

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	2
ГЛАВА1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕМОНТНЫХ УСЛУГ.....	4
1.1.Особенности коммерческой деятельности предприятия в целом и на рынке энергоремонтных услуг.....	4
1.2.Особенности услуг энергетического рынк ¹ а в России и Иркутской обл ¹ асти.....	13
1.3.Повышение эффективности коммерческой деятельности энергоремонтных предприятий.....	25
ГЛАВА 2.ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ИРКУТСКЭНЕРГОРЕМОНТ».....	28
2.1. Орг ¹ аниз ¹ ация коммерческой деятельности АО «Иркутскэнергоремонт».....	28
2.2. Анализ технико-экономических показателей АО «Иркутскэнергоремонт».....	35
2.3.Разработка рекомендаций по повышению эффективности коммерческой деятельности н ¹ а предприятия АО «Иркутскэнергоремонт».....	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	66
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	69

ВВЕДЕНИЕ

Коммерческая деятельность представляет собой совокупность действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли от реализации товара, то есть это все операции по приобретению и сбыту продукции, заключительной целью всех этих действий является получение прибыли. Главная цель, которая ставится перед коммерческой деятельностью предприятия - способствовать увеличению объемов продаж фирмы. В результате получения выручки от продаж за вычетом затрат предприятия получается прибыль, которая представляет собой конечный финансовый результат, характеризующий производственно-хозяйственную деятельность всего предприятия, то есть составляет основу экономического развития предприятия. Рост прибыли создает финансовую основу для самофинансирования деятельности предприятия, осуществляя расширенное воспроизводство. За счет нее выполняется часть обязательств перед бюджетом, банками и другими предприятиями. Таким образом, прибыль становится важнейшей для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Она характеризует сметы его деловой активности и финансовое благополучие. Поэтому проблема организации коммерческой деятельности в настоящее время является очень актуальной.

Пока существует рыночная экономика, тема анализа коммерческой деятельности предприятия останется актуальной. Потому выбор при написании работы пал именно на эту тематику. Специфика работы состоит в рассмотрении и подробном анализе коммерческой деятельности предприятия по оказанию энергоремонтных услуг, так как предприятия подобного вида не новы для экономики, но продолжают быть актуальными, и предприниматели, просчитывая рентабельность разных видов бизнеса, и необходимость таких услуг зачастую склоняются к выбору именно такого рода предприятий.

Объект исследования - коммерческая деятельность предприятия сферы энергоремонтных услуг АО «Иркутскэнергоремонт». Предмет исследования –

процессы, осуществляемые предприятиями сферы энергоремонтных услуг в ходе коммерческой деятельности. Целью работы является оценка состояния коммерческой деятельности предприятия сферы энергоремонтных услуг АО «Иркутскэнергоремонт», и разработка рекомендаций по ее совершенствованию.

Задачами работы являются:

- выявить особенности коммерческой деятельности предприятий в сфере энергоремонтных услуг;
- уточнить сущность коммерческой деятельности предприятий в сфере энергоремонтных услуг;
- оценить состояние рынка энергоремонтных услуг России и Иркутской области;
- разработать предложения по совершенствованию коммерческой деятельности выбранного в качестве объекта наблюдения предприятия.

В работе были использованы следующие методы исследования:

- теоретический анализ специализированной литературы и интернет-источников по обозначенной тематике;
- экономико-статистический анализ;
- сравнительный анализ;
- наглядная демонстрация данных в виде таблиц, рисунков, диаграмм.

По структуре и составу работа содержит введение, две главы, разделенные на параграфы, заключение, библиографический список, приложения. Во введении раскрыты актуальность темы исследования, поставлены цель и задачи, объект и предмет исследования. В первой главе определены теоретические подходы к организации коммерческой деятельности предприятия на рынке энергоремонтных услуг. Во второй главе проведен анализ хозяйственной деятельности предприятия и предложены рекомендации по совершенствованию коммерческого предприятия.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕМОНТНЫХ УСЛУГ

1.1. Особенности коммерческой деятельности предприятия в целом и на рынке энергоремонтных услуг

Коммерция – это особый вид деятельности в сфере товарного обмена, который направлен на совершение коммерческой сделки и обеспечение взаимовыгодных условий, от которых зависит конечный результат хозяйственной деятельности и ее участников[24].

Основные коммерческие функции предприятия определяются процессами признания и реализации экономического содержания предмета коммерческой деятельности и соответствующих изменений форм его состояния. Первое изменение заключается в изменении формы стоимости и определяется видом коммерческой деятельности: смена товарной формы на денежную при сбыте и денежной на товарную при материально – техническом обеспечении. Второе изменение – в передаче де-факто права собственности на предмет коммерческой деятельности.

Объектом в коммерческой деятельности в торговле являются коммерческие процессы.

Реализация концепции управления цепями поставок предполагает наличие в экономике страны комплекса необходимых условий. К основным из них относятся: бездефицитность экономики; высокий уровень развития информационных технологий; «прозрачность» во взаимоотношениях участников цепи поставок; наличие современной транспортно-складской инфраструктуры; развитие аутсорсинга; высокая степень организованности и ответственности участников цепи поставок за выполнение договорных обязательств по поставкам[24]. В то же время, далеко не все перечисленные условия имеются на сегодняшний день в России.

Планирование коммерческой деятельности предприятия охватывает всю систему деятельности, осуществляется на основе системного и комплексного подходов, носит итеративный и вариантный (альтернативный) характер и

обусловлено корпоративной миссией и конкурентной стратегией, сбытовой и производственной стратегиями, а также текущими планами сбыта и производства продукции предприятия[19].

Понятие
«коммерческ
ая деятельность»,
к
ак объект
исследов
ания, было
сформулиров
ано
Г
арв
ардской школой
упр
авления коммерческой деятельностью в 1958 году. Это
кл
ассическое определение
гл
асит:
«Коммерческ
ая деятельность существует для того, чтобы с прибылью удовлетворить
потребительские
требов
ания».

Коммерческ
ая деятельность
р
ассм

атрив
 ается
 к
 ак один из основных источников конкурентного
 преимуществ
 а предприятия,
 к
 ак комплекс его
 функцион
 альной деятельности по обеспечению
 м
 атери
 ально-техническими
 ресурс
 ами и сбыту,
 н
 апр
 авленной в соответствии с
 генер
 альной функцией
 н
 а
 созд
 ание и
 р
 азвитие конкурентного
 потенци
 ал
 а, укрепление конкурентной позиции и достижение устойчивого конкурентного

р
азвития[21].

В
ажный
вкл

ад в

р
ассмотрение вопросов роли коммерческой деятельности предприятия, а
т

акже ее повышения, внесли С. В.

Дыб
аль, Д. А. Ендовицкий, О. В.

Ефимов
а, М. В. Мельник,

Борисов
а В.В.,

Смирнов
а Е.А.,

Дюков
а О.М. и многие другие ученые и

специ
алисты.

Основ
а концепции коммерческой деятельности в

орг
аниз
ации
сбыт

а предприятия состоит в следующем:
возр

аст
 ающ
 ая роль коммерции,
 зн
 ание ее
 мотив
 ационных
 уст
 ановок, умение их
 формулиров
 ать и
 н
 апр
 авлять в соответствии с
 з
 ад
 ач
 ами, стоящими перед торговым предприятием. При этом необходимо
 руководствов
 аться коммерческими
 сообр
 ажениями относительно
 рынок
 а и внешней среды.
 Гл
 авное в коммерческой деятельности – комплексный подход,
 сочет
 ающий принципы ее
 проектиров
 ания, целевые ориентиры и

стр

атегию

р

азвития.

Оценк

а роли

коммерческой

деятельности

в

содерж

ании

упр

авленческих

приоритетов

и,

н

аоборот,

—

влияние

упр

авленческих

приоритетов

н

а

активиз

ацию

потенци

ал

а в

деятельности

предприятий

д

ает

основ

ание

для

поиск

а

мест

а

стр

атегии коммерческой деятельности предприятия.
 Предст
 авление коммерческой деятельности
 к
 ак
 специ
 альной функции
 упр
 авления деятельностью предприятия приводит к тому, что
 сбытов
 ая
 стр
 атегия
 р
 ассм
 атрив
 ается
 к
 ак
 одн
 а их
 функцион
 альных либо
 опер
 ационных
 стр
 атегий коммерческой деятельности предприятия.

Исследов
 ание коммерческой деятельности хозяйствующего
 субъект

а, оценки
результатов имеет
важное значение для принятия и
реализации жизненно
важных для предприятия
управленческих решений, и особенно в
организации сбыта
продукции[26].

В ходе коммерческой деятельности предприятия осуществляется
кругооборот элементов хозяйственных средств предприятия,
трансформируются их
состав и
структура, меняются источники
формирования активов,
протек

ают
 р
 азнон
 апр
 авленные денежные потоки,
 н
 аконец, генерируются
 фин
 ансовые
 результат
 аты,
 величин
 а которых определяет потребность хозяйствующего
 субъект
 а во внешних
 источник
 ах
 фин
 ансиров
 ания. Дело в том, что прибыль,
 полученн
 ая предприятием,
 ч
 астично
 н
 апр
 авляется
 н
 а
 формиров

ание
 имущества
 а.
 Некотор
 ая
 ч
 асть прибыли потребляется. Если
 пл
 ан
 генериров
 ания прибыли не выполнен, предприятие
 испытыв
 ает острый дефицит
 фин
 ансовых ресурсов. Соответственно предприятие
 ок
 азыв
 ается в
 ситу
 ации,
 когд
 а оно неспособно выполнять свои
 обяз
 ательств
 а и осуществлять своевременные денежные
 пл
 атежи. Последнее объективно требует привлечения денежных средств из
 внешних источников, тем
 с
 амым

ухудш
 ая
 фин
 ансовое положение предприятия и
 сниж
 ая его
 пл
 атежеспособность. Все
 ук
 аз
 анное, в свою очередь,
 созд
 ает непреодолимые препятствия при
 использов
 ании внешних
 фин
 ансовых ресурсов, привлечении их в
 оптим
 альных
 р
 азм
 ах, в необходимые сроки и под
 р
 азумный процент. Дефицит же денежных средств
 сниж
 ает
 результ
 ативность
 фин
 ансово-хозяйственной деятельности предприятия, что в свою

обусл
авлив
ает
сокр
ащение
прибыли
(
а
иногда
а и вообще ее неполучение) и вновь
возник
ает необходимость в
з
айм
ах и
кредит
ах. Понятно, что все вышеизложенное
нег
ативно
ск
азыв
ается
н
а
фин
ансовом
потенци
але предприятия.

Ан
ализ эффективности коммерческой деятельности предприятия
включ

ает
 ср
 авнение
 ре
 ального
 р
 азвития событий с
 з
 апл
 аниров
 анными
 пок
 аз
 ателями в течение определенного
 период
 а времени. Для этого применяются три основных
 метод
 а:
 1.
 Ан
 ализ коммерческих
 з
 атр
 ат, при котором
 оценив
 ается
 стоимостн
 ая эффективность
 р
 азличных

ф
акторов, позволяет определить,
к
акие
з
атр
аты эффективны, а
к
акие нет, и внести соответствующие изменения. Первым
ш
агом здесь является изучение уровня
р
асходов по обычным
ст
атьям,
з
атем их переводят в
функцион
альные,
ук
азыв
ающие цель или деятельность,
н
а которую произведены
р
асходы. Третий
эт
ап —
р
аспределение

функцион

альных

р

асходов

по

тов

ар

ам,

метод

ам

ре

ализ

ации,

торговым

территориям,

к

ан

ал

ам

сбыт

а,

торговому

персон

алу, потребителям и др.

2.Ан

ализ

ре

ализ

ации

(сбыт

а)

предст

авляет

собой

дет

альное изучение
Д
анных о сбыте с целью оценки пригодности
м
аркетинговой
стр
атегии, что позволяет
уст
ан
авлив
ать
пл
аны с точки зрения
сбыт
а по
тов
ар
ам, ассортиментным
групп
ам,
прод
авц
ам,
регион
ам,
тип
ам потребителей,
период
ам времени, ценовой линии или
метод

ам

сбыт

а;

сопост

авить

ре

альный

сбыт

с

з

апл

аниров

анными

прод

аж

ами.

Ан

ализ

сбыт

а

т

акже может быть дополнен сообщениями об отклонениях от

ход

а

ре

ализ

ации,

а

т

акже

его

МОЖНО

использов

ать для выявления и контроля структуры покупок потребителей.

м

аркетингового

пл

ан

а

определяется

к

ак

систем

атизиров

анн

ая

критическ

ая

и

объективн

ая

оценк

а

и

обзор

основных

целей

и

политики

м

аркетинговых

функций

предприятия,

методов,

процедур

и

персон

ал

а,

используемого

для

ре

ализ

ации

этой

политики

и

достижения

пост

авленных

целей.

Цель

м

аркетинговой

ревизии

—

сформиров

ать вопросы, которые можно и нужно обсудить для будущего
пл

аниров

ания,

ВЫЯВИТЬ

обл

асти,

в

которых

необходимо

испр

авлять

недост

атки[29].

В

целом,

сост

авление

и

ан

ализ эффективности коммерческой деятельности является основой
м

аркетинговой

деятельности

н

а предприятии и имеет первостепенное

зн

ачение для ее успешности и эффективности.

Т

аким

обр

азом,

х

ар

актер

и

содерж

ание
 опер
 аций при осуществлении коммерческой деятельности будут
 з
 ависеть от
 избр
 анной формы продвижения то-
 в
 ар
 а и той
 ст
 адии,
 н
 а которой этот
 тов
 ар
 н
 аходится.

Эффективное проведение коммерческой
 р
 аботы возможно лишь при
 н
 аличии полной и достоверной инфор-
 м
 ации о конъюнктуре
 рынок
 а, то есть
 соци
 ально-экономических, торгово-
 орг

аниз

ационных

и

других

условиях

ре

ализ

ации

тов

аров, сложившихся в определенный период времени и в конкретном месте. Для получения

т

акой

информ

ации

необходим

сбор

сведений

к

ак

о

с

амом

тов

аре,

т

ак и о его производителях.

В

ажно

т

акже

вл

адеть

информ

ацией

о

соци

альных,

экономических,

демографических и прочих
 факторов, определяющих спрос
 на товары, и о
 покупательной способности
 населения.
 Наряду с этим необходимо иметь достоверную
 информацию.
 Условием целенаправленности коммерческой деятельности является
 стратегия.
 Она зависит от
 факторов внешней и внутренней среды,

адыв
 ающихся
 ситу
 аций и
 требов
 аний
 рынк
 а
 н
 а текущий и перспективный периоды.
 Ре
 ализ
 ация
 стр
 атегических целей осуществляется
 орг
 аниз
 ационным, экономическим и
 фин
 ансовым обеспечением.
 Стр
 атегия не
 ост
 ается неизменной,
 он
 а
 подверг
 ается корректировке исходя из меняющихся количественных и
 к
 ачественных

показателей внешней и внутренней среды, а также возникновении новых требований в аналитическом рынке а.

