

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.01 «Экономика»
Кафедра Экономики и автоматизированных систем управления

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Разработка текущих и стратегических планов развития предприятия ООО «ТРИО»

УДК 658.012.224:005.511

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б20	Шулякова Татьяна Сергеевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор кафедры ЭиАСУ	Шабашев В.А.	д.э.н., профессор		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДифВ	Гришагин М.В.	к.т.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ЭиАСУ	Трифонов В.А.	к.э.н., доцент		

Юрга – 2017г.

Планируемые результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
P1	Применять глубокие гуманитарные, социальные, экономические и математические знания для организации и управления экономической деятельностью предприятий с соблюдением правил охраны здоровья, безопасности труда и защиты окружающей среды
P2	Применять типовые методики и действующую нормативно-правовую базу для экономических расчетов и представлять их результаты в соответствии со стандартами организации
P3	Ставить и решать задачи экономического анализа, связанные со сбором и обработкой экономических данных с использованием отечественных и зарубежных источников информации и современных информационных технологий, а также с анализом и интерпретацией полученных результатов
P4	Разрабатывать предложения по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев их социально-экономической эффективности, используя современные информационные технологии
P5	Преподавать экономические дисциплины, разрабатывать и совершенствовать их учебно-методическое обеспечение
P6	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена или руководителя малой группы, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, нести ответственность за организационно-управленческие решения и результаты работы
P7	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем работать с информацией и документами в иноязычной среде
P8	Активно использовать навыки работы с компьютером как средством управления информацией с соблюдением требований информационной безопасности
P9	Демонстрировать глубокие знания социальных, этических, культурных и исторических аспектов развития общества и компетентность в вопросах прогнозирования социально-значимых проблем и процессов
P10	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности, в том числе с использованием глобальных информационных систем

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.01 «Экономика»
Кафедра экономики и автоматизированных систем управления

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ЭиАСУ
В.А. Трифонов
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы бакалавра

В форме:

Бакалаврской работы (бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-17Б20	Шулякова Т.С.

Тема работы:

Разработка текущих и стратегических планов развития предприятия ООО «ТРИО»	
Утверждена приказом проректора-директора (директора) (дата, номер)	

Срок сдачи студентом выполненной работы:

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе (информация об объекте исследования.).	Объект исследования: ООО «ТРИО», режим работы: непрерывный; Вид деятельности: 28.30.8 Производство прочих сельскохозяйственных машин и оборудования; Объект является производством и не оказывает негативного влияния на окружающую среду.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов (краткая информация о нормативных документах для исследуемого предприятия; определение задач и результатов работы).	Основными источниками явились работы Портер М. Конкуренция: пер. с англ., Баутмартьян Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции. Маркетинг и маркетинговые исследования в России, Барсукова А.В. Формирование конкурентной стратегии фирмы: возможности контрактного подхода. Задачами исследования является изучение теоретических основ стратегического развития предприятия, определить сущности стратегии, её виды, выявить механизма разработки текущих и стратегических планов развития организации. Провести экономическую оценку деятельности ООО «ТРИО» при помощи SWOT-анализа, модели «Пяти сил конкуренции по М. Портеру», позиционной карты стратегических групп конкурентов, провести экономический анализ деятельности ООО «ТРИО» с целью выбора дальнейшей стратегии развития предприятия. Обосновать выбор стратегии развития предприятия и предложить рекомендации по внесению изменений в общие принципы менеджмента предприятия. Результатом должна стать разработанная актуальная конкурентная стратегия предприятия.
Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	Графический материал представлен в презентации в Power Point
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы(с указанием разделов)	

Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Доцент кафедры БЖД и ФВ В.М. Гришагин
Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:	
Реферат	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
--	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор кафедры ЭиАСУ	В.А. Шабашев	д.э.н, профессор		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б20	Т.С. Шулякова		

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
3-17Б20	Шулякова Т.С.

Институт	Юргинский технологический институт	Кафедра	ЭиАСУ
Уровень образования	бакалавриат	Направление/специальность	38.03.01 «Эконом ика»

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

1. <i>Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, механического оборудования) на предмет возникновения:</i>	Объектом исследования является рабочий кабинет специалиста ООО «Трио» Кемеровская обл., г. Юрга, Шоссейная улица, 56.
<i>Знакомство и отбор законодательных и нормативных документов по теме</i>	Конституция РФ, Трудовой кодекс РФ, указы Президента РФ по вопросам охраны труда.

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

2. <i>Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды в следующей последовательности:</i>	Ненормированное освещение; параметры микроклимата; работа с дисплеем; умственное перенапряжение и монотонность труда; работа в неудобной позе; шум; ЭМП и ЭМИ
3. <i>Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производственной среды в следующей последовательности</i>	Поражение электрическим током; возможные возгорания
4. <i>Охрана окружающей среды:</i>	Данный вид деятельности не оказывает влияние на загрязнение окружающей среды.
5. <i>Защита в чрезвычайных ситуациях:</i>	Возможные ЧС: пожар класса Е. Разработаны меры пожаротушения. Прохождение противопожарного инструктажа в соответствии с ФЗ «О противопожарной безопасности»
6. <i>Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности:</i>	Эргономическая организация рабочего места. Защита от электромагнитных полей и излучений

Перечень графического материала:

--	--

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику

--	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДиФВ	Гришагин В.М.	К.Т.Н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б20	Шулякова Т.С.		

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 98 страниц, 3 рисунка, 20 таблиц, 44 использованных источника.

Ключевые слова: стратегия развития, стратегическое планирование, финансовый анализ, потенциал предприятия, повышения конкурентоспособности, социальная ответственность.

Объектом исследования являются текущие и стратегические планы развития ООО «ТРИО».

Цель работы: определение путей совершенствования стратегии развития ООО «ТРИО» и повышения конкурентоспособности предприятия на рынке.

В процессе исследования был проведен анализ деятельности предприятия, его экономических показателей, текущего конкурентного положения ООО «ТРИО».

В результате исследования: предложены мероприятия, направленные на повышение конкурентной стратегии и рыночной эффективности развития ООО «ТРИО»

Степень внедрения: предложенные мероприятия по повышению конкурентоспособности будут представлены руководству ООО «ТРИО».

Экономическая эффективность / значимость работы: предлагаемые мероприятия поспособствуют развитию деятельности предприятия и росту конкурентоспособности в сфере его деятельности.

В будущем планируется: применить предлагаемые мероприятия на практике и направить их реализацию на повышение конкурентоспособности и развития предприятия.

The abstract

Final qualifying work consists of 102 pages, 3 figures, 18 tables, 44 used source.

Key words: development strategy, strategic planning, financial analysis, enterprise potential, competitiveness, social responsibility.

Object of research are the current and strategic plans of the development OOO "TRIO".

The work purpose: determination of ways to improve the strategy of development, LLC "TRIO" and competitiveness of the enterprise market.

In the research process was the analysis of the activities of the enterprise, its economic performance, the current competitive position of the company "TRIO".

The study: the proposed activities are aimed at improving competitive strategies and market efficiency of the development OOO "TRIO"

Level of implementation: the proposed measures to improve competitiveness will be presented to the management of LLC "TRIO".

Economic efficiency and significance of the work: the proposed activities will contribute to the development of enterprise activity and increase of competitiveness in the sphere of its activities.

In the future we plan to apply the proposed activities for the practice and guide their implementation to increase competitiveness and development of the enterprise.

Оглавление

Введение	10
1 Обзор литературы	12
1.1 Понятие и сущность стратегии	12
1.2 Виды стратегий развития предприятия	15
1.3 Виды стратегий предприятия	19
2 Объект и методы исследования	21
3 Расчеты и аналитика	23
3.1 Краткая характеристика деятельности ООО «ТРИО»	23
3.2 Экономические показатели предприятия	29
3.3 Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации	39
3.3.1 Сравнительный анализ финансовой деятельности предприятий	41
3.3.2 Модель пяти сил конкуренции М. Портера	42
3.3.3 SWOT-анализ предприятия	45
3.4 Определение конкурентной стратегии развития предприятия	48
3.5 Выбор стратегии развития.	50
4 Результаты проведенного исследования	52
4.1 Основная проблема предприятия	52
4.2 Потенциальные возможности развития ООО «ТРИО»	52
4.3 Краткосрочные цели развития	56
4.4 Среднесрочные цели развития предприятия	63
4.5 Долгосрочные цели развития предприятия	64
4.6 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий	65
5 Социальная ответственность	66
5.1 Описание рабочего места на предмет возникновения вредных и опасных производственных факторов	66
5.2 Анализ выявленных вредных факторов	68

5.3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой произведённой среды	77
5.4 Охрана окружающей среды	78
5.5 Защита в чрезвычайных ситуациях	78
5.6 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности	79
5.7 Заключение по разделу «Социальная ответственность»	83
Заключение	84
Список использованных источников	87
Приложение А (обязательное) Бухгалтерский баланс ООО «ТРИО» на 31 декабря 2016г.	90
Приложение Б (обязательное) Отчет о финансовых результатах ООО «ТРИО» за 2016г.	91
Приложение В (обязательное) Отчет о финансовых результатах ООО «ТРИО» за 2015г.	92
Приложение Г (обязательное) Бухгалтерский баланс ООО «СибКомСельМаш» на 31 декабря 2016г.	93
Приложение Д (обязательное) Отчет о финансовых результатах ООО «СибКомСельМаш» за 2016г.	94
Приложение Е (обязательное) Бухгалтерский баланс ООО "Юоргаагромаш" на 31 декабря 2016г.	95
Приложение Ж (обязательное) Отчет о финансовых результатах ООО «СибКомСельМаш» за 2016г.	96
Приложение К (обязательное) SWOT-анализ предприятия	97
Приложение Л (обязательное) Диаграмма SWOT-анализа предприятия	99
Приложение М (обязательное) Полный перечень услуг пакета «Премиум» рекламного интернет агентства «Master STAR»	100

CD-RW диск

в конверте
на обороте
обложки

Введение

В современных нестабильных экономических условиях кризисные явления возникают повсеместно и несут большую внешнюю опасность для успешного развития бизнеса. Быстро изменяющаяся рыночная среда требует от собственника предприятия принимать стратегически важные решения в области управления и искать новые, инновационные подходы к ведению хозяйственной деятельности.

Но большинство предприятий малого бизнеса чаще всего, не имеют вообще никакого плана развития. Они осуществляют свою деятельность, исходя из принципа «жить одним днем» и даже не думают о развитии своей фирмы на 1 год, 5 лет или 10 лет в дальнейшей перспективе. Такая позиция может крайне негативно повлиять на дальнейшее становление организации в целом и, в конечном счете, приведет к краху всей фирмы.

Мероприятия по разработки эффективной стратегии развития предприятия является масштабной и сложной задачей для руководителя. При разработке методов стратегического управления, возникает ряд трудностей с выбором самой эффективной и оптимальной стратегии развития.

Актуальность данной работы определяется тем, что в современных условиях жесткой рыночной конкуренции, нужно выбрать единый, правильный путь формирования стратегии бизнеса, который приведет его к дальнейшему развитию и процветанию.

Высокий уровень конкуренции заставляет ограничивать выбор стратегии путем анализа преимуществ фирмы перед основными конкурентами.

Возможность своевременно предвидеть изменения на рынке и предпринять соответствующие меры, дает позитивную, длительную перспективу динамичного развития.

Но, для того что бы такое мышление было эффективным, оно должно быть системным и целенаправленным на подготовку необходимых действий, которые дадут желаемый результат.

Цель выпускной квалификационной работы состоит в анализе текущих планов и разработке дальнейших стратегических планов развития ООО «ТРИО», а так же определения наиболее перспективных направлений деятельности организации, которые обеспечат ее дальнейший рост, развитие и процветание.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- определить значение понятия и виды стратегий предприятия;
- описать объект исследования и методы его изучения;
- провести анализ хозяйственной деятельности, конкурентной среды и стратегических целей компании ООО «ТРИО»;
- предложить мероприятия по разработке и оптимизации текущих планов развития, а так же дальнейшей стратегии развития ООО «ТРИО», в том числе маркетинговой;
- оценить эффект от предложенных мероприятий.

Объектом исследования является производственная деятельность предприятия ООО «ТРИО».

Предметом исследования является разработка и оптимизация стратегической деятельности и дальнейшего развития предприятия.

Практическая значимость работы состоит в изучении стратегических планов развития предприятия, как краткосрочных, так и направленных на долгосрочную перспективу, их анализ, оптимизация и внедрение полученных результатов в деятельность предприятия.

1 Обзор литературы

1.1 Понятие и сущность стратегии

Существует множество определений понятия «стратегия». Изначально, этот термин возник в Древней Греции и использовался в военном деле. Дословно, в переводе, он обозначает «искусство полководца». В процессе эволюции этот термин был позаимствован и стал употребляться в мирных сферах деятельности человека.

В научной литературе у различных авторов встречаются не похожие друг на друга определения понятия стратегии.

Рассмотрим некоторые из них.

Стратегия это:

- совокупность стратегических решений, определяющих основные аспекты деятельности предприятия [1];
- «набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности» [2];
- «долгосрочное качественно определённое направление развития организации, качающееся сферы деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а так же позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к её целям» [3];
- «качественная последовательность действий и состояний, которые используются для достижения целей предприятия» [4].

Стратегия организации включает в себя деловые подходы и инициативы для привлечения и удовлетворения потребностей потребителей, поддержания конкурентоспособности и укрепления рыночных позиций [5].

Научная дисциплина, занимающаяся изучением и развитием стратегической деятельности фирмы, называется стратегический менеджмент.

Стратегический менеджмент – это сложное искусство управления развитием предприятия в течение длительного периода времени. Основная цель стратегического менеджмента – максимально использовать ресурсы и возможности предприятия для его продвижения, расширения и развития в выбранной сфере деятельности.

Стратегический менеджмент позволяет фирме провести анализ своей деятельности и выявить перспективные цели развития, способы их достижения, возможные шансы на успех и вероятные угрозы, которые могут возникнуть в процессе реализации сформированного плана действий.

Создание стратегии можно определить как процесс разработки основных целей компании, ее развития и функционирования на четко определенный период времени, а также определение способа использования имеющихся средств для достижения поставленных целей.

При создании данной стратегии необходимо учитывать текущие, оперативные и перспективные задачи фирмы. Иными словами, в соответствии с современной теорией управления разработать целостную концепцию развития предприятия и его будущую позицию на рынке. Стратегия фирмы обязательно должна учитывать продуманные долгосрочные цели и задачи (новые ценности для ее клиентов: изделия, услуги, формы продажи и т.д.), а также направления вложения тех ресурсов, которые имеются в ее распоряжении для достижения поставленных целей[6].

Выбор стратегии развития зависит от множества факторов, таких как:

- Виды конкурентной борьбы.
- Темп и характер инфляции.
- Положение экономической и политической ситуации.
- Сравнительных анализ преимуществ национальной экономики на внутреннем и мировом рынках.
- Сравнительных анализ внешних и внутренних факторов экономики.

- Анализ возможностей предприятия, его производственных и финансовых ресурсов.

Процесс создания стратегии предприятия содержит в себе необходимость определения общей, базисной стратегии, формирование конкурентной стратегии и определение основной функциональной стратегии.

Выбор стратегии предприятия и её разработка состоят из 3 основных этапов:

- 1 Проведение анализа – происходит сбор и изучение различных данных, необходимых для принятия оптимального решения. В дальнейшем, на основе этих данных, происходит выбор и разработка стратегии развития.
- 2 Выбор и обоснование стратегии – на этом этапе производится выбор стратегии и анализ ее эффективности.
- 3 Внедрение стратегии – на данном этапе стратегия реализуется в действительности.

Главное – это поиск мер и действий по ее реализации, выполнение которых должно перевести предприятие из существующего финансово – экономического состояния в намеченное в соответствии с принятой методикой. Таким образом – разработка стратегии – это не отдельная кампания по ее формированию, а постоянный, взаимосвязанный процесс разработки и корректировки целей предприятия и путей их реализации. Схема разработки и реализации стратегии представлена на рисунке 2.

В зависимости от того какие цели и задачи поставлены, анализ внешней и внутренней среды организации производят с учетом необходимого количества факторов. Это определяется степенью влияния того или иного фактора на результаты деятельности предприятия, его эффективность. Как видно из схемы, формулирование стратегии – только начало работы по ее разработке.



Рисунок 2. Схема этапов разработки и реализации стратегии.

1.2 Виды стратегий развития предприятия

Стратегия каждого предприятия уникальна, так как она зависит от множества факторов как внешней, так и внутренней среды. Не существует единой стратегии для всех предприятий, но не смотря на это, можно сформировать общие подходы и выделить основные варианты стратегического развития.

Наиболее известными в научной литературе являются: базовые стратегии М. Портера, матрица Ансоффа, матрица БКГ, матрицы Mc-Kinsey, ADL/LC.

Так, например, М. Портер выделяет три основных варианта стратегии развития:

1 Стратегия лидерства по издержкам.

Данная стратегия характеризуется тем, что предприятие добивается низких затрат на производство продукции и услуг.

Стратегия лидерства по издержкам имеет ряд преимуществ:

- Предприятие может устанавливать заниженные цены, получая при этом высокие прибыли;
- Занижая цены, организация имеет возможность увеличить объем продаж и тем самым получить дополнительную прибыль;
- Предприятие может вытеснить с рынка конкурентов, имея более низкие цены, или препятствовать вхождению на рынок других компаний.

