

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет

Экономики и управления

Кафедра

«Бухгалтерский учет,
налогообложение и аудит»

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль

«Бухгалтерский учет, анализ и
аудит»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

Финансовый анализ конкурентоспособности коммерческой организации
(на примере ОАО «Пензадизельмаш»)

Студент группы 14СЗЭЭ31

Чернышева
(подпись, дата)

Чернышева Ольга Евгеньевна
(ФИО полностью)

Руководитель

Сазонова И.В.
(подпись, дата)

Сазонова И.В.
(фамилия, инициалы)

Нормоконтролер

Малахова Ю.В.
(подпись, дата)

Малахова Ю.В.
(фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 23.01.2018 № Р)

Заведующий кафедрой

Свиридова Н.В.
(подпись)

Свиридова Н.В.
(фамилия, инициалы)

Работа защищена с оценкой хорошо (протокол ГЭК от 16.02.2018 № 13)

Секретарь ГЭК

Сазонова И.В.
(подпись)

Сазонова И.В.
(фамилия, инициалы)

Пенза 2018

Отзыв
на бакалаврскую работу студента
Факультета экономики и управления,
обучающегося по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»
профилю подготовки: «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Чернышевой Ольги Евгеньевны
на тему: «Финансовый анализ конкурентоспособности коммерческих организаций
(на примере ОАО «Пензадизельмаш»))»

В современных макро- и микроэкономических условиях все большее значение в обеспечении устойчивого развития деятельности экономического субъекта играет конкурентная среда. Выполнение коммерческой организацией ее основных функций невозможно без финансовых ресурсов, выступающих в роли фундамента ее конкурентоспособности.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы студентка ФГБОУ ВО ПГУ Чернышева Ольга Евгеньевна показала достаточно высокую степень готовности к самостоятельной профессиональной деятельности, соответствие качества полученных знаний в университете требованиям подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика».

Следует отметить, что подбор документов для выполнения выпускной квалификационной работы, а также учебной и научной литературы выполнялся самостоятельно автором работы. Помощь со стороны руководителя была оказана в разработке плана выпускной квалификационной работы, формулировке целей и задач исследования.

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы написана с использованием большого материала нормативной и научной литературы по вопросам финансового анализа конкурентоспособности коммерческих организаций.

Оформление работы выполнено с применением операционной системы Windows XP, текстового редактора Microsoft Word, электронных таблиц Microsoft Excel, нормативно-правовых систем «Гарант», «Консультант Плюс».

В работе обобщены теоретические основы финансового анализа конкурентоспособности в коммерческих организаций, рассмотрены классификация, группировка и формирование системы показателей финансового состояния организаций, проведен анализ финансового состояния ОАО «Пензадизельмаш», определены мероприятия по повышению финансового анализа конкурентоспособности в ОАО «Пензадизельмаш».

Необходимо отметить некоторые несущественные недостатки работы: иллюстративный и графический материал использован в недостаточном объеме, не рассмотрен зарубежный опыт по исследуемой теме, научный стиль изложения не везде

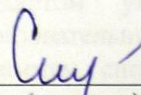
выдержан. Однако найденные недостатки не влияют на качество исследования по данной проблеме.

Характер выпускной квалификационной работы позволяет судить об умении автора отстаивать собственную точку зрения, делать аргументированные и обоснованные предложения. Следует отметить способность выпускницы организовать работу в соответствии с планом и поставленной целью работы. Автор выпускной квалификационной работы проявил добросовестное и прилежное отношение к ее выполнению. Стиль, качество исполнения работы отвечают предъявляемым требованиям.

По результатам выполнения выпускной квалификационной работы можно сделать вывод, что автор работы умеет работать с литературой, делать выводы и предложения, и подготовлен к практической работе по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» профилю подготовки: «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». Работа допускается к защите в ГЭК и заслуживает оценки «отлично».

Руководитель ВКР

к.э.н, доц. кафедры «Бухгалтерский учет,
налогообложение и аудит»


(подпись)

И.В. Сазонова

Содержание

Введение.....	6
1 Теоретические основы финансового анализа конкурентоспособности коммерческой организации	8
1.1 Определение и инструментарий финансового анализа конкурентоспособности коммерческой организации	8
1.2 Финансовая составляющая конкурентоспособности коммерческой организации	20
1.3 Формирование системы показателей финансового состояния организации, их классификация и группировка.....	24
2 Финансовый анализ конкурентоспособности ОАО «Пензадизельмаш»	34
2.1. Организационно – экономическая характеристика ОАО «Пензадизельмаш»	34
2.2 Анализ финансового состояния ОАО «Пензадизельмаш»	40
2.3 Финансовый анализ конкурентоспособности и мероприятия по ее повышению для ОАО «Пензадизельмаш»	52
Заключение	67
Список использованных источников	71
Приложения	75

Введение

В современных макро- и микроэкономических условиях все большее значение в обеспечении устойчивого развития деятельности экономического субъекта играет конкурентная среда. Выполнение коммерческой организацией ее основных функций невозможно без финансовых ресурсов, выступающих в роли фундамента ее конкурентоспособности.

Именно по этой причине особое значение приобретает финансовая составляющая конкурентоспособности коммерческой организации. Она определяется как достигнутыми финансовыми и, прежде всего, количественными и качественными характеристиками использования финансовых ресурсов, предопределяющими динамику ее финансового состояния.

Важной задачей финансового анализа каждой коммерческой организации сегодня становится выявление ранних признаков изменений, затрагивающих ее будущие финансовые интересы, в соответствии с которыми в дальнейшем вырабатывается стратегия повышения конкурентоспособности.

Эффективное управление финансами неизбежно требует грамотного анализа, который позволяет наиболее точно и правильно оценить с помощью современных количественных и качественных методов исследования текущую ситуацию. Именно поэтому все более важную роль в успешной деятельности коммерческого предприятия играет финансовый анализ.

Основным содержанием финансового анализа является комплексное и кардинальное системное изучение финансового состояния и финансовой деятельности предприятия и факторов его формирования с целью оценки степени основных финансовых рисков и прогнозирования трендового уровня доходности капитала.

Цель выпускной квалификационной работы - установление основных принципов проведения финансового анализа конкурентоспособности коммерческой организации на примере ОАО «Пензадизельмаш».

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- дать определение и рассмотреть инструментарий финансового анализа конкурентоспособности коммерческой организации;
- рассмотреть финансовую составляющую конкурентоспособности коммерческой организации;
- исследовать процесс формирования системы показателей финансового состояния организации, их классификацию и группировку;
- дать организационно – экономическую характеристику ОАО «Пензадизельмаш»;
- провести анализ финансового состояния ОАО «Пензадизельмаш»;
- провести финансовый анализ конкурентоспособности и мероприятия по ее повышению для ОАО «Пензадизельмаш».

Объект исследования – особенности проведения финансового анализа конкурентоспособности коммерческой организации.

Предмет исследования – конкурентоспособность коммерческой организации.

При анализе использовались методы анализа, сравнения, группировки, коэффициентов.

Базой написания работы является научная литература отечественных авторов, нормативно-правовые акты РФ, материалы периодической печати.

1 Теоретические основы финансового анализа конкурентоспособности коммерческой организации

1.1 Определение и инструментарий финансового анализа конкурентоспособности коммерческой организации

В условиях глобализации и ужесточающейся конкуренции с импортными товарами предприятиям необходимо осваивать методы ведения конкурентной борьбы. Уровень конкурентоспособности предприятия должен стать показателем экономического состояния предприятия, одним из критериев оценки несостоятельности предприятий, в дополнение к уже существующим.

Вопросом изучения конкурентоспособности предприятий, а также ее оценки посвящены работы многих авторов: Е.П. Голубкова, А.Н. Печенкина, А. Глухова, Т.А. Блаженковой, М.О. Ермоловой, А.П. Градова, В.С. Ефремова, И. Максимовой, Н.И. Шайдуровой, Дж. Кея, М. Портера, Ф. Котлера, Н. Петса и т.д.

Конкуренция - это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается и ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [15, с.33].

Чтобы выжить в конкурентной борьбе и успешно развиваться в условиях рыночной экономики, предприятие должно обладать определенными свойствами, т.е. быть конкурентоспособным.

В Федеральном Законе от 26.07.2006 №135-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О защите конкуренции» дается следующее определение конкурентоспособности: «Конкурентоспособность предприятия - это его способность эффективно работать в динамично развивающейся конкурентной среде, производить и реализовывать свою продукцию по ценам не ниже среднерыночных» [4].

Конкурентоспособность организации зависит от внешних и внутренних факторов. Внешними являются экономическая политика государства, наличие конкурентов, спрос на продукцию, платежеспособность потребителей и др.

К внутренним факторам относятся такие, как производственные ресурсы предприятия и рациональное их использование, платежеспособность и финансовая устойчивость предприятия, применение прогрессивной техники и технологии, эффективное управление предприятием и рациональная организация труда и производства, эффективность рекламы, репутация продукции и др.

К внутренним факторам относятся такие, как производственные ресурсы предприятия и рациональное их использование, платежеспособность и финансовая устойчивость предприятия, применение прогрессивной техники и технологии, эффективное управление предприятием и рациональная организация труда и производства, эффективность рекламы, репутация продукции и др.

Чтобы выяснить, является ли конкурентоспособным предприятие, необходимо провести анализ и оценку конкурентоспособности. Вместе с тем единой методики анализа и оценки конкурентоспособности не существует.

Целью анализа является выявление путей повышения конкурентоспособности и получение достоверной информации для принятия решения руководством предприятия о повышении конкурентоспособности предприятия и изменении стратегии в этом направлении деятельности [15, с.33].

Основными целями анализа конкурентоспособности предприятия являются:

- определение уровня конкурентоспособности;
- выявление тенденций и закономерностей в изменении конкурентоспособности предприятия за исследуемый период;
- определение факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия;

- выявление резервов повышения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность предприятия может быть оценена путем

сравнения деятельности данного предприятия с деятельностью предприятий-конкурентов, удовлетворяющих идентичные потребности покупателей.

Существуют различные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. Остановимся на некоторых из них.

Рассмотрим метод, базирующийся на теории равновесия фирмы и теории факторов производства. В условиях равновесия, когда у производителя не существует стимулов для изменения объемов производства, возможность расширения выпуска продукции возникает в том случае, когда какой-нибудь фактор производства используется не полностью, и существующие объемы производства не обеспечивают минимума издержек. Критерием конкурентоспособности служит наличие у производителя таких факторов производства, которые могут быть использованы лучше, чем у конкурентов.

Следующим методом оценки конкурентоспособности является метод сравнительных преимуществ. Суть его заключается в следующем: чем ниже издержки производства, тем большими преимуществами обладает предприятие по сравнению с конкурентами.

Суть следующего метода, основанного на теории эффективной конкуренции, базируется на использовании двух подходов: структурного и функционального.

В соответствии с первым подходом оценка положения предприятия на рынке может быть сделана, исходя из уровня концентрации производства и капитала и барьеров для предприятий, вновь вступающих на рынок: размер капитала, масштабы и издержки производства, обеспечивающие его эффективность. Рассматриваются также такие показатели, как возможная емкость рынка, доступность рынка, его однородность, вид товара, возможность инноваций, конкурентные возможности других предприятий [17, с. 114].

Согласно функциональному подходу, конкурентоспособными являются те предприятия, на которых лучше организованы производство и сбыт продукции, эффективнее используются производственные и финансовые ресурсы. Для оценки конкурентоспособности используют четыре группы показателей:

- отражающие эффективность сбытовой деятельности, например, рентабельность продаж - процентное отношение прибыли от продаж к выручке от продаж; коэффициент затоваренности готовой продукцией - отношение объема непроданной продукции к выручке от продаж; коэффициент загрузки производственной мощности - отношение объема выпущенной продукции к производственной мощности предприятия; коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта - отношение затрат на рекламу и стимулирование сбыта к приросту прибыли от продаж;

- отражающие эффективность производственной сферы, например, затраты на один рубль выпущенной продукции - отношение полной себестоимости выпущенной продукции к ее стоимости; фондоотдача - отношение стоимости выпущенной продукции к среднегодовой стоимости основных производственных средств; производительность труда - отношение объема выпущенной продукции к среднесписочной численности работающих; рентабельность производства продукции - отношение прибыли от продаж к полной себестоимости проданной продукции;

- характеризующие финансовую деятельность, например, коэффициент автономии - отношение собственного капитала ко всему капиталу предприятия; коэффициент текущей ликвидности - отношение оборотных активов к краткосрочным обязательствам; коэффициент абсолютной ликвидности - отношение суммы денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам; коэффициент оборачиваемости оборотных средств - отношение выручки от продаж к средним остаткам оборотных средств;

- характеризующие конкурентоспособность товара, например, качество товара и цена товара.

На основе приведенных показателей с помощью весовых коэффициентов рассчитывается интегральный показатель конкурентоспособности предприятия.

Достоинством данного подхода является использование показателей производственно-финансовой деятельности, позволяющих провести анализ и оценить эту деятельность и финансовое положение предприятия. Недостатком является использование большого числа показателей, а также то, что не всегда обосновано отнесение показателей к той или иной группе, например, отнесение коэффициента загрузки производственной мощности к сбытовой деятельности, а также выбор коэффициентов, например, коэффициента эффективности рекламы, так как увеличение прибыли может быть вызвано воздействием других факторов: снижением себестоимости продукции, увеличением цен, изменениями структуры продукции и др.

Следующим является метод, основанный на оценке конкурентоспособности предприятия по качеству продукции. Проводится сравнение технико-экономических характеристик анализируемого продукта с показателями других товаров. Данный метод базируется на том, что конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. В качестве показателя, оценивающего конкурентоспособность товара, используют соотношение двух характеристик: цены и качества. Наиболее конкурентоспособным является товар, имеющий оптимальное соотношение этих характеристик. Недостатком этого метода является то, что конкурентоспособность организации приравнивается к конкурентоспособности товара и не учитываются другие аспекты ее деятельности [19, с. 98].