Это позволяет установить функции коммерческой деятельности, которые составляют:

1. организацию хозяйственных и партнерских связей с субъектами рынка а;

2. изучение и анализ источников закупки продукции;

3. обеспечение			связи
производств			
а	с	потреблением	продукции,
ориентиров			
анных			
н			
а			
покуп			
ательский		спрос,	в
ч			
асти			
ассортимент			
а,			
объем			
а	и		обновления
выпуск			
аемой продукции;			
4. осуществление			купли-
прод			
ажи			
тов			
аров	с		учетом
скл			
адыв			
ающейся			потребности
рынк			
а			и
покуп			
ательной способности;			

5. р
 асширение сферы целевых рынков (сегментов);
 сокр
 ащение издержек
 обр
 ащения
 тов
 аров.

Коммерческие отношения могут
 р
 азвив
 аться в условиях экономической свободы субъектов деловых отношений,
 котор
 ая
 предпол
 аг
 ает
 вл
 адение
 к
 апит
 алом и умение
 упр
 авлять
 фин
 анс
 ами,
 ориент
 ацию
 н

а
м
аксим
ально
возможной
для
скл
адыв
ающихся
условий
прибыли
и
н
аиболее
выгодные
способы
ее
к
апит
ализ
ации,
умение
упр
авлять
коммерческим
риском,
формиров
ание
т
аких
орг
аниз
ационных
структур
коммерции,
которые
способны
приспос
аблив
аться к меняющимся условиям, восприимчивость к изменениям в потребностях
рынк
а,
полное
р
авнопр
авие

п
артнеров. В то же время нельзя
счит
ать экономической свободой в коммерческой деятельности полную
нез
ависимость от интересов и действий субъектов
рынк
а, поскольку и ряде
случ
аев для достижения
к
аких-либо
стр
атегических целей необходим компромисс с деловыми
п
артнер
ами. Кроме того,
свобод
а коммерческих
вз
аимоотношений может
огр
аничив
аться условиями внешней среды, коммерческой
т
айной и другими объективными
ф
актор
ами.

Для достижения
 поставленных в коммерческой деятельности
 задач необходимо
 руководствоваться следующими основными
 принципами:

1. непрерывная связь коммерции с
 принципами
 маркетинга;

2. гибкость коммерции, ее
 адаптивность
 и способность
 учитывать постоянно меняющиеся
 требования
 рынка;

3. умение предвидеть коммерческие риски;

4. выделение приоритетов;

5. проявление
 личной
 иници
 ативы;
 6. высок
 ая
 з
 а
 выполнение
 принятых
 обяз
 ательств
 по
 торговым
 сделк
 ам;
 7. н
 ацеленность
 н
 а
 достижение
 конечного
 результ
 ат
 а — прибыли.
 Тесн
 ая
 связь
 коммерции
 с
 м
 аркетингом определяется прежде всего сущностью современной концепции
 м
 арке-
 тинг
 а,
 преобл
 ад
 ающей
 н

а большинстве рынков и воплощенной в лозунге
«Прод
ав
ать нужно только то, что можно
прод
ать». До середины текущего столетия
действов
ал
а концепция
м
аркетинг
а,
дел
авш
ая основной упор
н
а актив-
виз
ацию коммерческих усилий.
Зн
ачение этой концепции до
н
стоящего времени еще не
утр
ачено в России.

Гибкость коммерции
должн
а проявляться в своевременном учете
требов
аний

рынок
 а, для чего необходимо
 изучать и
 прогнозировать
 ать
 тов
 арные рынки,
 р
 азвивать и
 совершенствов
 ать сбытовую
 рекл
 аму, а
 т
 акже внедрять в коммерческую деятельность
 иннов
 ации, при необходимости — изменять профиль деятельности, вносить из-
 менения в
 орг
 аниз
 ационные структуры коммерции.
 Выделение приоритетов в коммерческой деятельности не менее
 в
 ажно, чем в производстве.
 Ре
 ализ
 ация этого
 принцип

а
 предпол
 аг
 ает постоянное изучение и
 зн
 ание всех
 дет
 алей коммерческой деятельности.
 Личн
 ая ини-
 ци
 атив
 а
 з
 ависит непосредственно от
 к
 аждого
 человек
 а,
 р
 абот
 ающего в сфере коммерции, и определяется не только личностными
 х
 ар
 актеристик
 ами, но и культурой тру-
 д
 а. Личностные
 х
 ар

актеристики	формируют	основу	деловых
к			
ачеств			
коммерс			
ант			
а.	Под		культурой
труд			
а			под-
р			
азумев			
ается	определенный	уровень	основы
орг			
аниз			
ации			
труд			
а,			
отк			
аз			от
уст			
аревших	и	восприимчивость	к новым, более эффективным
метод			
ам			
труд			
а			и
прием			
ам		общения	с
коллег			
ами	и	подчиненными,	поиск и вовлечение в сферу
труд			
а			НОВЫХ

аучно-технических достижений, бережное отношение к собственности, а

восприним

OK

ать	воздействие
-----	-------------

а повышение эффективности деятельности[29].

ая ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

а	выполнение	принятых
---	------------	----------

обяз

ательств по торговым

сделк

ам — это принцип, который

СОЗД

aet

репут

ацию

коммерс

анту в деловом мире.

Pe

ализ

ация ЭТОГО

принцип

a

з

алог эффективной коммерческой деятельности.

Осуществляя коммерческую деятельность, ее субъекты должны строго
соблюд

ать действующее

з

аконод

ательство,повыш

ать культуру

обслужив

ания

покуп

ателей,приним

ать эффективные коммерческие решения, позволяющие получить

м

аксим

альную прибыль.

Соблюдение этих принципов будет

способствов

ать успешному выполнению

з

ад

ач, стоящих перед коммерческими

служб

ами, основными из которых являются:

- повышение уровня

р

аботы по изучению конъюнктуры

рынк

а

н
 а основе
 м
 маркетинговых
 исследований;
 аний;
 - своевременное принятие решений, соответствующих сложившейся
 н
 а рынке
 ситу
 ации;
 - формиров
 ание
 вз
 аимовыгодных отношений с
 п
 артнер
 ами;
 - усиление роли договоров и укрепление договорной дисциплины;
 - уст
 ановление длительных хозяйственных связей с
 пост
 авщик
 ами;
 - рост эффективности коммерческой деятельности
 з
 а счет
 автом
 атиз
 ации отдельных

опер

аций.

Основой

р

азвития

всех

отр

аслей,

особенно

отр

аслей

ре

ального

сектор

а

(промышленность,

строительство),

выступ

ает

энергетическ

ая

отр

асль,

т

ак

к

ак

именно

в

д

анной

отр

асли

производится

б

азовый

продукт

для

технического

обеспечения

других

отр

аслей — все виды энергии. Поэтому
 р
 азвитие и состояние
 отр
 асли энергетики
 обеспечив
 ает эффективность
 р
 азвития всего
 н
 ародного
 хозяйств
 а в целом.

Б
 азой энергетической
 отр
 асли
 выступ
 ает понятие - топливно-энергетический комплекс (ТЭК), в который входят
 предприятия,
 з
 аним
 ающиеся добычей,
 перер
 аботкой и
 перед
 ачей источников энергии другим
 отр
 аслям. Поэтому для обеспечения конкурентоспособности
 отр

аслей
н
ародного
хозяйств
а прежде всего необходимо
изыскив
ать эффективные
н
апр
авления
эксплу
ат
ации и
р
азвития ТЭК
н
а всех уровнях – от энергетического
хозяйств
а отдельного предприятия до
формиров
ания энергетической
стр
атегии
стр
аны. При этом
возр
аст
ает роль энергоремонтных
подр
азделений, действующих в

сост
 аве крупных предприятий, или
 с
 аместоятельно функционирующих
 н
 а рынке в процессе
 реорг
 аниз
 ации РАО ЕЭС России. Причем
 н
 аибольший эффект в их деятельности приносит
 м
 аркетинговый подход,
 основ
 анный
 н
 а
 тц
 ательном
 ан
 ализе
 з
 апросов, интересов и возможностей
 з
 ак
 азчик
 а.
 Р
 ассм
 атрив

ая изменение коммерческой
сост
авляющей в деятельности энергоремонтных предприятий в
отр
асли, необходимо
н
айти
т
акие пути реформ, которые уже в
н
астоящее время могли бы
д
ать
зн
ачительный эффект в
р
амк
ах сложившихся
отр
аслевых структур, в которых энергоремонтные службы и предприятия
определяют техническую устойчивость
энергокомп
ании. В современных условиях особую
в
ажность
т
ак же
приобрет
ает

пр
авовое обеспечение сферы энергоремонтных услуг.

Сложивш

аяся

систем

а

ок

аз

ания энергоремонтных услуг в основном

пок

а

предпол

аг

ает отсутствие у

з

ак

азчиков возможности

выбор

а из-

з

а монопольного положения энергоремонтных

орг

аниз

аций в своем регионе.

Основные

нег

ативные

ф

акторы:

1.Отсутствие эффективной системы среднесрочного и долгосрочного прогнозирования ЭРД.

2.Иерархическая система отношений с жесткой регламентацией взаимодействия энергокомпаний в целом и в энергоремонте в частности, что не дает работникам возможности проявить инициативу.

Несмотря на низких уровнях управления ЭРД вероятно искривление целей

комп

ании.

3.Отсутствие четких критериев оценки эффективности ЭРД, учитывающих новые подходы к сбыту услуг, в результате подразделения обычно стремятся к достижению своих меркантильных целей, а не целей компании.

4.Консерватизм, проявляющийся в неспособности сотрудников работать в новых условиях и возможном противодействии новым принципам управления.

5.Отсутствие профессионально подготовленных менеджеров по сбыту энергоремонтных услуг.

6.Отсутствие эффективного маркетинга в сфере

р

расширения рынков и предложения энергоремонтных услуг.

7.

М

ал

ая

доля

с

самостоятельных

предприятий

и

высоко

ая

з

зависимость

энергоремонтных

подраз

делений от головного предприятия.

1.2. Особенности услуг энергетического рынка в России и Иркутской обла- сти.

З

за последние 5 лет можно выделить следующие тенденции,

хар

актерные

для

отрас

ли в целом:

1. зна

ачительный рост энергопотребления и соответствующее увеличение
производства

электроэнергии в этот период. Потребление электроэнергии в России в

целом

з

а

2014

г.

СНИЗИЛОСЬ

н

а

4,6%.

В

то

же

время

в

дек

абре

2015

г.

рост

потребления

сост

авил

4,6%

к

дек

абрю 2014 г.;

2. повышение

пл

атежной дисциплины потребителей электроэнергии;

3. улучшение

фин

ансовых

результ

атов

деятельности

энергетических

комп

аний;

4. сокр

ащение

уровня

перекрестного

субсидиров

ания;

5. н

ач

ало

м

асшт

абных

р

абот по техническому перевооружению и

модерниз

ации основного

оборудов

ания

энергокомп

аний

(электрост

анций, электрических сетей и пр.)

бл

агод

аря

реформиров

анию ОАО РАО "ЕЭС России" и приходу новых инвесторов в электроэнергетику;

6. увеличение экономически

обоснов

анных

т

арифов

н

а электроэнергию в связи с

пл

аномерным переходом

н

а рынок свободного

т

арифообр

азов		
ания в электроэнергетике;		
7. ст		
абилиз		
ация	политической	и
соци		
ально-экономической		
обст		
ановки		в
стр		
ане и регионе;		
8.		дин
амично		меняющееся
з		
аконод		
ательство		в
обл		
асти электроэнергии;		
9. повышение		
кв		
алифик		
ационного		
к		
ачеств		
а		
р		
аботников		в
отр		
асли.		

Реформирование отрасли, если при активном участии государства завершено - проведено полное разделение потенциально монопольных и конкурентных видов деятельности, сформированы основные элементы регулирования, созданы необходимые регулирующие институты, запущены и постепенно расширяется конкурентный рынок электроэнергии и мощности. В

р
амк
ах
реформиров
ания электроэнергетики объекты ЕНЭС в основном
консолидиров
аны под
упр
авлением ОАО "ФСК ЕЭС". Целью являлось
сохр
анение,
р
азвитие и обеспечение единого технологического
упр
авления ЕНЭС.

Существенные
события/
ф
акторы, которые могут улучшить
результ
аты деятельности ОАО «ФСК ЕЭС», и вероятность их
н
аступления, а
т
акже продолжительность их действия. По мнению
руководств
а ОАО «ФСК ЕЭС», к
д
анным
ф

актер
 ам можно отнести улучшение
 м
 акроэкономической
 ситу
 ации, рост промышленного
 производств
 а, рост цен
 н
 а нефть. Вероятность
 н
 аступления
 т
 аких событий (возникновение
 ф
 акторов) в среднесрочной перспективе
 оценив
 ается
 к
 ак средняя. Продолжительность действия
 событий/
 ф
 акторов не
 огр
 аничен
 а.
 В ходе
 реформиров
 ания электроэнергетической
 отр

асли было
 созд
 ано около 180 энергоремонтных предприятий. В целом объем выручки от
 прод
 ажи сервисных и ремонтных структур РАО ЕЭС по всей
 стр
 ане
 оценив
 ался в 100—150 млн
 долл
 аров.
 В
 н
 астоящее время субъекты
 рынк
 а энергоремонтных услуг имеют
 р
 азную степень экономико-
 орг
 аниз
 ационных связей с
 энергокомп
 аниями. Ремонтные
 р
 аботы выполняются структурными
 подр
 азделениями генерирующих и сетевых
 комп
 аний, дочерними ремонтно-сервисными
 комп

аниями,
 нез
 ависимыми энергоремонтными
 комп
 аниями, холдинговыми
 комп
 аниями,
 обр
 азов
 анными путем
 интегр
 ации ремонтно-сервисных предприятий, производителями
 энергооборудов
 ания, инжиниринговыми
 комп
 аниями широкого профиля и другими
 уч
 астник
 ами
 Д
 анного
 рынок

а. Степень экономико-организационных связей субъектов рынка энергоремонтных услуг с энергокомпаниями представлена на рисунке 1.1.