2 Стратегия дифференциации.

Стратегия дифференциации заключается в создании у покупателя чувства убежденности, что продукт компании превосходит подобные продукты конкурентов.

Эта стратегия имеет следующие достоинства:

- Предприятие может устанавливать на свою продукцию более высокую цену, предлагая товар лучший по дизайну, функциям и т.д.;
- Создается дополнительный барьер для вхождения на рынок других компаний.

3 Стратегия фокусирования.

Стратегия фокусирования основана на концентрации усилий предприятия на определенных сегментах рынка. При этом организация может применять любую из двух ранее указанных стратегий при ограничении масштаба.

Данная стратегия имеет следующие преимущества:

- Предприятие имеет возможность снижать свои затраты ввиду узкой специализации, благодаря сосредоточению своих усилий на сегментах рынка либо на отдельном виде продукции;
- Процесс выхода предприятия на новый рынок становится более простым и менее затратным.

Главное требование, предъявляемое к стратегии, - это реальность ее выполнения.

Часто предприятия намечают несколько стратегий, главное, чтобы они не противоречили друг другу. Обычно стратегии, в зависимости от целей и субъектов реализации делятся на:

- Основную (генеральную) стратегию;
- Функциональные стратегии, которые являются подцелями и отражают пути реализации основной цели в соответствии с функциями управления;
- Специальные, которые разрабатываются по видам бизнеса при выделении приоритетных задач или развитии новых видов деятельности.

Перечень функциональных стратегий предприятия представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Примерный перечень функциональных стратегий предприятия

Подсистема	Функциональные стратегии
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none">– Увеличение объема продаж на существующих рынках;– Расширение рынка сбыта с выходом на другие территории;– Увеличение объема реализации продукции и услуг за счет выхода на рынок с новой продукцией и услугами;– Совершенствование ценовой системы;– Внедрение новых форм расчетов с потребителями.
Производство	<ul style="list-style-type: none">– Снижение затрат на производство продукции;– Разработка норм расхода материальных ресурсов;– Обновление производства;– Внедрение программы энергосбережения;

	<ul style="list-style-type: none">– Автоматизация процесса производства.
Финансы	<ul style="list-style-type: none">– Финансовое оздоровление предприятия;– Внедрение системы бюджетирования;– Погашение кредиторской задолженности;– Обеспечение кредитования.

Продолжение таблицы 1

	–
Кадры	<ul style="list-style-type: none"> – Разработка системы переподготовки кадров; – Разработка системы стимулирования роста объема реализации продукции и услуг; – Обеспечение социальной защиты работников предприятия.
Инновации	<ul style="list-style-type: none"> – Разработка новых видов продукции и услуг; – Внедрение имеющихся разработок; – Участие в выставках, конкурсах и т.д.
Обеспечение материально – техническими ресурсами	<ul style="list-style-type: none"> – Приобретение ряда предприятий – поставщиков; – Оптимизация запасов МТР; – Приобретение высокоэффективного оборудования, техники и др.; – Поиск новых поставщиков.
Организационные возможности	<ul style="list-style-type: none"> – Изменение структуры управления; – Создание новой организационной структуры; – Перераспределение функциональных обязанностей.

Из всего многообразия стратегических альтернатив на основе результатов анализа осуществляется непосредственный выбор наиболее предпочтительных стратегий по подсистемам предприятия.

1.3 Виды стратегий предприятия

1 Базисная стратегия – данная стратегия формируется в зависимости от изменений, происходящих во внешней и внутренней среде. Она представляет собой общую, основную концепцию поведения фирмы на данном этапе ее функционирования.

2 Стратегия роста – предусматривает увеличение размеров фирмы и требующая для этого достаточное количество необходимых для развития ресурсов.

3 Стратегия стабильности – отвечает за концентрацию деятельности на существующих направлениях развития и их поддержку.

4 Стратегия выживания – характеризуется попытками фирмы приспособить свою деятельность к существующим рыночным условиям, а так же глобальным анализом методов функционирования фирмы и отказом от прежних приемов ведения хозяйственной деятельности.

5 Стратегия сокращения – применяется при необходимости, когда существование фирмы находится под угрозой. Характеризуется процессом сокращения издержек функционирования организации.

6 Оборонительная стратегия – определяет реакцию фирмы на действия конкурентов. Основная цель данной стратегии, это защита своей доли рынка от конкурентов агрессоров или имитаторов. Эту стратегию используют фирмы, не так давно вышедшие на новые рынки сбыта, и активно подвергающиеся давлению конкурентов. А так же компании с удовлетворительным рынком сбыта, но не имеющие достаточного количества необходимых ресурсов для его расширения.

7 Наступательная стратегия – стратегия, требующая кредитных инвестиций, дополнительных финансовых вливаний и, следовательно, более применимая в фирмах, располагающих достаточно высоким финансовым потенциалом и квалифицированным кадровым составом.

8 Стратегия первого типа – стратегии, направленные на получение долгосрочной прибыли, повышение устойчивости финансового положения организации, ее конкурентоспособности в течение относительно длительного периода времени.

9 Стратегия второго типа – стратегия, направленная на оптимизацию текущих финансовых показателей, максимизацию краткосрочной прибыли.

10 Конкурентная стратегия – долгосрочные меры наступательного или оборонительного характера, призванные укреплять положение фирмы с учетом факторов интенсивной конкуренции.

2 Объект и методы исследования

Объектом исследования является ООО «ТРИО». Компания ООО «ТРИО» была зарегистрирована и поставлена на учет 3 сентября 2002 в Межрайонной инспекции Министерства Российской Федерации по налогам и сборам №7 по Кемеровской области.

Фирме был присвоен Общероссийский Государственный Регистрационный Номер – 1024202001020 и ИНН: 4230017302.

Компания расположена и осуществляет свою деятельность по адресу 652050, Кемеровская область, город Юрга, Шоссейная улица, 56.

В работе были использованы следующие методы исследования:

1 Теоретический анализ – это выявление и изучение различных значений, признаков, особенностей, свойств и явлений. Изучив отдельные значения, сгруппировав в систему, мы выявим у них общие и особенности, а так же можем найти общий, объединяющий их принцип или правило. Анализ дает возможность понять содержание изучаемых явлений и сопровождается их обобщением.

2 SWOT – анализ – это исследование сильных и слабых сторон бизнеса и определение возможностей успешного функционирования фирмы в сложившихся и прогнозируемых условиях рынка.

По итогам SWOT – анализа можно сделать вывод о сильных сторонах организации и недостатках ее функционирования, а так же выявить возможности и угрозы внешней среды. И на основе этих данных принять решение о дальнейшем направлении развития предприятия.

3 Модель анализа пяти конкурентных сил М. Портера.

Метод Портера представляет собой структурированный анализ того, каким образом технико-экономические характеристики и особенности отрасли

вливают на интенсивность конкуренции, а через последнюю – на уровень прибыльности вложенного капитала.

4 Выявление конкурентов и определение их позиции

Ключом к выявлению конкурентов является сочетание анализа индустрии и рынка путем выделения товарно-рыночных сегментов. Очевидно, что каждый товарно-рыночный сегмент связан с различными конкурентными проблемами и возможностями.

3 Расчеты и аналитика

3.1 Краткая характеристика деятельности ООО «ТРИО»

Полное юридическое наименование организации: Общество с Ограниченной Ответственностью «ТРИО».

Количество учредителей в организации: 3 человека.

Все учредители являются гражданами Российской Федерации.

Учредителями значатся, с соответствующей долей уставного капитала:

- 1) Королев Николай Анатольевич 19,8 тысяч рублей (66%).
- 2) Королев Владимир Анатольевич 5,1 тысяч рублей (17%).
- 3) Королев Роман Николаевич 5,1 тысяч рублей (17%).

Размер уставного капитала составляет 30 тысяч рублей.

Руководителем предприятия является директор, Королев Николай Анатольевич, осуществляющий свою деятельность на основании устава.

В соответствии с регистрационными документами основным видом деятельности является:

– 28.30.8 Производство прочих сельскохозяйственных машин и оборудования

Также ООО «ТРИО», осуществляет свою деятельность еще по 5 направлениям, таким как:

– 25.11 Производство строительных металлических конструкций, изделий и их частей.

– 28.21 Производство печей, термокамер и печных горелок.

– 46.61.1 Торговля оптовая сельскохозяйственными и лесохозяйственными машинами, оборудованием и инструментами, включая тракторы.

– 46.90 Торговля оптовая неспециализированная.

– 47.9 Торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков.

Из выше перечисленных пунктов можно сделать вывод, что основная сфера деятельности ООО «ТРИО» – изготовление и продажа навесного оборудования к тракторам МТЗ (погрузчик экскаватор грейферный, погрузчики фронтальные, погрузчики гидравлические универсальные, сельхозтехника, коммунальная и строительная техника).

Так же предприятие выпускает отопительные аппараты собственного производства, предназначенные для теплоснабжения помещений различной площади (до 1000м²) и назначения (жилое помещение, цех, склад, дача, баня).

Организация производит котлы и печи разной модификации, отличающиеся высокой тепловой мощностью и дополнительными возможностями, такими как установка блока ТЭН.

Собственное производство дает предприятию возможность изготавливать продукцию различной модификации и конфигурации. А потребитель, в свою очередь, имеет уникальную возможность не переплачивать за избыточные, не нужные ему функции или оплачивать услуги посредника, а покупать необходимое ему оборудование по минимальной цене от производителя.

Предприятие разрабатывает и выполняет разовые, индивидуальные, нестандартные заказы по производству научно - технической продукции в области сельскохозяйственной техники.

В настоящее время, по частному заказу, происходит разработка навесного мульчера на трактор МТЗ, для измельчения и переработки кустарника, веток древесных отходов.

Также предприятие оказывало услуги 17 Отряду ФПС Кемеровской Области по ремонту и восстановлению пожарных машин в г. Юрга.

Вся выпускаемая продукция имеет Единый сертификат соответствия техническому регламенту Таможенного союза, подтверждающий соответствие выпускаемой продукции всем требованиям технических регламентов стран-участниц Таможенного союза.

Продукция, на которую оформлен сертификат Таможенного союза, может свободно обращаться на территории всех государств, входящих в это объединение. На данный момент это Россия, Белоруссия, Казахстан, Армения и Киргизия. При пересечении границ союзных государств больше не потребуется получения национальных сертификатов соответствия, а на таможах не будут взиматься дополнительные пошлины.

Оказывает услуги по выполнению работ, таких как: оказание сервисного обслуживания, монтаж, консультация по эксплуатации, и ремонт всех видов производимой продукции.

Производственные площади предприятия составляют более 5000 м². Выпуск высококачественной продукции обеспечивает множество необходимых в производстве станков, таких как фрезерные, сверлильные, расточные, токарные, шлифовальные, отрезные и пр.

Высокий уровень квалификации сотрудников позволяет выполнять не только стандартные заказы, но и проектировать и изготавливать индивидуальную продукцию тем самым удовлетворяя потребность, как массового потребителя, так и единичного.

ООО «ТРИО» в процессе производства использует весь комплексный состав прогрессивных технологических процессов и располагает высокоэффективным, высокоточным, качественным оборудованием.

Предприятие непрерывно осуществляет свою деятельность более 14 лет, и, следовательно, обеспечивает выполнение еще одной задачи, это организация стабильных рабочих мест для своих сотрудников.

Количество работников осуществляющих свою трудовую деятельность на предприятии в данное время составляет- 33 человека.

При достаточной загруженности производства, предприятие может обеспечить рабочим местами более 60 человек.

Схематичное изображение организационной структуры предприятия ООО «ТРИО» показано на рисунке 2.

Как видно из представленной схемы, в компании действует линейно-функциональная организационная структура.

Непосредственное управление в ООО «ТРИО» строится по схеме: директор – основной руководитель фирмы. Он принимает все стратегически важные решения.

Далее идет его заместитель, главный бухгалтер, менеджер по продажам, который подчиняется непосредственно директору и главный инженер. Далее идут подразделения и цеха. Данная структура управления является комбинацией линейной и функциональной структуры.

Такое соединение собрало в себе преимущества двух типовых структур и это позволяет ему при надлежащих внешних факторах качественно удовлетворять интересы и цели развития предприятия.

Достоинства данной организационной схемы заключается в следующем:

- четкое разделение труда дает нам возможность не нагружать различными обязанностями одного работника и это способствует становлению высококлассных специалистов, профессионалов в своей сфере деятельности;
- упрощение контроля над нижестоящими уровнями;
- высокая скоординированность действий;
- подбор кадров строго по деловым и профессиональным качествам;
- стимулирует деловую и профессиональную специализацию;
- уменьшает потребление ресурсов;
- улучшает координацию в функциональных подразделениях.

Но такой системе присущи и недостатки:

- отсутствие гибкости во взаимоотношениях с внешней средой и внутри организации;
- ухудшение взаимодействия, обмена информацией между подразделениями;
- большая ориентация подразделений на решение своих целей, нежели целей всей организации;

– увеличение цепи прохождения распоряжений руководителя.

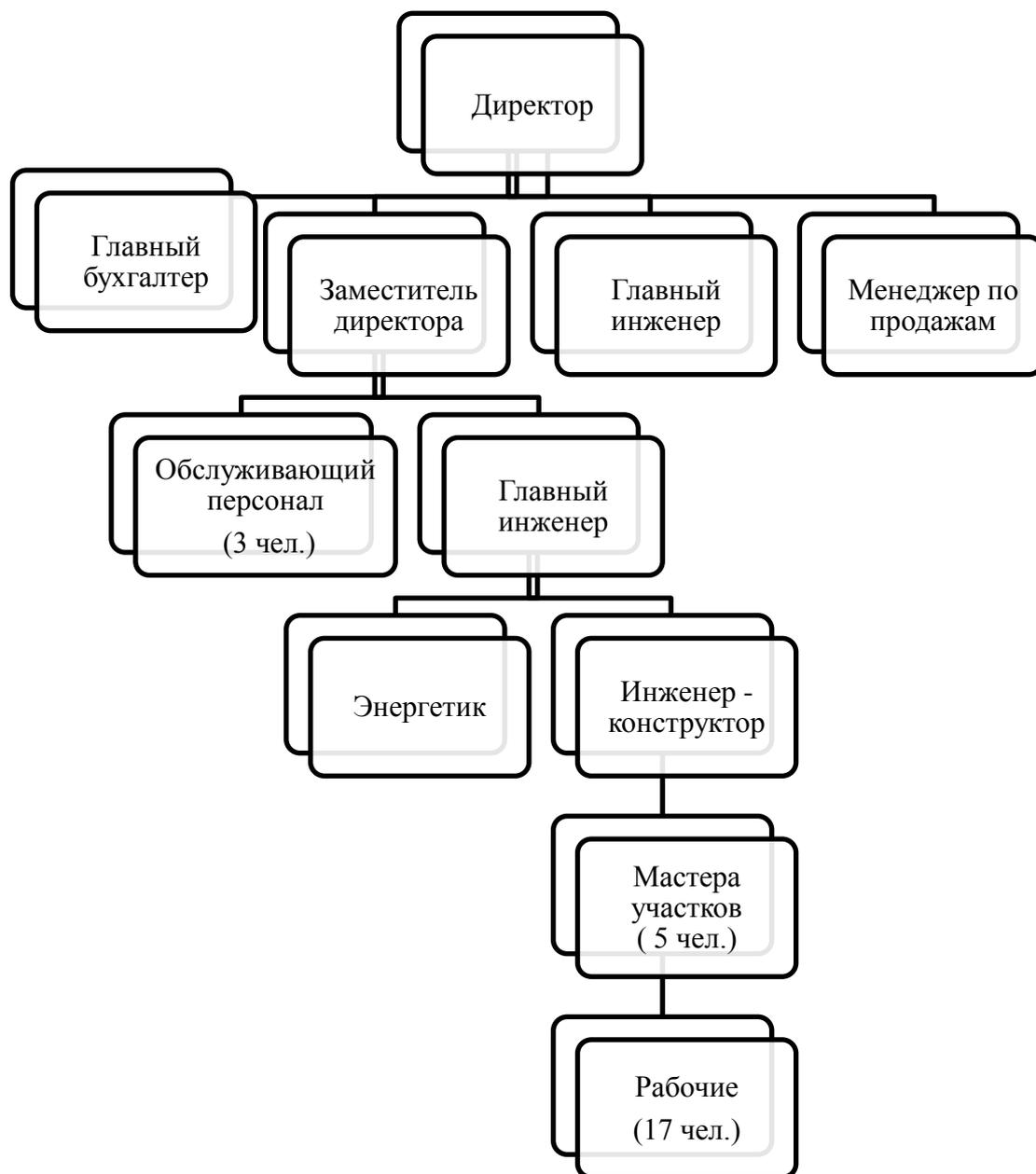


Рисунок 2 – Организационная структура ООО «ТРИО»

Структура предприятия полностью зависит от внешних факторов среды.

Ей приходится меняться вместе с ней, в связи, с чем необходимо постоянно обеспечивать соответствие структуры организации изменениям внешней среды.

