Е. Каменицер, Ф.Ф. Русинов. – М: Высшая школа, 2013. – 205 с.
18. Климова, Н.В. Анализ факторов прибыли от продаж и оценка показателей рентабельности организации / Н.В. Климова // Бухучет в организациях. – 2012.–№ 7. – С. 37–38.
19. Коржа, Н.А. Современная логистика: учебник / Н.А. Коржа – М.: Вильямс, 2016. – 341 с.
20. Королев А.Г. Планирование потребности в материальных ресурсах / А.Г. Королев, Я.В. Морозова, Д.В. Щегельский // Академический вестник. – 2013. – № 4. – С. 269–270.
21. Кузнецов, К. В. Настольная книга поставщика и закупщика: торги, тендеры, конкурсы / К.В. Кузнецов. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 339 с.
22. Лайсонс К. Управление закупочной деятельностью и цепями поставок / К. Лайсонс, М. Джиллингем – М.: ИНФРА-М, 2012. – 798 с.

23. Линдерс, М. Управление закупками и поставками / М. Линдерс, Ф. Джонсон, А. Флинн, – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 703 с.
24. Логистика снабжения: учебник для бакалавриата и магистратуры И.В. Сергеев., И.П. Эльяшевич; под. ред. В.И. Сергеева. – 2-е изд. – М.: Изд-во Юрайт, 2015. – 523 с.
25. Логистика: учеб. пособие / под ред. Б.А. Аникина. – М.: ТК Велби, 2016. – 408 с.
26. Льюис, Г. Конкурсы, тендеры и предложения. Выигрывайте, используя лучший опыт / Гарольд Льюис. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2012. – 314 с.
27. Макаренко, М. В. Производственный менеджмент: учебное пособие для вузов. / М.В. Макаренко, О.М. Махалина. – М.: «Издательство ПРИОР», 2014. – 384 с.
28. Миндич, Д.А. Рынок ЭТП: обрести второе дыхание / Д. А. Миндич // Электронная торговля. – 2017. – № 3 – С. 10–14
29. Молосаева, Н.В. Анализ хозяйственной деятельности на предприятии. / Н.В. Молосаева. – М.: Велби, 2010. – 294 с.
30. Никитин, С.А. Эффективность деятельности промышленного предприятия: оценка, моделирование и прогнозирование / С.А. Никитин. – Тула: Изд-во ТГПИ, 2013. – 156 с.
31. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Г.В. Савицкая. – ИНФРА-М, 2013 – 536 с.
32. Сергеев, В.И. Логистика: информационные системы и технологии: учебно-практическое пособие / В.И. Сергеев, М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. – М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2014. – 594 с.
33. Сергеев, В.И. Планирование потребности в предметах снабжения на основе методов прогнозирования / В.И. Сергеев // Логистика и управление цепями поставок. – 2013. – № 3 (50). – С. 7–16.
34. Степанов, В.И. Материально-техническое снабжение: учебное пособие / В.И. Степанов. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 285 с.

35. Уотерс, Д. Логистика. Управление цепью поставок / Д. Уотерс; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 г. – 503 с.

36. Фатхутдинов, Р.А. Организация производства: учебник. Краткий курс / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 131 с

37. Шевченко, Н. С. Управление затратами, оборотными средствами и производственными запасами / Н.С. Шевченко. – Курск: Курск. гос. тех. ун-т, 2016. – 154 с.

38. Эльяшевич, И.П. Прогнозирование потребности в материальных ресурсах в логистике / И.П. Эльяшевич // Логистика и управление цепями поставок. – 2010. – № 5. – С. 31–51