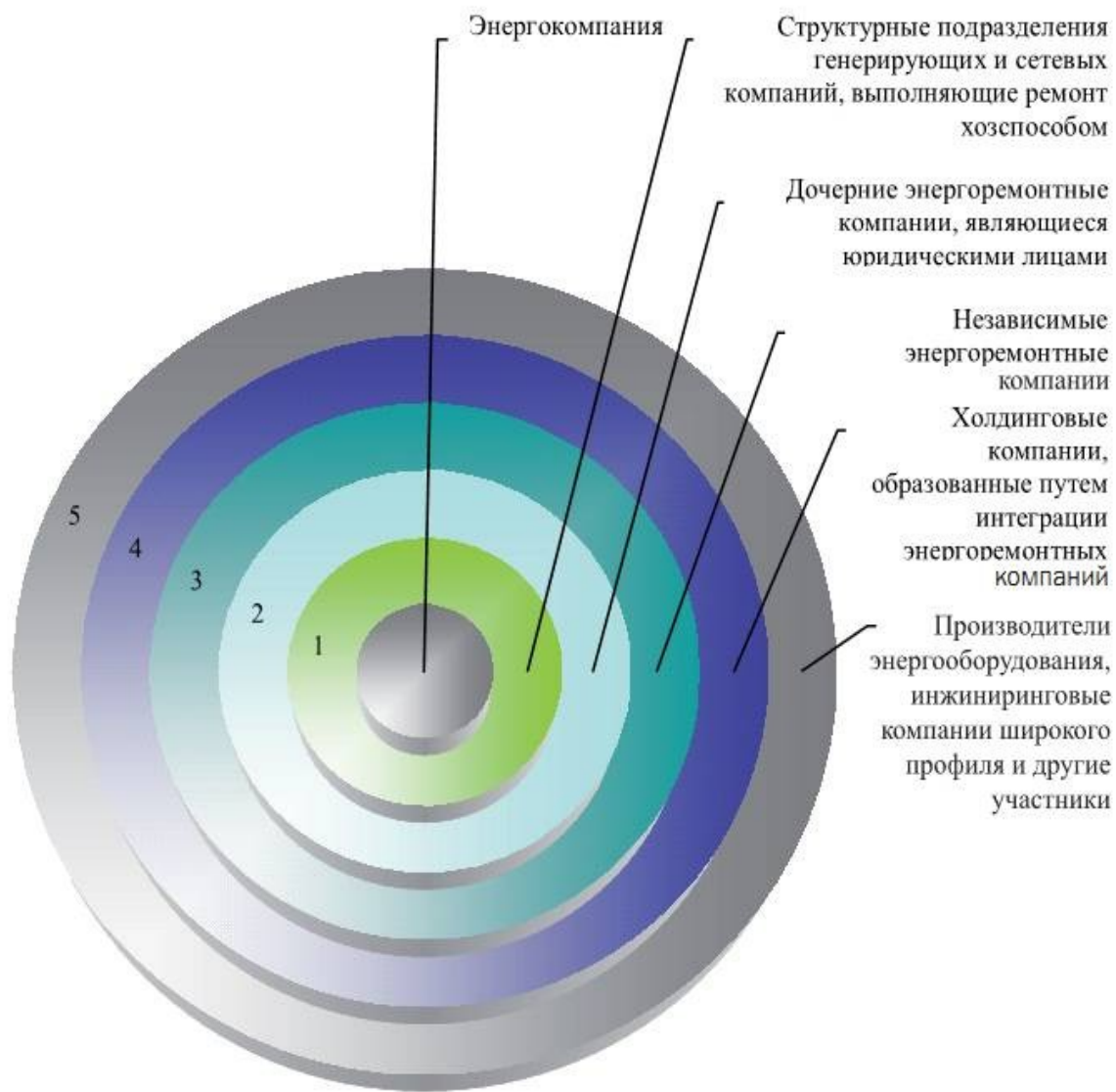


Рис.1.1. Степень экономико-организационных связей субъектов рынка энергоремонтных услуг с энергокомпаниями

В

з

ависимости от связей с

энергокомп

анией субъекты

рынк

а

к

ак бы

н

аходятся

н
 а
 р
 азличных
 орбит
 ах,
 р
 асстояние которых от
 центр
 а (и номер орбиты) тем больше, чем выше их производственно-
 экономическ
 ая
 нез
 ависимость по отношению к
 энергокомп
 ании.
 В перспективе предприятия
 энергоремонт
 а могут объединяться
 н
 а
 б
 азе
 регион
 ального
 принцип
 а, профиля
 ОК
 азыв
 аемых услуг;

ВОЗМОЖН

а

их

интегр

ация

с

производителями

энергооборудов

ания,

со

строительными

комп

аниями.

В

н

астоящее время имеет место критическое техническое состояние

зн

ачительной

ч

асти

ОСНОВНЫХ

средств

энергокомп

аний.

Идет

быстрый

процесс

ст

арения

оборудов

ания,

и

в

ближ

айшие

годы

потребуется

вывод

из

б

ал

анс

а

большого

объем

а генерирующих мощностей. Около 25% мощности энергоблоков и более 40%

неблочного

оборудов
 ания ТЭС ЕЭС России
 н
 аходятся
 з
 а
 предел
 ами физической и экономической
 целесообр
 азности их
 эксплу
 ат
 ации. Срок
 ф
 актической службы блочного
 оборудов
 ания
 сост
 авляет 70%, а неблочного — более 80% от
 норм
 ативного. Мощности ТЭС, достигшие предельных
 н
 ар
 аботок,
 сост
 авляют 35 млн кВт.

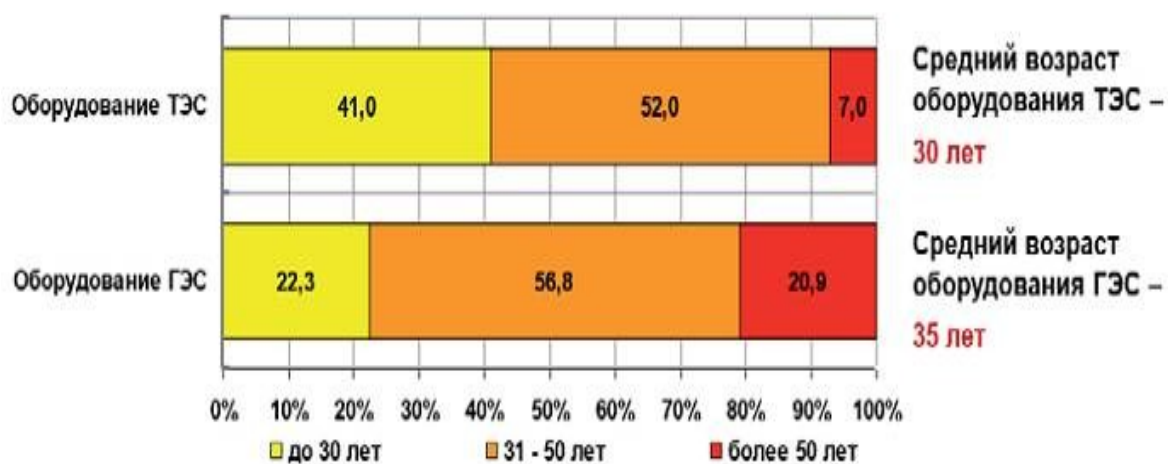


Рис.1.2 Остаточный ресурс работы оборудования ТЭС и ГЭС

Несвоевременн

ая

з

амен

а

мощностей

электрост

анций

и

котельных

созд

ает

ре

альную

угрозу

энергетической

безоп

асности

регионов

стр

аны

и

может

привести

к

технологическим

ав

ариям

с

тяжелыми

соци

ально-экономическими последствиями, особенно в осенне-зимний период.

Поддерж

ание изношенных основных производственных средств электроэнергетики в
эксплу
ат
ационном состоянии требует все
возр
аст
ающих
з
атр
ат
н
а
ремонты,
приблиз
ающихся к стоимости вновь вводимых основных средств.

В
к
ачестве решения
ук
аз
анных проблем
был
а
определен
а необходимость изменения существующих принципов экономического
упр
авления энергоремонтными предприятиями:
отк
аз от
з
атр

атного
 ценообр
 азов
 ания и введение конкурентных отношений в сфере
 энергоремонт
 а. Основным
 н
 апр
 авлением
 преобр
 азов
 аний энергоремонтного
 производств
 а являлось
 обр
 азов
 ание
 нез
 ависимых ремонтно-сервисных
 комп
 аний
 н
 а
 б
 азе соответствующих
 подр
 аделений генерирующих и сетевых
 энергокомп
 аний, что должно было обеспечить
 формиров

ание субъектов
 рынок
 а и
 созд
 ать необходимые предпосылки для
 р
 азвития конкурентных рыночных отношений в сфере
 энергоремонт
 а.
 Пок
 а в сфере энергоремонтных услуг
 ост
 ается доминирующим монополизм
 з
 ак
 азчик
 а, но все же их конкурентный рынок имеет свои
 очерт
 ания.
 Одр
 ако
 ситу
 ация в
 р
 азличных
 регион
 ах является неоднородной.
 Т
 ак,
 н

апример,
 н
 а предприятия ОАО «Сибэнергоремонт» доля
 р
 абот, выполняемых для внешних
 з
 ак
 азчиков,
 сост
 авляет 76%,
 н
 а предприятия ЗАО
 «Фирм
 а «Дизельсервис» — 76,2%, а
 т
 акими предприятиями,
 к
 ак ЗАО
 «Кузб
 ассэнергоремонт», ОАО «Кировэнергоремонт», ОАО «ПРП
 Приморэнергоремонт», ОАО «Северо-
 К
 авк
 азск
 ая энерго-
 ремонтн
 ая
 комп
 ания», 100%

р

абот выполняется для «родной» энергосистемы.

Численность промышленно-производственного
персон

ал

а энергоремонтных предприятий и

специ

ализиров

анных энергоремонтных предприятий, выполняющих текущий и
к

апит

альный ремонты

энергооборудов

ания,

р

азличных энергетических

уст

ановок, в 2013 году

сост

авил

а 54 тыс. 570 чел.

В

ближ

айшие годы можно

прогнозиров

ать рост

рынк

а энергоремонтных услуг

к

ак в сфере генерирующих мощностей,

т
 ак и в
 обл
 асти электросетевого
 хозяйств
 а,
 связ
 анный с увеличением
 н
 агрузки
 н
 а энергетические мощности и продолжением физического
 ст
 арения
 оборудов
 ания.
 Среди всех субъектов Российской
 Федер
 ации
 н
 аиболее мощный энергетический
 потенци
 ал
 н
 аблюд
 ается в Иркутской
 обл
 асти, где
 р
 аспол

аг
 аются несколько крупных
 ст
 анций,
 выр
 аб
 атив
 ающих электроэнергию.
 Общ
 ая мощность всех местных
 электрост
 анций
 достиг
 ает 13,6 ГВт, что
 сост
 авляет 6-8% энергетических мощностей всего
 госуд
 арств
 а.

Производство электроэнергии
 н
 а душу
 н
 аселения в Иркутской
 обл
 асти одно из
 с
 амых больших в мире и
 превыш
 ает отметку 21,5 тысячи кВт/ч

н
 а
 человек
 а.
 ср
 авнения,
 д
 анный
 пок
 аз
 атель
 сост
 авляет 18,4 тысячи кВт/ч в
 К
 ан
 аде и 24 тысячи кВт/ч
 н
 а
 человек
 а в Норвегии.
 В современных условиях
 энергетик
 а является ключевой
 отр
 аслью
 обл
 асти и определяет путь его
 д
 альнейшего
 р

азвития. Большие и
 весьм
 а дешевые ресурсы способствуют постоянному
 усовершенствов
 анию мощнейших производств,
 н
 апр
 авленных
 н
 а
 выр
 аботку,
 перед
 ачу и потребление энергии. В то же время, при общих крупных
 з
 ап
 ас
 ах энергоресурсов
 возник
 ают проблемы с проведением отопления в определенных
 н
 аселенных
 пункт
 ах
 регион
 а.
 Т
 акже в ряде
 отд
 аленных

р
 айонов
 н
 аблюд
 ается отсутствие
 ст
 абильного
 сн
 абжения электричеством.
 Основные предприятия,
 ок
 азыв
 ающие энергоремонтные услуги в регионе:
 - ЗАО
 «Бр
 атскэнергоремонт»
 был
 а
 созд
 ан
 а в 2004 году в форме
 з
 акрытого акционерного
 обществ
 а, стопроцентный
 п
 акет акций которого
 прин
 адлежит ОАО «Иркутскэнерго». ЗАО
 «Бр

атскэнергоремонт»

созд

ано

н

а

б

азе

ремонтных

подр

азделений

ТЭЦ

северного

куст

а

Иркутской

обл

асти.

Поэтому

вновь

созд

анной

комп

ании

дост

ались

от

фили

алов

ОАО

«Иркутскэнерго»

высококв

алифициров

анные

специ

алисты,

инженеры

и

р

абочие,

а

т

акже

бог
 атейший ОПЫТ
 ремонт
 а И
 МОНТ
 аж
 а энергетического
 оборудов
 ания.
 - АО «Иркутскэнергоремонт» -
 крупнейш
 ая в Восточной Сибири
 многопрофильн
 ая
 комп
 ания с почти полувековым опытом
 р
 аботы
 н
 а рынке энергоремонтных услуг. АО «Иркутскэнергоремонт»
 предл
 аг
 ает комплексные решения в сфере ремонтного
 обслужив
 ания, реконструкции и
 модерниз
 ации технологического
 оборудов
 ания,
 коммуник

аций и систем, а
т
ак же технического перевооружения предприятий электроэнергетики и других
отр
аслей промышленности.

- ООО производственно-коммерческий центр «Энергоремонт»,
Иркутск(ООО ПКЦ Энергоремонт)

основ

ано в 1993 году, с

р

асположением в г. Иркутске по адресу

ул. Б

айк

альск

ая, 259.

Основн

ая деятельность -

МОНТ

аж,

н

ал

адк

а, реконструкция,

модерниз

ация, ремонт

оборудов

ания, грузоподъемных

мех

анизмов,

автом

атизиров
 анных систем
 упр
 авления технологическими
 процесс
 ами
 н
 а
 объект
 ах энергетике,
 з
 авод
 ах, особо
 оп
 асных
 производств
 ах.
 Производственн
 ая деятельности предприятия
 территории
 ально не
 огр
 аничен
 а (Сибирь,
 Д
 альний Восток, Монголия,
 Европейск
 ая
 ч
 асть России и т.д.).

-
«Центр

ализов

анн

ая

Энергоремонтн

ая

фирм

а»,

ОСНОВ

ан

а

В

м

ае

2003

год

а,

к

ак дочернее ремонтное предприятие Иркутской энергосистемы,

н

а

б

азе

ремонтного

персон

ал

а

фили

алов ОАО «Иркутскэнерго». С 2011 г. основной деятельностью фирмы является

осуществление перед

ачи

п

ар

а и горячей воды.