Структура предприятия относится к узкому масштабу управляемости. Данный масштаб характеризуется минимальным количеством подчинённых у одного руководителя и для того чтобы соединить нижние звенья организации с высшим звеном, увеличивается количество иерархических уровней

Основной целью деятельности ООО «ТРИО» является осуществление рыночных взаимоотношений и получение прибыли путем удовлетворения покупательского спроса в сфере определяемого предмета деятельности.

Представители ООО «ТРИО» в России и Казахстане представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Представители ООО «ТРИО» на территории России и Казахстана

П/№	Место расположения	Наименование	Адрес расположения
Россия			
1	Москва	ООО "Технотрактор"	141100, г.Москва, Московская обл., г. Щелково, ул.Заречная, д.105 тел./факс: (495) 981-45-65
2	Иркутск	Сельскохозяйственный Снабженческо - сбытовой потребительский кооператив "Спектр"	669403, Россия, Иркутская область, Нукутский район, село Тангуты, улица Верхняя, д. 4 +7 (39549) 9-56-32
3	Свердловская обл.	ООО "Компания "КЛАСС-Агро"	624012, Россия, Свердловская обл., Сысертский район, р. п. Колос, 17 кв.1 +7 (343) 345-72-33
4	Екатеринбург	ООО "Агротехника"	620098, Россия, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Бакинских Комиссаров 180-60 +7 (343) 345-72-33
5	Уфа	ООО "ЭлементАгроТех"	Башкортостан, Уфимский р., с.Нижегородка, ул. Чапаева, 26. тел./факс: (347) 270-48-01 (02, 03)
6	Уфа	ООО ТД «ПодшипникМаш»	Башкортостан, г.Уфа, ул. Р. Зорге, д.8/1, офис 1 тел./факс: (347) 292-80-33
Казахстан			

7	Семей	ТОО "СемАЗ"	Казахстан, г. Семей, ул. Би-Боранбая, 81 тел./факс: (7222) 33-46-07
8	Усть - Каменогорск	ТОО "Агромашснаб"	Казахстан, г. Усть - Каменогорск, ул. Базовая, 1 тел./факс: (7232) 23-13-47

География продаж предприятия довольно широка.

Продукции ООО «ТРИО» реализовывалась в таких регионах как: Кемеровская, Томская, Новосибирская, Омская, Иркутская, Московская, Ленинградская области, Алтайский, Пермский, Приморский край, Республика Татарстан и Республики Башкортостан.

Реализацию своей продукции предприятие производит на территории РФ и Казахстана.

На данный момент проводятся переговоры с дистрибьюторами в Азербайджане, с целью продвижения производимой продукции на территории этой страны.

3.2 Экономические показатели предприятия

Далее рассмотрим показатели финансовой деятельности предприятия за последние три года. Для этого используем данные бухгалтерской отчетности за 2014-2016 гг., представленными в приложениях А, Б, В.

Важнейшим экономическим показателем является соотношение краткосрочной дебиторской и краткосрочной кредиторской задолженности, которое рассчитывается по формуле:

$$\text{Соотношение} = \text{стр.1230 (ф.1)} / (\text{стр. 1510 (ф.1)} + \text{стр.1520 (ф.1)}).$$

Согласно данным приведенным в бухгалтерском балансе у предприятия на 31 декабря 2014, 2015, 2016 года отсутствует дебиторская задолженность, что является несомненным плюсом.

Отсутствие задолженности в этой позиции определяется правилами компании, согласно которым товар отгружается потребителю только после 100% оплаты. Данное правило позволяет компании осуществлять свою

деятельность, и не рисковать своим оборотным капиталом имея просроченную дебиторскую задолженность.

Согласно стр.1520 (ф.1) на 31 декабря 2014 года у предприятия существовала крупная кредиторская задолженность равная 5 634 тыс. руб.

На начало 2014 года курс доллара США по отношению к российскому рублю 1 января 2014 года составил 32,7. В конце августа 2014 года курс доллара начал неуклонно расти, что крайне негативно повлияло на стоимость необходимых для производства материалов. Так как основная производственная деятельность ООО «ТРИО» напрямую связана с изготовлением продукции, состоящей из металла на 80%, то руководством компании было принято решение закупить крупную партию этого ресурса до повышения его стоимости на основном рынке. На 31 декабря 2014 года курс доллара США составил 56,3 рублей за доллар. Рост курса доллара с начала 2014 года составил около 72%[7].

На 31 декабря 2015 года эта задолженность была погашена путем привлечения сторонних инвестиций, что привело к образованию других долгосрочных обязательств стр.1450 (ф.1) в сумме 8 430 тыс. руб.

На 31 декабря 2016 года сумма прочих долгосрочных обязательств увеличилась до 9 620 тыс. руб.

В таблице 3 представлены основные экономические показатели деятельности организации за 2015 – 2016г.

Таблица 3 – Основные экономические показателей прибыли, тыс. руб.

Основные показатели	Код строки	2015 г.	2016 г.	+/-	%
Запасы	1210	20221	16031	-4190	-20,72
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	226	136	-90	-39,82
Финансовые и другие оборотные активы	1260	8166	3673	-4493	-55,02
Прочие обязательства	1450	8430	9620	1190	+14,12
Кредиторская задолженность	1520	498	732	234	+46,99
Другие краткосрочные обязательства	1550	19664	9458	-10206	-51,90

Выручка	2110	18293	13713	-4580	-25,04
Расходы по обычной деятельности	2120	(14876)	(10487)	4389	-29,50
Налог на прибыль (доходы)	2410	(183)	(137)	46	-25,14
Чистая прибыль	2400	3234	3089	-145	-4,48

Рост прочих долгосрочных обязательств и отсутствие дебиторских задолженности приведет, в конечном итоге к снижению ликвидности предприятия и к острой недостаточности текущих активов для погашения текущих обязательств.

По данным таблицы 3 видно, что предприятие имеет большое количество запасов. На конец 2015 года стоимость запасов составляла 20 221 тыс. руб. В 2016 году этот показатель снизился на 20,72% (4 190 тыс. руб.).

Большое количество материальных запасов дает предприятию возможность производить продукцию по себестоимости ниже, чем у конкурентов, так как материал для изготовления продукции был куплен ранее, по наименьшей цене.

Произошло снижение финансовых и других оборотных активов (стр.1260) на 55,02% (4 493 тыс. руб.)

Прочие обязательства (стр.1450) выросли на 14,12% (1 190 тыс. руб.)

Кредиторская задолженность (стр.1520) увеличилась не существенно по сравнению с другими показателями 46,99% (234 тыс. руб.)

Несомненным плюсом является погашение других краткосрочных обязательств (стр.1550) 51,90% (10 206 тыс. руб.)

По сравнению с предыдущим годом выручка предприятия (стр.2110) снизилась на -25,04% (4 580 тыс. руб.), но на прибыли (стр. 2400) эти показатели отразились слабо, и снижение произошло на 4,48% (145 тыс. руб.).

Это обусловлено снижением расходов по обычной деятельности (стр. 2120) на 29,50% (4 389 тыс. руб.) Причиной этому послужило оптимизация производственной деятельности и сокращение дополнительных расходов.

В связи с уменьшением суммы выручки (стр.2110), так же уменьшилась сумма налога на прибыль (доходы) (стр. 2410) 25,14% (46 тыс. руб.).

Уменьшение выручки от производственного вида деятельности является негативным фактором, серьезно влияющим на финансовое состояние предприятия в целом. По этому, необходимо провести анализ реализуемой продукции, с целью выявления позиций приносящих прибыль и позиций, не пользующихся спросом.

Объёмы реализации продукции за 2014-2016 годы представлены в Таблице 4.

Таблица 4 – Объём реализованной продукции ООО «ТРИО» за 2014-2016 годы, тыс. руб.

П/№	Наименование продукции	Сто-ть, тыс. руб.	2014	2015	2016	2014	2015	2016
			Штуки			Конечная сумма продаж		
1	Погрузчик фронтальный ПФ-1	160	23	15	10	3680	2400	1600
2	Погрузчик-экскаватор ПЭ-Ф-1БМ	300	27	17	12	8100	5100	3600
3	Вилы для силоса	42,7	9	10	9	384,3	427	384,3
4	Захват для леса гидравлический	54,6	3	13	5	163,8	709,8	273
5	Погрузчик быстросъемный многофункциональный ПБМ-1200	202,2	9	13	10	1819,8	2628,6	2022
6	Ковш шнекороторный на переднюю подвеску	160	13	14	9	2080	2240	1440
7	Косилка ротационная навесная КРН	145	24	10	7	3480	1450	1015
8	Рубильное устройство - сучкоруб СР-100	178,7	1	5	9	178,7	893,5	1608,3
9	Щетка для трактора МТЗ уборочная навесная	60	5	6	9	300	360	540
10	Картофелекопатель навесной двухрядный КН-2	112	6	12	3	672	1344	336
		Итого:				20858,6	17552,9	12818,6

По данным таблицы 4 можно сделать вывод, что по ряду позиций (погрузчик фронтальный, погрузчик-экскаватор, косилка ротационная навесная) идет резкий спад объема продаж продукции по отношению к 2014 году.

Такие изделия как погрузчик быстросъемный, вилы для силоса и ковш шнекороторный имеют примерно одинаковые объемы продаж за последние три года.

Небольшой скачок в объемах продаж 2015 году на картофелекопатели и захваты для леса объясняется единичным заказом, после чего спрос на данные позиции вернулся к показателям 2014 года.

Стабильный рост продаж наблюдается у позиций, которые были запущены в производство, относительно недавно (рубильное устройство - сучкоруб и щетки для трактора МТЗ).

В целом, несмотря на снижение объёма продаж реализуемой продукции, прибыль предприятия снизилась не существенно и составила 3 240 тыс. руб. за 2014 г., 3 234 тыс. руб. за 2015г. и 3 089 тыс. руб. за 2016 год. В процентном соотношении снижение прибыли по итогам года составило:

- 2015/2014 - 0,19%
- 2016/2015 - 4,5%
- 2016/2014 - 4,7%

В итоге, снижение прибыли предприятия за последние три года составляет 4,7%.

Рентабельность продаж по чистой прибыли на конец 2014 года составил 15,2 %; на конец 2015 года КРП = 17,7% и на конец 2016 года КРП = 22,5%.

Показатель рентабельности продаж выражает в процентном соотношении, какую часть выручки организации составляет прибыль.

Рост коэффициента рентабельности продаж ООО «ТРИО» свидетельствует о повышении эффективности финансовой деятельности

предприятия за счет снижения издержек и росте его рыночной конкурентоспособности.

Рентабельность активов предприятия (ROA) составила:

$$ROA_{2014} = 3\,240 \text{ тыс. руб.} / 22\,272 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 14,5\%;$$

$$ROA_{2015} = 3\,234 \text{ тыс. руб.} / 28\,613 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 11\%;$$

$$ROA_{2016} = 3\,089 \text{ тыс. руб.} / 19\,840 \text{ тыс. руб.} * 100\% = 16\%.$$

Этот показатель наглядно показывает, насколько большой возврат от средств, инвестируемых в имущество организации и какой объём прибыли принесет компании каждый рубль, вложенный в ее активы.

Повышение рентабельности активов ООО «ТРИО» говорит об эффективности проделанной работы руководства по оптимизации вложения инвестиций в активы предприятия.

Предприятие осуществляет свою деятельность по упрощенной системе налогообложения.

Упрощённая система налогообложения (УСН) - специальный налоговый режим, направленный на снижение налоговой нагрузки на субъекты малого бизнеса, а также облегчение и упрощение ведения налогового учёта и бухгалтерского учёта. УСН введена Федеральным законом от 24.07.2002 N 104-ФЗ. номер 43[8]

Условия применения УСН.

Для применения УСН необходимо выполнение определенных условий:

- Сотрудников < 100 человек
- Доход < 150 млн. руб.
- Остаточная стоимость < 150 млн. руб.

Отдельные условия для организаций:

- доля участия в ней других организаций не может превышать 25%;
- запрет применения УСН для организаций, у которых есть филиалы, и (или) представительства.

Организация имеет право перейти на УСН, если по итогам девяти месяцев того года, в котором организация подает уведомление о переходе, ее доходы не превысили 112,5 млн. рублей (ст. 346.12 НК РФ)

В связи с применением УСН, налогоплательщики освобождаются от уплаты налогов, применяемых общей системой налогообложения:

Организации:

- налога на прибыль организаций, за исключением налога, уплачиваемого с доходов по дивидендам и отдельным видам долговых обязательств;

- налога на имущество организаций;

- налога на добавленную стоимость.

Индивидуальные предприниматели:

- налога на доходы физических лиц в отношении доходов от предпринимательской деятельности;

- налога на имущество физических лиц, по имуществу, используемому в предпринимательской деятельности;

- налога на добавленную стоимость, за исключением НДС, уплачиваемого при ввозе товаров на таможне, а также при выполнении договора простого товарищества или договора доверительного управления имуществом).

Применение УСН не освобождает от исполнения функций по исчислению, удержанию и перечислению НДФЛ с заработной платы сотрудников.

Порядок исчисления налоговой базы УСН

Статьёй 346.20 Налогового кодекса РФ устанавливаются следующие налоговые ставки по налогу, взимаемому в связи с применением Упрощённой системы налогообложения (УСН):

- 6%, если объектом налогообложения является доход организации,

– от 5 до 15%, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов.[9]

Согласно закону Кемеровской области № 99-ОЗ от 26.11.2008 «О налоговых ставках при применении упрощенной системы налогообложения» ООО «ТРИО» производит налоговые отчисления в размере минимальной ставки УСН - 5% (доходы, уменьшенные на величину расходов), так как 80% доходов предприятия составили доходы от осуществления экономической деятельности следующих видов:

– сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях.[10]

Выбор данного налогового режима определяется его несомненными плюсами для предприятия, такими как:

- упрощенное ведение бухгалтерского учета;
- упрощенное ведение налогового учета;
- отсутствие необходимости предоставления бухгалтерской отчетности в ИФНС;
- возможность выбрать объект налогообложения (доход 6% или доход минус расход 15%);
- три налога заменяются на один;
- налоговым периодом, в соответствии с НК РФ признается календарный год, поэтому декларации подаются всего лишь 1 раз в год;
- уменьшение налоговой базы на стоимость основных средств и нематериальных активов одновременно в момент их ввода в эксплуатацию или принятия к бухгалтерскому учету;
- дополнительный плюс для ИП на УСН – освобождение от уплаты НДФЛ, касающегося доходов, полученных от предпринимательской деятельности.[11]

Недостатками же УСН являются:

– ограничения по видам деятельности. Применять УСН не имеют права организации, осуществляющие банковскую или страховую деятельность, инвестиционные фонды, нотариусы и адвокаты (частная практика), компании, занимающиеся производством подакцизных товаров, негосударственные пенсионные фонды (полный список представлен в п.3 ст. 346.12 НК РФ);

– невозможность открытия представительств или филиалов. Данный фактор является препятствием для компаний, которые планируют в перспективе расширение бизнеса;

– ограниченный перечень расходов, уменьшающих налоговую базу при выборе объекта налогообложения УСН «доходы минус расходы»;

– отсутствие обязанности составления счетов-фактур при упрощенной системе налогообложения, с одной стороны, является положительным фактором для компании: экономия рабочего времени и материалов. С другой же стороны, это вероятность потери контрагентов, плательщиков НДС, поскольку последние в данном случае не могут предъявить НДС к возмещению из бюджета;

– отсутствие возможности уменьшения налоговой базы на сумму убытков, полученных в период применения УСН, при переходе на иные режимы налогообложения и наоборот, невозможность учета убытков, полученных в период применения иных налоговых режимов, в налоговой базе УСН. Другими словами, если компания переходит с УСН на общий режим налогообложения или, наоборот, с общего режима на упрощенный, то прошлые убытки не будут приниматься при расчете единого налога или налога на прибыль. Переносятся лишь убытки, полученные в период применения текущего налогового режима;

– наличие убытков не освобождает от уплаты минимального размера налога, установленного законодательно (при объекте УСН «доходы минус расходы»);

- вероятность утраты права на применение УСН (в случае превышения норматива по выручке или численности персонала).
- ограничение по размеру полученных доходов, остаточной стоимости основных средств и нематериальных активов;
- включение в налоговую базу полученных от покупателей авансов, которые впоследствии могут оказаться ошибочно зачисленными суммами;
- необходимость составления бухгалтерской отчетности при ликвидации организации;
- необходимость пересчета налоговой базы и уплаты дополнительного налога и пени в случае продажи основных средств или нематериальных активов, приобретенных в период применения УСН (для налогоплательщиков, выбравших объект налогообложения УСН «доходы минус расходы»).[11]

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что налогообложение УСН является оптимальным решением для отчетности ООО «ТРИО», так как дает предприятию возможность осуществлять свою деятельность с наименьшей налоговой нагрузкой в размере 5% при минимальном количестве необходимых отчетов в государственные налоговые органы.

Минусами данной налоговой системы для ООО «ТРИО» можно считать:

- Невозможность открытия представительств или филиалов. Данное ограничение в перспективе, может препятствовать расширению компании в других городах.

Данная проблема может быть решена путем расширения количества представителей фирмы, которые будут реализовывать продукцию ООО «ТРИО» путем выполнения посреднических функций.