Матричный подход к оценке конкурентоспособности заключается в построении матрицы, по вертикали которой откладываются темпы роста емкости рынка, а по горизонтали - относительная доля предприятия на рынке. Предприятия, занимающие значительную долю, являются наиболее конкурентоспособными. Этот подход позволяет оценить позиции предприятий на рынке, но не позволяет выявить причины происходящего.

Если обобщить методы оценки конкурентоспособности организаций, можно сделать вывод, что конкурентоспособными являются те хозяйствующие субъекты, которые функционируют эффективно.

На основании проведенного анализа существующих подходов к оценке конкурентоспособности, а также учитывая факторы, влияющие на нее, можно предложить следующие показатели для оценки конкурентоспособности:

- отражающие эффективность сбытовой деятельности: темпы роста объема продаж; доля объема продаж данного предприятия в общем объеме продаж товара на рынке; рентабельность продаж;
- отражающие производственную деятельность: затраты на один рубль продаж, общая рентабельность - отношение прибыли до налогообложения к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и материальных оборотных средств; рентабельность производства продукции;
- отражающие эффективность финансовой деятельности и финансовое состояние предприятия: оборачиваемость оборотного капитала, коэффициент абсолютной и текущей ликвидности, коэффициент автономии;
- отражающие конкурентоспособность товара: интегральный показатель конкурентоспособности продукции, качество товара.

Но только оценить конкурентоспособность недостаточно. Необходимо провести анализ основных ее показателей.

Круг показателей, используемых для выявления путей повышения конкурентоспособности, может быть шире, чем перечисленные выше.

Анализ следует начинать с рассмотрения динамики объема продаж.

Рост объемов продаж свидетельствует о повышении конкурентоспособности. Следует определить влияние факторов на изменение объема продаж, выяснить, нет ли на предприятии остатков нереализованной продукции и установить причины этого.

О повышении конкурентоспособности свидетельствует также увеличение доли продукции предприятия на рынке какого-либо товара. Показатель рентабельности продаж характеризует степень прибыльности работы

предприятия на рынке. Сравнение показателей за предыдущий и отчетный период позволяет выявить факторы, оказавшие влияние на изменение показателя, и разработать меры по устранению недостатков в работе предприятия [19, с. 98].

Далее необходимо проанализировать эффективность производственной деятельности. Для этого следует рассчитать и проанализировать показатели эффективности использования производственных ресурсов: трудовых - среднегодовую выработку одного работающего, материальных - материалоотдачу, основных фондов - фондоотдачу.

Показатель затрат на один рубль продаж характеризует полную себестоимость единицы обезличенной продукции. Снижение его говорит о росте прибыли на единицу продукции.

Анализ позволяет выявить влияние структуры продукции, себестоимости отдельных видов продукции и цен на продукцию на изменение показателя. Это дает возможность разрабатывать предложения по улучшению структуры продукции, снижению себестоимости и совершенствованию цен.

Факторный анализ общей рентабельности позволяет определить влияние на ее изменение рентабельности продаж, эффективности использования основных фондов и оборачиваемости материальных оборотных средств.

Рентабельность производства продукции, или основной деятельности, характеризует степень прибыльности производства на предприятии.

Для оценки деятельности предприятия и возможности его дальнейшего эффективного функционирования необходимо рассмотреть его организационно-технический уровень.

При проведении анализа рассчитываются следующие показатели:

- удельный вес модернизированного оборудования в общем количестве оборудования;
- удельный вес прогрессивного оборудования в общем его количестве;

- коэффициент механизации производства - отношение объема продукции, вырабатываемой с помощью машин, к общему объему продукции;
- удельный вес автоматического оборудования в общем количестве или стоимости оборудования;
- фондовооруженность труда - отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к среднесписочной численности рабочих;
- удельный вес продукции, изготовленной по прогрессивной технологии, в общем объеме продукции;
- удельный вес машинного времени в общих затратах времени на производство продукции;
- средний возраст технологических процессов;
- коэффициент непрерывности производственного процесса - отношение продолжительности технологического цикла к общей длительности производственного цикла;
- коэффициент ритмичности, показывающий удельный вес продукции, изготовленной без нарушения графика выпуска продукции, и рассчитываемый как отношение фактического объема продукции в пределах плана к плановому выпуску продукции;
- коэффициент серийности - отношение стоимости продукции к числу наименований продукции. Чем выше показатель, тем выше концентрация производства и экономические преимущества.

Для оценки эффективности управления рассчитывают показатели объема продукции и основных фондов, приходящихся на одного работника управления, и сравнивают их с показателями прошлых лет [11 с. 129].

Анализ финансовой деятельности и финансового состояния можно проводить по следующим показателям:

- показатели оборачиваемости: оборачиваемость оборотных активов; срок погашения дебиторской задолженности; срок погашения кредиторской задолженности;

– показатели финансовой устойчивости: коэффициент автономии, характеризующий независимость от заемных источников финансирования и показывающий долю собственных средств в общей сумме всех оборотных средств (нормальное значение 0,5-0,6); коэффициент сохранности собственных средств; коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами (нормальное значение (0,6-0,8);

– показатели платежеспособности: коэффициент абсолютной ликвидности, характеризующий способность предприятия немедленно погасить краткосрочные обязательства за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений (нормальное значение 0,2-0,3);

– промежуточный коэффициент покрытия, определяющий способность предприятия выполнять краткосрочные обязательства за счет денежных средств, краткосрочных финансовых вложений, дебиторской задолженности до 12 месяцев (нормальное значение - 0,8-1,0); общий коэффициент покрытия, характеризующий способность предприятия выполнять краткосрочные обязательства за счет всех оборотных активов (за минусом расходов будущих периодов). Нормальное значение - 2,0.

Следующая группа показателей характеризует конкурентоспособность продукции. Для отдельных видов продукции путем сравнения их технических и экономических параметров и параметров конкурирующих изделий рассчитывают интегральные показатели конкурентоспособности [11 с. 129].

Так как важным показателем конкурентоспособности продукции является ее качество, необходимо его проанализировать.

Причем, анализ качества должен углубляться в направлении, которое покажет воздействие научно-технического прогресса на различные параметры качества, раскроет преимущества новых видов продукции по сравнению с устаревшими. Для проведения анализа могут быть использованы следующие показатели:

- удельный вес сертифицированной и несертифицированной продукции в общем объеме проданной продукции;

- удельный вес продукции, производимой по патентам (лицензиям) в общем объеме проданной продукции;
- уменьшение удельного веса отрекламированной продукции в общем объеме проданной продукции;
- удельный вес новой продукции в общем выпуске продукции;
- удельный вес продукции, поставляемой на экспорт;
- увеличение удельного веса продукции высшего сорта и снижение удельного веса продукции второго сорта;
- снижение потерь по сортности и др.

При проведении анализа необходимо выявить преимущества новых видов продукции перед аналогичными, производимыми ранее.

Причем новые виды продукции должны сравниваться не только с выпускаемыми на данном предприятии, но и с лучшими отечественными и зарубежными образцами сходного назначения.

Анализ рассмотренных показателей позволит оценить состояние предприятия и выявить пути повышения его конкурентоспособности.

1.2 Факторы, определяющие конкурентоспособность

Финансовое состояние предприятия - комплексное, многогранное понятие, характеризующееся системой основных показателей. Эти показатели отражают суть, наличие, размещение и использование финансовых ресурсов предприятия, а так же характеризуют его мобильную финансовую конкурентоспособность, выполнения договорных обязательств перед государством и другими хозяйствующими субъектами.

Рассмотрим факторы (критерии), которые определяют отдельно конкурентоспособность организации и конкурентоспособность продукции.

Атур А. Томпсон-мл. и А. Дж. Стрикленд предлагают при разработке стратегии организации на основе анализа отрасли и конкуренции выявлять ключевые факторы ее успеха, в том числе такие, как:

- качество и характеристики продукции;
- репутация (имидж);
- производственные мощности;
- использование технологий;
- дилерская сеть и возможности распространения;
- инновационные возможности;
- финансовые ресурсы;
- издержки по сравнению с конкурентами;
- обслуживание клиентов [12, с. 80].

Дэвид Кревенс считает, что при разработке стратегических перспектив руководство организации должно во главу угла ставить ключевые компетенции, которые определяются:

- конкурентными преимуществами;
- универсальностью (конкурентное преимущество в различных ситуациях);
- сложностью дублирования.

Е.П. Голубкова предлагает при проведении маркетинговых исследований для оценки конкурентоспособности организации использовать 16 факторов результативности ее деятельности (имидж, концепция продукта, качество продуктов, уровень диверсификации видов бизнеса, суммарная рыночная доля главных видов бизнеса, мощность научно-исследовательской и конструкторской базы, мощность производственной базы и др.), которые он детализирует и дополняет за счет факторов конкурентоспособности продукции и эффективности маркетинговой деятельности [22, с. 150].

Для оценки конкурентоспособности продукции Е.П. Голубков предлагает собранную информацию представлять по следующим основным направлениям: продукт и его критерии качества, цена, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта.

И. Максимов относит к основным критериям конкурентоспособности организации эффективность ее производственной деятельности, финансовое

положение, эффективность организации сбыта и продвижения товара на рынке, конкурентоспособность продукции [15, с. 68].

Р.А. Фатхутдинов, ссылаясь на Жан-Жака Ламбера, приводит таблицу со следующими индикаторами конкурентоспособности товара: относительная доля рынка, издержки, отличительные свойства, степень освоения технологии, метод продаж, имидж (известность) [14, с. 164].

Конкуентоспособность продукции определяют следующие факторы: цена, затраты на эксплуатацию или потребление, предоставляемый сервис, реклама, имидж и авторитет фирмы, соотношение между спросом и предложением. Однако итоговым критерием оценки конкурентоспособности продукции он считает долю рынка, занимаемую данной продукцией.

Поведенный анализ литературных источников показал, что:

- разные авторы в зависимости от своих научных взглядов и области маркетинговых исследований обосновывают разный набор факторов, определяющих конкурентоспособность организации и продукции;

- в обобщенном виде конкурентоспособность организации определяется совокупностью факторов, характеризующих результативность ее деятельности на рынке, атрибуты качества продукции и эффективность маркетинговой деятельности;

- конкурентоспособность продукции определяется совокупностью факторов, определяющих ее качество, цену, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта;

- другим подходом является подход, основанный на использовании двух критериев: полезного эффекта от потребления продукции и цены потребления. Полезный эффект продукции характеризует фактическую способность продукции удовлетворять конкретную потребность пользователя;

- итоговым критерием оценки конкурентоспособности как продукции, так и организации можно считать долю рынка, занимаемую данной продукцией (данной организацией), и связанные с ней показатели.

1.2 Финансовая составляющая конкурентоспособности коммерческой организации

Оценка финансовой составляющей конкурентоспособности предприятия может осуществляться по рейтинговой оценке в соответствии с формулой:

$$P_j = [(1-x_{1j})^2 + (1-x_{2j})^2 + \dots + (1-x_{nj})^2]^{1/2}, \quad (1.1)$$

где P_j - рейтинговая оценка финансового состояния организации;

$x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{nj}$ – стандартизированные показатели j -й анализируемой организации.

Можно ввести весовые значения (назначаемые экспертом) показателей $x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{nj}$:

$$P_j = [k_1(1-x_{1j})^2 + k_2(1-x_{2j})^2 + \dots + k_n(1-x_{nj})^2]^{1/2} \quad (1.2)$$

Под стандартизированными показателями понимают исходные показатели, приведенные в соразмеренный вид через построение матриц. Исходные показатели выбираются из системы показателей, базирующейся на данных публичной финансовой отчетности. Такая система включает четыре группы показателей: показатели оценки прибыльности хозяйственной деятельности; показатели эффективности управления, показатели оценки деловой активности, показатели оценки ликвидности и финансовой устойчивости [24, с. 98].

Как правило, берутся следующие показатели для расчетов $X_1, \dots, X_n$. Количество показателей может быть больше или меньше, в зависимости от точности и достоверности информации. Все показатели имеют достаточно простой алгоритм расчета.

1-я группа: чистая рентабельность предприятия и рентабельность собственного капитала (чистая рентабельность равна отношению чистой прибыли к величине активов; рентабельность собственного капитала – это отношение чистой прибыли к величине собственного капитала);

2-я группа: чистая прибыль на 1 р. объема реализации и дивиденды на 1 акцию;

3-я группа: отдача всех активов и оборачиваемость дебиторской задолженности;

4-я группа: коэффициент текущей ликвидности и коэффициент автономии.

Алгоритм расчета показателей представлен в таблице 1.1 [24, с. 98].

Таблица 1.1 - Алгоритм расчета показателей

	Показатели	Фирмы			
		1	2	3	4
1 группа	1.Чистая рентабельность (отношение чистой прибыли к величине активов)	0.03	0.07	0.05	0.05
	2.Рентабельность собственного капитала (отношение чистой прибыли к величине собственного капитала)	0.05	0.1	0.09	0.22
2 группа	3.Дивиденды на 1 акцию	0.37	0.32	0.25	0.49
	4.Чистая прибыль на 1р. объема продаж (отношение чистой прибыли к объему продаж)	0.15	0.3	0.2	0.18
3 группа	5.Отдача всех активов (объем продаж на1 р. активов предприятия)	0.22	0.23	0.27	0.3
	6.Обарачиваемость дебиторской задолженности (объем продаж к величине дебиторской задолженности)	01.фев	0.85	01.июн	01.фев
4 группа	7.Коэффициент текущей ликвидности (отношение оборотных средств к краткосрочным обязательствам)	01.янв	0.89	0.76	0.7
	8.Коэффициент автономии (отношение собственного капитала к баланса-нетто)	0.6	0.69	0.59	0.25

После определения всех перечисленных показателей по всем фирмам рассчитываем рейтинговую оценку. Пусть стандартизированные показатели имеют вид, представленный в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Рейтинговая оценка

	Показатели	Фирмы			
		1	2	3	4
1 группа	1. Чистая рентабельность (отношение чистой прибыли к величине активов)	0.43	1	0.71	0.71
	2. Рентабельность собственного капитала (отношение чистой прибыли к величине собственного капитала)	0.23	0.45	0.4	1
2 группа	3. Дивиденды на 1 акцию	0.8	0.65	0.5	1
	4. Чистая прибыль на 1р. объема продаж (отношение чистой прибыли к объему продаж)	0.5	1	0.67	0.6
3 группа	5. Отдача всех активов (объем продаж на 1 р. активов предприятия)	0.73	0.77	0.9	1
	6. Обарачиваемость дебиторской задолженности (объем продаж к величине дебиторской задолженности)	0.75	0.53	1	0.75
4 группа	7. Коэффициент текущей ликвидности (отношение оборотных средств к краткосрочным обязательствам)	1	0.8	0.69	0.64
	8. Коэффициент автономии (отношение собственного капитала к балансу-нетто)	0.87	1	0.86	0.36

Воспользуемся формулой:

$$P_i = \sqrt{K_i(1 \pm X_{ij})^2} \quad (1.3)$$

Результаты расчетов по этой формуле удобно свести в таблице 1.3.