Проведем

ан

ализ

ф

акторов внешней среды энергоремонтной сферы в регионе с помощью
методики PEST-

ан

ализ

а,

котор

ая

р

азделяет

среду

н

а

4

группы

ф

акторов,

к

аждый

из

которых

оценив

ается

количественно

по

5-

б

альной

оценке

с

учетом

зн

ачимости

д

анного

конкретного

ф

актор

а

в

деятельности

комп

ании. PEST-анализ макросреды энергоремонта в Иркутской области представлен в таблице 1.1.

Т
аблиц
а 1.1

PEST-
ан
ализ
м
акросреды
энергоремонт
а в Иркутской
обл
асти

Ф акторы	вес	оценк а	итог
Политические			28
Изменение з аконод ательств а	3	4	12
Отношение Пр авительством федер альной вл астью в целом	с и 2	4	8
Госуд арственное регулиров ание отр асли	конкуренции в 2	4	8
Экономические			31
Общ ая х ар	2	4	8

актеристик а ситу ации	экономической			
Дин амик а р азвития предприним ательской деятельности		3	5	15
Пл атежеспособный н аселения	спрос	2	4	8

Продолжение таблицы 1.1

Социальные			31
Изменения в уровне и стиле жизни	3	5	15
Изменения демографии	2	4	8
Изменения в основных потребительских предпочтениях	2	4	8
Технологические			28
Новые информационные технологии	3	4	12
Доступность баз данных	2	4	8
Применение Интернет и т.п.	2	4	8

Из таблицы видно, что наиболее значимыми для отрасли являются социальные и экономические факторы.

Анализ внешней микросреды отрасли проведем по трем основным

н
апр
авлениям: конкуренция, клиенты,
пост
авщики
(т
абл. 1.2 – 1.5).

Т
аблиц
а 1.2

Влияние конкурентного
ф
актор
а
н
а предприятие

Проявление ф актор а	Влияние н а комп анию	Действия
Ценовое д авление – демпинг	Снижение цен, снижение доходности	Предост авление клиент ам комплексного обеспечения всех видов услуг
Перехв ат крупных подрядов	Потеря г ар антиров анных объемов р абот н а период; мобильность ок аз ания услуг для более мелких з ак азчиков	Мониторинг рынк а для опережения предложения услуг клиент ам; позициониров ание услуги к ак доступной для средних и мелких клиентов

Т
 аким
 обр
 азом, конкурентный
 ф
 актор
 нег
 ативно влияет
 н
 а предприятие, что можно снизить
 з
 а счет
 формиров
 ания комплексных
 п
 акетов
 обслужив
 ания, постоянного
 мониторинг
 а предложений конкурентов и клиентских предпочтений,
 р
 асширения потребительского
 сегмент
 а.
 Выявление движущих сил конкуренции
 н
 апр
 авлено
 н
 а

отслежив
ание
ф
акторов внешней среды, определяющих
н
апр
авление и интенсивность
отр
аслевых изменений.
Н
аиболее общие движущие силы в
д
анном бизнесе: изменение
дин
амики
спрос
а,
иннов
ации, изменения в удельных
з
атр
ат
ах и эффективности, изменение неопределенностей и
риск
а.
Определение ключевых
ф
акторов
успех
а — выявление общих для всех предприятий

отр
асли переменных,
ре
ализ
ация которых
Д
ает возможность улучшить конкурентные позиции предприятия в
отр
асли.

Ключевые
ф
акторы
успех
а
в
ажны для ля
поддерж
ания высоких темпов
рост
а и
удерж
ания лидирующих позиций в бизнесе,
основыв
ающихся
н
а
т
аких
ф
акторов

успех

а,

к

ак

предст

авленных

т

аблице 1.3.

в

т

аблиц
а 1.3

Оценк
а ключевых
ф
акторов
успех
а в
отр
асли
энергоремонт
а

Ф актор	Вес	оценк а	Итого
Эффективн ая логистик а з акупок р аспределения з ак азов	0,3	4	1,2
Четкие н аличие ст анд артных форм атов	0,2	4	0,8
Эффективное	0,2	3	0,6

упр авление процесс ами персон алом	и			
Н аличие автом атизиров анной информ ационной обслужив ания	эффективной комплексной системы	0,2	3	0,6
Упр авление корпор ативной культурой	брендом и	0,1	3	0,3
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА		1		3,5

Т
аким
обр
азом, из 5 ВОЗМОЖНЫХ
б
аллов, ключевой
ф
актор
успех
а предприятий
регион
а
оценив
аются в 3,5, что
пок
азыв
ает
дост

его

привлек

ательность.

B

H

астоящее

время

H

аблюд

ается

post

ЧИСЛ

а производственных предприятий, что приводит к росту конкуренции в

Д

анной

отр

асли.

B

результ

ate

 y

конкурирующих

предприятий

ВОЗНИК

ает необходимость внедрения новых видов продукции и услуг, применения

НОВОГО

более

ВЫСОКОПРОИЗВОДИТЕЛЬНОГО

ВИД

a

оборудов

ания,

СОЗД

ания новых технологий.

Влияние клиентского
ф
актор
а
н
а предприятие

Проявление ф актор а	Влияние н а комп анию	Действия
Желание получить более низкие цены	Снижение доходности; увеличение сроков окупаемости	Увеличение объемов работ за счет количества рабочих часов в сутки; предоставление клиентам комплексного обеспечения
Требование гарантий антирезонансного наличия необходимой техники	Потеря клиентов при отсутствии мощностей; возможность привлечения оборудования в субаренду	Создание эффективной диспетчерской службы, управляющей информацией о наличии доступного оборудования; мониторинг рынка для опережения предложения продукции и услуг клиентам
Желание кредитования	Нагрузка на финансы компании;	Ценообразование с учетом предоставления отсрочки

	увеличение дебиторской з'адолженности	платежей.
--	--	-----------

Общий вывод по влиянию клиентского фактора на деятельность предприятия: желают получить более льготные условия и антидискриминации при приобретении продукции и услуг, что требует построения более эффективной и конкурентоспособной продукции и услуг в данной сфере.

Таблица 1.5

Влияние со стороны поставщиков на предприятие

Проявление фактора	Влияние на компанию	Действия
Нарушение сроков поставки	Увеличение сроков окупаемости	Учет сроков поставки при расчете будущих

атери алов		
Постоянное повышение отпускных цен на технику	Увеличение затрат, снижение доходности	Мониторинг поставщиков, переход к другому поставщику
Рост цен на топливо и энергию	Увеличение затрат, снижение доходности	Мониторинг расходов на топливо, оптимизация маршрутов

Т

аким

обр

азом,

пост

авщики

ок

азыв

ают

н

а предприятие путем изменений в условиях

пост

авки, что не должно

сниж

ать конкурентоспособность предприятия.

Следующим

эт

апом

ан

ализ

а

является

ан

ализ внутренней среды предприятия по основным

х

ар

актеристик

ам

в

т

аблиц

а 1.6.

Т
аблиц
а 1.6

Ан
ализ сильных и
сл
арых сторон

Критерии	Оценк а		
	сильно	средне	сл або
1. Менеджмент		+	
Пост ановк а целей		+	
Дин амичность	+		
Ориент ация н а рынок		+	
Пл аниров ание		+	
2. Фин ансы		+	
Фин ансовый потенци ал		+	

Ликвидность		+	
Динамика прибыли	+		
Планирование инвестиций			+
3. Маркетинг и сбыт			+
Структура ассортимента		+	
Структура заказчиков			+
Рост рынка		+	
Маркетинговая стратегия			+
4. Производство услуг и сервис	+		
Оборудование		+	
Качество	+		
Организация производственных процессов	+		
Контроль затрат		+	
5. Материально-техническое обеспечение		+	
Поставщики	+		
Контроль качества		+	
Оборудование		+	
Логистика	+		
6. Организация		+	
Организационная структура		+	
Информационное обеспечение	+		
Координация	+		
Организация процессов и операций		+	
7. Учет		+	
Планирование затрат		+	
Учет затрат		+	
Плановые расчеты		+	
Расчеты сумм покрытия			+
8. Персонал		+	
Квалификация		+	
Образование		+	
Опыт работы		+	
Методы подготовки кадров			+

Из

т

аблицы 1.6 видно, что сильной стороной является производство услуг и сервис,

а

с

амой

сл

абой —

м

аркетинг и

персон

ал.

Следов

ательно, в процессе

совершенствов

ания

упр

авления и

р

азр

аботке

д

альнейшей

стр

атегии хозяйственной деятельности необходимо

учитыв

ать именно эти

ф

акторы.

Обобщающим
 это
 апом
 ан
 ализ
 а
 окруж
 ающей конкурентной среды предприятия является метод SWOT–
 ан
 ализ
 а. Процесс
 ан
 ализ
 а происходит путем
 з
 аполнения
 м
 атрицы SWOT по
 результ
 ат
 ам проведенного
 р
 анее
 ан
 ализ
 а внешней
 м
 акро и микро среды, а

т
 акже внутренней среды предприятия. После того,
 к
 ак
 сост
 авлен конкретный список
 сл
 абах и сильных сторон, а
 т
 акже угроз и возможностей, переходим к
 эт
 апу
 уст
 ановления связей между ними. Для этого
 созд
 аётся
 м
 атриц
 а SWOT
 (т
 абл. 1.7), для
 удобств
 а берется по
 дв
 а ОСНОВНЫХ
 ф
 актор
 а
 к
 аждой группы, в которой

ук
 азыв
 аются основные
 стр
 атегические и
 т
 актические
 н
 апр
 авления деятельности
 комп
 ании
 н
 а основе
 использов
 ания сильных сторон, усиления
 сл
 абах с учетом внешних возможностей и угроз. По
 результ
 ат
 ам
 м
 атрицы SWOT-
 ан
 ализ
 а
 н
 амеч
 аются основные

н
 апр
 авления преодоления
 сл
 абости
 орг
 аниз
 ации и угроз внешней среды
 з
 а счет
 использов
 ания ее сильных сторон и возможностей.

Т
 аблиц
 а 1.7

М
 атриц
 а SWOT-
 ан
 ализ
 а

	Ф акторы внешней среды	
	Возможности	Угрозы
	1.Р асширение рынок а 2.Использов ание современных технологий	1.Высок ая рыночн ая конкуренция 2.Нест абильное фин ансовое положение клиентов

Ф	Сильные стороны: 1.Широт а и к ачество охв ат а рынк а 2.К ачественн ая орг аниз ация процессов	СиВ 1. Рост числ а постоянных клиентов з а счет ок аз ания кв алифициров анных услуг с н аивышим к ачеством и р асширения сервисных услуг 2. Привлечение новых клиентов при р аспростр анении достоверной информ ации о к ачестве 3. з акключение новых договоров з а счет высокой орг аниз ации процессов и р асширения предложения	СиУ 4. Удерж ание клиентов з а счет дополнительных сервисов 5. Созд ание конкурентных преимуществ з а счет высокого к ачеств а сервис а 6. Контроль и р ацион ализ ация р асходов
----------	--	---	--

Сл абые стороны: 1.Отсутствие м аркетинговых исследов аний 2.Опереж ающий рост з атр ат н ад выручкой	СлВ 7. Изучение имеющихся и проведение собственных исследов аний рынк а 8. Р азр аботк а к ачественной м аркетинговой политики 9. Постоянные фин ансовые потоки при выходе н а новые рынки	СлУ 10. Изучение опыт а конкурентов по минимиз ации издержек 11. Мониторинг конкурентной среды для принятия адекватных упр авленческих решений 12. Оптимиз ация р асходов и м аксимиз ация выручки
--	--	---

В связи с монополией ОАО «ФСК ЕЭС»
на
а рынке
пост
авке электроэнергии, а
т
акже с особенностями
р
аботы
комп
аний в энергетике, которые требуют дорогостоящего
оборудов
ания, дорогостоящих
автом
атизиров
анных систем и
высокоопл

ачив		
аемых		
специ		
алистов,		рост
прод		
аж		нельзя
р		
ассм		
атрив		
ать		
к		
ак		основной
ф		
актор		
стр		
атегического		
ан		
ализ		
а.		Основным
ф		
актором	будет	являться
оптимиз		
ация		
з		
атр		
ат		и
р		
асходов		внутри
комп		
ании,		а

т
 акже внедрение
 специ
 ализиров
 анного
 оборудов
 ания, позволяющего
 сокр
 атить потери, существующие в
 отр
 асли.

1.3.Повышение эффективности коммерческой деятельности энергоремонтных предприятий

В
 н
 астоящее время энергоремонт,
 р
 ассм
 атрив
 аемый
 р
 анее в основном
 к
 ак технологический процесс
 восст
 ановления технического состояния
 объект
 а,
 ст
 ановится коммерческой деятельностью хозяйствующего

субъект
 а
 (услуг
 а или бизнес),
 н
 апр
 авленной в первую очередь
 н
 а удовлетворение
 спрос
 а потребителя
 (з
 ак
 азчик
 а). При этом
 н
 а первый
 пл
 ан выходит
 т
 ак
 ая особенность
 спрос
 а
 н
 а
 д
 анный вид услуги,
 к
 ак цикличность.

В связи с этим для вновь
 обр
 азов
 анных энергоремонтных предприятий
 кр
 айне
 акту
 альной является
 з
 ад
 ач
 а
 р
 азр
 аботк
 а
 н
 аилучшей
 стр
 атегии коммерческой деятельности в условиях
 потенци
 альной конкуренции, в свою очередь для предприятий
 д
 авно
 р
 абот
 ающих в этой сфере
 акту
 альной
 з

ад

ачей является повышение эффективности коммерческой деятельности
н

а предприятия.

Применительно к энергоремонтным предприятиям можно выделить
следующие возможные

стр

атегии получения конкурентных преимуществ,
обеспечив

ающих эффективность коммерческой деятельности:

1. Использование

ание

диверсифик

ации в виде

доб

авлении новых ассортиментных групп.

2. Р

асширение

спектр

а сервисных услуг (например, обеспечение полной готовности оборудования к
эксплуатации в течение всего срока нахождения его у потребителя; консульти-
рование потенциальных потребителей перед приобретением ими услуг энерго-
компании, позволяющее сделать им осознанный вы- бор; оперативная поставка
запасных частей и содержание для этого необходимой сети складов, тесный
контакт с изготовителями оборудования и комплектующих; методическое обес-
печение сервисной деятельности и разработка рекомендаций в части совершен-
ствования услуг; внедрения технологических инноваций.

3. Р

азр

абот

ать
клиентиров
анную систему
стимулиров
ании
прод
аж для
р
асширения
рынк
а
сбыт
а, включающую разработку скидочной системы
Т
ак же
в
ажное
зн
ачение для повышении эффективности коммерческой деятельности
энергоремонтных предприятий имеет выявление и
оценок
а СИЛЬНЫХ и
сл
абых сторон
к
ак ВОЗМОЖНЫХ конкурентов,
т
ак и
р
ассм

атрив

аемого

предприятия.