Internet-источники

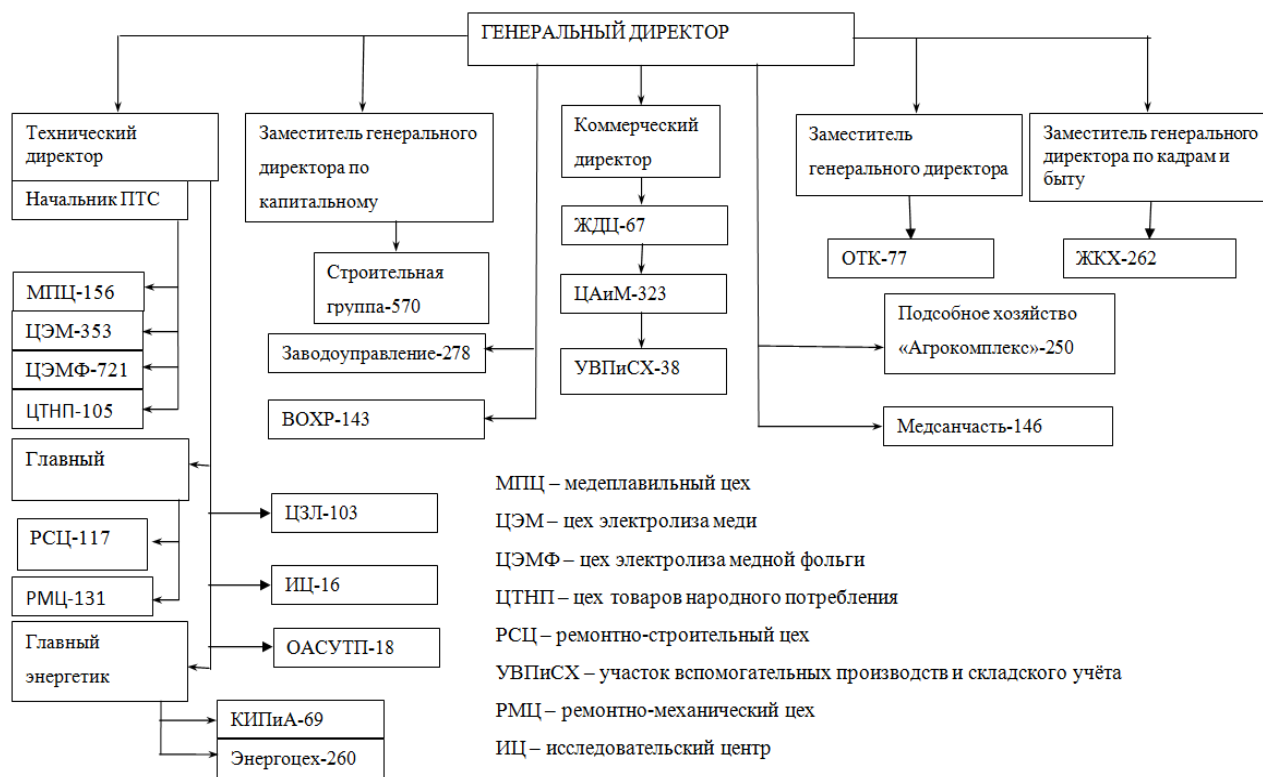
39. Анализ электронных торговых площадок. – <https://zakupki.kontur.ru/Participants/5038124205/Analysis>

40. Аналитика использования электронных закупок. – <https://www.b2b-center.ru/analitika-effectivnost-zakupok.html>

41. Электронные торговые площадки в России: в поисках образа будущего. – <https://marketing.rbc.ru/research/33066/>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Организационная структура ЗАО «КМЭЗ»



ПРИЛОЖЕНИЕ Б
Бухгалтерский баланс ЗАО «КМЭЗ»

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказов минфина России
от 05.10.2011 № 124н,
от 06.04.2015 № 57н)

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 20 16 г.

Организация ЗАО "Кыштымский медеэлектролитный завод" Форма по ОКУД _____
Идентификационный номер налогоплательщика _____ Дата (число, месяц, год) _____
Вид экономической деятельности Производство меди по ОКПО _____
Организационно-правовая форма/форма собственности Закрытое акционерное общес ИНН _____
совместная частная и иностранная собственность по ОКФС _____
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ _____
Местонахождение (адрес) 456870, г.Кыштым, Челябинская область,
ул.Парижской коммуны, д.2