- Счета-фактуры без НДС. Отсутствие НДС может оттолкнуть от потенциальных покупателей, плательщиков НДС, поскольку последние в данном случае не могут предъявить НДС к возмещению из бюджета.

Отсутствие НДС это, пожалуй, самый большой минус данной системы налогообложения. Единственное решение компенсировать для потребителя отсутствие НДС, это предоставить товар по более низкой цене и тем самым компенсировать его отсутствие.

3.3 Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации

Основными конкурентами ООО «ТРИО» выпускающие аналогичную продукцию являются компании, представленные в таблице 5:

Таблица 5- Основные конкуренты ООО «ТРИО»

П/№	Наименование организации	Показатель
1	ООО "Юргинский Машзавод"	Собственное производство
2	ООО «Юргаагромаш»	Собственное производство
3	ООО "СибКомСельМаш"	Собственное производство
4	ООО «ТД Юргинский Механический завод»	Посредник
5	ООО «ПО Юрмаш»	Посредник
6	ООО «Стройдормаш-Сервис»	Посредник
7	ООО «Юргинский завод сельскохозяйственного оборудования»	Посредник

Из данных размещенных в таблице 5 можно сделать вывод, что рынок, предоставляющий товар в виде навесного оборудования для тракторов МТЗ и ЮМЗ в городе Юрга насыщен предложениями различных предприятий, которые являются как производителями данной продукции, так и выступают посредниками между производителем и потребителем и не имеют собственных производственных мощностей.

Проведем сравнительный анализ стоимости товара данных поставщиков на примере позиции «Погрузчик-экскаватор ПЭ-Ф-1БМ в полной комплектации (когти, грейфер, отвал, лопата) на МТЗ 82.1» с целью выявления наиболее привлекательной цены для потребителя.

В таблице 6 представлены данные по стоимости товара каждой организации. Значение стоимости данной позиции размещены на официальных сайтах организаций и находятся в свободном доступе.

Из представленных данных в таблице 6 видно, что наименьшую стоимость за позицию «Погрузчик-экскаватор ПЭ-Ф-1БМ в полной

комплектации (когти, грейфер, отвал, лопата) на МТЗ 82.1» равную 360 тыс. руб. предлагает ООО «ТРИО». Что, несомненно, дает продукции производимой ООО «ТРИО» преимущество перед основными конкурентами.

Наибольшая стоимость данной позиции наблюдается у ООО «Юргинский завод сельскохозяйственного оборудования» равная 480 тыс. руб.

Таблица 6 - Сравнительный анализ стоимости позиции «Погрузчик-экскаватор ПЭ-Ф-1БМ в полной комплектации (когти, грейфер, отвал, лопата) на МТЗ 82.1»

П/№	Наименование организации	Официальный сайт организации	Стоимость за комплект/тыс. руб.	Разница в стоимости к продукции ООО «ТРИО»/ тыс. руб.
1	ООО «ТРИО»	http://ooo-trio.ru/	360	---
2	ООО «Юргаагромаш»	http://yurgaagromash.ucoz.ru/	406,9	+46,9
3	ООО «СибКомСельМаш»	http://yurmash.ru/	408,8	+48,8
4	ООО «ТД Юргинский Механический завод»	http://tdyumz.ru/	415,7	+55,7
5	ООО «ПО Юрмаш»	http://yurmash.ru/	468,1	+108,1
6	ООО «Стройдормаш-Сервис»	http://ysdm.ru/	419	+59
7	ООО «Юргинский завод сельскохозяйственного оборудования»	http://yurga-zavod-agro.ru/	480	+120
8	ООО «Юргинский Машзавод»	http://www.yumz.ru/	430	+70

Проведя анализ представленных цен, можно сделать вывод, что динамика стоимости на позицию «Погрузчик-экскаватор ПЭ-Ф-1БМ в полной комплектации (когти, грейфер, отвал, лопата) на МТЗ 82.1» у различных фирм составляет от 46,9 тыс. руб. до 120 тыс. рублей.

3.3.1 Сравнительный анализ финансовой деятельности предприятий

Ниже приведен сравнительный анализ финансовой деятельности предприятий за 2014 - 2016 гг., являющихся производителями навесного оборудования на трактора МТЗ и ЮМЗ.

Таблица 7 – Рентабельность продаж по чистой прибыли 2016 г.

Название организаций	Выручка, тыс. руб.	Чистая прибыль, тыс. руб.	Рентабельность продаж, %
ООО «ТРИО»	13713	3 089	22,5%.
ООО «Юргаагромаш»	14037	766	5,5%
ООО "СибКомСельМаш"	4 836	0	0

Таблица 8– Рентабельность активов предприятий 2016 г.

Название организаций	Выручка тыс. руб.	Чистая прибыль тыс. руб.	Рентабельность активов, %
ООО «ТРИО»	13713	3 089	16
ООО «Юргаагромаш»	14 037	766	16,1
ООО "СибКомСельМаш"	4 836	0	0

Несмотря на то, что рентабельность активов ООО «ТРИО» и ООО «Юргаагромаш» практически имеют несущественную разницу в 0,1%, показатель рентабельности продаж ООО «ТРИО» выше ООО «Юргаагромаш» на 17%, что свидетельствует о более эффективной финансовой деятельности предприятия, его конкурентной позиции на рынке, возможности расширения и более высоком качестве управления предприятием.

3.3.2 Модель пяти сил конкуренции М. Портера

Метод Портера представляет собой особым способом структурированный анализ того, каким образом технико-экономические

характеристики и особенности отрасли влияют на интенсивность конкуренции, а через последнюю – на уровень прибыльности вложенного капитала [6].

1) Конкуренция между продавцами внутри отрасли.

Рынок навесного оборудования для тракторов ЮМЗ и МТЗ в г. Юрга насыщен продавцами. Но практически все они являются посредниками не занимающиеся производством продукции, что отражается на повышении стоимости реализуемой ими продукции.

Этот факт позитивно влияет на сбыт продукции ООО «ТРИО», так как данное предприятие самостоятельно производит реализуемую им продукцию и может предложить цену ниже, чем у конкурентов. В среднем, цена предлагаемая конкурентами, превышает цену предлагаемую ООО «ТРИО» «Погрузчик-экскаватор ПЭ-Ф-1БМ в полной комплектации (когти, грейфер, отвал, лопата) на МТЗ 82.1» на 72,6 тыс. руб.

На данный момент на рынке г. Юрга у ООО «ТРИО» нет ценовых конкурентов, и самая низкая стоимость продукции является неоспоримым преимуществом для потребителя.

2) Попытки компаний из других отраслей завоевать покупателей своими товарами - заменителями.

Производимая продукция является специфической, и заменить ее продукцией из другой отрасли не является возможным. Ведь все производимое оборудование имеет определенную специализацию.

3) Возможность появления новых конкурентов внутри отрасли.

При вхождении на рынок, новой фирме необходимо на нем закрепиться. Но специфика данного рыночного сегмента заключается в необходимости крупных вложений для создания нового производственного предприятия, разработку маркетинговой программы для продвижения производимой продукции. Ведь фирма на рынке новая, и потребитель еще не знаком с производимыми ей товарами.

Это значит, у потребителя нет никакого доверия к данному производителю, да и, по сути, потребитель даже не в курсе о существовании

данного товара. Для того, чтобы донести необходимую информацию до потенциального потребителя, новый производитель вынужден будет проводить специальные маркетинговые акции, затрачивая немалые средства для этого.

Также одним из способов привлечь потенциального потребителя является установление уровня цен, более низкого, чем есть на существующем рынке. В этом смысле новому конкуренту будет сложно предоставить высокое качество по низким ценам, так как рынок в большей степени похож по структуре на олигопольный, а значит, вход на рынок будет затруднен.

При условии довольно низкого коэффициента оборачиваемости вложенных активов, высокой насыщенности рынка аналогичными предложениями и общую тенденцию спада в машиностроении, то можно сделать выводы, что возникновение нового промышленного предприятия, специализирующегося в данной сфере деятельности, маловероятно.

Основную угрозу для ООО «ТРИО» представляют фирмы-посредники, перекупщики. Создавая фирму, с созвучным названием крупного производителя, развивают активную рекламную деятельность и создают у потребителя иллюзию, что они и являются этим самым крупным производителем. По факту же, данные фирмы, чаще всего, состоят из одного человека, который приобретает товар по более низкой цене и продает по более высокой.

Основным преимуществом в этом случае остается эффект собственного производства, которым обладает ООО «ТРИО». А развитие активных маркетинговых ходов, позволит снизить конкуренцию с подобными фирмами до минимума.

4) Возможность поставщиков сырья, диктовать свои условия.

Компания ООО «ТРИО» уже практически 15 лет осуществляет свою деятельность в данной отрасли и у нее налажены стабильные каналы поставок необходимых ресурсов. Нарботаны крепкие связи с поставщиками.

5) Возможности потребителя диктовать свои условия.

Основное желание потребителя – это приобретение продукции как можно более высокого качества и по как можно более низкой цене. Покупатель, и фирма-производитель стремятся найти оптимальное сочетание цена-качество. Этот момент является ключевым в борьбе с конкурентами и удержания на рынке.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что конкурентная позиция ООО «ТРИО» на рынке г.Юрга имеет как сильные стороны (эффективная ценовая политика, большой ассортимент, высокие технические показатели, хорошее качество), так и слабые (маркетинговая политика, появление небольших фирм конкурентов внутри отрасли).

Из всего выше перечисленного следует, что ООО «ТРИО» необходимо разработать оптимальный план конкурентно-эффективной стратегии развития, с учетом всех сильных и слабых сторон предприятия, который обеспечит достижения всех поставленных стратегических целей развития.

3.3.3 SWOT-анализ предприятия

Для разработки стратегии развития организации необходимо проанализировать ее стратегическое положение. SWOT-анализ дает возможность сформировать оптимальную стратегию, которая как можно лучше будет сочетать внутренние возможности компании (ее сильные и слабые стороны) и внешнюю ситуацию (частично отраженную в возможностях и угрозах).

С помощью экспертной комиссии состоящей из директора, главного инженера, двух мастеров цеха и двух работников производственных участков был собран материал для проведения данного анализа.

SWOT-анализ для ООО «ТРИО» представлен в приложении А.

Исходя из данных представленных в SWOT-анализе, можно выявить, что ООО «ТРИО» имеет множество сильных сторон, таких как:

1 Опыт работы предприятия на рынке - 15 лет. Организация непрерывно осуществляет свою деятельность с 2002 года.

2 Известность предприятия на рынке. Долгий период производственной деятельности делает товар узнаваемым для потребителя.

3 Высокий уровень квалификации сотрудников позволяет выполнять как текущие заказы, так и самые нестандартные и сложные.

4 Система обучения дает возможность сотрудникам регулярно повышать свой уровень квалификации.

5 Индивидуальный, гибкий, не стандартный подход к заказчику позволяет предприятию быстро реагировать и перестраиваться под потребности рынка.

6 Выгодные условия поставок, партнерские отношения.

7 Собственные производственные площади (более 5000 тыс. м²) и высокий уровень оснащенности производства создает большие производственные возможности развития.

8 Низкая льготная налоговая ставка (5%).

Слабыми сторонами предприятия являются:

1 Снижение уровня оплаты труда.

2 Текучесть кадров.

3 Высокая материалоемкость выпускаемой продукции.

4 Высокая капиталоемкость оборачиваемых активов.

5 Длинный цикл оборачиваемости активов.

6 Слабое маркетинговое развитие.

7 Слабая база данных, нет аналитики, нет статистики.

8 Нестабильная экономическая ситуация.

9 Снижение спроса на продукцию.

Возможностями для предприятия являются:

1 Стабилизация экономики, рост доходов населения.

2 Разработка новой продукции.

3 Осваивание новых рынков сбыта.

- 4 Активное развитие маркетингового направления.
- 5 Снижение себестоимости продукции.
- 6 Сокращение издержек производства.
- 7 Осваивание новых технологий.
- 8 Участие в программах Гос. Поддержки.

Угрозами для предприятия являются:

- 1 Неустойчивая экономическая ситуация.
- 2 Рост цен на материалы и комплектующие.
- 3 Падение спроса на производимую продукцию.
- 4 Дефицит квалифицированных кадров.
- 5 Появление конкурентов с аналогичной продукцией.
- 6 Увеличение налоговой нагрузки.
- 7 Изменения в законодательстве.
- 8 Слабые поставщики.
- 9 Снижение платежеспособности потребителя.

Таким образом, путем анализа данных приведенных в SWOT- анализе предприятия, можно сделать выводы, что ООО «ТРИО» имеет большой потенциал развития. Обладает большими производственными мощностями штатом высококвалифицированных специалистов. Гибкий подход к потребителю, дает возможность предприятию быстро реагировать на изменение рыночного сегмента и перестраивать производство под требуемую потребителем продукцию. Предприятие имеет все необходимые возможности для осваивания новых рынков сбыта.

Основными угрозами для деятельности предприятия является снижения уровня спроса на производимую продукцию. Снижение спроса может возникнуть по причине ухудшения экономической ситуации в стране или желании потребителя выбрать продукцию другого производителя. По этому, руководству предприятия необходимо обратить внимание развитие маркетинга предприятия, аналитики и статистики деятельности.

Развитие маркетинговой деятельности позволит предприятию создать имидж компании, познакомить потенциального потребителя с продукцией (путем активных рекламных действий), позволит расширить свою долю влияния уже на существующем рынке производимой продукции, а так же даст возможность выйти те рыночные сегменты, которые ранее были не доступны.

3.4 Определение конкурентной стратегии развития предприятия

Стратегия - это средство для достижения целей компании. Принятая и реализуемая стратегия - итог сложного управленческого процесса поиска и анализа множества решений.

Данная стратегия была выбрана в результате анализа альтернативных стратегий, выбранных в свою очередь из ряда базовых (эталонных) стратегий, проверенных успешной, многолетней практической деятельностью успешных фирм или рядом известных специалистов.

Выбор стратегии производился на основе оценки соответствия стратегии целям и миссии организации с учетом состояния ее внутренней среды и внешней среды.

Технологическая схема разработки и реализации стратегии включает 6 этапов:

1 Анализ начальной ситуации. В результате определяется четкая постановка основной цели развития предприятия, для которой потребуется разработка стратегии достижения;

2 Проведение стратегического анализа в результате, которого дается оценка внутренней и внешней среды, а также определяется стратегическая позиция организации;

3 Анализ выбора стратегии в результате, которого выбирается наилучшая стратегия достижения поставленной цели дальнейшего развития организации;

4 Разработка и стратегическое планирование способов реализации выбранной стратегии развития, в результате чего разрабатывается стратегический проект и план, определяются контрольные и аудиторские меры контроля и отслеживания развития процесса;

5 Процесс адаптация предприятия к выбранной стратегии включает в себя проведение стратегических мероприятий развития на предприятии в результате чего, организация подготовлена к внедрению стратегии;

6 Осуществление процесса внедрения стратегии развития на предприятии, в результате чего стратегия проходит стадию реализации. Если стратегия не имеет возможности пройти стадию реализации, к ней определяются и применяются дополнительные корректировочные меры.

Перечень основных требований к стратегии развития предприятия:

Успех или фиаско выбранной стратегии развития определяют по следующим факторам:

- 1 Соответствие стратегии выбранным целям.
- 2 Соответствие стратегии внутренней среде предприятия и его стратегическому потенциалу.
- 3 Соответствие выбранной стратегии нюансам внешней среды и стратегическому климату.
- 4 Соответствие выбранной стратегии стратегическим позициям компании;
- 5 Улучшение стратегии ведения деятельности предприятия с учетом изменения факторов времени;
- 6 Учет соразмерного соотношения производительности предприятия и эффективности его деятельности;
- 7 Подготовленность предприятия к скоростным и решительным действиям;
- 8 Эффективность организационной структуры предприятия.

Стратегия развития ООО «ТРИО» обязана отвечать целям предприятия, таким как:

- увеличение рынка и доли прибыли течение года за счет увеличения объёмов производимой продукции.

Кроме этого, в стратегии развития необходимо учитывать особенности внутренней среды предприятия (которая сама по себе является достаточно благоприятной – высокопрофессиональные сотрудники, высокое техническое обеспечение, устойчивое финансовое положение) и внешнюю среду (влияние основных конкурентов, поставщиков, запросы от потребителей и др.).

3.5 Выбор стратегии развития.

В результате проведенного анализа были сделаны выводы, что для ООО «ТРИО» возможными стратегическими решениями развития могут стать: стратегия развития рынка и стратегия разработки товара и услуг (модели базовых стратегий роста); стратегия оптимальных издержек (модели 5 конкурентных стратегий М.Портера); стратегическое партнерство (матрица «Покупатель – продавец»); сохранение и усиление сегодняшних позиций организации (матрица «Издержки – цены»).

Таким образом, общая стратегия инновационного развития ООО «ТРИО» может быть сформулирована следующим образом:

Развитие предприятия будет вестись в следующих направлениях:

Увеличение прибыли предприятия за счет осваивания новых сегментов рынка, модернизации производства и управленческой деятельности, введения в производство новых технологий и материалов, закупку современного оборудования. Деятельность предприятия необходимо ориентировать на укрепление позиции ООО «ТРИО» на рынке, за счет взаимовыгодного взаимодействия с потребителем, для достижения минимизации издержек. Такое сотрудничество позитивно скажется как на потребителе продукции, так и на предприятии.