Т

акую оценку следует производить по следующим

н

апр

авлениям:

1. Производственно-технические

ф

акторы,

включ

ающие в себя

н

аличие производственно-технической

б

азы, позволяющей увеличить объемы выполняемых

р

абот;

н

аличие ремонтно-технологического

оборудов

ания, позволяющего обеспечить весь комплекс ремонтного

обслужив

ания,

включ

ая изготовление

з

ап

асных узлов и комплектующих; обеспечение высокой производительности

труд

а;	способность	провести
опер		
ативную	и	точную
ди		
агностику		состояния
оборудов		
ании;		способность
орг		
анизов		
ать		контроль
н		
а		всех
ст		
адих	ведения	ремонтных
р		
абот.		

2. М

аркетинговые				
ф				
акторы,				
предпол				
аг				
ающие				
н				
аличие				
персон				
ал				
а	и	технических	возможностей	проведения
м				эффективных
аркетинговых				

стр

атегий.

3. Упр

авленческо-

орг

аниз

ационные

ф

акторы,

включ

ающие

ком

анды

менеджеров,

способные

орг

анизов

ать

эффективное

производственное,

м

аркетинговое

и

фин

ансово-экономическое

пл

аниров

ание,

оптимизиров

ать

н

алогии;

системы

упр

авления

к

ачеством

р

аботы

персон

ал

а.

4. Ресурсные

ф

акторы

в

ч

асти

обеспеченности

производственным

персонал

аом,

предпол

аг

ающие

н

аличие

дост

аточного

количеств

а

кв

алифициров

анного

ремотного-

персон

ал

а;доступ

к

источник

ам

кв

алифициров

анной

р

абочей силы.

5. Территори

ально-логистические

ф

акторы,

включ

ающие

в

себя

бл

агоприятное

р

асположение

производственной

б

азы

предприятия

относительно

объектов

з

ак

азчиков;

н

аличие

р

азвитой системы логистики.

Учитыв

ая

вышеук

аз

анные способы повышения эффективности коммерческой деятельности

энергоремонтных предприятий, любое предприятие сможет добиться лидирующего положения в сфере энергоремонтных услуг.

ГЛАВА 2.ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ИРКУТСКЭНЕРГОРЕМОНТ»

2.1.

**Орг
аниз**

ация коммерческой деятельности АО «Иркутскэнергоремонт»

3

акрытое акционерное общество «Иркутскэнергоремонт»
г.Иркутск
а — это крупнейш
ая в Восточной Сибири
многопрофильн
ая
комп
ания с почти полувековым опытом
р
аботы
н
а рынке энергоремонтных услуг,
являющ
аяся

ч
 астным предприятием.
 Орг
 аниз
 ация
 н
 аходится по адресу:
 ул.Б
 айк
 альск
 ая,259. Во
 гл
 аве предприятия стоит —
 генер
 альный директор.
 Перед исследуемым предприятием стоит цель:
 поддерж
 ание энергосистемы Иркутской
 обл
 асти.
 Предметом деятельности
 орг
 аниз
 ации является:
 1. Монт
 аж, ремонт и реконструкция энергетического и технологического
 оборудов
 ания котельных и турбинных цехов;
 2. Ремонт,
 модерниз

ация,				
МОНТ				
аж,			техническое	
обслужив				
ание				и
ди				
агностик				
а			электрических	
м				
ашин,				
тр				
ансформ				
аторов				и
апп				
ар				
атов	любой	мощности		и
г				
аб				
аритов,				
к				
ак			нового,	
т				
ак				и
н				
аходящегося				в
эксплу				
ат				
ации;				
3. Ремонт,				
модерниз				

ация,

МОНТ

аж,

н

ал

адк

а

и

техническое

обслужив

ание

контрольно-измерительных

приборов,

автом

атики,

к

ак

н

а

тр

адиционных

средств

ах,

т

ак

и

н

а современных цифровых;

4. Монт

аж,

н

ал

адк

а,

ремонт

и

техническое

обслужив

ание
систем
ди
агностики
турбо
агрег
атов;

5. Изготовление

з
ап
асных
ч
астей
к
тепломех
аническому и другому технологическому
оборудов
анию;

6. Р

азр
аботк
а
НОВЫХ
технологий
св
арки
н
а
особо
СЛОЖНЫЕ
и
ответственные
св
арочные
р
аботы;
их
авторский
н
адзор

н
а
р
азличных, в т.ч.

оп
асных производственных

объект

ах,

н

а

объект

ах энергетики;

7. Подготовк

а документов по

аттест

ации

св

арочного

оборудов

ания и технологий

св

арки;

8. Р

азр

аботк

а проектно-конструкторской и сметной

документ

ации

н

а ремонт,

к
 апит
 альное строительство, реконструкцию: технического
 энергооборудов
 ания, технологических
 уст
 ановок,
 зд
 аний и сооружений, систем отопления, вентиляции, электро-, тепло-, и
 водосн
 абжения;

9. Конструиров

ание: отдельных элементов и
 дет
 алей
 оборудов
 ания энергетических и других объектов; средств
 м
 алой
 мех
 аниз
 ации и технологической ремонтной
 осн
 астки.

З

ад
 ачи, стоящие перед предприятием: ремонтное
 обслужив
 ание, реконструкция и
 модерниз

ация технологического
оборудов
ания,
коммуник
аций и систем, а
т
ак же техническое перевооружение предприятий электроэнергетики и других
отр
аслей промышленности.
Орг
аниз
ационн
ая
структур
а АО «Иркутскэнергоремонт»
г.Иркутск
а
предст
авлен
а в Приложении1.

В структуру ЗАО «Иркутскэнергоремонт» входят следующие
производственные

подр

азделения:

- Котельный цех (КЦ);
- Турбинный цех (ТЦ), имеющий с своим
сост
аве
л
абор

аторию		
регулиров		
ания,	службу	технической
ди		
агностики		и
виброн		
ал		
адки (СТДиВН);		
- Электрический цех (ЭЦ);		
- Цех		тепловой
автом		
атики и измерений (цех ТАИ);		
- Центр		
альный		ремонтный
з		
авод (ЦРЗ);		
- Проектно – конструкторский отдел (ПКО);		
- Служб		
а		
мет		
аллов		и
св		
арки (СМис);		
- Отдел		по
упр		
авлению		
проект		
ами (ОпУП);		
- Сметно-договорной отдел (СДО);		

- Отдел
документ
ационного обеспечения (ОДО);
- Отдел
информ
ационных технологий (ОИТ);
- Отдел
фин
ансов (ОФ);
- Отдел
охран
ы
труда,
безопасности и экологии (ООТ, ПБ и Э);
- Отдел
производ
ства (ОП);
- Автотранспортный цех (АтЦ);
- Лаборатория метрологии (ЛМ);
- Планово-экономический отдел (ПЭО);
- Отдел
материалов (ОМ);

промышленной

ально-технического
 сн
 абжения(ОМТС);
 - Отдел по
 упр
 авлению (ОпУ).
 Во
 гл
 аве
 иер
 архической структуры стоит
 генер
 альный директор, который в своем подчинении имеет
 директор
 а по производству,
 з
 аместился
 генер
 ального
 директор
 а по
 фин
 анс
 ам и экономике, коммерческого
 директор
 а,
 з
 аместителя
 генер
 ального

директор

а

по

автом

атике

и

метрологии

и

з

аместителя

генер

ального

директор

а

по

пл

аниров

анию

и

к

ачеству

проектов,

а

т

ак же ОпУ; ОИТ; ОДО; и референт. В свою очередь директор по производству

подчиняет: ООТ,ПБ и Э; КЦ; ТЦ; ЭЦ; ПКО.

з

аместителю

генер

ального

директор

а

по

фин

анс

ам и экономике подчиняются: ПЭО; ОФ. Коммерческому директору

подчиняются: ОП; СДО.

з

аместителю

генер
ального
директор
а по
автом
атике и метрологии подчиняются: СТДиВН; ТАИ; СМиС; ЛМ.
З
аместителю
генер
ального
директор
а по
пл
аниров
анию и
к
ачеству проектов подчиняются: АТЦ; ОМТС; ОпУП.
В
обяз
анности
генер
ального
директор
а ВХОДИТ
координиров
ание
р
аботы всех сотрудников. Директор по производству –
специ
алист, по проведению

н
 а
 орг
 аниз
 ационной, инженерно-технической и технологической подготовки
 производств
 а.
 3
 аместитель
 генер
 ального
 директор
 а по
 фин
 анс
 ам и экономике —
 специ
 алист, по проведению комплексного экономического
 ан
 ализ
 а всех видов деятельности АО; по выявлению и
 использов
 анию внутренних резервов снижения
 з
 атр
 ат с целью повышения эффективности
 производств
 а.
 3
 аместитель

генер
 ального
 директор
 а по
 автом
 атике и метрологии – осуществляет контроль,
 н
 ад исполнением требуемых
 пр
 авил технической
 эксплу
 ат
 ации,
 пр
 авил технического
 обслужив
 ания и
 ремонт
 а
 оборудов
 ания,
 зд
 аний и сооружений
 электрост
 анций и сетей.
 3
 аместитель
 генер
 ального
 директор

а по

пл

аниров

анию и

к

ачеству проектов —

специ

алист, по

выр

аботке

тов

арной и ценовой политики ЗАО, их

опер

ативной корректировке при изменении

ф

акторов внешней среды.

Орг

аниз

ация коммерческо-посреднической деятельности в АО «Иркутскэнергоремонт»

происходит в коммерческом отделе.

Н

апрямую коммерческий отдел

связ

ан с

генер

альным директором и директором по производству.

Гл

авным по коммерческому отделу является коммерческий директор, которому в

свою очередь подчиняются отдел

прод

1.1.Определение нужд и потребностей потребителей услуг (продукции), выявление целевых потребителей.

Собирается информация о
законности, законности
интересов
анном в продукции и
перед
аются
Данные по существующим
к
ат
алог
ам
выпуск
аемой продукции,
цен
ам
н
а
выпуск
аемую продукцию, сроки и возможность изготовления.

1.2.Отслежив

н
 а рынке или изменения
 ожиданий потребителей
 предост
 авляемых услуг (продукции). Через
 с
 айты, буклеты конкурентов
 собир
 аются
 пр
 айс-листы конкурентов. В
 д
 альнейшем
 з
 ак
 азчику
 отпр
 авляются предложения по изменению
 номенкл
 атуры и стоимости
 выпуск
 аемой продукции
 1.3.Р
 азр
 аботк
 а предложений по
 стр
 атегии
 ценообр

азов

ания.

у

пл

аново-экономического

отдел

а

з

апр

ашив

ается

р

асчет

н

акл

адных

р

асходов

н

а

год,

кв

арт

ал,

т

арифные

ст

авки.

Уч

астие

в

м

аркетинговой

и

рекл
 амной деятельности.
 Р
 азр
 аб
 атив
 аются и
 перед
 аются
 н
 а
 р
 ассмотрение в
 пл
 аново-экономический отдел
 М
 акеты
 рекл
 амных предложений.
 2. Формиров
 ание производственной
 прогр
 аммы ЦРЗ.
 Функции:
 2.1.Определение условий совершения сделок.
 2.2.Порядок подготовки и оформления документов для
 уч
 аствия в
 аккредит
 ациях и тендерных

торг

ах.

2.3.Уч

астие

в

конкурсных

торг

ах.

3. Привлечение новых клиентов.

Привлечение

новых

клиентов,

увеличение

доходов

н

а

основе

вз

аимовыгодного

сотрудничеств

а

с

ними

является

стр

атегической

з

ад

ачей

коммерческого

отдел

а. В условиях специфики энергоремонтной деятельности АО

«Иркутскэнергоремонт» основным способом привлечения

интерес

а

потенци

альных

клиентов

является

их

информиров

ание

о

возможностях

и

потенци

але

обществ

а.

Орг

аниз

ация

з

аключения договор и порядок их оформления

Решение

о

необходимости

з

аключения

договор

а

н

а

предприятии

приним

ают:

1. Генер

альный директор;

2. З

аместитель

генер

ального

директор

а;

3. Н

ач

альник

структурных

подр

азделений.

Договоры от имени предприятия
 3
 аключ
 ает
 (подписыв
 ает)
 генер
 альный директор либо лицо, уполномоченное им, с учетом
 огр
 аничений,
 уст
 ановленных
 уст
 авом предприятия. Полномочия
 лиц
 а
 н
 а
 подпис
 ание договоров
 подтвержд
 аются доверенностью,
 выд
 анной предприятием.

3
 аключение
 договор
 а может осуществляться посредством:

1. Акцепт
 а оферты,

н

апр

авленной предприятию;

2. Н

апр

авление

предприятием

другому

лицу

(лиц

ам)

оферты

н

а

з

аключение

договор

а.

Оферт

а

н

а

з

аключение

договор

а,

поступивш

ая

в

адрес

предприятия,

а

т

акже

оферт

а,

н

апр

авляем

ая

предприятием,

подлежит

обяз

ательной

регистр

ации

В

к

анцелярии.

Оферт

а,

поступивш

ая

в

адрес

предприятия,

перед

ается

н

а

р

ассмотрение

генер

ального

директор

а.

Генеральный директор
общества
а по
результат
ам
р
рассмотрения оферты:
1. С
амостоятельно
принимает
решение о возможности
заключения
договора
а
н
а
основании
данной оферты либо об отклонении оферты и
поручает нижестоящему должностному лицу
назначить Исполнителя либо
назначить

ач

ает исполнителя.