Коды		
0710001		
31	12	2016
05774989		
7413000630		
24.44, 24.41 и т.д.		
67	34	
384		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 16 г. ³	На 31 декабря 20 15 г. ⁴	На 31 декабря 20 14 г. ⁵
1	2	3	4	5	6
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
1.1,1.2,1.3	Нематериальные активы	1110	153 363	173 584	193 803
1.4	Результаты исследований и разработок	1120	0	0	0
	Нематериальные поисковые активы	1130	0	0	0
	Материальные поисковые активы	1140	0	0	0
2.1; 2.2	Основные средства, в т.ч.	1150	2 168 872	2 179 219	2 224 092
2.1	Основные средства в организации	11501	1 493 917	1 515 483	1 436 001
2.2	Незавершенные капитальные вложения	11502	674 955	663 736	788 091
2.1	Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0
3.1	Финансовые вложения	1170	195 882	195 882	195 882
	Отложенные налоговые активы	1180	20 486	317 453	303 431
	Прочие внеоборотные активы	1190	3 713	6 080	8 902
	Итого по разделу I	1100	2 542 316	2 872 218	2 926 110
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
4.1	Запасы, в том числе	1210	1 180 732	908 853	798 514
4.1	сырье, материалы и другие аналогичные ценности	12101	616 316	570 543	510 324
4.1	готовая продукция и товары для перепродажи	12102	11 264	12 026	17 329
4.1	затраты в незавершенном производстве	12103	553 152	326 284	270 861
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	311 720	414 818	232 463
5.1	Дебиторская задолженность, в т.ч	1230	950 582	1 781 019	2 303 800
	в т.ч.расчёты с покупателями и заказчиками	12301	255 194	1 064 462	1 047 874
3.1	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	2 866 579	1 917 734	2 728 664
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	210	308	1 061
	Прочие оборотные активы	1260	847	838	1 279
	Итого по разделу II	1200	5 310 670	5 023 570	6 065 781
	БАЛАНС	1600	7 852 986	7 895 788	8 991 891

Продолжение приложения Б

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 16 г. ³	На 31 декабря 20 15 г. ⁴	На 31 декабря 20 14 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	595 163	595 163	595 163
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(35) ⁷	(0)	(0)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	222 343	223 721	228 699
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	0	0	0
	Резервный капитал	1360	29 758	29 758	29 758
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	2 194 572	853 115	925 669
	Итого по разделу III	1300	3 041 801	1 701 757	1 779 289
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
5.2	Заемные средства, в т.ч.	1410	3 639 414	1 987 710	5 625 840
	Отложенные налоговые обязательства	1420	36 613	23 196	21 008
	Оценочные обязательства	1430	0	0	0
	Прочие обязательства	1450	0	0	0
	Итого по разделу IV	1400	3 676 027	2 010 906	5 646 848
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	3 282	2 661 036	12 716
	в т.ч.: проценты по долгосрочным кредитам	15101	3 282	10 756	12 716
5.2	Кредиторская задолженность	1520	1 096 290	1 488 874	1 520 586
	в том числе:				
	расчёты с поставщиками и подрядчиками	15201	89 313	684 177	715 951
	расчёты с покупателями и заказчиками	15202	836 766	615 274	717 167
	расчёты по налогам и сборам	15203	50 815	16 891	8 736
	расчёты по социальному страхованию	15204	10 555	9 814	8 926
	Доходы будущих периодов	1530	0	0	0
7	Оценочные обязательства	1540	35 586	33 215	32 452
	Прочие обязательства	1550	0	0	0
	Итого по разделу V	1500	1 135 158	4 183 125	1 565 754
	БАЛАНС	1700	7 852 986	7 895 788	8 991 891

Руководитель

А.В. Кудрявцев

(расшифровка подписи)

20 17 г.



Продолжение приложения Б

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказов минфина России
от 05.10.2011 № 124н,
от 06.04.2015 № 57п)

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 20 17 г.