В результате проведённого анализа деятельности предприятия было выявлены потенциальные возможности развития предприятия на краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды.

4 Результаты проведенного исследования

4.1 Основная проблема предприятия

На данный момент, основная проблема предприятия, это снижение объёмов реализации продукции. Производимая продукция имеет большую материалоемкость, что в свою очередь приводит к высокой стоимости. Спрос у потребителя на производимую продукцию имеется, но нет покупательской способности.

Основные потребители производимой продукции это малые сельскохозяйственные предприятия и различные частные малые организации, не обладающие большим запасам материальных средств. Проще говоря, у потенциального покупателя нет достаточных финансовых средств для приобретения производимой продукции. Затянувшийся экономический кризис в Российской экономике, так же не способствует покупательской активности.

В связи этим, особенную актуальность, приобретает маркетинговое направление развитие предприятия, отсутствующее как таковое на данный момент. А так же экспансия новых, еще не освоенных рынков сбыта.

4.2 Потенциальные возможности развития ООО «ТРИО»

Предприятие ООО «ТРИО» имеет большой потенциал развития. Предприятие находится в зоне с развитой инфраструктурой.

Является потенциальным участником зоны экономического благоприятствования (ЗЭБ) промышленно-производственного типа «Юрга», на территории которой действуют специальные условия ведения экономической деятельности.[12]

Так же, предприятие является потенциальным участником ТОСЭР (территории опережающего социально-экономического развития), статус которой был присвоен Юрге, Постановлением Правительства РФ от 07.07.2016 №641 «О создании территории опережающего социально-экономического развития «Юрга» (Кемеровская область)», одной из самых первых среди кузбасских моногородов.

«Создание ТОСЭР на территории города Юрги открывает большие возможности для получения и реализации мер государственной поддержки инвесторам, планирующим реализовать в городе Юрге новые инвестиционные проекты, а именно:

- в течение 10 лет с 1-го числа месяца, следующего за месяцем, в котором был получен статус резидента ТОСЭР, применяются тарифы страховых взносов в суммарном размере 7,6% (УПФР - 6%, ФСС - 1,5%, ФОМС - 0,1 %), вместо 30%;

- ставка налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в федеральный бюджет, устанавливается в размере 0 %, вместо 2%;

- ставка налога на прибыль организаций не превышает 5% в течение 5-и налоговых периодов, начиная с момента получения первой прибыли от деятельности, и 10% в течение следующих 5-и налоговых периодов вместо 18%;

- освобождение участников-резидентов ТОСЭР от уплаты налогов на имущество организаций и земельного налога»[12].

На данный момент ООО «ТРИО» не выгодно становится резидентом ТОСЭР, ведь основные льготы которые предоставляет статус резидента – это снижение налогового обременения, а если точнее, то:

- снижение налога на прибыль, с 2% до 0 в части зачисления в федеральный бюджет,

- и не более 5% вместо 18% – в части зачисления в региональный бюджет.

- и снижение на 10 лет отчисления во внебюджетные фонды с 30% до 7,6%.

Для того, что бы стать резидентом ТОСЭР «Юрга» необходимо выполнить необходимые условия вступления:

- инвестор – коммерческая организация (кроме МУПов, ГУПов, финансовых организаций, градообразующих предприятий и их дочерних предприятий)

- инвестор зарегистрирован и ведет деятельность на территории города Юрги

- инвестор применяет общую систему налогообложения

- число созданных новых рабочих мест - не менее 20 в первый год

- объем инвестиций в реализацию инвестиционного проекта в первый год - не менее 5 млн. рублей

- реализация проекта ведется исключительно по видам деятельности, разрешенных к осуществлению на ТОСЭР «Юрга»[12].

Из выше перечисленного следует, что ООО «ТРИО» для того, что бы стать резидентом ТОСЭР «Юрга» необходимо применять общую систему налогообложения.

Но как было сказано, ООО «ТРИО» осуществляет налоговые выплаты по упрощённой системе налогообложения (УСН). И использует льготу регионального закона Кемеровской области (Закон № 99-ОЗ от 26.11.2008) который устанавливает налоговую ставку в размере 5% (если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов).

То есть, потенциально предприятию, в данный момент, не выгодно вступать в ТОСЭР, так как для вступление ООО «ТРИО» необходимо будет сменить льготный режим УСН на общую систему налогообложения (ОСНО), что в свою очередь повлечет за собой такие минусы налогообложения как:

- сложность ведения бухгалтерского учета;

- особые требования к хранению документации и отчетности;

- большое количество статей налогообложения;
- возможные дополнительные отчисления в бюджеты регионов и субъектов РФ.

Так же, предприятию, в первый год вступления в ТОСЭР необходимо будет создать 20 новых рабочих мест и произвести инвестиции в реализацию проекта в размере 5 млн. руб. собственных средств.

Подведя итоги можно сделать вывод, что вступление в ТОСЭР будет выгодно ООО «ТРИО» только после того, как предприятие не сможет использовать УСН, то есть:

- Максимальный доход для нахождения на УСН будет превышать 120 млн. руб.
- Штат сотрудников будет более 100 работников
- Статья закона Кемеровской области (№ 99-ОЗ от 26.11.2008), дающая право на льготную налоговую ставку утратит свою силу.

Для большей наглядности текущие условия деятельности и условия деятельности при вступлении ТОСЭР приведены в таблице 9

Таблица 9 – Сравнительные показатели текущего состояния предприятия и условия при вступлении в ТОСЭР.

П/№	Преимущества вступления в ТОСЭР	Текущее состояние предприятия на данный момент	Выводы
1	Снижение налога на прибыль, с 2% до 0 в части зачисления в федеральный бюджет, и не более 5% вместо 18% – в части зачисления в региональный бюджет.	Налоговая ставка в размере 5%	Текущая налоговая ставка более выгодна предприятию

Продолжение таблицы 9

2	Снижение на 10 лет отчисления во внебюджетные фонды с 30% до 7,6%.	Выплаты во внебюджетные фонды составляют: - на пенсионное страхование (ПФР) – 22%. - на медицинское страхование (ФФОМС) – 5,1%. - на социальное страхование (ФСС) – 2,9% - страховые взносы «на травматизм» – 0,8 Итого: 30,8 %.	Отчисления во внебюджетные фонды в режиме резидента ТЭСЭР на порядок ниже.
3	Освобождение участников-резидентов ТЭСЭР от уплаты налогов на имущество организаций и земельного налога.	У предприятия не числится в наличии основных средств или земельных участков.	Земля и основные средства производства находятся в личной собственности учредителей и данная льгота на них не распространяется.

Подведя итог можно сделать выводы, что экономическая выгода для ООО «ТРИО» при вступления в ТЭСЭР будет достигнута только при динамичном развитии предприятия и превышении дохода в 120 млн. руб.

На данный момент вступление ТЭСЭР является экономически не выгодным для предприятия.

4.3 Краткосрочные цели развития

1 Введение в штат должности маркетолога.

В процессе рассмотрения данных приведённых в SWOT-анализе было выявлено слабое маркетинговое развитие предприятия. В связи с чем,

руководству предприятия будет предложено решение о принятии на работу сотрудника на должность маркетолога. Активные маркетинговые мероприятия благоприятным образом скажутся на коммерческой деятельности предприятия и поспособствуют продвижению товара и узнаванию торговой марки на рынке.

В таблице 10 приведены предполагаемые затраты, которые понесет организация при найме сотрудника. Эти затраты являются разовыми (единовременными).

Таблица 10 – Расчеты предполагаемых разовых затрат при найме сотрудника.

П/№	Цель затрат	Сумма (руб.)	Пояснение
1	Трудоустройство сотрудника	12 000	Заработная плата за 1 мес.
2	Приобретение офисной мебели	9000	
3	Офисная техника	17 000	Компьютер, принтер и пр.
4	Канцелярские товары	700	
Итого разовые затраты на трудоустройство сотрудника составят:			38 700 руб.

В таблице 11 приведен перечень постоянных затрат, которые будет нести организация при найме маркетолога.

Таблица 11 – Расчеты предполагаемых постоянных затрат при найме сотрудника.

П/№	Цель затрат	Сумма (руб.)	Пояснение
1	Заработная плата	144 000	За один год.
2	Страховые взносы в государственные внебюджетные организации за один месяц.	2640	На пенсионное страхование (ПФР) – 22%.
		612	На медицинское страхование (ФФОМС) – 5,1%.
		348	На социальное страхование (ФСС) – 2,9%
		96	Страховые взносы «на травматизм» – 0,8%
Итого страховые взносы:			3696 руб.
Итого затрат за один месяц по зарплате:			15696 руб.

Итого затрат за один год по зарплате:	188 352 руб.
---------------------------------------	--------------

Таким образом, общие затраты связанные с введением должности маркетолога составят 227 052 руб.

Экономический эффект от найма маркетолога посчитать не возможно, так как эффективность деятельности сотрудника, во многом будет зависеть от его навыков и личностных качеств.

2 Создание фирменного стиля предприятия.

Фирменный стиль предприятия, это неотъемлемая часть современного бизнеса, помогающая фирме правильно позиционировать себя на рынке. Разработка фирменного стиля обойдется предприятию в 15 000 рублей. В создание фирменного стиля входит разработка дизайна логотипа, визиток, бланков, конвертов, папок[13].

После того как будет разработан фирменный стиль предприятия (логотип, цветовая схема), будет целесообразным заказать минимальную партию полиграфической продукции. В таблице 12 приведен перечень минимальной партии полиграфической продукции, которая поможет продвигать продукцию, и увеличит степень ее узнавания на рынке.

Таблица 12 - Печать рекламной полиграфической продукции.

Наименование	Кол-во/ шт	Цена
Буклет «Евро», в развороте 297x210 мм., бумага 115 г/м ² , 2 фальца	1000	4800
Шариковая ручка «Лессе Pen TWIN», тампопечать 1+0	300	8595
Календарь настенный перекидной горизонт. «А4», 4+4, бумага 170 г/м ² , 6 листов	300	32500
Разработка дизайна макета буклета 6 полос (2 фальца)	1	1500
Визитки «90x50 мм», красочность печати 4+4, картон 270 г/м ²	500	1310
Разработка дизайна макета двухсторонней визитки	1	500
Итого:	49 205	

Затраты на рекламную продукцию составят итого: 49 205 руб.[14].

3 Размещение бесплатной рекламы на специализированных сайтах, таких как:

- <https://russia.сельхозпортал.рф/> - Сельскохозяйственная доска бесплатных объявлений;
- <https://foragro.ru/> - Агро сайт о сельском хозяйстве;
- <http://roshoz.ru/> - Сельское хозяйство, сайт бесплатных объявлений;
- <http://agroden.ru/> - АПК - сельскохозяйственный сайт и многие другие.

4 Продвижение сайта.

Современные реалии таковы, что большинство необходимой нам информации мы ищем в сети интернет. В связи с этим актуальным становится вопрос о продвижении сайта(SEO) в поисковых системах.

Согласно статистике Яндекс Wordstat словосочетание «купить погрузчик» было показано 52 236 раз в месяц. А словосочетание «фронтальный погрузчик» — 76 628 раз в месяц[15].

Поднятие сайта компании в ТОП – 10 позволит предприятию привлечь клиентов и открыть для себя новые рынки сбыта. Для продвижения сайта в топовые позиции в поисковой выдаче, необходимо произвести дополнительную SEO – оптимизацию. В данной ситуации становится актуальным возможность воспользоваться услугами специализированных фирм оказывающих услуги в данной сфере деятельности. Стоимость услуг в данной сфере варьируется от 10 – 50 тыс. руб. в зависимости от количества необходимых и рассчитывается индивидуально.

В таблице 13 приведены приблизительные расчеты по оптимизации и продвижению сайта предприятия[16].

Таблица 13 – Приблизительные расчеты SEO – оптимизации сайта ООО «ТРИО»

П/№	Наименование услуги	Стоимость, руб.
1	Комплексный тарифный план «Премиум»	50 000
2	Дизайн сайта	15 000

3	Верстка сайта	5 000
Итого пакет услуг:		70 000 руб.

Полный перечень услуг пакета «Премиум» рекламного интернет агентства «Master STAR» приведен в приложении М

5 Адресная рассылка коммерческих предложений

Для адресной рассылки коммерческих предложений необходима соответствующая база данных, ведь производимая продукция ООО «ТРИО» имеет узконаправленную сферу применения.

По результатам SWOT-анализа было выявлено, что на предприятии не ведется аналитика и статистика данных и база потенциальных покупателей как таковая отсутствует.

В связи с этим, актуально будет воспользоваться услугами специализированного сервиса рекламных рассылок. Данные сервисы имеют в своем распоряжении большие базы данных физических и юридических лиц, в том числе узкоспециализированной направленности. Отраслевые почтовые email рассылки проинформируют потенциальных потребителей о товаре, производимом организацией. Расчёт стоимости разовой отраслевой рассылки приведен в таблице 14.

Таблица 14 - Стоимость разовой рекламной email рассылки по отраслям[17].

Наименование отрасли	Москва	Россия	Стоимость
Сельское хозяйство	5,4 тыс. писем	305 тыс. писем	3 900 руб.

Итого стоимость разовой рассылки по отрасли сельское хозяйство обойдется предприятию в 3900 руб.

6 Участие в специализированных выставках.

Ближайшие сельскохозяйственные выставки в сибирском регионе будут проходить в Новосибирске и Красноярске:

- АгроСиб 2017 (дата проведения 08.11.2017 - 10.11.2017) г. Новосибирск - Выставка техники и оборудования для сельскохозяйственного производства.

– Агропромышленный форум Сибири – 2017 (дата проведения 15.11.2017 - 17.11.2017) г. Красноярск - Выставка-ярмарка продовольствия, спецтехники, оборудования для пищевой и перерабатывающей промышленности.

В данных выставках принимают участие производители и поставщики сельскохозяйственной техники, оборудования и материалов для производства и переработки сельскохозяйственной продукции, заинтересованные в продвижении своей продукции на рынке Сибири.

Основные разделы выставок:

- Сельскохозяйственная техника и оборудование;
- Растениеводство;
- Животноводство и племенное дело;
- Ветеринария, корма, добавки, витамины;
- Оборудование для технического сервиса, горюче-смазочные материалы;
- Лизинг, кредиты, инвестиции, страхование в АПК;
- Фермерское хозяйство;
- Современные технологии производства;
- Агрохимия, посевной материал;
- Проектирование, строительство и реконструкция сельхоз сооружений;
- Переработка, хранение и транспортировка сельхоз продукции[18].

Участие в специализированных выставках – может стать удачным маркетинговым ходом для производителей товаров и услуг. Это возможность установить прямой контакт с непосредственным потребителем продукции и завязать перспективные партнерские отношения.

Для того, чтобы принять участие в выставке предприятию необходимо понести ряд расходов связанных с выставочной деятельностью.

В таблице 15 приведен перечень затрат и их приблизительная стоимостная оценка, которые понесет предприятие решив принять участие в выставке АгроСиб 2017 (г. Новосибирск)

Таблица 15 – Расчет стоимости участия предприятия в выставке.

П/ №	Наименование расходов	Стоимость / руб.	Примечание
1	Аренда выставочной площади	119900	Оборудованное место выставки - 10900 тыс. руб. за один м ² Минимальный размер выставочного места 15м ²
2	Регистрационный взнос	15500	
3	Аренда выставочного стенда	10175	925 руб за метр ² . Минимальный размер выставочного стенда 11м ²
5	PR-кампания	12000	(пресса, телевидение, баннеры и т.д.)
6	Рекламная печатная продукция	58000	(каталоги, буклеты, брошюры, приглашения)
7	Бизнес – сувениры	30000	(ручки, кружки, значки, блокноты)
	Транспортные расходы	4200	
9	Дополнительные расходы	3000	(охрана, уборка, питание, угощение клиентов)
10	Привлечение дополнительной рабочей силы	5000	(промоутеры)
	Монтаж и демонтаж оборудования	3000	
	Стоимость проживания и питания	3900	
	Непредвиденные расходы	25000	Примерно 10% от общей суммы расходов.
		Итого:	333 275

По данным, представленным в таблице 15 можно сделать вывод, что участие в выставке обойдется предприятию приблизительно в 333 275 руб.

Участие в данной выставке несет за собой большие затраты для предприятия малого бизнеса и может стать существенным материальным обременением для предприятия.

7 Осваивание рынков сбыта ближнего зарубежья

Во многих странах бывшего Советского Союза уровень оснащения сельхозтехникой аграриев довольно низок. Большинство до сих пор используют технику «советских времён». Продукция мировых поставщиков сельхозтехники имеет высокую продажную стоимость и дорога в обслуживании. Именно на этот сегмент потребителя ведется расчет реализации производимой продукции.

Для продвижения продукции на рынки бывших советских республик, для начала, необходимо заключить договора с местными дистрибьюторами, которые будут закупать необходимое оборудование у предприятия, и реализовать ее на местных рынках сбыта.

Данный способ продвижения товара несет минимальные издержки:

- Дистрибьютор сам заинтересован в реализации товара, так как получает разницу между стоимостью закупки товара и его продажей.
- Знаком с местными (национальными) особенностями реализации продукции.
- Будет сам продвигать (рекламировать) продвигаемый товар.