Таблица 1.3 - Итоговые данные при определении финансовой составляющей конкурентоспособности фирмы

Показатели	Фирмы				Весовой коэффициент (K _i)
	1	2	3	4	
1.Чистая рентабельность	1.14	0	0.58	0.58	4
2.Рентабельность собственного капитала	1.33	0.95	1.03	0	3
3.Дивиденды на 1 акцию	0.28	0.49	0.7	0	2
4.Чистая прибыль на 1р. объема продаж	0.7	0	0.47	0.57	2
5.Отдача всех активов	0.54	0.46	0.2	0	4
6.Обарачиваемость дебиторской задолженности	0.35	0.66	0	0.35	2
7.Коэффициент текущей ликвидности	0	0.45	0.69	0.8	5
8.Коэффициент автономии	0.23	0	0.24	1.1	3
Итого	4.57	3.01	3.91	3.4	-

По каждой графе приводится сумма всех *i*-х показателей по столбцу (по каждой *j*-й фирме). Минимальным показателем является значение показателей 2 фирмы (расчет делался по разнице показателей $(1-X_{ij})$). Следовательно, эта фирма имеет наилучшее финансовое или конкурентоспособное состояние.

Завершает оценку конкурентоспособности фирмы сведение оценок трех составляющих и окончательное ранжирование фирм по местам так, как показано в таблице 1.4.

Таблица 1.4 - Обобщение составляющих конкурентоспособности фирм

Составляющие оценки конкурентоспособности	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4
Маркетинговая	3	4	2	1
Производственная	4	1	2	3
Финансовая	4	1	3	2

Места распределились следующим образом:

1-е место – 2-я фирма;

2-е место – 4-я фирма;

3-е место – 3-я фирма;

4-е место - 1-я фирма.

Фирма, имеющая большее количество первых мест, является наиболее конкурентоспособной [24, с. 98].

1.3 Формирование системы показателей финансового состояния организации, их классификация и группировка

Современный этап экономического развития страны ставит перед отечественными предприятиями задачу всесторонней интеграции в мировое разделение труда. Но успешная интеграция возможна тогда, когда предприятия обладают определенным уровнем конкурентоспособности.

Следет подчеркнуть, что в литературе предлагаются различные методы определения конкурентоспособности предприятия.

Основным критерием оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в течение первых тридцати лет XX в. являлось соотношение между доходами и расходами организации, поскольку в этот промежуток времени существовала низкая дифференциация товарного ассортимента, а секрет успеха заключался в умении произвести продукцию с наименьшими затратами. С течением времени ситуация начала меняться. Это связано с внедрением новых технологий, ускоренным насыщением спроса, усилением государственного регулирования в отраслях первого поколения: сталелитейной, станкостроении, производстве сельскохозяйственной техники, когда отдельные оперативные способы и методы управления уже не приводили к увеличению объема продаж и повышению конкурентоспособности предприятия. Поэтому в 1950-1960 гг. возникла потребность в стратегическом планировании и управлении, в системном подходе к управлению предприятием и бизнесом.

Многолетний опыт показал, что имеющиеся подходы к оценке конкурентоспособности предприятия (фирмы), основанные на критериях качества продукции, размере доходов, организационной и управленческой эффективности, не позволяют оценить уровень конкурентоспособности предприятия в целом, так как каждый из них отражает только отдельные стороны деятельности предприятия.

Теория эффективной конкуренции рассматривает два основных подхода к определению конкурентоспособности организации: структурный и функциональный.

При структурном подходе конкурентоспособность выявляется на основе анализа монополизации, то есть концентрации производства и капитала, барьеров для вновь вступающих на отраслевой рынок компаний. При функциональном подходе главную роль играют экономические показатели деятельности фирм. Несмотря на довольно высокую информативность, данные методы не учитывают конкретные особенности рынка, поэтому оценка конкурентоспособности имеет большую долю неопределенности [24, с. 98].

Выявлять конкурентоспособность предприятия можно также путем определения конкурентоспособности производителя по качеству продукции, который осуществляется «методом профилей». Этот метод позволяет получить информацию о конкурентоспособности предприятия в данный момент времени, но не учитывает динамические характеристики рынка.

Особое место занимают матричные методы анализа конкурентоспособности. Они основаны на идее рассмотрения процессов конкуренции в динамике. Теоретической базой этих методов служит концепция жизненного цикла товара и технология, разработанная Р. Верноном. На каждом этапе жизненного цикла производитель может реализовать товар или продукт данной технологии в тех или иных масштабах, что, несомненно, отразится и на динамике продаж.

Матричная методика анализа конкурентоспособности реализована в известных моделях стратегического анализа и планирования. Это модель

«роста - доли» (модель BCG), рыночной привлекательности и конкурентных позиций (модель GE/McKinsey), модель «рыночная привлекательность - конкурентная позиция» (модель Shell DPM), модель Хофера-Шендела, основанная на анализе эволюции рынка, и др. [31, с. 98].

Пользуясь данными моделями, можно оценить конкурентные позиции «стратегических единиц бизнеса», выработать стратегию поведения предприятия на рынке. Недостатки данных моделей широко обсуждались в литературе по проблемам стратегического анализа и планирования. Основными среди них являются чрезмерная сложность выбора оценочных показателей и неоднозначность получаемых рекомендации.

В последнее время появились методики оценки конкурентоспособности предприятия, основанные на применении различных коэффициентов для анализа производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций и т.д.

Из изложенного следует, что до настоящего времени отсутствует общепринятый подход к оценке конкурентоспособности предприятия, что затрудняет выработку стратегии, ориентированную на постоянное его развитие.

При определении конкурентоспособности предприятия важное значение имеет обоснованный выбор факторов, определяющих ее (конкурентоспособность).

Разные авторы, исходя из своих научных взглядов, обосновывают различные группы факторов, которые необходимо учитывать при определении конкурентоспособности предприятия.

При определении конкурентоспособности предприятия необходимо основываться на том, что реальная конкурентоспособность любого предприятия определяется рынком. Одно и то же предприятие на разных рынках может иметь неодинаковую конкурентоспособность, так как условия ведения бизнеса разные [28, с. 31].

Конкурентоспособность предприятия определяется, прежде всего, внутренними факторами, к которым относятся ресурсы предприятия,

включающие в себя не только ресурсы в финансовой и материальной форме, но и персонал, и состояние управления, и организацию маркетинга и т.п.

Каждое предприятие обладает определенными ресурсами, от которых и зависит потенциальная конкурентоспособность. Внешние факторы одинаковы для всех однотипных предприятий, действующих на одних и тех же рынках. Поэтому при определении конкурентоспособности предприятия следует учитывать только внутренние факторы, определяющие его потенциальную конкурентоспособность.

Фактическая же конкурентоспособность предприятия выявляется только на рынке. Причем обобщающей характеристикой ее будет доля продукции в совокупных продажах всех сравниваемых предприятий или темп роста доли. Этот показатель является ключевым при оценке конкурентной позиции предприятия. Позиции предприятия с большей долей рынка в конкурентной борьбе предпочтительны. Поэтому одним из решающих факторов обеспечения конкурентоспособности является принадлежащая предприятию доля рынка [28, с. 32].

Следет подчеркнуть, что система показателей для определения конкурентоспособности конкретного предприятия зависит от специфики предприятия и тех условий, в которых оно функционирует.

Экономические явления и процессы хозяйственной деятельности организаций зависят от большого количества факторов. Как правило, каждый фактор в отдельности не определяет изучаемое явление во всей полноте. Только комплекс факторов в их взаимосвязи может дать более или менее полное представление о характере изучаемого явления.

Многофакторный корреляционный анализ состоит из нескольких этапов. На первом этапе определяются факторы, которые оказывают воздействие на изучаемый показатель и отбираются наиболее существенные для корреляционного анализа.

На втором этапе собирается и оценивается исходная информация, необходимая для корреляционного анализа.

На третьем этапе изучается характер и моделируется связь между факторами и результативным показателем.

На четвертом этапе проводится расчет основных показателей связи корреляционного анализа.

На пятом этапе дается статистическая оценка результатов корреляционного анализа и практическое их применение.

Отбор факторов для корреляционного анализа является очень важным моментом в экономическом анализе. От того, насколько правильно сделан отбор факторов, зависит точность выводов по итогам анализа. При отборе факторов необходимо придерживаться следующих правил.

При отборе факторов в первую очередь следует учитывать причинно-следственные связи между показателями, так как только они раскрывают сущность изучаемых явлений. При создании многофакторной корреляционной модели необходимо отбирать самые значимые факторы, которые оказывают решающее воздействие на результативный показатель. В корреляционную модель нельзя включать факторы, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер. Не рекомендуется включать в корреляционную модель взаимосвязанные факторы. Если парный коэффициент корреляции между двумя факторами больше 0,85, то по правилам корреляционного анализа один из них необходимо исключить, иначе это приведет к искажению результатов анализа [33, с. 57].

Во всех случаях применения многофакторного анализа показатели должны отвечать определенным требованиям, основными из них являются: простота в определении, информативность, отражение эффективности использования ресурсов.

Конкуентоспособность предприятия, которая измеряется занимаемой долей рынка, зависит от многих показателей, характеризующих успешность функционирования на рынке.

Для определения конкурентоспособности исследуемых предприятий предлагается модель, которая основывается на подходах, изложенных в работах И.Ю. Максимова, И.И. Зулькарнаева, Л.Р. Ильясова, В.А. Мошнова [15, 16, 19].

В общем виде конкурентоспособность может быть представлена как функция многих переменных, в разной степени влияющих на конечный результат (1):

$$K = f W_i K_i, \quad (1.4)$$

где K_i - частные (зачитываемые) показатели конкурентоспособности отдельных сторон деятельности предприятия;

W_i - весомость отдельных показателей.

В качестве частных (учитываемых) показателей конкурентоспособности приняты следующие:

1. Эффективность производственной деятельности предприятия Эп. Эффективность производственной деятельности Эп определяется издержками производства на единицу продукции И (руб), фондоотдачей Ф (руб), которая характеризует эффективность использования основных производственных фондов, рентабельностью товара Рт (%) (характеризует степень прибыльности производства товара), производительностью труда П (руб/чел) (отражает эффективность организации производства и использование рабочей силы).

$$\text{Эп} = 0,31 \text{ И} + 0,19 \text{ Ф} + 0,40 \text{ Рт} + 0,10 \text{ П}, \quad (1.5)$$

где 0,31; 0,19; 0,40; 0,10 - коэффициенты весомости показателей.

2. Финансовое положение предприятия Фп.

Показатели, отражающие финансовое положение: коэффициент автономии Ка, характеризующий независимость предприятия от заемных источников; коэффициент платежеспособности Кп, отражающий способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства и оценивает вероятность банкротства; коэффициент абсолютной ликвидности Кл, отражающий качественный состав средств, являющихся источниками покрытия текущих обязательств; коэффициент оборачиваемости Ко, характеризующий эффективность оборотных средств [33, с. 57].

$$\Phi_{\text{п}} = 0,29 K_{\text{а}} + 0,20 K_{\text{п}} + 0,36 K_{\text{л}} + 0,15 K_{\text{о}}, \quad (1.6)$$

где 0,29; 0,20; 0,36; 0,15 - коэффициенты весомости показателей.

3. Эффективность организации сбыта и продвижения товара Эс.

Она определяется через рентабельность продаж $R_{\text{п}}$, коэффициент затоваренности готовой продукцией $K_{\text{з}}$, коэффициент загрузки производственной мощности $K_{\text{м}}$, коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта $K_{\text{р}}$:

$$\text{Эс} = 0,37 R_{\text{п}} + 0,29 K_{\text{з}} + 0,21 K_{\text{м}} + 0,13 K_{\text{р}}, \quad (1.7)$$

где 0,37; 0,29; 0,21; 0,13 - коэффициенты весомости показателей. 4. Конкурентоспособность товара $K_{\text{т}}$ определяется соотношением качества K и цены товара Ц :

$$K_{\text{т}} = K/\text{Ц} \quad (1.8)$$

Весовые коэффициенты определены экспертным путем.

В настоящий момент Швейцария возглавила рейтинг глобальной конкурентоспособности 2016–2017 (The Global Competitiveness Index 2016–2017), который опубликован аналитической группой Всемирного экономического форума (ВЭФ). Позиция России в рейтинге улучшилась с 45 до 43 места [14, с. 36].

Рейтинги конкурентоспособности основаны на комбинации общедоступных статистических данных и результатов опроса руководителей компаний — обширного ежегодного исследования, которое проводится Всемирным экономическим форумом совместно с сетью партнёрских организаций — ведущих исследовательских институтов и компаний в странах, анализируемых в отчёте. В этом году более 14 000 лидеров бизнеса были опрошены в 138 государствах. В отчёт также включен подробный обзор сильных и слабых сторон конкурентоспособности стран, что делает возможным определение приоритетных областей для формулирования политики экономического развития и ключевых реформ.