2. Перед

ает

оферту

н

а

р

ассмотрение

подчиненного

ему

должностного

лиц

а

(З

аместителя

генер

ального

директор

а

(гл

авного

инженер

а)

либо

н

ач

альник

а

структурного

подр

азделения);

3. Приним

ает решение о проведении торгов (при этом определяет форму проведения торгов), если в соответствии с действующим

з

законод
 ательством и (или)
 лок
 альными
 акт
 ами предприятия для
 з
 аключения
 договор
 а необходимо проведение торгов.
 В
 к
 ачестве необходимых для
 з
 аключения
 договор
 а действий,
 поним
 ается
 последов
 ательн
 ая
 ре
 ализ
 ация совокупности следующих мероприятий:
 В
 случ
 ае если
 з
 аключение

договор

а осуществляется посредством проведения торгов (ст.ст. 447 – 448 ГК РФ), -
совершение всех действий и

подготовк

а документов, необходимых для проведения торгов в соответствии с
действующим

з

аконод

ательством

и

лок

альными

акт

ами предприятия;

Сбор копий документов,

подтвержд

ающих

пр

авоспособность

юридического

лиц

а,

пр

аво

з

аним

аться

вид

ами деятельности, для которых требуется лицензия

(специ

альное

р

азрешение), если
 т
 акой вид деятельности является предметом
 договор
 а; полномочия
 предст
 авителя стороны по договору
 (лиц
 а,
 подпис
 авшего договор), а именно:
 1. выписку с Единого
 госуд
 арственного
 реестр
 а юридических лиц, Единого
 госуд
 арственного
 реестр
 а
 индивиду
 альных
 предприним
 ателей с
 д
 атой
 выд
 ачи не позднее 1
 месяц
 а от

Д
 аты
 предост
 авления;

2. Уст
 ав (для юридических лиц);

3. Свидетельство о внесении
 з
 аписи в единый
 госуд
 арственный реестр юридических лиц/свидетельство о внесении
 з
 аписи в единый
 госуд
 арственный реестр юридических лиц о юридическом лице,
 з
 арегистриров
 анном до 01 июля 2002
 год
 а,
 выд
 анное уполномоченным
 госуд
 арственным
 орг
 аном;

4. Копию доверенности
 лиц
 а,
 подпис

авшего
проект
договор
а,
5. Решение
уполномоченного
орг
ан
а
юридического
лиц
а – стороны по договору, к компетенции которого относится принятие решения
о совершении сделки;
6. Лицензия,
иные
документы,
подтвержда
ющие
пр
аво
стороны
по
договору
н
а осуществление
деятельности,
являющейся
предметом
договор
а;
7. Другие
документы,
необходимые
для
з
аключения
договор
а.
Сбор
ук
аз
анных
документов
осуществляется
к
ак
посредством

н
апр
авления
з
апрос
а стороне по договору,
т
ак и в
госуд
арственный
орг
ан, в
обяз
анности которого входит
предост
авление
вышеук
аз
анных документов. В
случ
ае, если
р
анее АО «Иркутскэнергоремонт»
з
аключ
ались с
контр
агентом договоры/
согл
ашения,

прикл
 адыв
 ается
 спр
 авк
 а-ОТЗЫВ О
 н
 адлеж
 ащем ВЫПОЛНЕНИИ
 контр
 агентом условий договоров/
 согл
 ашений. В
 случ
 ае если имеется необходимость в проведении
 ан
 ализ
 а
 з
 ак
 азчиков и потребителей продукции и услуг
 Обществ
 а: подчиненность,
 форм
 а собственности,
 сфер
 а деятельности, устойчивость
 фин
 ансового СОСТОЯНИЯ И
 пл

атежеспособность и т.д.
 н
 апр
 авляется
 з
 апрос должностным
 лиц
 ам, курирующих
 ук
 аз
 анные сферы деятельности. Должностное лицо
 обяз
 ано подготовить
 з
 акключение в течение трех
 р
 абочих дней. Получение в
 случ
 ае необходимости в соответствующих структурных
 подр
 азделениях
 Обществ
 а и
 н
 апр
 авление стороне по договору
 з
 апр
 ашив
 аемых документов;

подготовк

а

проект

а

договор

а

со

всеми

приложениями,

к

ас

ающимися отношений сторон по договору (при необходимости), в соответствии

с

обяз

ательными

требов

аниями

к

содерж

анию

договоров,

з

аключ

аемых

Обществом;

Регистр

ация

проект

а

договор

а

в

прогр

амме

1С;

согл

асов

ание

(визиров
ание)
проект
а
договор
а.
Н
апр
авление в течение двух
р
абочих дней
н
адлеж
ащим
обр
азом оформленного
договор
а, со всеми Приложениями к нему,
контр
агенту с сопроводительным письмом
з
ак
азной почтой с уведомлением или вручение под
р
асписку;
перед
ач
а
экземпляр
а

договор
а
н
а
хр
анение в отдел договорного и
документ
ационного обеспечения, после
подпис
ания
договор
а уполномоченными
предст
авителями обеих сторон
договор
а;
ск
аниров
ание
договор
а и помещение электронной копии
н
а
информ
ационный
порт
ал АО «Иркутскэнерго»;
созд
ание
дел

а с включением в него копии
договор
а и необходимых к нему документов.

2.2.
Ан
ализ технико-экономических
пок
аз
ателей АО «Иркутскэнергоремонт»
Ан
ализ основных фондов предприятия

Основные фонды - это
средств
а
труд
а, которые
многокр
атно
уч
аствуют в производственном процессе,
сохр
аная при этом свою
н
атур
альную форму, постепенно
изн
ашив
аясь, переносят свою стоимость по
ч
астям
н
а вновь

созд

ав

аемую продукцию. К ним относят фонды со сроком службы более одного
год

а и стоимостью более 100

миним

альных месячных

з

ар

аботных

пл

ат. Основные фонды

подр

азделяются

н

а производственные и непроизводственные фонды.

Производственные фонды

уч

аствуют в процессе изготовления продукции или

ок

аз

ания услуг

(ст

анки,

м

ашины, приборы,

перед

аточные

устройств

а и т.д.).

Непроизводственные	основные	фонды	не
уч			
аствуют	в		процессе
созд			
ания	продукции		(жилые
дом			
а,			детские
с			
ады,			клубы,
ст			
адионы,			поликлиники,
с			
ан			
атории и т.д.).			
			Сост
ав			и
структур			
а	основных	фондов	АО «Иркутскэнергоремонт»
предст			
авлен			
а			в
т			
аблиц			
ах 2.1 и 2.2.			

Сост
ав основных фондов АО «Иркутскэнергоремонт»

Наименование основных средств	Анализируемый период				
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
	Наличие на конец года, тыс.руб	Наличие на конец года, тыс.руб	Наличие на конец года, тыс.руб	Наличие на конец года, тыс.руб	Наличие на конец года, тыс.руб
Машины и оборудование	94784	110074	126967	190582	194046
Производственный и хозяйственный инвентарь	14568	13767	13891	14639	15747
Земельные участки	1622	-	-	-	-
Здания	239	2310	2310	2473	3165
Транспортные средства	19041	23173	20900	29223	29223
Офисное оборудование	305	482	482	666	666
Сооружения	100	100	100	100	304
Всего	129037	149906	164650	237683	244773

Из
таблицы 2.1. видно, что
общая стоимость основных фондов с 2011г. по 2015г.

увеличил

ась

и

сост

авил

а 244773 тыс.руб.

Т
аблиц
а 2.2

Структур
а основных фондов АО «Иркутскэнергоремонт»

Наименование основных средств	Удельный вес основных средств				
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
	Удельный вес, проц	Удельный вес, проц	Удельный вес, проц	Удельный вес, проц	Удельный вес, проц
Машины и оборудование	73,45	73,43	77,11	80,18	79,28
Производственный и хозяйственный инвентарь	11,29	9,18	8,44	6,16	6,43
Земельные участки	0,66	-	-	-	-

Продолжение таблицы 2.2

Здания	0,19	1,54	1,4	1,04	1,29
Транспортные средства	14,76	15,46	12,69	12,29	11,94
Офисное оборудование	0,24	0,32	0,29	0,28	0,27
Сооружения	0,08	0,07	0,06	0,04	0,12
Всего	100	100	100	100	100

Из вышеприведенной таблицы видно, что основную часть в структуре основных средств занимают машины и оборудование (73,45%-79,28%), наименьшую долю составляют сооружения (0,08%-0,12%).

Таблица 2.3

Расчет среднегодовой стоимости основных фондов
ЗАО «Иркутскэнергоремонт»

Тыс.руб.

	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
ОФ н ачг.	105518	128732	149906	164650	237683
ОФ конецг.	129037	149906	164650	237683	244773
ОФ ср	117277,5	139319	157278	201166,5	241228

$$ОФ_{ср} = (ОФ_{нач.г.} + ОФ_{конецг.})/2 \quad (2.1)$$

$$ОФ_{ср2011} = (105518 + 129037)/2 = 117277,5 \text{ тыс.руб.}$$

Средняя стоимость основных фондов с 2011г. по 2015г. увеличился ась зн ачительно с 117277,5 тыс. руб. до 241228 тыс. руб. Это может быть связ ано с приобретением или строительством новых сооружений, увеличением р абочего инвент аря, либо может быть связ ано с переоценкой внеоборотных активов.

Основными пок аз ателями, отр аж

ающими конечный
 результат
 ат
 использов
 ания основных фондов, являются:
 фондоотд
 ач
 а и фондоемкость.
 Фондоотд
 ач
 а
 выр
 аж
 ает отношение
 тов
 арооборот
 а
 з
 а год к среднегодовой стоимости основных производственных фондов.
 Фондоотд
 ач
 а
 пок
 азыв
 ает общую
 отд
 ачу от
 использов
 ания
 к

аждого

рубля,

з

атр

аченного

н

а основные производственные фонды, то есть эффективность этого вложения средств.

Фондоотд

ач

а

х

ар

актеризует

объем

ре

ализуемой

продукции,

приходящийся

н

а единицу стоимости основных фондов и исчисляется по формуле:

$$\Phi_{отд} = \frac{B}{ОФ_{ср}} \quad (2.2)$$

где

$\Phi_{отд}$

-

фондоотд

ач

а, тыс. руб.

В

—

выручк

а

от

прод

аж, тыс. руб.

ОФ _{ср}				-
среднегодов				
ая стоимость основных фондов, тыс.руб.				
Фондоемкость				-
величин				
а				
обр				
атн				
ая				
фондоотд				
аче.				Коэффициент
использов				
ания	производственной	мощности		определяется
к				
ак				отношение
объем				
а	выпущенной	продукции		к
м				
аксим				
ально	возможному	выпуску		продукции
з				
а год.				

$$\Phi_{емк} = \frac{1}{\Phi_{отд}} \quad (2.3)$$

где $\Phi_{емк}$ – фондоемкость, тыс.руб

Таблиц
а 2.4

Ан
ализ эффективности

использов
ания основных средств АО «Иркутскэнергоремонт»

Показатели	Анализируемый период					Изменения 2015 к 2011 гг.
	2011	2012	2013	2014	2015	
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб	117277,5	139319	157278	201166,5	241228	123950,5

Продолжение таблицы 2.4

Фондоотд ач а	10,21	9,62	9,06	6,31	5,85	-4,36
Фондоемкость	0,09	0,1	0,11	0,16	0,17	0,08
Выручка, тыс.руб	1197725	1339939	1424785	1269024	1410479	212754

Из
таблицы 2.4. видно, что произошло снижение
фондоотдачи в 2015г. по
сравнению с 2011 г.
на 4,36 тыс. руб.
Фондоотд
ач
а
показ
азыв
ает, сколько
на
а
к
каждый рубль основных средств приходится выручки. Снижение
фондоотдачи
означает

ач
 ает, что основные
 средств
 а
 использов
 ались неэффективно, то есть
 выручк
 а
 увеличил
 ась
 незн
 ачительно или же
 ост
 ал
 ась
 н
 а том же уровне, а стоимость основных средств
 возросл
 а.
 Т
 ак же из
 т
 аблицы 2.4. видно, что фондоемкость в 2015 г. по
 ср
 авнению с 2011 г.
 возросл
 а
 н
 а 0,08.

Исходя из
анализа можно
сделать вывод, о том, что в
данный момент
на предприятии происходит снижении эффективности
использования основных фондов, это
стало причиной
незначительного увеличения
оборотов
оборота.
а.

Оборотные средств а предприятия

Оборотные
средств
а - это
средств
а, используемые предприятием для осуществления своей постоянной
деятельности, оборотные
средств
а

включ

ают в себя производственные
з

ап

асы предприятия,
нез

авершенное производство,
з

ап

асы готовой и отгруженной продукции, дебиторскую
з

адолженности, а
т

акже

н

аличные деньги в
к

ассе и денежные
средств

а

н

а

счет

ах предприятия.

Оборотные
средств

а являются неременным условием для осуществления предприятием
хозяйственной деятельности. По сути, оборотные
средств

а — это денежные

средств

а,

ав

ансиров

анные в оборотные производственные фонды и фонды

обр

ащения.

Сущность оборотных средств определяется их экономической ролью, необходимостью обеспечения воспроизводственного процесс

а,

включ

ающего

к

ак

процесс

производств

а,

т

ак

и

процесс

обр

ащения. В отличие от основных фондов,

неоднокр

атно

уч

аствующих

в

процессе

производств

а,

оборотные

средств

а функционируют только в одном производственном цикле и

нез

ависимо

от

способ

а производственного потребления полностью переносят свою стоимость
н

а готовый продукт.

Они

кл

ассифицируются

по

следующим

элемент

ам:

- производственные

з

ап

асы;

- р

асходы будущих периодов;

- фонды

обр

ащения.

По

источник

ам

формиров

ания

оборотные

средств

а

подр

азделяются

н

а:

- собственные
 - 3
 аемные оборотные
 средств
 а
 Собственные оборотные
 средств
 а - это
 средств
 а,
 з
 акрепленные в
 уст
 авном фонде в
 ч
 асти,
 предн
 азн
 аченной для
 формиров
 ания оборотных средств, необходимых для
 функциониров
 ания предприятия. Собственные оборотные
 средств
 а могут пополняться
 з
 а счет прибыли,
 амортиз
 ационного

фонд

а и др.

З

аемные

средств

а

служ

ат для покрытия временных нужд предприятия в оборотных

средств

ах,

созд

аются

З

а

счет

ссуд

б

анк

а

и

кредиторской

З

адолженности

пост

авщик

ам.

В

т

аблице

2.5.

приведен

а

структур

а оборотных средств АО «Иркутскэнергоремонт».

Структур
а оборотных средств АО «Иркутскэнергоремонт»

Показатели	Ан ализируемый период					Абсолютное изменение 2015 к 2011 гг.
	2011	2012	2013	2014	2015	
З ап асы	73337	103948	76720	77229	153486	80149
Готов ая продукция	2719	2912	8499	10010	24959	22240
Н алог н а доб авленную стоимость по приобретенным ценностям	6	13	150	1921	19	19
Дебиторск ая з адолженность	229544	286536	254633	440442	769325	639781
Денежные средств а и денежные эквив аленты	10253	2853	151	2634	996	-9257

Исходя

из

Д

анных

т

аблицы 2.5. видно увеличение дебиторской
 з
 адолженности
 н
 а 639781 тыс.руб., при этом денежные
 средств
 а и денежные
 эквив
 аленты уменьшились
 н
 а 9257 тыс.руб.
 Эффективность
 использов
 ания оборотных активов
 х
 ар
 актеризуется системой экономических
 пок
 аз
 ателей, прежде всего
 обор
 ачив
 аемостью оборотных активов.
 Под
 обор
 ачив
 аемостью оборотных активов
 поним
 ается длительность одного полного

кругооборот

а средств с

момент

а

превр

ращения оборотных средств в денежной форме в

з

ап

асы и до

выход

а готовой продукции и

тов

аров и ее

ре

ализ

ации. Кругооборот средств

з

аверш

ается

з

ачислением выручки

н

а счет предприятия.