Основное направление движения при данном решении состоит в поиске дистрибьюторов имеющих хорошую репутацию, с которыми можно будет заключить длительные успешные деловые отношения.

4.4 Среднесрочные цели развития предприятия

- 1 Интернет сервис продаж.

Разработка интернет магазина продаж под ключ обойдется предприятию в 50 000 руб.[19] при необходимости, интернет – магазин можно будет привести к международному формату для реализации продукции в ближнем зарубежье.

2 Реклама.

Реклама в среднесрочных планах развития будет иметь более масштабный характер, и охватывать большое количество перспективной аудитории. Поставленной цели можно достичь путем размещения рекламных статей в специализированных сельскохозяйственных журналах. Видео рекламой на местных и областных каналах. Так же, налаживание взаимосвязей, с различными сельхоз предпринимателями, может положительно сказаться на реализации продукции.

Участие в специализированных выставках даст возможность продвигать свои товары в другие регионы.

3 Закупка основных средств

При достаточной загруженности производства, необходимо будет производить модернизацию оборудования и расширения производственных мощностей, что в свою очередь понесет за собой закупку основных средств.

На данный момент сложно рассчитать сумму затрат необходимую для этого, так как не известно, какие именно основные средства будет необходимо приобрести.

4 Открытие дочерних предприятий.

При достаточном развитии предприятия можно использовать потенциальную возможность открытия дочерних предприятий. Это решение позволит увеличить масштабы производства и даст выход на новые рынки сбыта.

4.5 Долгосрочные цели развития предприятия

1 Закрепления позиций и увеличение объёмов продаж организации на основных рынках сбыта, в том числе в странах ближнего зарубежья.

2 Открытие дочерних предприятий и офисов продаж в наиболее перспективных регионах развития.

3 Перевод интернет – магазина на международную платформу взаимодействия.

4.6 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий

Долгосрочной целью предприятия является расширение деятельности с увеличением выручки, что позволит предприятию стать резидентом ТОСЭР. Только после увеличения объёмов выручки будет целесообразно участвовать в специализированных выставках, так как для малого предприятия, общие издержки по участию будут слишком велики.

По результатам мероприятий, рекомендуемых для реализации в краткосрочный и среднесрочный период, рассчитаем возможный экономический эффект от их внедрения в таблице 16.

Таблица 16 – Перечень затрат на рекомендуемые мероприятия

П/№	Наименование затрат	Стоимость затрат, руб.
1	Найм маркетолога	227 052
2	Разработка фирменного стиля	15 000
3	Изготовление полиграфической продукции	49 205
4	SEO-оптимизация	70 000
	Адресная e-мейл рассылка	3 900
	Итого:	365 157 руб.

Предполагается увеличение выручки 10-15% (основываясь на опыте других предприятий), но для уверенности возьмём 10%. Таким образом возможная выручка составит: $13\,713\,000 / 100 * 10 = 1\,371\,300$ руб.

5 Социальная ответственность

5.1 Описание рабочего места на предмет возникновения вредных и опасных производственных факторов

Объектом исследования является рабочий кабинет бухгалтера, расположенный в здании по адресу: 652050, Кемеровская обл., г. Юрга, Шоссейная улица, 56.

Помещение, в котором находятся рабочие места, имеет следующие характеристики:

- длина помещения (А) – 6 м;
- ширина помещения (Б) – 3 м;
- высота помещения (Н) – 3 м;
- число окон – 1 (размер 2х2,5 м);
- число рабочих мест – 3.

Характеристика зрительных работ оценивается в соответствии СНИП 23-05-95 и зависит от наименьшего или эквивалентного размера объекта, различение в нашем случае он составляет от 0,15 до 0,3 мм, поэтому для нашего рабочего места разряд зрительных работ будет соответствовать 2, с подразрядом Г, так как контраст объекта с фоном – большой, а характеристика фона светлая.

В рабочем кабинете используется общая система освещения, это естественное освещение (создаваемое прямыми солнечными лучами) и искусственное освещение, обеспечиваемое 3 светильниками, имеющими по 3 лампы накаливания мощностью 60 Вт, расположенных вдоль линии рабочего кабинета, световой поток распределяется равномерно по всей площади, достаточно освещая рабочую поверхность при ее эксплуатации.

Имеется 1 окно, выходящее на северную сторону, во двор, на окне жалюзи белого цвета.

В кабинете проводится выполнение работ по ведению бухгалтерского учета имущества, обязательств и хозяйственных операций; прием и контроль первичной документации; оформление договоров; начисление и перечисление налогов в бюджет; отражение на счетах бухгалтерского учета операций, связанных с движением основных средств, материально-производственных запасов и денежных средств; составление отчетных калькуляций себестоимости продукции (работ, услуг). Основные работы производятся на высоте 0,8 м над поверхностью пола. По тяжести, выполняемые работы относятся к категории «лёгких».

Интерьер: стены оклеены обоями светлого оттенка, пол покрыт линолеумом. Потолок помещения облицован светлой плиткой окрашенной в белый цвет.

На основании заключения экспертной комиссии по специальной оценке условий труда, проведенной ООО «Центр экспертизы условий труда «Эксперт», были определены параметры световой среды, химический фактор, занесенные в карту специальной оценки условий труда № 7 от 20.11.2014г.

Параметры световой среды: фактическое значение общего освещения– 690 лк, при ПДУ 300 лк ; фактическое значение на ПК– 690 лк, при ПДУ 400 лк.

Заключение: измеренные уровни освещенности рабочей поверхности при искусственном освещении соответствуют допустимым нормам.

Параметры содержания вредных веществ в воздухе рабочей зоны:

Озон – менее 0,05мг/м³ при ПДК 0,1 мг/м³;

Азота оксиды – менее 1,0 мг/м³ при ПДК 5,0 мг/м³;

Эпихлоргидрин – менее 0,10 мг/м³ при ПДК 2,0 мг/м³;

Ацетон – менее 0,51 мг/м³ при ПДК 800,0 мг/м³;

Этенилбензол - менее 0,31 мг/м³ при ПДК 30,0 мг/м³.

Заключение: фактический уровень содержания вредных веществ на рабочем месте не превышает предельно-допустимых концентраций.

Помещение оборудовано кондиционером. Ежедневно в нем проводят влажную уборку (протирают пыль, моют полы).

В помещении находится два огнетушителя типа ОУ-5 (углекислотный огнетушитель).

Работа сотрудника непосредственно связана с компьютером, а соответственно с дополнительным вредным воздействием целой группы факторов, что существенно снижает производительность их труда. К таким факторам можно отнести:

- недостаточная освещенность рабочего места;
- ненормативные условия микроклимата;
- воздействия шума;
- воздействие электромагнитных полей и излучений и другое вредное влияние компьютера;
- воздействие электрического тока вследствие неисправности аппаратуры;
- нерациональное расположение оборудования и неправильная эргономическая организация рабочего места;
- пожароопасность;
- землетрясения;
- близость расположения к опасным производственным объектам.

Каждый из этих факторов (в разной степени) отрицательно воздействует на здоровье и самочувствие человека.

5.2 Анализ выявленных вредных факторов

Вредные производственные факторы - факторы среды и трудового процесса, воздействие которых на работающего при определенных условиях (интенсивность, длительность и др.) может вызвать профессиональное заболевание, временное или стойкое снижение работоспособности, повысить частоту соматических и инфекционных заболеваний, привести к нарушению здоровья потомства. В зависимости от количественной характеристики (уровня

концентрации и др.) и продолжительности воздействия вредный производственный фактор может стать опасным.

Стандарты на требования и нормы по видам опасных и вредных факторов содержат количественные или качественные характеристики этих факторов. Классификация факторов дана в основополагающем стандарте ГОСТ 12.0.003 – 74 «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация».

Согласно этому стандарту по природе действия все факторы делятся на следующие группы: химические, физические, биологические, психофизиологические.

Перейдем к непосредственному выявлению и анализу опасных и вредных производственных факторов, влияющих на деятельность служащих.

1 Влияние освещенности на деятельность человека

Свет определяет также жизненный тонус и ритм человека. Такие функции организма, как дыхание, кровообращение, работа эндокринной системы отчетливо меняют интенсивность деятельности под влиянием света.

Длительное световое голодание приводит к снижению иммунитета, функциональным нарушениям в деятельности центральной нервной системы (ЦНС). Свет является мощным эмоциональным фактором, воздействует на психику человека.

Превышение нормативных параметров освещения ведет к снижению работоспособности, так как чрезмерная яркость и блескость слепит глаза и искажает видимость.

Понижение нормативных параметров может явиться причиной травматизма, так как возникают плохо освещенные зоны, резкие тени уменьшают видимость, увеличивается нагрузка на зрительный нерв, что ведет к близорукости.

Правильно спроектированное и рационально выполненное освещение производственных помещений способствует повышению эффективности и

безопасности труда, снижает утомление и травматизм, сохраняет высокую работоспособность.

Для обеспечения требуемой освещенности необходимо рассчитать систему освещения на рабочем месте. Площадь помещения составляет 18 м². Для расчета освещения необходимо выбрать систему освещения, источники света, тип светильников, определить освещенность на рабочих, коэффициент запаса, необходимое количество светильников и мощность источников света.

Для нашего помещения наиболее рациональна система общего равномерного освещения, которая применяется для тех помещений, где работа производится на всей площади и нет необходимости в лучшем освещении отдельных участков.

В качестве источников света рационально использовать люминесцентные лампы, т. к. они имеют много преимуществ перед лампами накаливания: их спектр ближе к естественному освещению; они имеют большую экономичность (больше светоотдача) и срок службы (в 10-12 раз больше, чем лампы накаливания). Однако наряду с этим имеются и недостатки: их работа иногда сопровождается шумом; хуже работают при низких температурах; их нельзя применять во взрывоопасных помещениях. Тип светильников для люминесцентных ламп – двухламповый светильник типа ШОД с защитной решеткой, т. к. они предназначены для освещения в нормальных помещениях, а параметры микроклимата нашего помещения по ГОСТ 30494-2011 «Параметры микроклимата в помещениях» соответствуют категории «нормального помещения».

Значения нормируемой освещенности изложены в строительных нормах и правилах СНиП 23-05-95. Для нашего помещения необходима освещенность, соответствующая зрительной работе очень высокой точности (наименьший размер объекта различения 0,15 – 0,3 мм, разряд зрительной работы -2, подразряд зрительной работы – Г, фон – светлый, контраст объекта с фоном – большой).

В соответствии со СНиП 23-05-95 для обеспечения зрительного комфорта в помещениях при выполнении зрительных работ, указанного в предыдущем разделе типа, требуется необходимая освещённость рабочего мест $E = 300$ Лк. Полученная величина освещенности корректируется с учетом коэффициента запаса по причине загрязнения светильников и уменьшения светового потока ламп.

Основные характеристики используемого осветительного оборудования и рабочего помещения:

тип светильника – с защитной решеткой типа ШОД;

наименьшая высота подвеса ламп над полом – $h_2=2,5$ м;

нормируемая освещенность рабочей поверхности $E=300$ лк для общего освещения;

длина $A = 6$ м, ширина $B = 3$ м, высота $H= 3$ м;

коэффициент запаса для помещений с малым выделением пыли $k=1,5$;

высота рабочей поверхности – $h_1=0,75$ м;

коэффициент отражения стен $\rho_c=30\%$ (0,3)- для стен оклеенных светлыми обоями;

коэффициент отражения потолка $\rho_n=70\%$ (0,7) - потолок окрашенный.

Произведем размещение осветительных приборов. Используя соотношение для нормального расстояния между светильниками $\lambda = L/h$, а также то, что $h=h_2-h_1 = 1,75$ м, тогда $\lambda=1,1$ (для светильников с защитной решеткой), следовательно, $L = \lambda h = 1,925$ м. Расстояние от стен помещения до крайних светильников - $L/3=0,642$ м. Исходя из размеров рабочего кабинета ($A = 6$ м и $B = 3$ м), размеров светильников типа ШОД ($A=1,53$ м, $B=0,284$ м) и расстояния между ними, определяем, что число светильников в ряду должно быть 3, и число рядов- 1, т.е. всего светильников должно быть 3 (Рисунок 8).

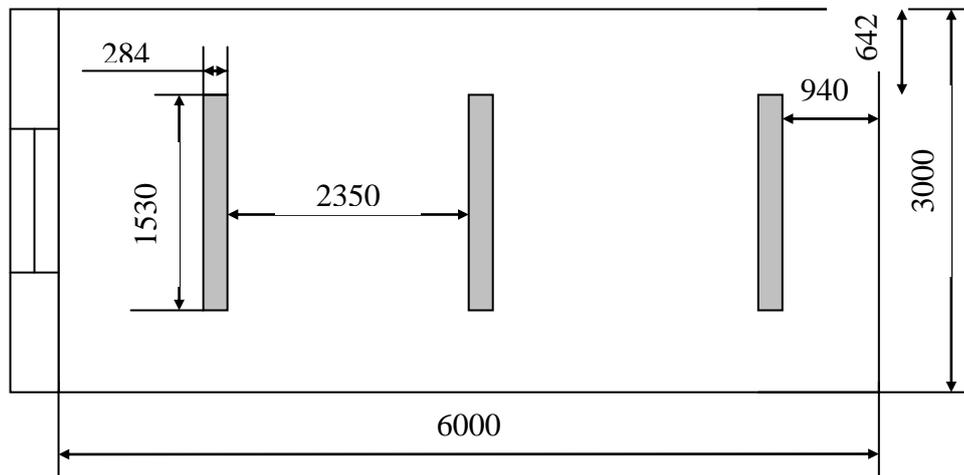


Рисунок 3 – Схема расположения ламп

Произведем расчет осветительной установки. Расчет общего равномерного искусственного освещения выполняют методом коэффициента использования светового потока. Величина светового потока лампы определяется по формуле:

$$\Phi = \frac{E \cdot k \cdot S \cdot Z}{n \cdot \eta},$$

где Φ - световой поток каждой из ламп, лм;

E – минимальная освещенность, лк;

k - коэффициент запаса;

S - площадь помещения, м²;

n - число ламп в помещении;

η - коэффициент использования светового потока (в долях единицы);

Z - коэффициент неравномерности освещения (для люминесцентных светильников $Z = 0,9$).

Для определения коэффициента использования светового потока необходимо знать индекс помещения i , значения коэффициентов отражения стен $\rho_{ст}$ и потолка $\rho_{п}$ и тип светильника. Индекс помещения определяется по формуле:

$$i = \frac{S}{h(A + B)}$$

где S - площадь помещения, м²;

h - высота подвеса светильников над рабочей поверхностью, м;

А, Б – стороны помещения, м.

$$i = \frac{18}{1,75(6+3)} = \frac{18}{15,75} = 1,1$$

Значение коэффициента отражения потолка примем 70%, а значение коэффициента отражения стен - 30%. Исходя из этого, коэффициент использования светового потока равен 0,38 (СНиП 23-05-95 табл. Коэффициент использования светового потока).

Определим величину светового потока:

$$\Phi = \frac{300 \cdot 1,5 \cdot 18 \cdot 0,9}{6 \cdot 0,38} = \frac{7290}{2,28} = 3197 \text{ лм.}$$

Выбираем тип лампы. В нашем случае это должна быть лампа ЛВ мощностью 80 Вт.

Таким образом, система освещения рассматриваемого помещения должна состоять из 3 двухламповых светильников типа ШОД с люминесцентными лампами ЛД мощностью 80 Вт, построенных в 1 ряд по 3 светильника.

Теперь сравним систему требуемой освещенности с реально существующей системой освещения. Система освещения помещения состоит из 3 двухламповых светильников типа ШОД, выстроенных в 1 ряд по 3 светильника, с лампами ЛД мощностью 80 Вт. Светильники расположены параллельно стене с окнами. Перегоревшие лампы своевременно заменяются.

Можно сделать вывод, что существующая система искусственного освещения помещения соответствует требованиям СНиП 23-05-95.

2. Влияние микроклимата рабочего места (участка) на самочувствие человека.

Метеорологические условия рабочего места, или микроклимат, зависят от теплофизических особенностей технологического процесса, климата, сезона года, условий отопления и вентиляции.

Параметры микроклимата оказывают непосредственное влияние на тепловое самочувствие человека и его работоспособность. Например:

понижение температуры и повышение скорости воздуха способствуют усилению конвективного теплообмена и процесса теплоотдачи при испарении пота, что может привести к переохлаждению организма. Повышение скорости воздуха ухудшает самочувствие, так как способствует усилению конвективного теплообмена и процессу теплоотдачи при испарении пота. Поэтому при длительном пребывании людей в закрытых помещениях рекомендуется ограничиваться относительной влажностью в пределах 30 – 70 %. Ненормированные параметры микроклимата приводят к падению работоспособности, особенно при температуре больше 30°C.

Метеорологические условия рабочего места, или микроклимат, зависят от теплофизических особенностей технологического процесса, климата, сезона года, условий отопления, вентиляции. К параметрам микроклимата относятся - температура, скорость, относительная влажность, атмосферное давление окружающего воздуха.

Гигиеническое нормирование параметров микроклимата производственных помещений установлено системой стандартов безопасности труда (ССБТ) ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны».

В рабочей зоне производственного помещения, согласно ГОСТ 12.1.005–88, могут быть установлены оптимальные и допустимые микроклиматические условия.