В исследовании ВЭФ представлены два индекса, на основе которых составляются рейтинги стран: Индекс глобальной конкурентоспособности

(Global Competitiveness Index, GCI) и Индекс конкурентоспособности бизнеса (Business Competitiveness Index, BCI). Основным средством обобщённой оценки конкурентоспособности стран является Индекс глобальной конкурентоспособности (GCI), созданный для Всемирного экономического форума профессором Колумбийского Университета Ксавье Сала-и-Мartiном (Xavier Sala-i-Martin) и впервые опубликованный в 2004 году.

GCI составлен из 12 слагаемых конкурентоспособности, которые детально характеризуют конкурентоспособность стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития [14, с. 36].

Этими слагаемыми являются: «Качество институтов», «Инфраструктура», «Макроэкономическая стабильность», «Здоровье и начальное образование», «Высшее образование и профессиональная подготовка», «Эффективность рынка товаров и услуг», «Эффективность рынка труда», «Развитость финансового рынка», «Технологический уровень», «Размер внутреннего рынка», «Конкурентоспособность компаний» и «Инновационный потенциал».

Для каждой из экономик, охваченных исследованием, отчёт содержит детальные описания страны и национальной экономики с подробными итогами по общей позиции в рейтинге и по наиболее выдающимся конкурентным преимуществам и недостаткам, которые были выявлены на основании анализа, используемого для расчёта индекса [14, с. 36].

В докладе также содержится подробный статистический раздел с таблицами рейтингов по различным индикаторам. В отчёт также включены тематические разделы, посвящённые более детальному исследованию ряда стран и регионов.

Рейтинг глобальной конкурентоспособности 2016 года вновь возглавила Швейцария, которая занимает первое место уже восьмой год подряд. Второе место, как и в прошлом году, занимает Сингапур, а третье — Соединённые Штаты Америки, которые по-прежнему остаются мировым лидером в обеспечении инновационных продуктов и услуг [37].

Далее в десятке лидеров рейтинга: Нидерланды, Германия, Швеция, Великобритания, Япония, Гонконг и Финляндия. Таким образом, ведущая десятка лидеров не изменилась с прошлого года (см. Рейтинг глобальной конкурентоспособности 2015).

Исследование демонстрирует, что разрыв в конкурентоспособности среди европейских стран сохраняется на фоне усилий Европейского Союза по решению экономических проблем еврозоны. В то время как страны Северной и Западной Европы имеют сильные конкурентные позиции, государства Южной Европы, такие как Испания (32 место), Италия (44), Португалия (46) и особенно Греция (86), которые серьёзно пострадали от экономического кризиса и макроэкономической неустойчивости, продолжают значительно отставать.

В регионе Ближнего Востока и Северной Африки, который продолжает страдать от геополитической нестабильности, лидируют Катар (14 место), Объединённые Арабские Эмираты (16), Катар (18) и Саудовская Аравия (29). Израиль занимает 24 место. Сильные позиции этих стран резко контрастируют со странами Северной Африки, где самой высокую позицию в рейтинге занимает Марокко (70 место) [37].

Среди стран Африки южнее Сахары лидером стали Маврикий (45 место), Южная Африка (47) и Руанда (52). В верхней половине рейтинга фигурируют только указанные страны региона, тогда как большинству остальных государств региона требуются дальнейшая внешняя помощь для усиления их экономического развития и конкурентоспособности. Основная часть африканских стран с низким уровнем доходов занимает нижние строчки рейтинга.

Среди стран Латинской Америки лидерство удерживает Чили (33 место). Несмотря на стабильный экономический рост в предыдущие годы, ряд государств региона продолжает страдать от низких темпов производительности, которые обусловили общую стагнацию конкурентоспособности. Относительно стабильными экономиками региона остаются Панама (42 место), Мексика (51) и Коста-Рика (52).

Крупные развивающиеся экономики стран БРИК демонстрируют различные показатели. Китай (28 место) по-прежнему продолжает лидировать в группе, Бразилия (81) в этом году переместилась в рейтинге вниз, а Индия (39) существенно укрепила свои позиции [37].

Россия в этом году поднялась в рейтинге на две позиции — с 45 до 43 места. Соседями страны в списке на этот раз оказались Панама и Италия.

Несмотря на то что российская экономика сейчас находится в рецессии, некоторые из её основных макроэкономических показателей пока выгодно отличаются от показателей ряда других стран, за исключением относительно высокой инфляции.

К сильным сторонам российской экономики авторы доклада также отнесли высокую распространённость высшего образования, развитие инфраструктуры, улучшение показателей бизнес-регулирования.

Однако воспользоваться своими конкурентными преимуществами России мешают низкая эффективность работы государственных институтов, недостаточный инновационный потенциал, слабая развитость финансового рынка и дефицит доверия инвесторов к финансовой системе.

В последние два года к указанным отрицательным факторам добавились ослабление внутреннего спроса, экономические санкции со стороны стран Северной Америки и Западной Европы, а также внешняя неопределённость относительно будущего цен на минеральные ресурсы. Как и в прошлом году, ключевыми проблемами для экономического развития в России представители бизнеса называют коррупцию, неэффективность государственного аппарата, высокие налоговые ставки. Все эти факторы способствуют неэффективному распределению ресурсов страны и препятствуют росту конкурентоспособности.

Среди стран бывшего СССР Россия пропустила вперед Эстонию (30 место), Литву (36) и Азербайджан (37). Остальные государства постсоветского пространства расположились ниже: Латвия (49 место), Казахстан (53), Грузия (59), Таджикистан (77), Армения (79), Украина (85), Молдова (100) и Кыргызстан (111) [37].

2 Финансовый анализ конкурентоспособности

ОАО «Пензадизельмаш»

2.1. Организационно – экономическая характеристика

ОАО «Пензадизельмаш»

Открытое акционерное общество «Пензадизельмаш» (далее ОАО «Пензадизельмаш») создано в соответствии с Гражданским кодексом РФ и Федеральным законом РФ «Об акционерных обществах».

Открытое акционерное общество «Пензадизельмаш» – крупное, специализированное организация по производству дизелей и турбокомпрессоров, а также комплектующих узлов для дизелестроительных заводов, основанное в 1949 году.

ОАО «Пензадизельмаш» входит в состав ЗАО «Трансмашхолдинг» (www.tmholding.ru), крупнейшей российской компании, объединяющей ведущие организации транспортного машиностроения.

Высшим органом управления в «Пензадизельмаш» является Общее собрание акционеров общества. Исключительная компетенция Общего собрания установлена Законом (статья 48 Федерального закона от 26 декабря 1995 г. N 208-ФЗ «Об акционерных обществах»). Общее собрание акционеров не вправе рассматривать и принимать решения по вопросам, не отнесенным к его компетенции Законом.

Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Общество не отвечает по обязательствам своих акционеров. Учредительным документом «Пензадизельмаш» является Устав.

Полное фирменное наименование на русском языке: Открытое акционерное общество «Пензадизельмаш», сокращенное наименование на русском языке: ОАО «Пензадизельмаш». Сокращенное наименование на английском языке – JSC «Penzadieselmash».

ОАО «Пензадизельмаш» является юридическим лицом и свою деятельность организует на основании настоящего Устава. ОАО «Пензадизельмаш» вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами. ОАО «Пензадизельмаш» имеет круглую печать, содержащую его полное наименование на русском языке и указание на место его нахождения, штампы и бланки со своим наименованием, собственную эмблему и другие средства визуальной идентификации.

Уставный капитал ОАО «Пензадизельмаш» составляет 180.000.000 руб., который разделен на 180 000 штук обыкновенных именных акций номинальной стоимостью 1 000 рублей.

ОАО «Пензадизельмаш» является открытым акционерным обществом. Количество акционеров Общества не ограничено.

Место нахождения ОАО «Пензадизельмаш» определяется местом его государственной регистрации и совпадает с местом постоянного нахождения органов управления и его почтовым адресом. По данному адресу располагается единоличный исполнительный орган – Генеральный директор.

Целями деятельности ОАО «Пензадизельмаш» являются расширение рынка товаров и услуг, а также извлечение прибыли.

Основными видами деятельности ОАО «Пензадизельмаш» являются:

- производство и реализация дизелей и дизель-генераторов для маневровых тепловозов, мини теплоэлектростанции, судовой и стационарной энергетики, тяговых агрегатов горно-рудной промышленности и для использования в агрегатах другого назначения (газотепловозы, путевые ж/д машины и др.);
- производство и реализация турбокомпрессоров и других дизельных узлов;
- производство капитального ремонта дизельных двигателей и турбокомпрессоров;

- производство и реализация запасных частей выпускаемых машин, товаров народного потребления, выполнения исследовательских, экспериментальных, конструкторских, пусконаладочных работ, продажа и покупка технической документации, транспортные услуги, услуги полиграфии;
- проведение совместных работ и получение государственных заказов с использованием сведений, составляющих государственную тайну;
- товарообменные сделки по продукции, выпускаемой Обществом, а также другой продукции и услугам, имеющие целью получение прибыли;
- сервисное обслуживание выпускаемых изделий и оборудования;
- торговая и посредническая деятельность;
- внешнеэкономическая деятельность по профилю своей специализации;
- любая иная деятельность, не запрещенная действующим законодательством либо осуществляемая в порядке диверсификации производства, выполнения работ или оказания услуг.

Отдельными видами деятельности, перечень которых определяется федеральными законами, Общество может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

Устав организации ОАО «Пензадизельмаш» ведется в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» и Гражданским кодексом Российской Федерации (Приложение А).

ОАО «Пензадизельмаш» имеет иерархическую структуру управления.

К органам управления организации относятся:

- общее собрание акционеров;
- Совет директоров;
- Генеральный директор (единоличный исполнительный орган).

Высшим органом управления ОАО «Пензадизельмаш» является общее собрание акционеров. ОАО «Пензадизельмаш» обязано ежегодно проводить общее собрание акционеров (годовое общее собрание акционеров). Годовое

общее собрание акционеров проводится не ранее чем через два месяца и позднее чем через шесть месяцев после окончания финансового года Общества.

Организация имеет линейно-функциональную организационную структуру, так как в организации один руководитель, который дает распоряжения, контролирует, руководит работой исполнителей. Генеральному директору подчиняются технический директор, директор по производству, директор по управлению персоналом, директор по безопасности, директор по качеству и директор по финансам и экономике. В свою очередь техническому директору подчиняются отделы главного технолога, главного механика, главного конструктора. В ведении директора по производству находится производственно-диспетчерский отдел, а также цеха и участки основного производства.

Директору по управлению персоналом подчиняются отделы кадров, технического обучения, административный отдел, здрав.пункт. Директору по безопасности подчиняются отделы охраны и экономической безопасности. В ведении директора по качеству находятся отделы управления качеством, технического контроля, участок эксплуатации и сервисного обслуживания, центральная заводская лаборатория, отдел главного метролога и рентгеновская лаборатория.

Директору по финансам и экономике подчиняются главный бухгалтер, главная бухгалтерия, финансовый отдел, главный экономист, а также планово-экономический отдел и отдел организации труда и заработной платы (Приложение Б).

Первым этапом финансового анализа является оценка его имущественного положения по данным бухгалтерского баланса. Проведем анализ динамики и структуры имущества и источников формирования имущества ОАО «Пензадизельмаш» на основе данных бухгалтерского баланса за 2014 – 2016 гг. (Приложения В – Г). Для этого составим таблицу 2.1.

Таблица 2.1 - Изменение имущественного положения ОАО «Пензадизельмаш»

Показатель	Значение показателя					Изменение за анализируемый период	
	в тыс. руб.			в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.4-гр.2)	± % ((гр.4-гр.2) : гр.2)
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	на начало периода	на конец периода		
Актив							
1. Внеоборотные активы	305 834	267 567	233 736	32	24	-72 098	-23,6
в том числе: основные средства	276 921	240 120	207 911	28,9	21,3	-69 010	-24,9
нематериальные активы	27	21	16	<0,1	<0,1	-11	-40,7
2. Оборотные, всего	650 825	773 528	740 177	68	76	+89 352	+13,7
в том числе: запасы	311 030	448 766	432 799	32,5	44,4	+121 769	+39,2
дебиторская задолженность	183 300	197 567	192 577	19,2	19,8	+9 277	+5,1
денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	154 298	123 441	110 016	16,1	11,3	-44 282	-28,7
Пассив							
1. Собственный капитал		324 772	309 371	—	31,8	+309 371	—
2. Долгосрочные обязательства, всего	27 280	29 671	32 420	2,9	3,3	+5 140	+18,8
в том числе: заемные средства	—	—	—	—	—	—	—
3. Краткосрочные обязательства*, всего	632 853	686 652	632 122	66,2	64,9	-731	-0,1
в том числе: заемные средства	336 404	334 000	334 000	35,2	34,3	-2 404	-0,7
Валюта баланса	956 659	1 041 095	973 913	100	100	+17 254	+1,8

* Без доходов будущих периодов, возникших в связи с безвозмездным получением имущества и государственной помощи, включенных в собственный капитал.

Из представленных в первой части таблицы 2.1 данных видно, что на 31.12.2016 в активах организации доля внеоборотных средств составляет 1/4, а текущих активов, соответственно, 3/4. Активы организации за год уменьшились на 67 182 тыс. руб. (на 6,5%).

Учитывая уменьшение активов, необходимо отметить, что собственный капитал уменьшился в меньшей степени – на 4,7%. Отстающее снижение собственного капитала относительно общего изменения активов – фактор положительный.