Организация ЗАО "Кыштымский медэлектrolитный завод"
Идентификационный номер налогоплательщика _____
Вид экономической деятельности Производство меди
Организационно-правовая форма/форма собственности Закрытое акционерное общество
совместная частная и иностранная собственность _____
Единица измерения: тыс. руб.
Местонахождение (адрес) 456870, г.Кыштым, Челябинская область,
ул.Парижской коммуны, д.2

Дата (число, месяц, год) _____
Форма по ОКУД _____
по ОКПО _____
ИНН _____
по ОКВЭД _____
ю ОКОПФ/ОКФС _____
по ОКЕИ _____

Коды		
0710001		
31	12	2017
06774969		
7413000630		
24.44, 24.41 и т.д.		
67	34	
384		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 17 г. ³	На 31 декабря 20 16 г. ⁴	На 31 декабря 20 15 г. ⁵
1	2	3	4	5	6
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
1.1, 1.2, 1.3	Нематериальные активы	1110	133 143	153 363	173 584
1.4	Результаты исследований и разработок	1120	0	0	0
	Нематериальные поисковые активы	1130	0	0	0
	Материальные поисковые активы	1140	0	0	0
2.1; 2.2	Основные средства, в т.ч.	1150	2 472 795	2 168 872	2 179 219
2.1	Основные средства в организации	11501	1 469 178	1 435 077	1 493 797
2.1	Затраты на плановый ремонт	11502	38 393	58 840	21 686
2.2	Незавершенные капитальные вложения	11503	965 224	674 955	663 736
2.1	Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0
3.1	Финансовые вложения	1170	195 882	195 882	195 882
	Отложенные налоговые активы	1180	21 630	20 486	317 453
	Прочие внеоборотные активы	1190	39 050	3 713	6 080
	Итого по разделу I	1100	2 862 500	2 542 316	2 872 218
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
4.1	Запасы, в том числе	1210	1 182 738	1 180 732	908 853
4.1	сырье, материалы и другие аналогичные ценности	12101	568 375	616 316	570 543
4.1	готовая продукция и товары для перепродажи	12102	11 155	11 264	12 026
4.1	затраты в незавершенном производстве	12103	603 208	553 152	326 284
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	312 894	311 720	414 818
5.1	Дебиторская задолженность, в т.ч	1230	1 080 902	950 582	1 781 019
	в т.ч. расчёты с покупателями и заказчиками	12301	310 754	255 194	1 064 462
3.1	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	4 217 623	2 866 579	1 917 734
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	936	210	308
	Прочие оборотные активы	1260	2 846	847	838
	Итого по разделу II	1200	6 797 939	5 310 670	5 023 570
	БАЛАНС	1600	9 660 439	7 852 986	7 895 788

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 17 г. ³	На 31 декабря 20 16 г. ⁴	На 31 декабря 20 15 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	595 163	595 163	595 163
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(0) ⁷	(35)	(0)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	221 293	222 343	223 721
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	0	0	0
	Резервный капитал	1360	29 758	29 758	29 758
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	3 256 347	2 194 572	853 115
	Итого по разделу III	1300	4 102 561	3 041 801	1 701 757
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
5.2	Заемные средства, в т.ч.	1410	3 072 011	3 639 414	1 987 710
	Отложенные налоговые обязательства	1420	36 456	36 613	23 196
	Оценочные обязательства	1430	0	0	0
	Прочие обязательства	1450	0	0	0
	Итого по разделу IV	1400	3 108 467	3 676 027	2 010 906
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	385 655	3 282	2 661 036
	в т.ч.: проценты по долгосрочным кредитам	15101	1 654	3 282	10 756
5.2	Кредиторская задолженность	1520	2 021 230	1 096 290	1 488 874
	в том числе:				
	расчёты с поставщиками и подрядчиками	15201	94 644	89 313	684 177
	расчёты с покупателями и заказчиками	15202	1 426 221	836 766	615 274
	расчёты по налогам и сборам	15203	66 850	50 815	16 891
	расчёты по социальному страхованию	15204	60	10 555	9 814
	Доходы будущих периодов	1530	0	0	0
7	Оценочные обязательства	1540	42 526	35 586	33 215
	Прочие обязательства	1550	0	0	0
	Итого по разделу V	1500	2 449 411	1 135 158	4 183 125
	БАЛАНС	1700	9 660 439	7 852 986	7 895 788



Руководитель

(подпись)

А.В. Кудряцев

(расшифровка подписи)

20 18 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Отчет о финансовых результатах ЗАО «КМЭЗ»

Отчет о финансовых результатах за январь-декабрь 20 16 г.

	Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД	Коды	
Организация <u>ЗАО "Кыштымский медезлектролитный завод"</u>			0710002	
Идентификационный номер налогоплательщика			31	12
Вид экономической деятельности			2016	
деятельности <u>Производство меди</u>			05774969	
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>закрытые акционерные общества</u>			7413000630	
совместная частная и иностранная собственность			24.44, 24.41 и т.д.	
Единица измерения: тыс. руб.			67	34
			384	

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За январь-декабрь 20 <u>16</u> г. ³	За январь-декабрь 20 <u>15</u> г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	11 156 957	10 654 647
	Себестоимость продаж	2120	(9 932 297)	(8 887 264)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	1 224 660	1 767 383
	Коммерческие расходы	2210	(116 299)	(94 896)
	Управленческие расходы	2220	(192 348)	(172 712)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	916 013	1 499 775
	Доходы от участия в других организациях	2310	45	45
	Проценты к получению	2320	199 774	204 604
	Проценты к уплате	2330	(269 299)	(384 332)
	Прочие доходы	2340	1 249 617	280 481
	Прочие расходы	2350	(402 041)	(1 691 672)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	1 694 109	(91 099)
	Текущий налог на прибыль	2410	(41 735)	()
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	(13 297)	(11 925)
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	(13 417)	(2 188)
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	(296 967)	8 484
	Прочее	2460	(1 965)	7 255
	Чистая прибыль (убыток)	2400	1 340 025	(77 548)

Пояснения ¹	Наименование показателя ²		За январь-декабрь 20 <u>16</u> г. ³	За январь-декабрь 20 <u>15</u> г. ⁴
	СПРАВОЧНО			
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	---	---
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	---	---
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	1 340 025	(77 548)
	Справочно			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	0	0
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	---	---

Руководитель А.В. Кудрявцев
(расшифровка подписи)

17 марта 20 17 г.



Отчет о финансовых результатах
за январь-декабрь 20 17 г.

Организация <u>ЗАО "Кыштымский медеэлектролитный завод"</u>	Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД	Коды	
Идентификационный номер налогоплательщика	по ОКГЮ	31 12 2017	0710002	
Вид экономической деятельности	ИНН	05774969	7413000630	
<u>Производство меди</u>	по ОКВЭД	24.44, 24.41 и т.д.		
Организационно-правовая форма/форма собственности	по ОКФС/ОКФС	67 34		
сопутная частная и иностранная собственность	по ОКЕИ	384		
Единица измерения: тыс. руб.				

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За январь-декабрь 20 <u>17</u> г. ³	За январь-декабрь 20 <u>16</u> г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	11 684 874	11 156 957
	Себестоимость продаж	2120	(10 158 123)	(9 932 297)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	1 526 751	1 224 660
	Коммерческие расходы	2210	(112 779)	(116 299)
	Управленческие расходы	2220	(211 971)	(192 348)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	1 202 001	916 013
	Доходы от участия в других организациях	2310	45	45
	Проценты к получению	2320	296 810	199 774
	Проценты к уплате	2330	(189 052)	(269 299)
	Прочие доходы	2340	515 041	1 249 617
	Прочие расходы	2350	(464 964)	(402 041)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	1 359 881	1 694 109
	Текущий налог на прибыль	2410	(300 128)	(41 735)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	(26 851)	(13 297)
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	157	(13 417)
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	1 144	(296 967)
	Прочее	2460	(329)	(1 965)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	1 060 725	1 340 025

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За январь-декабрь 20 <u>17</u> г. ³	За январь-декабрь 20 <u>16</u> г. ⁴
	СПРАВОЧНО			
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	---	---
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	---	---
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	1 060 725	1 340 025
	Справочно			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	0	0
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	---	---

Руководитель  А.В. Кудрявцев
(подпись) (расшифровка подписи)
20 18 г.