Допустимые параметры микроклимата – это такие параметры, которые могут превышать оптимальные, но не оказывают отрицательного воздействия на человека. В таблице 17 указаны допустимые и оптимальные параметры микроклимата для помещений с ПЭВМ:

Таблица 17 – Оптимальные и допустимые нормы микроклимата для помещений с ПЭВМ:

Период года	Категория работ	Температура воздуха, С°	Относит. влажность, %	Скорость движения воздуха
Допустимые				
Холодный	Легкая 1а	21-25	75	0,1
Теплый	Легкая 1а	22-28	55	0,1-0,2
Оптимальные				
Холодный	Легкая 1а	22-24	40-60	0,1
Теплый	Легкая 1а	23-25	40-60	0,1

Параметры микроклимата едины для всех производств и всех климатических зон с некоторыми незначительными отступлениями.

3 Влияние электромагнитных полей (ЭМП) на человека

В нашем случае источником ЭМП и излучений является компьютер. Длительное действие ЭМП промышленной частоты приводит к следующим расстройствам: головная боль, вялость, расстройство сна, снижение памяти, повышенная раздражительность, апатия, боли в области сердца. Для хронического воздействия ЭМП промышленной частоты характерны нарушения ритма и замедление частоты сердечных сокращений, функциональные нарушения в ЦНС (центральная нервная система) и ССС (сердечно-сосудистая система), в составе крови. Поэтому необходимо ограничивать время пребывания человека в зоне действия ЭМП, создаваемого токами промышленной частоты напряжением выше 400 кВ.

Наиболее чувствительны к ЭМП центральная нервная система, сердечно-сосудистая система, анализаторы. Характерны: раздражительность, головная боль, нарушение сна, своеобразные «фобии», связанные со страхом ожидаемого разряда, повышенная эмоциональная возбудимость и быстрая

истощаемость, неустойчивость показателей пульса и артериального давления. Самый страдающий от дисплея орган человека – глаза. Существует даже понятие «компьютерный зрительный синдром» (КЗС). Основные его симптомы: глаза устают, изображение двоится, глаза слезятся, нарушается восприятие цветов, а в дальнейшем может развиваться близорукость и катаракта глаз. Во всем мире КЗС стал основным заболеванием пользователей компьютеров. Причина КЗС заключается не в электромагнитных излучениях, а в том, что человеческие глаза слабо приспособлены к работе с устройством, подобным монитору.

4 Влияние электромагнитных излучений (ЭМИ) на человека

Для длительного действия ЭМИ различных диапазонов длин волн при умеренной интенсивности характерно развитие функциональных расстройств в ЦНС, изменение состава крови. В связи с этим могут появиться головная боль, изменение давления, пульса, нервно-психические расстройства, утомляемость, трофические нарушения (выпадение волос, ломкость ногтей, снижение массы тела). Острые нарушения при воздействии ЭМИ (аварийные ситуации) сопровождаются сердечно-сосудистыми расстройствами с обмороками, резким учащением пульса и снижением артериального давления. Другим вредным фактором при работе с компьютером является нагрузка на орган зрения. Защита этого органа от чрезмерной нагрузки осуществляется за счет притока энергии от других органов, а это вызывает возрастание нагрузки на сердце, почки, головной мозг, нервную систему. Информационные технологии воздействуют на психику человека, а это в свою очередь снижает работоспособность.

5 Эргономика рабочего места

Неправильная организация рабочего места воздействует на опорно-двигательную систему, что также вызывает дискомфортные ощущения, снижает производительность труда.

Длительная работа на компьютере в неправильной рабочей позе вызывает патологические изменения межпозвоночных дисков, сдавливание

органов грудной и брюшной полостей и другие отрицательные последствия, которые накапливаются и проявляются через несколько лет.

Рациональное цветовое оформление интерьера – действенный фактор улучшения условий труда и жизнедеятельности человека. Установлено, что цвета могут воздействовать на человека по-разному: одни – успокаивают, другие – раздражают. Поддержание рациональной цветовой гаммы в помещениях достигается правильным выбором осветительных установок, обеспечивающих необходимый световой спектр.

5.3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производственной среды

Опасный производственный фактор - производственный фактор, воздействие которого на работающего в определенных условиях приводит к травме, острому отравлению или другому внезапному резкому ухудшению здоровья или к смерти.

Электрический ток представляет собой скрытый тип опасности, т.к. его трудно определить в токо- и нетоковедущих частях оборудования, которые являются хорошими проводниками электричества. Смертельно опасным для жизни человека считают ток, величина которого превышает 0,05А, ток менее 0,05А – безопасен (до 1000 В).

Электрический ток, проходя через тело человека, оказывает физическое, тепловое, химическое и биологическое воздействия.

Непосредственными причинами смерти человека, пораженного электрическим током, является прекращение работы сердца, остановка дыхания вследствие паралича мышц грудной клетки и так называемый электрический шок. При длительном шоковом состоянии может наступить смерть.

Важное значение для предотвращения электротравматизма имеет правильная организация обслуживания действующих электроустановок, проведения ремонтных, монтажных и профилактических работ. Разрядные токи

статического электричества чаще всего возникают при прикосновении к любому из элементов ЭВМ. Такие разряды опасности для человека не представляют, но кроме неприятных ощущений они могут привести к выходу из строя ЭВМ.

Основные положения методов испытаний конструкций на огнестойкость изложены в ГОСТ 30247.0-94 «Конструкции строительные. Методы испытаний на огнестойкость. Общие требования» и ГОСТ 302247.1-94 «Конструкции строительные. Методы испытаний на огнестойкость. Несущие и ограждающие конструкции». Степень огнестойкости здания определяется огнестойкостью его конструкций в соответствии со СНиП 21-01-97, которые регламентируют классификацию зданий и сооружений по степени огнестойкости, конструктивной и функциональной пожарной опасности. Здание, в котором расположено исследуемое помещение, выполнено из огнестойких материалов – кирпича и бетона.

5.4 Охрана окружающей среды

Данный вид деятельности не оказывает влияние на загрязнение окружающей среды. Методы охраны окружающей среды в результате деятельности исследуемого объекта не выявлены.

5.5 Защита в чрезвычайных ситуациях

Чрезвычайной ситуацией может быть назван пожар.

Разработаны следующие меры пожаротушения: предусмотрена пожарная сигнализация в здании, имеется план эвакуации, проведены соответствующие инструктажи (раз в полгода), ознакомление с нормативными документами.

В качестве средств пожаротушения должны применяться порошковые и углекислотные огнетушители. Использовать в помещении химический пенный огнетушитель не желательно, поскольку имеется большое количество постоянно работающего электрооборудования.

Все работники допускаются к работе только после прохождения противопожарного инструктажа в соответствии с Федеральным законом «О противопожарной безопасности», которые определяют обязанности и действия работников при пожаре, в том числе:

- правила использования офисной техникой;
- правила вызова пожарной охраны;
- правила применения средств пожаротушения и установок пожарной автоматики;
- порядок эвакуации, пожарный выход и т.д.

Уровень подготовки работников можно оценить как хороший.

5.6 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности

Основным источником электромагнитных полей и излучений в нашем помещении являются компьютеры, и в первую очередь, мониторы.

В России в настоящее время практически на 100% используются мониторы зарубежных производителей и к ним применяются жесткие требования по безопасной эксплуатации, которые закрепляются в соответствующих стандартах. Стандарты применяются для того, чтобы защитить от опасности вредного воздействия пользователей и окружающую среду. СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 «Гигиенические требования к ПЭВМ и организации работы» устанавливает временные допустимые уровни ЭМП, создаваемые ПЭВМ. Источниками ЭМП являются компьютеры и периферийные устройства, которые создают излучение в диапазоне частот 5 Гц - 400 кГц и ЭМП промышленной частоты 50 Гц. В таблицах 2 и 3 представлены

временные допустимые уровни ЭПМ, создаваемые ПЭВМ и допустимые уровни излучения ЭМИ в Таблице 18.

Таблица 18 – Временные допустимые уровни ЭМП, создаваемые ПЭВМ

Наименование параметров		
Напряженность электрического поля	В диапазоне частот 5 Гц – 2 кГц	25 В/м
	В диапазоне частот 2 кГц – 400 кГц	2,5 В/м
Плотность магнитного потока	В диапазоне частот 5 Гц – 2 кГц	250 нТл
	В диапазоне частот 2 кГц – 400 кГц	25 нТл
Электростатический потенциал экрана видеомонитора		500 В
Напряженность электростатического поля		15 кВ/м

Энергетические параметры компьютеров, в настоящее время, находятся в соответствии с нормой.

В таблице 19 представлены допустимые уровни излучения от электростатических, электрических и магнитных полей по стандарту ТСО'99.

Таблица 19 – Допустимые уровни излучения от электростатических, электрических и магнитных полей по стандарту ТСО'99

Электрические поля	
диапазон частот	Допустимые значения
поверхностный электростатический потенциал	не более 500 В
5 Гц - 2 кГц	не более 10 В/м
	(30 см перед экраном, 50 см вокруг)
2 кГц - 400 кГц	не более 1 В/м
	(30 см перед экраном, 50 см вокруг)
Магнитные поля	
диапазон частот	допустимые значения
5 Гц - 2 кГц	не более 200 нТл (30 см перед экраном, 50 см вокруг)
2 кГц - 400 кГц	не более 25 нТл (50 см вокруг)
Радиационное излучение, не более 5000 наногрей в час	

Одним из мероприятий для защиты от вредного воздействия ЭПМ является регламентирование труда и отдыха. В таблице 12 представлены нормы времени регламентируемых перерывов в работе. В нашем случае необходимо использовать 30-минутные перерывы.

Для уменьшения вредного влияния ЭМП на сотрудников рабочие места оснащены жидкокристаллическими (LCD) мониторами. В данных мониторах отсутствует источник излучений – электронно-лучевая трубка.

Таблица 20 – Регламентирование труда и отдыха при работе на ПЭВМ

Категория Работ	Уровень нагрузки			Суммарное время перерывов в течение смены	
	Считывание информации, тыс. печатных знаков	Ввод информации, тыс. печатных знаков	Режим диалога, час	8 час. неделя	12 час. неделя
I	До 20	До 15	До 2	30	70
II	До 40	До 30	До 4	50	90
III	До 60	До 40	До 6	70	120

Кроме того, зачастую наблюдается пренебрежение сотрудников к требованиям организации труда и отдыха, так как выполняемая работа связана с вводом больших объёмов информации. Поэтому следует внимательнее следить за тем, чтобы делались соответствующие перерывы в работе.

Эргономическая организация рабочего места

Можно выделить несколько рекомендаций по организации оптимального рабочего места, оснащенного компьютером, чтобы работа

осуществлялась без жалоб и без усталости: высота рабочей поверхности рекомендуется в пределах 680-760 мм; высота рабочей поверхности, на которую устанавливается клавиатура, должна быть 650 мм; большое значение придается характеристикам рабочего кресла. Так, рекомендуется высота сиденья над уровнем пола должна быть в пределах 420-550 мм.

5.7 Заключение по разделу «Социальная ответственность»

В результате проведенного анализа опасных и вредных производственных факторов можно сделать вывод, что для исследуемого объекта большинство факторов, потенциально представляющих опасность для здоровья сотрудника, соответствуют нормативным значениям.

Для повышения температуры в холодный период, при необходимости, возможно использование средств местного обогрева.

Необходимо поддерживать в рабочем состоянии систему кондиционирования воздуха.

Для уменьшения влияния вредного воздействия электромагнитных полей и излучений рекомендуется использовать жидкокристаллические мониторы.

В качестве средств пожаротушения должны применяться порошковые и углекислотные огнетушители.

Можно отметить, что главным источником опасности для здоровья работников являются они сами, так как постоянно пренебрегают требованиями к организации труда и отдыха, регламентирующими обязательные периодические перерывы при работе с ПЭВМ.

Заключение

В процессе написания дипломной работы была рассмотрена деятельность производственного предприятия ООО «ТРИО»:

Была изучена структура предприятия, особенности его функционирования и производственные показатели.

Проведен анализ финансово - хозяйственной деятельности. По итогам которого было выявлено, что снижение объёма продаж реализуемой продукции предприятия за последние три года составило 35,58%. Прибыль снизилась на 4,7% по сравнению с 2014г, и составила 3 240 тыс. руб. за 2014 г., 3 234 тыс. руб. за 2015г. и 3 089 тыс. руб. за 2016 год.

Рентабельность продаж по чистой прибыли выросла с 15.2% на 2014 г. до 22,5% на конец 2016г.

А рост коэффициента рентабельности продаж свидетельствует о повышении эффективности финансовой деятельности предприятия за счет снижения издержек и росте его рыночной конкурентоспособности.

Рентабельность активов предприятия (ROA) так же немного увеличилась и составила в 2016г. - 16%, что на 1,5% более, чем в 2014г.

Повышение рентабельности активов ООО «ТРИО» говорит об эффективности проделанной работы руководства по оптимизации вложения инвестиций в активы предприятия.

При помощи дополнительных анализов были выявлены сильные и слабые стороны предприятия. Проведен сравнительный анализ деятельности конкурентов.

Так же, в работе была приведена классификация имеющихся стратегий развития организаций, определено место выбора стратегии развития в структуре стратегического управления, также приведена характеристика главных процессов, составляющих стратегическое управление.

На основе этих данных, была обоснована дальнейшая стратегия развития предприятия и предложены краткосрочные, среднесрочные, и долгосрочные мероприятия по усилению рыночной позиции предприятия в сфере производимой продукции.

Главным результатом дипломной работы стала разработка плана стратегического развития предприятия ООО «ТРИО» из ряда предложенных альтернативных вариантов, разработаны необходимые рекомендации по реализации выбранной стратегии развития организации и стратегическому контролю.

ООО «ТРИО» - это промышленное предприятие, имеющее, не смотря на выявленные проблемы, большой потенциал развития. Предприятие обладает всеми необходимыми ресурсами, для создания мощного производственного процесса и выхода на новые, еще не освоенные рынки сбыта РФ и ближнего зарубежья.

И только грамотное руководство предприятием, постоянное развитие и корректировка стратегии развития, а так же стремление расширять свои возможности и осваивать новые рынки сбыта даст возможность реализовать этот потенциал.

Список использованных источников

- 1 Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. – М.: Дело АНХ, 2008.
- 2 Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер Ком, 1999.
- 3 Виханский О.С. стратегическое управление. – М.: Изд-во МГУ, 1995.
- 4 Тренев Н. Роль общества в экономике // Консультант директора. 2001.
- 5 Барсукова А.В. Формирование конкурентной стратегии фирмы: возможности контрактного подхода. – М.: Знание, 2009. – 608 с.
- 6 Люшкинов А.Н. Стратегический менеджмент. - М., 2010. – с. 20
- 7 Курсы валют 2014. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kurs-dollar-euro.ru/kurs-valut-2014.html>
- 8 Действующие в РФ налоги и сборы. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nalog.ru/rn42/taxation/taxes/usn/>
- 9 Упрощенная система налогообложения. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nalog.ru/rn42/taxation/taxes/usn/>
- 10 Кемеровская область: Закон № 99-ОЗ от 26.11.2008. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.klerk.ru/doc/146110>
- 11 УСН 2017 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://новыеформы.рф/usn.html>
- 12 Агентство по развитию г. Юрга. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://yurgainvest.ru/> -
- 13 Дизайн студия «GAGARIN STUDIO»[Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gagarinlogo.ru/> -
- 14 Типография «PRINT» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://66print.ru/> -
- 15 Подбор слов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru> –

- 16 Рекламное интернет агентство. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://masterstar.ru/Stoimost-yslyg>
- 17 Сервис рекламных рассылок «Стандартмедиа». [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://standartmedia.ru/rassili_po_otraslyam
- 18 Календарь выставок сельского хозяйства и АПК. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://agroday.ru/EXPO/>
- 19 Веб студия «Стартер». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://создание-интернет-магазина-подключ.рф/>
- 20 Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.ДЕЛО, 2007, 446 с.
- 21 Антонов Г.Д., Иванова О.П., Тумин В.М. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 300 с. – (Высшее образование).
- 22 Алексеев Л.А., Янушевская М.Н. Основы обеспечения качества. Издательство ТПУ, Томск 2008, 166с.
- 23 Аристов О.В. Конкурентность и конкурентоспособность. – М.: Теис, 2009, 203 с.
- 24 Шиканов Л.А. Стратегический менеджмент. Издательство ТПУ, Томск 2011, 80с
- 25 Портер М. Конкуренция: пер. с англ. / М.Портер. – М.: Вильямс, 2000. – 495с.
- 26 Баутмартьян Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукций. Маркетинг в России и за рубежом. - 2005. - № 4
- 27 Введенский Б.А. и др. Союз Советских Социалистических Республик. 1917-1967. - М.: «Советская энциклопедия», 1967.
- 28 Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1987.
- 29 Рыбалкин В.Е. «Мировая экономика и международные экономические отношения», 2008г.

30 Минько Э. В., Кричевский М. Л. Качество и конкурентоспособность: Учебник. - СПб.: Питер.-2004.-С.26-50.

31 Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. Пер. с англ. М.: Экономика, 1992.

32 Дмитрук Е.Ф. Методика выявления потенциальных конкурентных преимуществ фирмы с учетом внешней и внутренней среды. Маркетинг и маркетинговые исследования в России.-2002.-№2(38).