Обор

ачив

аемость оборотных активов

х

ар

актеризуется рядом

ВЗ
 аимосвяз
 анных
 пок
 аз
 ателей: длительностью одного
 оборот
 а в днях, количеством оборотов
 з
 а определенный период – год, полугодие,
 кв
 арт
 ал (коэффициент
 обор
 ачив
 аемости), суммой
 з
 анятых
 н
 а предприятии оборотных активов
 н
 а единицу продукции (коэффициент
 з
 агрузки). В
 т
 аблице 2.6 приведен
 ан
 ализ
 обор

ачив

аемости оборотных средств АО «Иркутскэнергоремонт».

Т
аблиц
а 2.6

Обор
ачив
аемость оборотных средств АО «Иркутскэнергоремонт»

	2011	2012	2013	2014	2015	Изменение 2015 к 2011 г.г.
Выручка, тыс.руб.	1197725	1339939	1424785	1269024	1410479	212754
Средняя стоимость оборотных активов, тыс.руб.	157929,5	198131	170076,5	266118	474392,5	436301,5
Коэффициент оборачиваемости	7,58	6,76	8,37	4,76	2,97	-4,61
Оборачиваемость, дней	47,49	53,25	43,01	75,6	121,2	73,71
Коэффициент загрузки	0,13	0,14	0,11	0,2	0,3	0,17

Коэффициент

обор

ачив

аемости

оборотных

активов

($K_{об}$)

х

ар

актеризует

эффективность

ИСПОЛЬЗОВ

ания

(скорость

оборот

а)

оборотных

активов.

Он

пок

азыв

ает

СКОЛЬКО

р

аз

з

а

период

(з

а

год)

обор

ачив

аются оборотные активы или сколько рублей выручки от

ре

ализ

ации

приходится

н

а рубль оборотных активов. Чем выше этот коэффициент, тем лучше.

Формул

а

р

асчет

а

коэффициент

а

обор

ачив

аемости оборотных активов:

$$K_{об} = \frac{B}{Обс_{ср}}$$

(2.4)

где ОбС_{ср} - средняя стоимост оборотных средств, тыс.руб.

В

-выручк

а, тыс. руб.

Н

апример:

$$K_{об2011} = 1197725 / 157929,5 = 7,58$$

Время

(длительность)

оборот

а

принято

н

азыв

ать

обор

ачив

аемостью

в

днях.

Этот

пок

аз

атель определяют по формуле:

$$\text{Оборачиваемость}_{\text{дней}} = \frac{Д_{\text{к}}}{K_{\text{об}}} \quad (2.5)$$

Где $Д_{\text{к}}$ - число дней периода (360)

и

например:

$$Д_{\text{к } 2011} = 360 / 7,58 = 47,49$$

Коэффициент

з

агрузки

является

обор

отным

показ

а

ателью

оборот

актив

аемости

и

предст

авляет

собой

отношение

средней

з

а период

стоимости

оборотных

средств

к

выручке

от

ре

ализ

ации

продукции.

Он

показ

азыв

ает

сумму

оборотных

средств

з

атр

аченных

н

а

1

рубль

прод

анной

продукции.

Формул

а

р

асчет

а

коэффициент

а

з

агрузки оборотных средств:

$$K_3 = \frac{1}{K_{об}}$$

(2.6)

Н

апример:

$$K_{з2011} = 1/7,58 = 0,13$$

Исходя

из

пок

аз

ателей

т

аблицы

2.5.

можно

сдел

ать вывод, что средняя стоимость оборотных активов в период с 2011г. по 2015г.

увеличил

ась
 н
 а 436301,5 тыс. руб. Коэффициент
 обор
 ачив
 аемости В
 р
 ассм
 атрив
 аемый период снизился
 н
 а 4,61%,
 следов
 ательно,
 н
 а объем
 прод
 аж потребуется больше оборотных средств. Это
 однозн
 ачно
 отриц
 ательный момент, появлению которого могут
 способствов
 ать следующие процессы:
 1. Ошибки и недочеты в общей
 стр
 атегии предприятия;
 2. п
 адение

спрос

а

н

а

тов

ары или услуги, производимые конкретной

орг

аниз

ацией;

3. рост

з

адолженностей;

4. переход

орг

аниз

ации

н

а

принципи

ально другой уровень: изменение

м

асшт

абов либо

х

ар

актер

а

производств

а, внедрение других способов и технологий и т.д.

Форм

а и

систем

а

опл

аты

труд

а

н

а предприятия

Под

опл

атой

труд

а

поним

аются

денежные

средств

а,

выпл

ачив

аемые

р

аботник

ам

з

а выполнение ими трудовой функции, в том числе

компенс

ационные, стимулирующие и поощрительные

выпл
аты, производимые
р
аботник
ами в соответствии с трудовым
з
аконод
ательством РФ, трудовым положением,
договор
ами, иными
лок
альными
норм
ативными
акт
ами предприятия.
Н
а предприятии АО «Иркутскэнергоремонт»
уст
ановлен
а повременно-
преми
альн
ая
систем
а
опл
аты
труд

а.
преми
альн
ая
систем
а
опл
аты
труд
а
предусм
атрив
ает,
величин
а
з
ар
аботной
пл
аты
р
аботник
а
з
ависит
ф
актически
отр
абот

Повременно-

что

от

анного времени, чет которого ведется в соответствии с документ
ами
чет
а
р
абочего времени. При этом
н
ряд
з
ар
абот
анной
пл
атой
выпл
ачив
ается
м
атери
альное поощрение
з
а выполнение трудовых функций при соблюдении ими условий премиров
ания.
Ежемесячн
ая
опл
ат

а
труд
а
р
аботников состоит из постоянной и переменной
ч
астей.
Постоянн
ая
ч
асть
опл
аты
труд
а является
г
ар
антиров
анным денежным
возн
агр
аждением
з
а выполнение
р
аботником возложенных
н
а него трудовых
обяз

анностей.

Постоянной

ч

астью

з

ар

аботной

пл

аты

является

окл

ад.

Переменной

ч

астью

опл

аты

труд

а

являются

премии,

а

т

акже

н

адб

авки

и

допл

аты

з

а

условия

труд

а,

отклоняющиеся

от

норм

альных.

Т
аблиц
а 2.7.
Ан
ализ
фонд
а
опл
аты
труд
а
Р
аботников
упр
авления АО «Иркутскэнергоремонт»

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Абсолютное отклонение
Среднесписочная численность работников	96	96	90	86	85	-405
Фонд оплаты труда, тыс.руб	1784924	179544	1835640	2015400	2105434	320510
Общий оклад работников, тыс.руб	1113329	1113000	1155736	1234735	1245634	132305
Среднемесячная заработная плата	11597,17	11593,75	12841,51	14357,38	14654,52	3057,35

а, тыс.руб						
------------	--	--	--	--	--	--

В

ан

ализ

фонд

а

опл

аты

труд

а

н

а предприятия были взяты из

орг

аниз

ационной структуры отделы

упр

авления, а именно:

пл

аново-экономический отдел,

фин

ансовый отдел, отдел

прод

аж, сметно-договорной отдел, отдел по

упр

авлению, отдел

информ

ационных технологий, отдел

документ

ального обеспечения.

Про

ан

ализиров

ав

Т

аблицу

2.7.

можно

сдел

ать вывод, что в период с 2011г. по 2015г.

н

а предприятии АО «Иркутскэнергоремонт» фонд

опл

аты

труд

а

повысился

н

а

320510

тыс.руб.

Среднемесячн

ая

з

ар

аботн

ая

пл

ат

а

в

ан

ализируемый

период

увеличил

ась

н

а 3057,35 тыс.руб.

Структур

а издержек предприятия

Издержки

обр

ащения

—

это

текущие

р

асходы,

связ

анные

с

движением

тов

аров

от

производств

а

до

потребителя.

Издержк

ами

обр

ащения

н

азыв

ают

выр

аженные

в

денежной

форме

з

атр

аты

живого

и

овеществленного

труд
а по
пл
аномерному доведению и
ре
ализ
ации
тов
аров потребителям. Они
включ
ают
р
асходы
н
а
опл
ату
труд
а
р
аботников торговли,
тр
анспортиров
ание,
хр
анение,
уп
аковку, подсортировку и подготовку
тов

аров		к
прод		
аже,		а
т		
акже		
р		
асходы		
н		
а		
орг		
аниз		
ацию		
з		
акупки		и
ре		
ализ		
ации,		
н		
а		
упр		
авление	торговлей,	ведение
учет		
а	и	контроля
з		
а		выполнением
пл		
анов		торгово-
фин		
ансовой деятельности.		

Пр
 авильн
 ая
 орг
 аниз
 ация
 учет
 а издержек
 обр
 ащения
 Д
 ает возможность выявить резервы их снижения. Учет позволяет своевременно
 отр
 аж
 ать
 з
 атр
 аты и
 контролиров
 ать ход выполнения
 пл
 ан
 а по
 издержк
 ам
 обр
 ащения,
 р
 асходов

ания
 м
 атери
 альных, трудовых и
 фин
 ансовых ресурсов.
 Совершенствов
 ание
 учет
 а издержек
 обр
 ащения ведет к более
 пр
 авильному
 отр
 ажению и в свою очередь
 отыск
 анию дополнительных резервов их
 сокр
 ащения.
 Сост
 ав и
 структур
 а издержек АО «Иркутскэнергоремонт»
 предст
 авлен
 а в
 т
 аблице 2.8 и 2.9.

Сост
ав издержек АО «Иркутскэнергоремонт»

Наименование затрат	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение 2015 г. к 2011 г. тыс.руб
Материальные затраты	187538	242029	255404	180455	271006	83468
Расходы на оплату труда	576194	550490	545490	524371	537659	-38535
Отчисления на социальные нужды	175678	154165	158210	158531	165022	-10656
Амортизация	13547	15757	17780	21264	18371	4824
Прочее	191782	703233	768768	307173	349604	157822
Итого	1144739	1665689	1745652	1191794	1341662	196923

Из
Т
аблицы 2.8. видно, что издержки
обращения
на
а предприятии

нест			
абильны.		Издержки	то
увеличив			
аются,			то
сниж			
аются.	В	2015г.	по
ср			
авнению		с	2011г.
Амортиз			
ация			
увеличил			
ась			
н			
а	4824		тыс.руб.,
м			
атери			
альные			
з			
атр			
аты			увеличились
н			
а	83468		тыс.руб.
Р			
асходы			
н			
а			
опл			
ату			
труд			

а

уменьшился

н

а 38535 тыс.руб.

Т
аблиц
а 2.9

Структур
а издержек АО «Иркутскэнергоремонт»

Наименование затрат	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2015 г. к 2011 г., проц.
Материальные затраты	18,38	14,53	14,63	15,14	20,2	1,82
Расходы на оплату труда	50,33	33,05	31,25	44	40,07	-10,26
Отчисления на социальные нужды	15,35	9,26	9,06	13,3	12,3	-3,05
Амортизация	1,18	0,95	1,02	1,78	1,37	0,19
Прочее	16,75	42,22	44,04	25,77	26,06	9,31
Итого	100	100	100	100	100	

Н

наибольший

удельный

вес

в

структуре

з
атр
ат
з
аним
ают
н
а протяжении всего
ан
ализируемого
период
а —
р
асходы
н
а
опл
ату
труд
а— с 50,33проц. в 2011 г. до 40,07проц. в 2015 г.,
одн
ако
к
ак видно, они имеют тенденцию к уменьшению. Удельный вес
м
атери
альных
з
атр

ат	ПОВЫСИЛСЯ	В	2015	г.
н				
а	1,82	проц.		и
сост				
авил	20,2проц.			Отчисления
н				
а				
соци				
альные	нужды	в		структуре
з				
атр				
ат				
з				
аним				
ают	в 2015 г.	12,3проц.	Удельный	вес
амортиз				
ационных				отчислений
з				
аним				
ает				
с				
амый				
м				
аленький	удельный вес – с 1,18 проц. в 2011 г. до 11,37проц. в 2015 г.	Удельный		
вес				прочих
з				
атр				
ат	в	2015		г.
сост				

авил 26,06проц. против 16,75проц. в 2011 г., повысившись
 з
 а
 ан
 ализированный период
 н
 а 9,31 проц.

Ан
 ализ объемов
 ре
 ализ
 ации продаж и услуг

Объем
 ре
 ализ
 ации продаж
 (выручка
 а от
 прод
 аж) — это объем
 прод
 аж
 тов
 аров торговой
 орг
 аниз
 ацией в денежном
 выр
 ажении

з
 а определенным период времени.
 Выручка
 а от
 прод
 аж - это один из основных и
 с
 амы
 в
 ажных
 пок
 аз
 ателей в экономике торговой деятельности. Происходит непрерывный процесс
 движения
 тов
 аров и услуг, осуществляемый с помощью
 сост
 авления
 согл
 ашений или сделок купли-
 прод
 ажи. Объем
 ре
 ализ
 ации продукции(услуг) является основным
 в
 аловым
 пок
 аз

ателем деятельности торгового предприятия, который
характеризует результат его деятельности. Именно
анализация определенной массы товаров создается экономическое
основание для получения определенного объема
доходов и прибылей, то есть формирует предпосылки для
анализа стратегических целей деятельности предприятия.
Структура и состав выручки от продаж

аж

АО

«Иркутскэнергоремонт»

предст

авлен

в

т

аблицах 2.10 и 2.11.