Снижение величины активов организации связано, в первую очередь, со снижением следующих позиций актива бухгалтерского баланса (в скобках указана доля изменения статьи в общей сумме всех отрицательно изменившихся статей):

- основные средства – 32 209 тыс. руб. (44,9%)
- запасы – 15 967 тыс. руб. (22,3%)
- денежные средства и денежные эквиваленты – 13 425 тыс. руб. (18,7%)
- дебиторская задолженность – 4 990 тыс. руб. (7%)

Одновременно, в пассиве баланса снижение наблюдается по строкам:

- кредиторская задолженность – 42 868 тыс. руб. (61,3%)
- нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) – 15 401 тыс. руб. (22%)
- оценочные обязательства – 11 662 тыс. руб. (16,7%)

Среди положительно изменившихся статей баланса можно выделить «отложенные налоговые активы» в активе и «отложенные налоговые обязательства» в пассиве (+2 378 тыс. руб. и +2 021 тыс. руб. соответственно).

На 31 декабря 2016 г. собственный капитал организации равнялся 309 371,0 тыс. руб. За анализируемый период произошло некоторое уменьшение собственного капитала.

Для оценки стоимости чистых активов ОАО «Пензадизельмаш» составим таблицу 2.2.

Таблица 2.2 - Оценка стоимости чистых активов ОАО «Пензадизельмаш»

Показатель	Значение показателя					Изменение	
	в тыс. руб.			в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.4- гр.2)	± % ((гр.4- гр.2) : гр.2)
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	на начало анализируемого периода ()	на конец анализируемого периода (31.12.2015)		
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Чистые активы		324 772	309 371	—	31,8	+309 371	—
2. Уставный капитал	180 000	180 000	180 000	18,8	18,5	—	—
3. Превышение чистых активов над уставным капиталом (стр.1-стр.2)	-180 000	144 772	129 371	-18,8	13,3	+309 371	↑

Чистые активы организации по состоянию на 31.12.2016 существенно (на 71,9%) превышают уставный капитал. Данное соотношение положительно характеризует финансовое положение, полностью удовлетворяя требованиям нормативных актов к величине чистых активов организации. Однако, определив текущее состояние показателя, следует отметить снижение чистых активов на 4,7% в течение анализируемого периода. Несмотря на нормальную относительно уставного капитала величину чистых активов, их дальнейшее снижение может привести к ухудшению данного соотношения.

2.2 Анализ финансового состояния ОАО «Пензадизельмаш»

Проведем расчет и анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Пензадизельмаш» на основании данных бухгалтерского баланса (Приложение Ж) и отчета о финансовых результатах (Приложение З) за 2014 – 2015 гг., для этого построим таблицу 2.3.

Таблица 2.3 - Основные экономические показатели деятельности в ОАО «Пензадизельмаш», тыс. руб.

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2015 г. от 2014 г.	Отклонение 2016г. от 2015 г.
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг.	2573382	1985774	2359769	-587608	373995
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ и услуг	2245955	1700432	2122862	-545523	422430
Валовая прибыль	327427	285342	236907	-42085	-48435
Коммерческие расходы	20497	18607	17218	-1890	-1389
Управленческие расходы	226792	185969	202351	-40823	16382
Прибыль (убыток) от продаж	80138	80766	17338	628	-63428
Прочие доходы	22915	31250	29957	8335	-1293
Прочие расходы	24025	45743	16603	21718	-29140
Прибыль (убыток) до налогообложения	52606	39017	-15184	-13589	-54201
Прибыль (убыток) отчетного периода	38594	28246	-15401	-10348	-43647

Анализируя данные представленные в таблице, можно отметить следующие изменения финансовых показателей деятельности организации. В 2015 году выручка от продажи продукции сократилась по сравнению с 2014 годом на 587 608 тыс. руб., в отчетном периоде выручка, напротив, выросла на 373 995 тыс. руб., за счет увеличения цен на реализуемую продукцию.

Рост цен на продукцию был вызван ростом себестоимости производимой продукции, так в 2016 году рост себестоимости составил 422430 тыс. руб., что является отрицательным моментом в работе организации, так как возросли затраты на производство, организации необходимо искать пути снижения данных затрат, в 2015 году наблюдалось сокращение себестоимости на 545523 тыс. руб.

Валовая прибыль за анализируемые периоды имеет отрицательную динамику, так в 2015 году наблюдалось снижение валовой прибыли на 42 085 тыс. руб., а в 2016 году валовая прибыль снизилась на 48 435 тыс. руб. Данное

обстоятельство является неблагоприятным моментом в деятельности ОАО «Пензадизельмаш».

Положительным моментом в работе организации за 2015 год являлось снижение коммерческих и управленческих расходов, так коммерческие расходы сократились на 1890 тыс. руб., а управленческие расходы на 40823 тыс. руб. В отчетном году коммерческие расходы сократились на 1389 тыс. руб., а управленческие, напротив, значительно выросли на 16382 тыс. руб., что характеризует работу организации с отрицательной стороны, так как растут его затраты.

За 2014 – 2016 годы организация получила прибыль от продаж, так в 2015 году была получена прибыль в размере 80766 тыс. руб., что на 628 тыс. руб. больше по сравнению с 2014 годом, а в 2016 году размер прибыли резко сократился на 63428 тыс. руб., и составил на конец года 17 338 тыс. руб., сокращение прибыли от продаж является неблагоприятным моментом в деятельности организации, так как снизился доход от реализации производимой продукции.

Отрицательным моментом в деятельности организации в отчетном 2016 году также является снижение прочих доходов, которые за данный период сократились на 1293 тыс. руб., то есть у организации сократился доход от прочей деятельности. В 2015 году наблюдался рост прочих доходов на 8335 тыс. руб.

Положительным моментом в отчетном периоде можно считать сокращение прочих расходов, которые сократились на конец года на 29140 тыс. руб., а в 2015 году наблюдался их рост на 21718 тыс. руб.

Также необходимо отметить, что на протяжении 2014–2015 годов деятельность организации являлась прибыльной, так в 2015 году прибыль отчетного года составила 28246 тыс. руб., что на 10 348 тыс. руб. меньше по сравнению с 2014 годом. В 2016 году организацией был получен убыток в размере 15401 тыс. руб., т. е. доходы организации не покрывают его расходы,

что является отрицательным моментом в деятельности организации и организации необходимо сокращать свои расходы.

Далее необходимо провести анализ показателей рентабельности. Для этого построим таблицу 2.4.

Таблица 2.4 - Анализ показателей рентабельности в ОАО Пензадизельмаш», 2015 – 2016 гг.

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)		Изменение показателя	
	2015 г.	2016 г.	коп., (гр.3 - гр.2)	± % ((3-2) : 2)
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: не менее 7%.	4,1	0,7	-3,4	-81,9
2. Рентабельность продаж по ЕВІТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	3,7	1,5	-2,2	-58,8
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки).	1,4	-0,7	-2,1	↓
Справочно: Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг)	4,2	0,7	-3,5	-82,5
Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: 1,5 и более.	2,2	0,7	-1,5	-67,4

За 2016 год организация получила прибыль от продаж и прибыль до вычета процентных расходов и расходов по налогу на прибыль (ЕВІТ), что и обусловило положительно значение первых двух показателей рентабельности, приведенных в таблице.

Но дополнительные расходы в виде процентов и налога на прибыль привели к отрицательному значению рентабельности, рассчитанной по чистой прибыли.

Прибыль от продаж в анализируемом периоде составляет 0,7% от полученной выручки. Однако имеет место отрицательная динамика

рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за период с 01.01.2015 по 31.12.2015 (-81,9%).

Показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕВІТ) к выручке организации, за последний год составил 1,5%.

Далее проведем факторный анализ прибыли от продаж продукции. Прибыль от продаж компании рассчитывается как разница между выручкой от продаж товаров, работ, услуг (за исключением НДС, акцизов и других обязательных платежей), себестоимостью, коммерческих расходов и управленческих расходов.

Основными факторами, влияющими на величину прибыли от продаж являются:

- изменение объема продаж;
- изменение ассортимента реализованной продукции;
- изменение себестоимости продукции;
- изменение цены реализации продукции.

Для проведения анализа составим аналитическую таблицу, источником информации служат данные бухгалтерского баланса и отчет о финансовых результатах компании (1 и 2 форма отчетности).

Прибыль от продаж компании рассчитывается как разница между выручкой от продаж товаров, работ, услуг (за исключением НДС, акцизов и других обязательных платежей), себестоимостью, коммерческих расходов и управленческих расходов.

Основными факторами, влияющими на величину прибыли от продаж являются:

- изменение объема продаж;
- изменение ассортимента реализованной продукции;
- изменение себестоимости продукции;
- изменение цены реализации продукции (таблица 2.5).

Таблица 2.5 - Исходные данные для факторного анализа прибыли от продажи

Показатели	2015 г.	2016 г.	Абсолютное изменение, тыс. руб.	Относительное изменение, %
1. Выручка от продажи продукции, работ или услуг, тыс. руб.	1 985 774	2 359 769	373 995	18,83%
2. Себестоимость тыс. руб.	1 700 432	2 122 662	422 230	24,83%
3. Коммерческие расходы тыс. руб.	18 607	17 218	-1 389	-7,46%
4. Управленческие расходы тыс. руб.	185 969	202 351	16 382	8,81%
5. Прибыль от продажи тыс. руб.	80 766	17 338	-63 428	
6. Индекс изменения цен тыс. руб.	1,15	1	0,15	15,0%
7. Объем реализации в сопоставимых ценах тыс. руб.	1 982 130	2 297 877	315 747	15,93%

Далее проведем факторный анализ прибыли от продаж продукции.

Для проведения анализа составим аналитическую таблицу, источником информации служат данные бухгалтерского баланса и отчет о прибылях/убытках компании (1 и 2 форма отчетности).

Определим влияние факторов на сумму прибыли организации следующим образом.

1. Для определения влияния объема продаж на прибыль необходимо прибыль предыдущего периода умножить на изменение объема продаж.

Выручка от реализации товаров организации в отчетном периоде составила 2 359 769 тыс. рублей, для начала необходимо определить объем

продаж в базисных ценах ($2\,359\,769 / 1,15$), который составил $2\,051\,973$ тыс. рублей.

С учетом этого изменение объема продаж за анализируемый период составило $103,3\%$ ($2\,051\,973 / 1\,985\,774 \times 100\%$), т.е. произошло увеличение объема реализованной продукции на $3,3\%$. За счет увеличения объема продажи продукции прибыль от продажи продукции, работ, услуг увеличилась: $80\,766 * 0,033 = 2\,665$ тыс. руб.

2. Влияние ассортимента продаж на величину прибыли организации определяется сопоставлением прибыли отчетного периода, рассчитанной на основе цен и себестоимости базисного периода, с базисной прибылью, пересчитанной на изменение объема реализации.

Прибыль отчетного периода, исходя из себестоимости и цен базисного периода, можно определить с некоторой долей условности следующим образом:

- выручка от продажи отчетного периода в ценах базисного периода $2\,051\,973$ тыс. рублей;
- фактически реализованная продукция, рассчитанная по базисной себестоимости ($1\,700\,432 * 0,033$) = $56\,114$ тыс. рублей;
- коммерческие расходы базисного периода $18\,607$ тыс. рублей;
- управленческие расходы базисного периода $185\,969$ тыс. рублей;
- прибыль отчетного периода, рассчитанная по базисной себестоимости и базисным ценам ($2\,051\,973 - 56\,114 - 18\,607 - 185\,969$) = $1\,791\,283$ тыс. рублей.

Таким образом, влияние сдвигов в структуре ассортимента на величину прибыли от продаж равно: $1\,791\,283 - (80\,766 \times 0,033) = 1\,788\,617$ тыс. рублей.

Произведенный расчет показывает, что в составе реализованной продукции увеличился удельный вес продукции с большим уровнем доходности.

3. Влияние изменения себестоимости на прибыль можно определить, сопоставляя себестоимость реализованной продукции отчетного периода с затратами базисного периода, пересчитанными на изменение объема продаж:

$$(1\,700\,432 * 0,033) - 2\,122\,662 = -2\,066\,548 \text{ тыс. рублей.}$$

Себестоимость реализованной продукции увеличилась, следовательно, прибыль от продажи продукции снизилась на ту же сумму.

4. Влияние изменения коммерческих и управленческих расходов на прибыль компании определим путем сопоставления их величины в отчетном и базисном периодах.

За счет снижения размера коммерческих расходов прибыль увеличилась на -1 389 тыс. рублей, а за счет увеличения размера управленческих расходов снизилась – на 16 382 тыс. рублей.

5. Для определения влияния цен реализации продукции, работ, услуг на изменение прибыли необходимо сопоставить объем продаж отчетного периода, выраженного в ценах отчетного и базисного периода, т.е.:

$$2\,359\,769 - 2\,051\,973 = 273\,796 \text{ тыс. рублей.}$$

Подводя итог, посчитаем общее влияние всех перечисленных факторов:

- влияние объема продаж: + 2 665 тыс. рублей;
- влияние структуры ассортимента реализованной продукции: 1 788 617 тыс. рублей;
- влияние себестоимости: - 2 066 548 тыс. рублей;
- влияние величины коммерческих расходов: +1 389 тыс. рублей;
- влияние величины управленческих расходов: - 16 382 тыс. рублей;
- влияние цен реализации: + 273 796 тыс. рублей;
- общее влияние факторов: - 63 428 тыс. рублей.

Значительное увеличение себестоимости продукции произошло в основном за счет повышения цен на сырье и материалы. Кроме этого, на сумму прибыли оказало отрицательное влияние повышение управленческих расходов.

Следовательно, резервами роста прибыли организации являются снижение себестоимости, увеличение объема продаж, увеличение доли более

рентабельных видов продукции в общем объеме реализации и снижение себестоимости продукции, работ и услуг.

Далее проведем анализ финансового состояния в ОАО «Пензадизельмаш», для этого построим таблицу 2.6.