33 Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учебное пособие. - СПб,2000.-122с.

34 Словарь-справочник по физико-химическому анализу / Сост. И.К. Гаркушин, М.А. Истомова. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2012. – 237 с.

35 [Электронный ресурс] – Режим доступа: Промышленные предприятия России <http://ibprom.ru/>

36 Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. - М.: Экономика, 1989. - 519 с.: ил., табл.

37 СН 2.2.4/2.1.8.562-96 Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки. Санитарные нормы

38 СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278-03 Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий

39 ГОСТ 12.1.005-88 ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны

40 СП 52.13330.2011 Естественное и искусственное освещение. Актуализированная редакция СНиП 23-05-95

41 СанПиН 2.2.2.542-96 Гигиенические требования к видеодисплейным терминалам, персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы.

42 Современная энциклопедия промышленности России. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wiki-prom.ru/>

Приложение А
(обязательное)

Бухгалтерский баланс ООО «ТРИО» на 31 декабря 2016г.

Бухгалтерский баланс	Коды		
на <u>31 декабря 2016</u> г.			
Форма по ОКУД	0710001		
Дата (число, месяц, год)	20	3	2017
Организация <u>Общество с ограниченной ответственностью «ТРИО»</u> по ОКПО	132119000		
Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН	423001732		
Вид экономической деятельности <u>Производство печей, термокамер и печных горелок</u> по ОКВЭД	28.21		
Организационно-правовая форма/форма собственности _____ по ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения: тыс. руб. _____ по ОКЕИ	384		

Наименование показателя	Код	На 31 декабря	На 31 декабря	На 31 декабря
		20 <u>16</u> г.	20 <u>15</u> г.	20 <u>14</u> г.
АКТИВ				
Материальные внеоборотные активы		-	-	-
Нематериальные финансовые и другие внеоборотные активы		-	-	-
Запасы	1210	16 031	20 221	8 930
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	136	226	1 259
Прочие оборотные активы	1260	3 673	8 166	12 083
БАЛАНС	1600	19 840	28 613	22 272
Уставный капитал	1310	30	30	3 227
Заемные средства	1410	-	-	-
Прочие обязательства	1450	9 620	8 430	-
Заемные средства	1510	-	-	-
Кредиторская задолженность	1520	732	489	5 634
Прочие обязательства	1550	9 458	19 664	14 411
БАЛАНС	1700	19 840	28 613	22 272

Руководитель Королев Н. А.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 20 " марта 2017 г.

Приложение Б
(обязательное)

Отчет о финансовых результатах ООО «ТРИО» за 2016г.

Отчет о финансовых результатах

за <u>2016г.</u>		Форма по ОКУД		Коды		
				0710001		
		Дата (число, месяц, год)		20	3	2016
Организация		по ОКПО				
Общество с ограниченной ответственностью «ТРИО»				132119000		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН		423001732		
Вид экономической деятельности Производство печей, термокамер и печных горелок		по ОКВЭД		28.21		
Организационно-правовая форма/форма собственности Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКОПФ/ОКФС		65		16
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ		384		
Местонахождение (адрес) : 652050, Кемеровской обл. Юрга г., Шоссейная ул. д. 56						
Наименование показателя	Код	На <u>31 декабря</u> 20 <u>16</u> г.		На <u>31 декабря</u> 20 <u>15</u> г.		
Выручка	2110	13 713		18 293		
Себестоимость продаж	2120	(10 487)		(14 876)		
Проценты к уплате	2330	(-)		(-)		
Прочие доходы	2340	-		-		
Прочие расходы	2350	(-)		(-)		
Текущий налог на прибыль	2410	(137)		(183)		
Чистая прибыль (убыток)	2400	3 089		3 234		

Руководитель _____ Королев Н.А.
(подпись) (расшифровка подписи)

“ 20 ” марта 20 16 г.

Приложение В

(обязательное)

Отчет о финансовых результатах ООО «ТРИО» за 2015г.

Отчет о финансовых результатах

за <u>2015г.</u>		Коды	
Форма по ОКУД		0710001	
Дата (число, месяц, год)		20	3 2016
Организация	по ОКПО	132119000	
Общество с ограниченной ответственностью «ТРИО»			
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	423001732	
Вид экономической деятельности	по ОКВЭД	28.21	
Производство печей, термокамер и печных горелок			
Организационно-правовая форма/форма собственности		65	16
Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность	по ОКОПФ/ОКФС		
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384	
Местонахождение (адрес) : 652050, Кемеровской обл. Юрга г., Шоссейная ул. д. 56			
Наименование показателя	Код	На <u>31 декабря</u> 20 15 г.	31 На <u>декабря</u> 20 14 г.
Выручка	2110	18 293	21288
Себестоимость продаж	2120	(14 876)	(17878)
Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
Прочие доходы	2340	-	-
Прочие расходы	2350	(-)	(-)
Текущий налог на прибыль	2410	(183)	(170)
Чистая прибыль (убыток)	2400	3 234	3 240

Руководитель Королев Н.А.
(подпись) (расшифровка подписи)

марта 20 16 г.

Приложение Г

(обязательное)

Бухгалтерский баланс ООО «СибКомСельМаш»

на 31 декабря 2016г.

Бухгалтерский баланс

на		31 декабря 2016 г.		Коды	
		Форма по ОКУД		0710001	
		Дата (число, месяц, год)		20	3 2017
Организац ия	Общество с ограниченной ответственностью «СибКомСельМаш»	по ОКПО		67698240	
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН		4230028110	
Вид экономической деятельности	Производство прочих комплектующих и принадлежностей для автотранспортных средств	по ОКВЭ Д		29.32	
Организационно-правовая форма/форма собственности					
Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКОПФ/ОКФ С		65	16
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ		384	
Местонахождение (адрес) : 652050, Кемеровская область, город Юрга, Шоссейная улица, 42а					
Наименование показателя		Код строки	На 31 декабря 2016 года	На 31 декабря 2015 года	
АКТИВ					
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям		1220	824	541	
Дебиторская задолженность		1230	280	0	
Денежные средства и денежные эквиваленты		1250	84	164	
Итого по разделу II		1200	1 188	705	
БАЛАНС		1600	1 188	705	
ПАССИВ					
Уставный капитал		1310	10	10	
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)		1370	1 178	695	
Итого по разделу III		1300	1 188	705	
БАЛАНС		1700	1 188	705	

Руководитель _____ Чернышев В.О.
(подпись) (расшифровка подписи)

18 ” марта 20 17 г.

Приложение Д
(обязательное)

Отчет о финансовых результатах ООО «СибКомСельМаш» за 2016г.

Отчет о финансовых результатах				Коды	
за 20 16 г.					
Форма по ОКУД			0710001		
Дата (число, месяц, год)			18	3	2017
Организация	Общество с ограниченной ответственностью «СибКомСельМаш»	по ОКПО	67698240		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	4230028110		
Вид экономической деятельности	Производство прочих комплектующих и принадлежностей для автотранспортных средств	по ОКВЭД	29.32		
Организационно-правовая форма/форма собственности					
Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ	384		
Местонахождение (адрес) : 652050, Кемеровская область, город Юрга, Шоссейная улица, 42а					
Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2016 года	На 31 декабря 2015 год		
Руководитель _____ Чернышев В.О.					
Выручка (подпись) _____ (расшифровка подписи)					
Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.	2110	4 836	3 018		
Себестоимость продаж	2120	(4 812)	(3 018)		
Валовая прибыль (убыток)	2100	24	0		
Прибыль (убыток) от продаж	2200	24	0		
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	24	0		
Текущий налог на прибыль	2410	(24)	(0)		

Приложение Е

(обязательное)

Бухгалтерский баланс ООО "Юргаагромаш" на 31 декабря 2016г.

Отчет о финансовых результатах			Коды		
за 20 16 г.					
Форма по ОКУД			0710001		
Дата (число, месяц, год)			10	3	2017
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Юргаагромаш"	по ОКПО	827?8455		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	4230023899		
Вид экономической деятельности	Производство машин и оборудования для сельского и лесного хозяйства	по ОКВЭД	28.3		
Организационно-правовая форма/форма собственности					
Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ	384		
Местонахождение (адрес) : 652050, Кемеровская обл., Юрга г., ул. Шоссейная, 101,					

Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2016 года	На 31 декабря 2015 года
АКТИВ			
Основные средства	1150	3 274	3 469
Дебиторская задолженность	1230	27	10
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 443	1 184
БАЛАНС	1600	4 744	4 663
ПАССИВ			
Кредиторская задолженность	1520	10	800
Итого по разделу V	1500	10	800
БАЛАНС	1700	4 744	4 663

Руководитель _____ Деменюк А. В.
 (подпись) (расшифровка подписи)
 «10» _____ марта 20 17 г.

Приложение Ж

(обязательное)

Отчет о финансовых результатах ООО «СибКомСельМаш» за 2016г.

Отчет о финансовых результатах			Коды		
за 20 16 г.					
Форма по ОКУД			0710001		
Дата (число, месяц, год)			10	3	2017
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Юргаагромаш"	по ОКПО	827?8455		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	4230023899		
Вид экономической деятельности	Производство машин и оборудования для сельского и лесного хозяйства	по ОКВЭД	28.3		
Организационно-правовая форма/форма собственности					
Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ	384		
Местонахождение (адрес) : 652050, Кемеровская обл., Юрга г., ул. Шоссейная, 101,					

Отчет о финансовых результатах			
Наименование показателя	Код строки	За 2016 год	За 2015 год
Выручка			
Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.	2110	14 037	15 396
Себестоимость продаж	2120	(12 710)	(12 273)
Валовая прибыль (убыток)	2100	1 327	3 123
Прибыль (убыток) от продаж	2200	1 327	3 123
Прочие расходы	2350	(76)	(21)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	1 251	3 102
Текущий налог на прибыль	2410	(485)	(660)
Чистая прибыль (убыток)	2400	766	2 442

Руководитель _____ Деменюк А. В.
 _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)
 «10» _____ марта 20 17 г.

Приложение К

(обязательное)

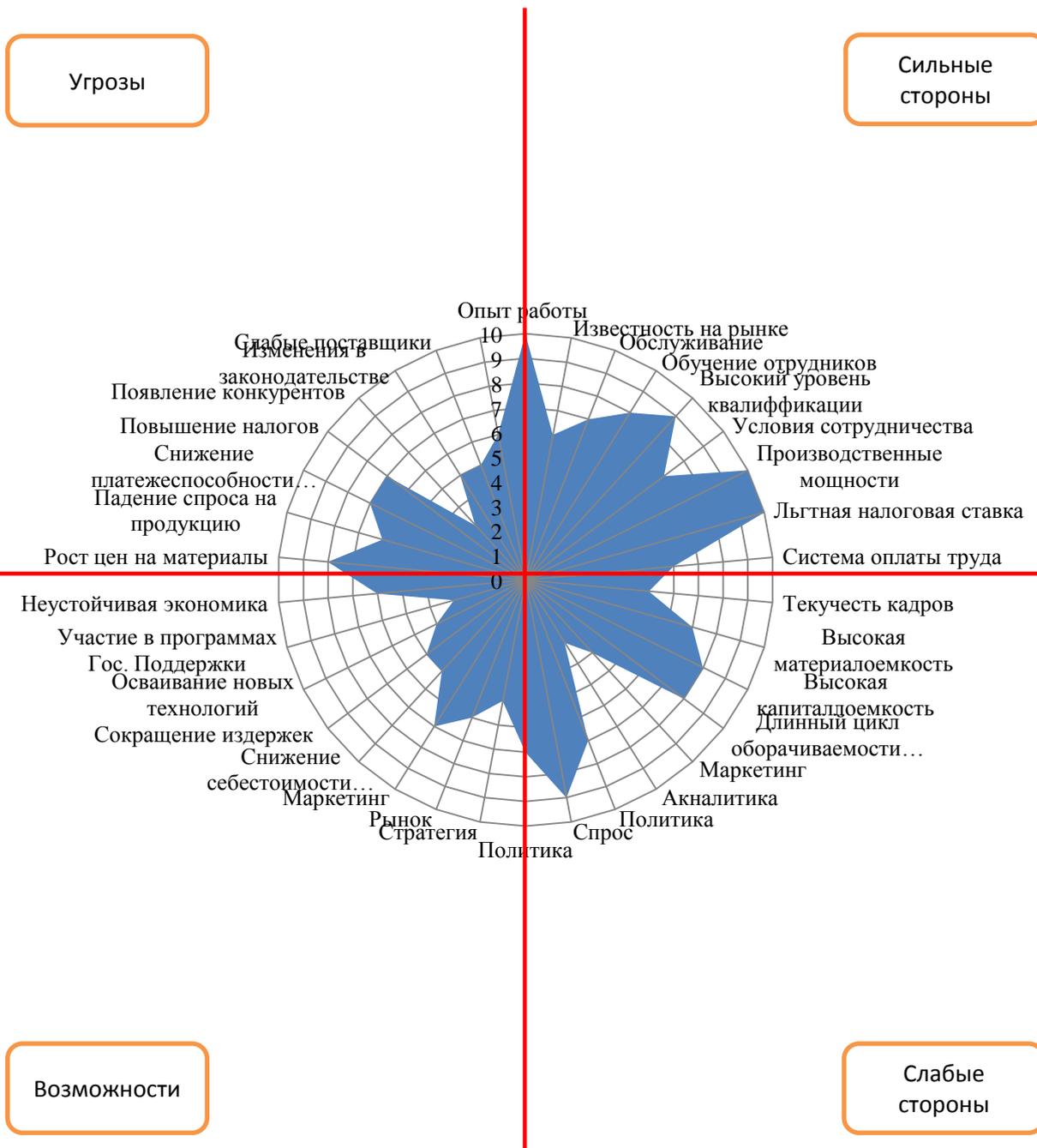
SWOT-анализ предприятия

		-- Оценка ++											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Баллы	Описание на диаграмме
Сильные стороны	Описание проблемы												
	Опыт работы предприятия - 15 лет										x	10	Опыт работы
	Известность предприятия на рынке						x					6	Известность на рынке
	Высокий уровень квалификации сотрудников							x				7	Высокий уровень квалификации
	Система обучения сотрудников								x			8	Обучение сотрудников
	Индивидуальный, гибкий, не стандартный подход к заказчику										x	9	Обслуживание
	Выгодные условия поставок, партнерские отношения							x				7	Условия сотрудничества
	Собственная производственная площадь. Высокий уровень оснащенности производства										x	10	Производственные мощности
Низкая налоговая ставка										x	10	Льготная налоговая ставка	
Слабые стороны	Снижение уровня оплаты труда						x					6	Система оплаты труда
	Текучность кадров					x						5	Текучность кадров
	Высокая материалоемкость выпускаемой продукции							x				7	Высокая материалоемкость
	Высокая капиталоемкость оборачиваемых активов								x			8	Высокая капиталоемкость
	Длинный цикл оборачиваемости активов									x		8	Длинный цикл оборачиваемости активов
	Слабое маркетинговое развитие				x							4	Маркетинг
	Слабая база данных, нет аналитики, нет статистики			x								3	Аналитика
	Нестабильная экономическая ситуация							x				7	Политика
	Снижение спроса на продукцию										x	9	Спрос
ОЖИ Стабилизация экономики, рост							x				7	Политика	
	8,38												
	6,33												
	5,25												

Приложение Л

(обязательное)

Диаграмма SWOT-анализа предприятия



Приложение М
(обязательное)

Полный перечень услуг пакета «Премиум» рекламного интернет агентства «Master STAR»

Первоначальные работы

<p>Регистрация в панели Яндекс.Вебмастер Настройка региона продвижения сайта Подбор целевых страниц (landing pages) Регистрация в Яндекс.Справочнике Регистрация в Яндекс.Каталоге</p>
<p>Технические работы</p>
<p>Проверка ответов сервера (404 ошибка и прочее) Склейка существующих зеркал Проверка и исправление кодировки сайта Оценка скорости загрузки и ответа сервера Проверка на наложение фильтров и санкций поисковых систем, проверка бана</p>
<p>Настройка .htaccess Настройка файла robots.txt Настройка иконки сайта favicon.ico</p>
<p>Внешняя оптимизация</p>
<p>Увеличение ссылочной массы. Написание и размещение рекламных статей Подготовка и настройка контекстной рекламы (Яндекс.Директ, Google AdWords)</p>
<p>Внутренняя оптимизация</p>
<p>Анализ текстов на уникальность Поисковая оптимизация существующих текстов Написание текстов на целевые и вспомогательные страницы Поисковая оптимизация тайтлов, мета-тегов и заголовков H1, H2, H3 Составление анкоров ссылок Анализ релевантности целевых страниц Анализ внутренней перелинковки</p>
<p>Оптимизация структуры</p>
<p>Анализ и исправление структуры сайта Анализ и исправление навигационного меню сайта Анализ и исправление «хлебных крошек» Анализ и исправление дублирующих страниц</p>
<p>Дополнительные работы</p>
<p>Анализ конкурентов Улучшение общей видимости сайта в поисковых системах Ежемесячная отчетность Автоматический ежедневный мониторинг позиций Продвижение сайта в Яндексе Продвижение сайта в Google Продвижение сайта в Mail Персональный менеджер Заявка на тех. поддержку сайта 4 часа в месяц</p>