Таблица 2.6 - Анализ финансового состояния в ОАО «Пензадизельмаш»

Раздел баланса	2014г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение		Темп роста, %	
				2015 г. от 2014г.	2016 г. от 2015г.	2015г. к 2014г.	2016г. к 2015г.
1.Внеоборотные активы	305834	267567	233736	-38267	-33831	87,49	87,36
2.Оборотные активы	650825	773528	740177	122703	-33351	118,85	95,69
3.Капитал и резервы	296526	324772	309371	28246	-15401	109,53	95,26
4.Долгосрочные обязательства	27280	29671	32420	2391	2749	108,76	109,26
5.Краткосрочные обязательства	632853	686652	632122	53799	-54530	108,5	92,06
Баланс	956659	1041095	973913	84436	-67182	108,83	93,55

Как видно из таблицы 2.6, имущество анализируемого хозяйствующего субъекта за отчетный период сократилось на 67182 тыс. руб. или 6,45 %, а в 2015 году наблюдался рост имущества ОАО «Пензадизельмаш» на 84 436 тыс. руб. или на 8,83 % по сравнению с 2014 годом.

Анализируя данные, представленные в таблице 6 можно отметить, что за анализируемые годы показатели бухгалтерского баланса ОАО «Пензадизельмаш» изменялись по-разному, некоторые показатели увеличились, другие напротив, сократились.

Величина оборотных активов ОАО «Пензадизельмаш» за 2014 – 2016гг. превышает стоимость его внеоборотных средств.

Величина внеоборотных активов за 2014 – 2016 гг. имеет отрицательную динамику, так в 2015 году стоимость внеоборотных активов сократилась на 38267 тыс. руб. или 12,51 %, а в отчетном году на 33831 тыс. руб. или 12,64 %

Величина оборотных средств в 2015 году увеличилась на 122703 тыс. руб., или 18,85 %, а в 2016 году наблюдается снижение стоимости оборотных активов на 33351 тыс. руб., или 4,31 %.

Среди пассива баланса наибольшее изменение имеют краткосрочные обязательства, которые за 2016 год сократились на 54530 тыс. руб. или на 7,94% по сравнению с 2015 годом и составили на 1 января 2016 г. 632122 тыс. руб.

Величина собственных средств в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 28 246 тыс. руб. или 9,53 %. В отчетном 2016 году величина собственных средств снизилась на 15401 тыс. руб. или 4,74%, что является отрицательным моментом в деятельности организации.

Таким образом, на протяжении анализируемых лет у организации преобладают заемные источники, что является негативным моментом в работе ОАО «Пензадизельмаш», так как организация финансово зависит от заемных источников финансирования.

Далее проведем анализ финансовой устойчивости ОАО «Пензадизельмаш», для этого составим таблицу 2.7.

Таблица 2.7 - Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств в ОАО «Пензадизельмаш»

Показатель собственных оборотных средств (СОС)	Значение показателя		Излишек (недостаток)*		
	на начало анализируемого периода (31.12.2014)	на конец анализируемого периода (31.12.2016)	на 31.12.2014	на 31.12.2015	на 31.12.2016
СОС1	-9 308	75 635	-320 338	-391 561	-357 164
СОС2	17 972	108 055	-293 058	-361 890	-324 744
СОС3	354 376	442 055	+43 346	-27 890	+9 256

**Излишек (недостаток) СОС рассчитывается как разница между собственными оборотными средствами и величиной запасов и затрат.*

Поскольку из трех вариантов расчета показателей покрытия запасов собственными оборотными средствами по состоянию на 31.12.2016 положительное значение имеет только рассчитанный по последнему варианту (СОС3), финансовое положение организации по данному признаку можно характеризовать как неустойчивое. Более того все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов за анализируемый период ухудшили свои значения.

Далее необходимо провести анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения. Для этого необходимо составить таблицу 2.8.

Таблица 2.8 - Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения ОАО «Пензадизельмаш»

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Излишек/недостаток платежей. средств тыс. руб., (гр.2 - гр.6)
A1	110 016	-28,7	$\geq$	П1	250 110	+6,4	-140 094
A2	192 577	+5,1	$\geq$	П2	382 012	-4	-189 435
A3	437 584	+39,7	$\geq$	П3	32 420	+18,8	+405 164
A4	233 736	-23,6	$\leq$	П4	309 371	+4,3	-75 635

Из четырех соотношений, характеризующих соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения, выполняется два. Высоколиквидные активы покрывают наиболее срочные обязательства организации только на 44%.

В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае у организации недостаточно быстрореализуемых активов для полного погашения среднесрочных обязательств (50% от необходимой величины).

На основании проведенного анализа можно сделать вывод о неустойчивом финансовом состоянии ОАО «Пензадизельмаш», вызванном постоянной нехваткой собственных оборотных средств, высокой долей дебиторской и кредиторской задолженности, нарушением основного правила платежеспособности.

Далее рассчитаем и представим динамику показателей коэффициентов в таблице 2.9:

1. Коэффициент текущей ликвидности.
2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами.
3. Коэффициент восстановления платежеспособности.

Таблица 2.9 - Анализ структуры баланса в ОАО «Пензадизельмаш»

Показатель	Значение показателя		Изменение (гр.3-гр.2)	Нормативное значение	Соответствие фактического значения нормативному на конец периода
	на 31.12.2015	на 31.12.2016			
1. Коэффициент текущей ликвидности	1,23	1,27	+0,04	не менее 2	не соответствует
2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,07	0,1	+0,03	не менее 0,1	соответствует
3. Коэффициент восстановления платежеспособности	x	0,64	X	не менее 1	не соответствует

Таким образом, на протяжении анализируемых лет у организации преобладают заемные источники, что является негативным моментом в работе ОАО «Пензадизельмаш», так как организация финансово зависит от заемных источников финансирования.

Анализ структуры баланса выполнен за период с начала 2016 года по 31.12.2016 г. Поскольку один из первых двух коэффициентов (коэффициент текущей ликвидности) на 31 декабря 2016 г. оказался меньше нормативно установленного значения, в качестве третьего показателя рассчитан коэффициент восстановления платежеспособности.

Данный коэффициент служит для оценки перспективы восстановления организацией нормальной структуры баланса (платежеспособности) в течение полугода при сохранении имевшей место в анализируемом периоде динамики первых двух коэффициентов.

Значение коэффициента восстановления платежеспособности (0,64) указывает на отсутствие в ближайшее время реальной возможности восстановить нормальную платежеспособность.

2.3 Финансовый анализ конкурентоспособности и мероприятия по ее повышению для ОАО «Пензадизельмаш»

Для определения конкурентоспособности ОАО «Пензадизельмаш» используем модель, которая основывается на подходах, изложенных в работах И.Ю. Максимова, И.И. Зулькарнаева, Л.Р. Ильясова, В.А. Мошнова.

В общем виде конкурентоспособность может быть представлена как функция многих переменных, в разной степени влияющих на конечный результат:

$$K = f W_i K_i, \quad (2.1)$$

где K_i - частные (зачитываемые) показатели конкурентоспособности отдельных сторон деятельности предприятия; (2.1)

W_i - весомость отдельных показателей.

Показатели, отражающие финансовое положение:

Коэффициент автономии

$$Ka_{2016} = 296526 / 956058 = 0,31$$

Общепринятое нормальное значение коэффициента автономии в российской практике: 0,5 и более (оптимальное 0,6-0,7).

Коэффициент платежеспособности

$$Kп_{2016} = 0,64$$

Оптимальный показатель коэффициента – от 0,5 до 0,7.

Коэффициент абсолютной ликвидности

$$Kл_{2016} = 1,27$$

Оптимальный показатель коэффициента не менее 2.

Коэффициент оборачиваемости

$$Ko_{2016} = 2$$

Далее, для определения уровня конкурентоспособности предприятия, оценим финансовое положение предприятия по формуле:

$$Фп = 0,29 Ka + 0,20 Kп + 0,36 Kл + 0,15 Ko, \quad (2.2)$$

где 0,29; 0,20; 0,36; 0,15 - коэффициенты весомости показателей.

$$\Phi_{\Pi} = 0,29*0,31 + 0,20*0,64 + 0,36*1,27 + 0,15*2 = 4,22 \quad (2.3)$$

На основании проведенного анализа финансового положения ОАО «Пензадизельмаш» конкурентоспособность данного предприятия низка.

В качестве одного из показателей вероятности банкротства организации ниже рассчитан Z-счет Альтмана (для ОАО «Пензадизельмаш» взята 5-факторная модель для частных производственных предприятий):

$$Z\text{-счет} = 0,717T_1 + 0,847T_2 + 3,107T_3 + 0,42T_4 + 0,998T_5 \quad (2.4).$$

Таблица 2.10 - Прогноз банкротства в ОАО «Пензадизельмаш»

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2016	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
1	2	3	4	5
T1	Отношение оборотного капитала к величине всех активов	0,11	0,717	0,08
T2	Отношение нераспределенной прибыли к величине всех активов	0,12	0,847	0,1
T3	Отношение ЕВІТ к величине всех активов	0,04	3,107	0,11
T4	Отношение собственного капитала к заемному	0,47	0,42	0,2
T5	Отношение выручки от продаж к величине всех активов	2,42	0,998	2,42
Z-счет Альтмана:				2,91

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Альтмана составляет:

- 1.23 и менее – высокая вероятность банкротства;
- от 1.23 до 2.9 – средняя вероятность банкротства;
- от 2.9 и выше – низкая вероятность банкротства.

Для ОАО «Пензадизельмаш» значение Z-счета по состоянию на 31.12.2016 составило 2,91. Это означает, что вероятность банкротства ОАО Пензадизельмаш незначительная.

Далее, используя систему показателей Бивера (коэффициент Бивера), оценим конкурентоспособность ОАО «Пензадизельмаш».

Расчет показателей, вошедших в модель, представлен в таблице 2.11. Показатели рассчитываются на основании бухгалтерской отчетности.

Таблица 2.11 – Система показателей Бивера

Финансовый показатель	Банкротство маловероятно	За 5 лет до банкротства	За 1 год до банкротства
Коэффициент Бивера	0.4–0.45	от 0.17 до -0.15	-0.15
Коэффициент рентабельности активов, %	6–8	4	-22
Коэффициент финансового «рычага»	37%	50%	80%
Коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом	0.4	0.3	0.06
Коэффициент покрытия	3.2	2	1

В первую группу относятся финансово устойчивые предприятия, ко второй группе за пять лет до банкротства, а в третью за 1 год до банкротства.

Коэффициент Бивера = 0.1.

Рентабельность активов = 2.79%.

Коэффициент финансового «рычага» = 36.3%.

Коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом = 0.447.

Коэффициент покрытия=3.44.

Значение коэффициента Бивера не превышает 0.2 – это говорит о неудовлетворительной структуре баланса у предприятия.

Показательность рентабельности активов соответствует второй группе показателей и говорит о неустойчивом финансовом положении предприятия.

Коэффициент финансового «рычага» соответствует первой группе показателей и означает нормальное финансовое состояние предприятия.

Коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом равен 0.4 – банкротство маловероятно.

Коэффициент покрытия соответствует первой группе – платежеспособность организации высока.

Исходя из того, что конкурентоспособность отражает продуктивность использования ресурсов фирмы, для ее оценки необходимо выбрать критерии продуктивности использования ресурсов.

В нашем случае деятельность ОАО «Пензадизельмаш» связана с извлечением прибыли, а совокупные ресурсы оцениваются в денежном выражении.

Следовательно, продуктивность использования ресурсов ОАО «Пензадизельмаш» может быть оценена показателями рентабельности производства.

Таблица 2.12 - Анализ рентабельности

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)			Изменение показателя	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	коп., (гр.4 - гр.2)	± % ((4-2) : 2)
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: 7% и более.	3,1	4,1	0,7	-2,4	-76,4
2. Рентабельность продаж по ЕВІТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	3,3	3,7	1,5	-1,8	-53,8
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки).	1,5	1,4	-0,7	-2,2	↓
Справочно: Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг)	3,2	4,2	0,7	-2,5	-77
Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: не менее 1,5.	2,7	2,2	0,7	-2	-73,7

Два первых показателя рентабельности за 2016 год, приведенные в таблице, имеют положительные значения, поскольку организация практически вышла в данном периоде на границу окупаемости. Однако расходы в виде процентов и налог на прибыль не позволили ей получить чистую прибыль (рисунок 2.1).

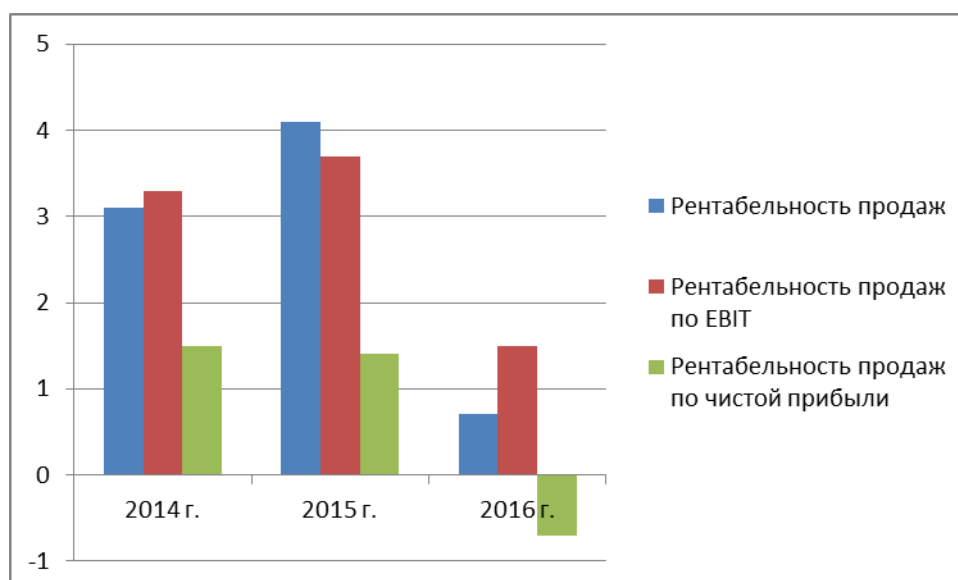


Рисунок 2.1 – Динамика показателей рентабельности продаж в ОАО «Пензадизельмаш»

Рентабельность продаж за период с 01.01.2016 по 31.12.2016 составила 0,7% . Однако имеет место отрицательная динамика рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за 2013 год (-76,4%).

Показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕВІТ) к выручке организации, за последний год составил 1,5%. Это значит, что в каждом рубле выручки организации содержалось 0,15 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

Для того чтобы оценить в целом конкурентоспособность организации обратимся к показателю предлагаемому Перухиным А.М.

Он прост в определении и позволяет судить о конкурентоспособности организации в целом. Согласно предлагаемой формуле конкурентоспособность организации можно представить соотношением средних цен предложения $P_{ср}$ и внутренней цены продукции организации $P_{вн}$:

$$K = P_{ср} / P_{вн}, \quad (2.5)$$

Внутренняя цена продукции принимается с учетом себестоимости производства продукции, уровня рентабельности капитала, определенного в расчетах и прибыли, обеспечивающей данный уровень рентабельности.

$$Ц_{вн} = C_e [1 + (C_{ср}/O) - (p/100)], \quad (2.6)$$

где C - себестоимость производства продукции;

$C_{ср}$ - среднегодовая стоимость основных производственных фондов и оборотных средств;

O - годовой оборот организации;

p - внутренняя норма рентабельности капитала.

Если $k > 1$, т.е. рыночные цены предложения на аналогичную продукцию превышают внутреннюю цену данной организации, то можно говорить о ее конкурентоспособности. Если $k < 1$, организации необходимо изыскать резервы для снижения себестоимости.

Средняя рыночная стоимость продукции по данным статистической отчетности в регионе в 2016г. составила 118750 тыс. руб.

$$P_{вн} = 2122862 * (1 + 305334/1985774) * 0,12 = 293913 \text{ тыс.руб.}$$

$$K = 118750/293913 = 0,4$$

Вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что в сложившейся экономической ситуации организации ОАО «Пензадизельмаш» имеет достаточно низкую конкурентоспособность. Необходимо разработать комплекс мероприятий по восстановлению и поддержанию конкурентоспособности.

Остановимся на некоторых мерах, которые по нашему мнению, позволят восстановить финансовое состояния и, тем самым, поднять уровень конкурентоспособности организации в целом.

Также ранее выполненный анализ показал, что ОАО «Пензадизельмаш» не использует современных форм рефинансирования. Основными формами рефинансирования дебиторской задолженности, используемыми в настоящее время, являются факторинг и учет векселей.

Факторинг представляет собой финансовую операцию, заключающуюся в уступке предприятием-продавцом права получения денежных средств по платежным документам за поставленную продукцию в пользу банка или специализированной компании — «фактор-компаний», которые принимают на себя все кредитные риски по инкассации долга. За осуществление такой

операции банк (фактор-компания) взимают с предприятия-продавца определенную комиссионную плату в процентах к сумме платежа. Ставки комиссионной платы дифференцируются с учетом уровня платежеспособности покупателя продукции и предусмотренных сроков ее оплаты. Кроме того, при проведении такой операции банк (фактор-компания) в срок до трех дней осуществляет кредитование предприятия-продавца в форме предварительной оплаты долговых требований по платежным документам (обычно в размере от 70 до 90% суммы долга в зависимости от фактора риска). Остальные 10-30% суммы долга временно депонируются банком в форме страхового резерва при его непогашении покупателем (эта депонированная часть долга возвращается предприятию-продавцу после полного погашения суммы долга покупателем).

Факторинговая операция позволяет предприятию-продавцу рефинансировать преимущественную часть дебиторской задолженности по предоставленному покупателю кредиту в короткие сроки, сократив тем самым период финансового и операционного цикла. К недостаткам факторинговой операции можно отнести лишь дополнительные расходы продавца, связанные с продажей продукции, а также утрату прямых контактов (и соответствующей информации) с покупателем в процессе осуществления им платежей.

Учет векселей, выданных покупателями продукции, представляет собой финансовую операцию по их продаже банку (или другому финансовому институту, другому хозяйствующему субъекту) по определенной (дисконтной) цене, устанавливаемой в зависимости от их номинала, срока погашения и учетной вексельной ставки. Учетная вексельная ставка состоит из средней депозитной ставки, ставки комиссионного вознаграждения, а также уровня премии за риск при сомнительной платежеспособности векселедателя. Указанная операция может быть осуществлена только с переводным векселем.

В деятельности ОАО «Пензадизельмаш» существуют проблемы с взиманием оплаты за услуги от недобросовестных клиентов. Поэтому, руководителям и специалистам ОАО «Пензадизельмаш» рекомендуется использовать факторинговую систему, которая дает 100 % гарантию оплаты в

среднем 80 % от суммы счета. В случае опротестования векселя, постановление о переводных и простых векселях позволяет требовать не только сумму векселя, но и 6 % дисконта и 3 % пенни, вычисляемых от конца установленного срока оплаты, а также все расходы по компенсации и опротестованию векселя.

Принцип факторинга такой - факторинговая фирма перенимает от своих клиентов права получения денежных средств по платежным документам за поставленную продукцию и через 2 – 3 дня выплачивает аванс, который составляет от 70 % до 90 % всей востребуемой суммы, оставшиеся 10 – 30 % средств факторинговая компания или банк возвращает только после того, как должник оплатит за услуги.

Поскольку объем работы с недобросовестными дебиторами достаточно велик, в ОАО «Пензадизельмаш» рекомендуется разработать платежный календарь. Разработка платежного календаря и своевременный контроль дебиторской задолженности позволили бы предприятию повысить финансовую устойчивость и платежеспособность.

Предложение предприятию ОАО «Пензадизельмаш» об использовании финансового календаря имеет положительный эффект, имеющий как материально-денежное, так и нематериальное выражение. Изменения в системе распределения денежных средств позволяют покрывать все инвестиционные и текущие затраты предприятия. Помимо этого, занимаясь вопросом своей эффективности сегодня, предприятие обеспечивает себе устойчивое положение завтра, создавая конкурентные преимущества и используя возможности, открываемые рынком.

Внедрение новой программы позволит повысить эффективность управления затратами и прибылью, упростит планирование ассортимента, а также позволит вести оперативное бюджетирование и упростит работу с контрактами. Это позволит исключить сбои в процессе производства, обеспечит ритмичную работу, также позволит своевременно осуществлять выплаты и предотвращать отрицательное значение баланса. И тем самым

повысит эффективность использования финансовых средств ОАО «Пензадизельмаш».

Ожидаемый совокупный эффект от изменений в управлении дебиторской задолженностью ОАО «Пензадизельмаш» - повышение эффективности управления дебиторской задолженностью, повышение ликвидности, дохода, поддержание жизнеспособности предприятия в обозримом будущем.

Оценку финансово-экономической эффективности применения факторинга в ОАО «Пензадизельмаш» проведем на основе анализа влияния факторинга на дебиторскую задолженность. Факторинговое финансирование будет осуществляется в том случае, если между ОАО «Пензадизельмаш» и дебитором существует договоренность, закрепленная в договоре поставки, об отсрочке платежа сроком до 180 дней с момента поставки.

В этом случае банк выплачивает ОАО «Пензадизельмаш» средства в сумме до 90% от стоимости услуг, а дебитор, в свою очередь, всю сумму долга переводит на факторинговый счет в банке.

Банк, получив перевод, взимает комиссию за обслуживание, за обработку данных по накладным, проценты по сумме финансирования за фактическое количество дней использования кредитных средств. После этого из суммы поступления гасится основной долг по финансированию, а остаток средств переводится ОАО «Пензадизельмаш».

Предположим, что ОАО «Пензадизельмаш» поставило покупателю продукцию на общую сумму 2 150 000 рублей. Банк финансирует 90% от суммы поставки. Ставка – 15% годовых, дополнительные платежи – комиссия за обработку счета-фактуры в размере 50 рублей за штуку. Отсрочка платежа – 180 дней. Дебитор расплатится через 60 дней.

После обработки счета-фактуры ОАО «Пензадизельмаш» получит от банка: $2\,150\,000 \cdot 0,9 = 1\,935\,000$ руб.

Комиссия за использование факторинговых средств составит: $((1935000 \cdot 0,9 \cdot 0,15) / 365) \cdot 60 = 42941,1$ руб.

Итоговая переплата составит: $42941,1 + 50 = 42991,1$ руб.

После того, как дебитор перечислит в банк долг, фактор вернет на счет ОАО «Пензадизельмаш»: $2\,150\,000 - 1\,935\,000 - 42991,1 = 172008,9$ руб.

Ставки по факторингу достаточно высоки. Однако, возможность использовать средства от дебитора уже сегодня, не дожидаясь оплаты в конце срока отсрочки, компенсируют небольшую переплату за короткий срок использования средств фактора.

Влияние применение факторинга на дебиторскую задолженность составит: $102577000 - 2150000 - 172008,9 = 100254,991$ тыс. руб.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности: 1985774 тыс. руб. / $100254,991$ тыс. руб. = 19,81.

Длительность оборота: $360 \text{ дн.} / 19,81 = 18,17$ дней (таблица 2.13)

Таблица 2.13 - Влияние применения факторинга на финансовую устойчивость

Показатели	2016 год	Прогнозное значение	Изменение (+,-)
Выручка от реализации, тыс. руб.	1985774	1985774	0
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	102577	100254,991	-2322,009
Оборотные активы, тыс. руб.	748177	743747,771	-4429,229
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	8,97	10,77	+1,8
Длительность оборота, дни	22,74	18,17	-4,57

Анализ данных показывает, что в случае если уровень выручки сохранится на уровне 2016 года, то оборачиваемость дебиторской задолженности повысится на 1,8 оборота. Это приведет к вовлечению в оборот дополнительных денежных средств. Рост оборачиваемости дебиторской задолженности приведет к снижению срока финансового цикла на предприятии на 18,17 дней.

Таким образом, недостаток собственных оборотных средств, наличие дебиторской задолженности в ОАО «ОАО «Пензадизельмаш» можно устранить, используя такую разновидность торгово-комиссионной операции как факторинг. Практическое использование факторинга обеспечивает повышение эффективности функционирования ОАО «ОАО «Пензадизельмаш»

за счет того, что предприятие получает финансирование сразу после оказания услуг или в определенный договором факторинга день.

Предлагаемая программа применения факторинга для ОАО «ОАО «Пензадизельмаш» является целесообразной для повышения конкурентоспособности предприятия.

Предлагаемая программа применения факторинга для ОАО «Пензадизельмаш» является целесообразной и ее следует принять, начав ее реализацию в 2018 году. В результате ее реализации финансовые показатели предприятия улучшатся, и это создаст предпосылку для его дальнейшего успешного развития.

Экономное и рациональное использование денежных средств, их выгодное вложение, обеспечивающее рост собственного капитала, положительно влияют на рентабельность и деловую активность предприятия.

Можно также предложить следующие мероприятия для повышения конкурентоспособности ОАО «Пензадизельмаш»

1. Внедрение инновационных технологий (технологических решений) в производство.

Инновационная - технология или материал - должны соответствовать одному или нескольким из критериев:

- ускорять и упрощать процесс производства продукции;
- снижать себестоимость производства или эксплуатационные расходы;
- повышать энергоэффективность объекта;
- увеличивать жизненный цикл продукции.

Для того чтобы повысить финансовое состояние и улучшить общее финансовое положение организации необходимо наметить ряд предложений по формированию внутренней финансовой стратегии.

Формирование стратегических целей финансовой деятельности организации является этапом стратегического планирования, главной задачей которого является максимизация рыночной стоимости организации.

На основе финансовой стратегии определяется финансовая политика организации по конкретным направлениям финансовой деятельности.

Стратегическими задачами разработки финансовой политики организации являются:

- максимизация чистого дохода организации;
- оптимизация структуры капитала организации и обеспечение его финансовой устойчивости;
- достижение прозрачности финансового состояния организации для собственников, инвесторов, кредиторов;
- обеспечение инвестиционной привлекательности организации;
- создание эффективного механизма управления организацией;
- использование организацией рыночных механизмов привлечения финансовых средств.

В рамках этих задач рекомендуется выполнить следующие мероприятия по ряду направлений в области управления финансами:

- проведение рыночной оценки активов;
- проведение реструктуризации задолженности по платежам в бюджет;
- проведение анализа положения организации на рынке и выработка стратегии развития организации;
- разработка мер по снижению неденежных форм расчетов;
- проведение инвентаризации имущества и осуществление реструктуризации имущественного комплекса организации.

Следует отметить тот факт, что при разработке эффективной системы управления финансами постоянно возникает основная проблема совмещения интересов развития организации, наличия достаточного уровня денежных средств для проведения указанного развития и повышения платежеспособности организации.

Руководству ОАО «Пензадизельмаш» все усилия финансовой политики нужно направить на реструктуризацию и модернизацию компании, т.е.:

- продать «лишние» активы;
- ускорить оборачиваемость, высвобождение ресурсов;
- поддерживать только перспективные направления своей деятельности;
- разработать новые направления (виды продукции, рынки).

Также предприятию можно использовать следующие мероприятия по управлению ликвидностью:

- составление платежного календаря, т.е. планировать денежные поступления и отчисления для контроля наличия денежных средств на счетах организации;
- оценка времени наибольшего притока денежной наличности в течение месяца, т.е. определение временного интервала поступления денежных средств для выяснения возможности смещения денежного потока в нужном направлении;
- контроль за соблюдением договорных обязательств;
- контроль за «возрастом» дебиторской задолженности, т.е. выявление рискованной задолженности и принятие мер по ее погашению;
- контроль за состоянием кредиторской задолженности, т.е. своевременно рассчитываться с поставщиками, бюджетом и внебюджетными фондами;
- расширение форм оплаты и способов расчетов с клиентами.

Поскольку, основной статьей притока денежных средств являются поступления от дебиторов, то следует обратить внимание на оборачиваемость дебиторской задолженности, период погашения и долю ее в общем объеме текущих активов, так как вследствие этого увеличивается кредиторская задолженность самой организации. Поэтому на предприятии необходимо вести строгий учет за любыми изменениями по данной статье.

Возможны следующие пути снижения дебиторской задолженности: использование банковских векселей, продажа долговых обязательств. Преимущества использования банковских векселей – это высокая надежность;

низкая процентная ставка; использование банковского векселя как простого, а не переводного, с возможностью индоссамента; использование банковского векселя как платежного средства.

Однако, есть и недостатки использования банковских векселей: сложная система учета и обращения векселя; недопущение отсрочки платежа. Продажа долговых обязательств оказывает положительное влияние, так как покупка долговых обязательств производится по цене ниже номинала, которая позволяет покупателю получать дополнительный доход, играя на разнице курсов долгов.

Негативными факторами продажи долговых обязательств являются: плата за хранение векселя; сложная система продажи долговых обязательств. Преимущества применения форфейтинга состоят в простоте и скорости оформления документации; в возможности получения продленного кредита по фиксированной процентной ставке; в снижении расходов организации-импортера, а недостаток этой формы заключается в возникновении трудностей нахождения банка-гаранта.

Для эффективного решения выше изложенных проблем в ОАО «Пензадизельмаш», следовало бы ввести краткосрочное финансовое прогнозирование. Как показывает практический опыт, в современных условиях массовых неплатежей, сложностей расчетов с покупателями и поставщиками без финансовых прогнозов не обойтись.

Для получения надежных результатов финансовые прогнозы должны основываться на строгих данных и проводиться с использованием конкретных методов финансового анализа. Прогнозирование, в том числе финансовое, позволяет в некоторой (нередко весьма значительной) степени улучшить управление организацией за счет обеспечения координации всех факторов производства и реализации, взаимосвязи деятельности всех подразделений, распределения ответственности и др.

Организация должно осуществлять планирование и контроль в двух основных экономических областях. Речь идет о рентабельности его работы и

финансовом положении. Поэтому бюджет (план) по доходу и финансовый план являются центральными элементами внутрифинансового планирования.

Отчет о доходе необходим для формирования бюджета по доходу на будущий период. В отчете отражены экономические результаты деятельности в прошедший период.

Однако величину доходов корректируют с учетом изменений внешних условий деятельности организации. Например, изменения под действием информации, изменения в области валютных отношений и политики доходов, изменения в структуре спроса, изменения условий конкуренции по причине увеличения или уменьшения количества конкурентов. Также следует учитывать внутренние условия. Так, руководство может принять решение об осуществлении инвестиций, о введении новых услуг, увеличении количества сотрудников и т.д.

Все поступившие предложения должны быть проанализированы на основе составления альтернативных расчетов. Исходя из показаний скорректированного расчета по доходу и принятых изменений, составляется бюджет по доходу. Реализация вышеперечисленных направлений позволит улучшить финансовое состояние ОАО «Пензадизельмаш».

Заключение

Важной задачей финансового анализа каждой коммерческой организации сегодня становится выявление ранних признаков изменений, затрагивающих ее будущие финансовые интересы, в соответствии с которыми в дальнейшем вырабатывается стратегия повышения конкурентоспособности.

Эффективное управление финансами неизбежно требует грамотного анализа, который позволяет наиболее точно и правильно оценить с помощью современных количественных и качественных методов исследования текущую ситуацию. Именно поэтому все более важную роль в успешной деятельности коммерческого предприятия играет финансовый анализ.

Основным содержанием финансового анализа является комплексное и кардинальное системное изучение финансового состояния и финансовой деятельности предприятия и факторов его формирования с целью оценки степени основных финансовых рисков и прогнозирования трендового уровня доходности капитала.

Определение правильных и необходимых оценочных критериев рациональности складывающихся пропорций в структуре источников финансовых ресурсов и активов коммерческой организации создает реальную картину для формирования тактических и стратегических конкурентных преимуществ организации.

Итак, финансовое состояние характеризует важнейшие аспекты функционирования коммерческого предприятия, оно во многом определяет его конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность.

Иными словами, такие показатели, как результативность использования производственных и финансовых ресурсов, возможность привлечения заемных средств, способность своевременного погашения обязательств, вероятность предстоящего процветания или наступления банкротства организации

носпоримо важны при проведении финансового анализа для разработки стратегии повышения конкурентоспособности коммерческого предприятия.

Конкретная система финансовых показателей предприятия определяется особенностями отрасли, выпускаемой продукцией, размером предприятия и рядом других факторов.

Применение научных подходов менеджмента (системного, маркетингового, динамического и др.) в условиях ужесточения конкуренции требует, во-первых, проведения анализа конкурентоспособности и рентабельности каждого вида товара на каждом рынке, во-вторых, прогнозирования стратегии изменения финансовых показателей по товарам, рынкам и предприятию в целом.

Другими словами, стратегию финансов предприятия следует формировать не сверху, а снизу, с товаров и рынков. Это трудная работа, однако, в условиях глобализации экономики и развития международной конкуренции, устойчивость функционирования предприятия другим путем обеспечить очень и очень трудно.

Финансовое состояние бизнеса, являясь его сложной, многофакторной характеристикой, отражает результаты управления внутренними бизнес-процессами в соответствии с условиями внешней среды, а также текущее состояние финансовых ресурсов коммерческой организации и тенденции его изменения.

Сбалансированность источников формирования и направления финансовых ресурсов, их интенсивность использования и способность к расширенному воспроизводству во многом определяют наличие и возможности реализации конкурентных преимуществ бизнеса.

Проведя анализ финансового состояния ОАО «Пензадизельмаш», мы пришли к выводу, что на протяжении анализируемых лет у организации преобладают заемные источники, что является негативным моментом в работе ОАО «Пензадизельмаш», так как организация финансово зависит от заемных источников финансирования.

Значение коэффициента Бивера не превышает 0.2 – это говорит о неудовлетворительной структуре баланса у предприятия. Показательность рентабельности активов соответствует второй группе показателей и говорит о неустойчивом финансовом положении предприятия.

Коэффициент финансового «рычага» соответствует первой группе показателей и означает нормальное финансовое состояние предприятия. Коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом равен 0.4 – банкротство маловероятно. Коэффициент покрытия соответствует первой группе – платежеспособность организации высока.

Таким образом, на основе проведенного финансового анализа, мы приходим к выводу, что конкурентоспособность ОАО «Пензадизельмаш» не высока и необходима система мероприятий, которая позволит повысить эффективность деятельности и конкурентоспособность предприятия.

В рамках этих задач рекомендуется выполнить следующие мероприятия по ряду направлений в области управления финансами:

- проведение рыночной оценки активов;
- проведение реструктуризации задолженности по платежам в бюджет;
- проведение анализа положения организации на рынке и выработка стратегии развития организации;
- разработка мер по снижению не денежных форм расчетов;
- проведение инвентаризации имущества и осуществление реструктуризации имущественного комплекса организации.

Руководству ОАО «Пензадизельмаш» все усилия финансовой политики нужно направить на реструктуризацию и модернизацию компании, т.е.:

- продать «лишние» активы;
- ускорить оборачиваемость, высвобождение ресурсов;
- поддерживать только перспективные направления своей деятельности;
- разработать новые направления (виды продукции, рынки).

Также предприятию можно использовать следующие мероприятия по управлению ликвидностью:

- составление платежного календаря, т.е. планировать денежные поступления и отчисления для контроля наличия денежных средств на счетах организации;
- оценка времени наибольшего притока денежной наличности в течение месяца, т.е. определение временного интервала поступления денежных средств для выяснения возможности смещения денежного потока в нужном направлении;
- контроль за соблюдением договорных обязательств;
- контроль за «возрастом» дебиторской задолженности, т.е. выявление рискованной задолженности и принятие мер по ее погашению;
- контроль за состоянием кредиторской задолженности, т.е. своевременно рассчитываться с поставщиками, бюджетом и внебюджетными фондами;
- расширение форм оплаты и способов расчетов с клиентами.

Поскольку, основной статьей притока денежных средств являются поступления от дебиторов, то следует обратить внимание на оборачиваемость дебиторской задолженности, период погашения и долю ее в общем объеме текущих активов, так как вследствие этого увеличивается кредиторская задолженность самой организации. Поэтому на предприятии необходимо вести строгий учет за любыми изменениями по данной статье.

Возможны следующие пути снижения дебиторской задолженности: использование банковских векселей, продажа долговых обязательств.

Для эффективного решения проблем повышения конкурентоспособности в ОАО «Пензадизельмаш» следовало бы ввести краткосрочное финансовое прогнозирование. Как показывает практический опыт, в современных условиях массовых неплатежей, сложностей расчетов с покупателями и поставщиками без финансовых прогнозов не обойтись.

Список использованных источников

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации // Инф. система «Консультант Плюс» -2016 – 28 дек.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации // Инф. система «Консультант Плюс» – 2015 – 25 окт.
3. Налоговый кодекс РФ: федер. закон РФ от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 29.12.2014) Ч.1, федер. закон РФ от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2014) Ч.2. М.: Омега-Л, 2014.
4. Федеральный Закон от 26.07.2006 №135-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О защите конкуренции» // Инф. система «Консультант Плюс» -2016 – 28 дек.
5. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 29.07.2017) // Инф. система «Консультант Плюс» -2016 – 28 дек.
6. Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (ред. от 06.04.2015) // Инф. система «Консультант Плюс» -2016 – 28 дек.
7. Агеева О.А., Шахматова Л.С. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для бакалавров. М.: Издательство Юрайт, 2014. 365 с.
8. Анкудинов В.П. Каждому по труду (бестарифная система оплаты труда) // Экономика и учет труда. 2010. №1. С. 14 – 18.
9. Астахов В.П. Бухгалтерский (финансовый) учет: учебник для бакалавров. – 11-е изд., перераб и доп. М.: Издательство Юрайт, 2014. 332 с.
10. Богаченко В.М. Основы бухгалтерского учета. Ростов на/Д: Феникс, 2013. 541 с.
11. Бухгалтерский учет и отчетность (для бакалавров и магистров): учебное пособие / под ред. Ендовицкого Д.А. – 7-е изд., перераб. и доп. М.: КноРус, 2015. 354 с.
12. Веснина В.С. Кадровое планирование // Экономика и учет труда. 2012. №4. С. 12 – 19.

13. Гендлер Г., Ведерникова Н. Цена труда и заработная плата // Человек и труд. 2009. № 7. С. 22 – 25.
14. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2015. – 336 с.
15. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. СПб.: Питер, 2005. с. 117.
16. Жуков В.Н. Основы бухгалтерского учета. СПб.: Питер, 2012. 287 с.
17. Карпухин, А.Е. Планирование оплаты труда. Несколько способов расчета фонда оплаты труда // Экономика и учет труда. 2012. №8. С. 22 – 29.
18. Костылев В.А. Бухгалтерский и налоговый учет в организации // Аудиторские ведомости. 2013. №8. С.15 – 17.
19. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: учебник. М.: ИНФРА М, 2012. 541 с.
20. Кутер М.И. Теория бухгалтерского учета: учебник. М.: Финансы и статистика. 2012. 269 с.
21. Лебедева Е.М. Бухгалтерский учет. М.: Академия, 2012. 269 с.
22. Мазин А.Л. Экономика труда. М.:Юнити-Дана, 2012. 421 с.
23. Наумова Н.В. Учет труда и заработной платы: учебное пособие. М.: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2012. 204 с.
24. Никитин А.И., Лычков А.Ю. Основные направления реформирования заработной платы // Экономист. 2010. №4. С. 12 – 14.
25. Новицкий Н.И. Основы менеджмента: Организация и планирование производства. М.: Финансы и статистика, 2012. 365 с.
26. Пашуто В.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии. М.: Кнорус, 2012. 254 с.
27. Палий В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2011. 512 с.
28. Сапожникова Н.Г. Бухгалтерский учет (для бакалавров): учебное пособие. 7-е изд., перераб. и доп. М.: КноРус, 2014. 305 с.

29. Складская В.А. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: Учебник. М.: Дашков и К., 2012. 458 с.
30. Ситдикова Л.Ф. Экономическая сущность процесса биотрансформации Экономист. 2010. №4. С. 12 – 14.
31. Чая В.Т., Латыпова О.В. Бухгалтерский учет. М.: Кнорус, 2013. 365 с.
32. Чувилова В.В. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для бакалавров. М., 2015. 524 с.
33. Финансово-кредитный экономический словарь. Под ред. Бариленко В.И. М.: «Финансы и статистика», 2015. 240 с.
34. Ходов Л.Г. Налоги и налоговое регулирование экономики: Учебное пособие. М.: Теис, 2017. 253 с.
35. Черник Д.Г., Павлова Л.П., Дадашев А.З. Налоги и налогообложение. Учебник для вузов по экономическим специальностям. М.: ИНФРА-М, 2016. 328 с.
36. Шаталов С.Д. Приоритеты налоговой политики // Финансы. 2016. №7. С. 3-10.
37. Шмелев Ю.Д., Юрасова И.Н. Повышение роли государства в формировании системы налогового планирования // Финансы. 2016. №11. С. 34-36.
38. 39. Юткина Т.Ф. Налоги и налогообложение: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2017. 576 с.
39. Финансовый менеджмент: теория и практика. Учебник под ред. Е.С. Стояновой. М.: Перспектива, 2010. 427 с.
40. Финансовый менеджмент / Под ред. Г.Б. Поляка. М: Финансы и статистика, 2013. 758 с.
41. Чернышева Ю.Г. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Ростов-на-Дону : «Феникс», 2015. 284 с.
42. Чечевицына Л.Н. Экономический анализ. – 2-е изд., доп. и перераб. Ростов н/Д : изд-во «Феникс», 2014. 480 с.

43. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. М.: ИНФРА-М, 2013. 237 с.
44. Экономика предприятия: Учебник для вузов /Под ред.проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.Швандара. — 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 670 с.
45. <http://ca-news.org/news:1371140/?from=canews&place=topcomm>

Приложения