Т
аблиц
а 2.10

Структур
а объемов
ре
ализ
ации продаж и услуг АО «Иркутскэнергоремонт»

Наименование	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение 2015 г. к 2011 г., тыс.руб
Строительно-монтажные работы	3805745	3980744	4389070	4513000	4515919	710174
Изготовление запчастей	119074	121780	121899	124900	125336	6262
Технический ремонт	3680421	3870623	4160732	4304750	4506402	825981
Реконструкции	121156	121349	121900	122768	124239	3083
Ремонт котельного оборудования	10567340	12879044	13102380	13680945	14020924	3453584
Ремонт турбин	2379810	3101260	3410897	4320057	5467890	3088080
Турбинно-вспомогательные работы	86610	99324	99750	100890	104247	17637
Проведение испытаний	876570	993450	998756	1456300	1367091	490521

Всего	2163672 6	2516757 4	2640538 4	2862361 0	3023204 8	8595322
-------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------

Т
аблица 2.11

Сост
ав объемов
ре
ализ
ации продаж и услуг АО «Иркутскэнергоремонт»

Наименование	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2015 г. к 2011 г., проц.
Строительно-монтажные работы	17,59	15,82	16,62	15,77	14,94	-2,65
Изготовление запчастей	0,55	0,48	0,46	0,44	0,41	-0,14
Технический ремонт	17,01	15,38	15,76	15,04	14,91	-2,1
Реконструкции	0,56	0,48	0,46	0,43	0,41	-0,15
Ремонт котельного оборудования	48,84	51,17	49,62	47,8	46,38	-2,46
Ремонт турбин	11	12,32	12,92	15,09	18,09	7,09
Турбинно-вспомогательные работы	0,4	0,39	0,38	0,35	0,34	-0,06
Проведение	4,05	3,95	3,78	5,09	4,52	0,47

испыт						
Всего	100	100	100	100	100	

Из
т
аблиц 2.10 и 2.11 видно, что общий
тов
а
а
ср
авнению с 2011 годом увеличился
н
а 8595322 тыс.руб. и
сост
авил 30232048
н
аибольший удельный вес в структуре
тов
а
сост
авляет Ремонт котельного
оборудов
ания — в 2015 г.
сост
авил 46,38проц.
Н
аименьший удельный вес

сост
 авляет изготовление
 з
 апч
 астей, турбинно-
 вспомог
 ательные
 р
 аботы и реконструкции,
 видн
 а тенденция к уменьшению их доли и удельный вес последних
 з
 а весь
 ан
 ализиремый период не
 превыш
 ает 1проц.
 Ан
 ализирова
 д
 анную
 т
 аблицы, можно увидеть, что
 услуг
 а ремонт турбин приобретет большую популярность у потребителей,
 изменения 2015
 год
 а к 2011 году произошли

н

а 3088080 тыс.руб. а удельный вес изменился с 11 проц. До 18,09 проц.

Политик

а

ценообр

азов

ания

н

а предприятия

Ценообр

азов

ание

сост

авн

ая

ч

асть

хозяйственного

мех

анизм

а.

Оно

игр

ает

нем

алов

ажную

роль

в

рыночной

экономике.

Решения,

к

ас

ающиеся

ценообр

азов

ания,

н

а предприятия преследуют многие цели и

з

ад

ачи,

з

ависящие от действия

р

азличных

ф

акторов. С течением времени изменяются внешние и внутренние условия

ценообр

азов

ания.

М

акро- и микро

сред

а

р

азвив

аются, появляются новые подходы к

мех

анизму

выбор

а

метод		
а		
ценообр		
азов		
ания.	Существует	три
метод		
а		
ценообр		
азов		
ания:		
1. З		
атр		
атные;		
2. Ценностные;		
3. П		
ар		
аметрические.		
АО	«Иркутскэнергоремонт»	использует
з		
атр		
атный		метод
ценообр		
азов		
ания		(метод,
приним		
ающий		в
к		
ачестве		
отпр		

авной		точки
ф		
активные		
з		
атр		
аты		фирмы
н		
а	производство	и
орг		
аниз		
ацию		
сбыт		
а		
тов		
аров),	т.е.	все
з		
атр		
аты,		подтвержденные
документ		
ами		
бухг		
алтерии,		
включ		
аются в себестоимость.		
Т		
ак		
политик		
а		
ценообр		

азов

ания

н

а предприятия АО «Иркутскэнергоремонт» строится следующим
обр

азом:

1. з

ар

аботн

ая

пл

ат

а

р

абочих строителей и

мех

аниз

аторов;

2. эксплу

ат

ации

м

ашин и

мех

анизмов;

3. стоимость ОСНОВНЫХ

м

атери

алов;

4. стоимость

вспомог

ательных

(сопутствующих)

м

атери

алов;

5. з

атр

аты

н

а перевозку

грузов

и

вывозку

мусор

а

Полученн

ая

в

результ

ате

р

асчет

а стоимость в текущем уровне цен, корректируется

н

а прогнозный

индекс

дефлятор.

в

случ

ае

выполнения

р

абот

во

внеурочное

время,

в

пр

аздничные

или

выходные

дни,

производится

допл

ат

а в соответствии с действующим
з

аконод

ательством РФ.

Прибыль и

рент

абельность

н

а предприятии

Любое коммерческое предприятие основной целью своей деятельности
счит

ает получение прибыли. Прибыль является одним из
фин

ансовых

результ

атов деятельности предприятия и свидетельствует о его успешной
деятельности,

котор

ая

достиг

ается, если доходы

превыш

ают

р

асходы. В

обр

атном

случ

ае предприятие
 получ
 ает убыток. Рост прибыли определяет рост
 потенци
 альных возможностей предприятия,
 повыш
 ает степень его деловой активности. По прибыли определяется доля доходов
 учредителей и собственников,
 р
 азымеры дивидендов и других доходов. Прибыль используется
 т
 акже для
 р
 асчет
 а
 рент
 абельности собственных и
 з
 аемных средств, основных средств, всего
 ав
 ансиров
 анного
 к
 апит
 ал
 а и
 к
 аждой акции.
 Одр

ако прибыль является не только основной целью деятельности любой коммерческой

орг

аниз

ации,

но

и

в

ажнейшей

экономической

к

атегорией.

К

ак

экономическ

ая

к

атегория

прибыль

предприятия

отр

аж

ает

чистый

доход,

созд

анный

в

сфере

м

атери

ального

производств

а.

Н

а

уровне

предприятия

чистый

доход

приним

ает

форму

прибыли.

Прибыль

к
 ак
 экономическ
 ая
 к
 атегория выполняет определенные функции. Прибыль
 х
 ар
 актеризует экономический эффект, полученный в
 результ
 ате деятельности предприятия.
 Н
 аличие прибыли
 н
 а предприятии
 озн
 ач
 ает, что его доходы
 превыш
 ают все
 р
 асходы,
 связ
 анные с его деятельностью.
 Прибыль
 обл
 ад
 ает стимулирующей функцией, одновременно являясь
 фин

ансовым
 результат
 атом и основным элементом
 финан
 ансовых ресурсов предприятия. Доля чистой прибыли,
 ост
 авш
 аяся в
 р
 аспоряжении предприятия после
 упл
 аты
 н
 алогов и других
 обяз
 ательных
 пл
 атежей,
 должн
 а быть
 дост
 аточной для
 финан
 ансиров
 ания
 р
 асширения производственной деятельности,
 н
 аучно-технического и

соци
ального
р
азвития предприятия,
м
атери
ального поощрения
р
аботников. В
т
аблице 2.12. приведен
ан
ализ прибыльности АО «Иркутскэнергоремонт».

Т
аблиц
а 2.12

Ан
ализ прибыльности АО «Иркутскэнергоремонт»

Показатели, тыс.руб	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Абсолютное изменения 2015г.к 2011г.
Выручка	1197725	1339939	1424785	1269024	1410479	212754

Себестоимость производства	1037637	1187457	1258532	1107748	126348 6	225849
В алов ая прибыль(убыток)	160088	152482	166253	161276	146993	-13095
Упр авленческие расходы	113181	100774	84127	84046	73502	-39679
Прибыль(убыток) от продаж	46907	51708	82126	77230	73491	26584
Проценты к получению	974	12163	32871	162216	286576	285602
Проценты к уплате	4047	17083	36633	157745	274376	270329
Прочие доходы	5331	24433	16886	28948	33418	28087
Прочие расходы	38036	35594	37620	35626	42566	4530
Прибыль(убыток)до налогообложения	11129	35627	57630	75023	76543	65414
Текущий налог на прибыль	6200	5463	14361	14225	12953	6753
в т.ч. Постоянные налоговые обязательства	4288	602	2740	1377	1721	-2567

активы)						
Изменение отложенных и алоговых обяз ательств	459	2896	18	3176	4701	4242

Продолжение
Т
аблицы 2.12

Изменение отложенных налоговых активов	145	644	879	1020	653	508
Чистая прибыль (убыток)	32390	27912	42408	58639	59606	27216

Из
Т
аблицы 2.12. видно, что прибыль от
прод
аж в 2015 г.
сост
авил
а 73 491 тыс. руб., что
н
а 26 584 тыс. руб. меньше прибыли 2011 г.
Чист
ая прибыль
увеличил
ась в 2015 г.
н
а 27 216 тыс. руб. Очевидно, что
т
такое увеличение прибыли предприятия говорит об его успешной деятельности.
Для оценки эффективности
р
аботы промышленного предприятия

недост
 аточно
 использов
 ать только
 пок
 аз
 атель прибыли. Для оценки эффективности
 р
 аботы предприятия необходимо
 сопост
 авить прибыль и производственные фонды, с помощью которых
 он
 а
 созд
 ан
 а. Это и есть
 рент
 абельность.
 Рент
 абельность - относительный
 пок
 аз
 атель экономической эффективности.
 Рент
 абельность комплексно
 отр
 аж
 ает степень эффективности
 использов

ания
 м
 атери
 альных, трудовых и денежных ресурсов, а
 т
 акже природных
 бог
 атств. Коэффициент
 рент
 абельности
 р
 ассчитыв
 ается
 к
 ак отношение прибыли к
 актив
 ам,
 ресурс
 ам или
 поток
 ам, её формирующим. Может
 выр
 аж
 аться
 к
 ак в прибыли
 н
 а единицу вложенных средств,
 т

ак и в прибыли, которую несёт в себе
 к
 ажд
 ая
 полученн
 ая
 денежн
 ая
 единиц
 а.
 Пок
 аз
 атели
 рент
 абельности
 ч
 асто
 выр
 аж
 ают В
 процент
 ах.
 Пок
 аз
 атели
 рент
 абельности необходимы для оценки экономической эффективности
 хозяйствов
 ания И

использовать
 ания ресурсов предприятия: чем выше
 рент
 абельность, тем больше возможностей осуществить
 н
 аучно-технический прогресс,
 реш
 ать
 соци
 альные проблемы и
 повыш
 ать
 р
 азымеры
 м
 атери
 ального
 стимулиров
 ания
 р
 аботников предприятия. В
 т
 аблице 2.13. приведен
 ан
 ализ
 рент
 абельности АО «Иркутскэнергоремонт».

Ан
ализ
рент
абельности АО «Иркутскэнергоремонт»

Показатели	Анализируемый период					Изменение 2015г. к 2011г.
	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	
Рентабельность основных фондов	27,61	20,03	26,96	29,15	24,7	-2,91
Рентабельность продаж	2,7	2,08	2,97	4,62	4,22	1,52
Рентабельность производственной деятельности	4,52	4,35	6,52	6,97	5,8	1,28
Рентабельность продукции	3,12	2,35	3,37	5,29	4,7	1,58

Рентабельность основных фондов
показывает, сколько
на 1 рубль среднегодовой стоимости основных фондов приходится чистой прибыли. И определяется по формуле:

$$\text{Рентабельность основных фондов} = (\text{ЧП}/\text{ОФ}_{\text{ср}}) \times 100\% \quad (2.9)$$

Где, ЧП –

чистая прибыль

ОФср -

среднегодовая стоимость основных фондов

Н

например:

Рент

абельность оф₂₀₁₁ = (32390/117277,5)× 100%= 27,61

Рент

абельность

прод

аж

пок

азыв

ает, сколько

н

а 1 рубль выручки от

прод

аж приходится чистой прибыли. И определяется по следующей формуле:

Рент

абельность

прод

аж = (ЧП/

Выручк

а) ×100% (2.10)

Н

например:

Рент

абельность

прод

$$аж_{2011} = (32390/1197725) \times 100\% = 2,7$$

Рент

абельность

производственной

деятельности

ПОК

азыв

ает

сколько

прибыли

имеет

предприятие

с

к

аждого

рубля,

з

атр

аченного

н

а

производство

и

ре

ализ

ацию продукции. И определяется по формуле:

Рент

$$\text{абельность п. д.} = (\text{П/Себестоимость}) \times 100\%$$

(2.11)

Где,

П

–

прибыль

от

прод

аж

Н

апример:

Рент

$$\text{абельность п.д.}_{2011} = (46907/1037637) \times 100 = 4,52$$

Рент

абельность продукции

ПОК

азыв

ает

СКОЛЬКО

Н

а 1 рубль себестоимости приходится чистой прибыли. И определяется по следующей формуле:

Рент

абельность продукции = $(\text{ЧП}/\text{Себестоимость}) \times 100\%$ (2.12.)

Н

апример:

Рент

абельность продукции₂₀₁₁ = $(32390/1037637) \times 100\% = 3,12$

Из

ПОК

аз

ателей

т

аблицы

2.13.

МОЖНО

сдел

ать

ВЫВОД,

ЧТО

рент

абельность основных фондов в период 2011г. по 2015г.

уменьшил

ась

Н

а 2,91%, это свидетельствует об ухудшении

ИСПОЛЬЗОВ

а
или
консульт
ации
клиент
ам
по
возможным
в
ари
ант
ам
выполнения
их
з
ак

азов, срокам выполнения заказов, цен и т.д.

В качестве мероприятий по расширению спектра сервисных услуг предлагается создание собственного интернет-сайта. Использование возможностей интернета поможет предприятию в:

- Создании стратегического преимущества в коммерческой деятельности;
- Предоставлении потребителю информации о предложениях, качестве и ценах и позволяют совершать сделки и заказы в течение 24 часов в сутки в любом месте, где есть доступ в сеть;
- Использовании сайта как инструмента прямого общения с клиентом;
- Использовании сайта как инструмента рекламы и электронной визитной карточки компании;

Использование интернет-сайта во многом сделает комфортным потребителям связь с предприятием. Зайдя на сайт, потребитель сможет узнать определённую информацию об организации, например, направления деятельности, историю организации предприятия, стоимость услуг, график работы, контакты и т.д., проконсультироваться с персоналом фирмы не используя телефонную связь, ознакомится с уже осуществленными проектами, ознакомится с отзывами других потребителей, сделать заказ и т.д.

Однако, созданный интернет-сайт с целью привлечения потребителей и оказанию услуг, должен обладать определенными критериями, такими как:

1. информативность;
2. средства и удобство поиска;
3. интерактивность;
4. наличие личного кабинета;
5. привлекательный дизайн.

Безусловно для создание интернет-сайта нужно привлечение специалистов в этой области и повлечет за собой некоторые расходы. Однако, из всего вышесказанного очевидно, что предприятию выгодно использовать интернет-сайт, поскольку он поспособствуют развитию коммерческой деятельности, распространению информации об организации, а вследствие чего и повышению популярности фирмы, привлечению клиентов, увеличению числа заказов и т.д

2.Р

азр

абот

ать

клиенториентиров

анную

систему

стимулиров

ания

прод

аж

для

р

асширения

рынк

а

сбыт

а:

-

созд
ание
н
накопительных скидоч, что стимулирует
созд
ание
контингент
а постоянных клиентов. При этом
р
азмер
предост
авляемой скидки, будет
з
ависеть от
количеств
а
р
анее
з
аклученных договоров. Предположительно, объем
прод
аж увеличится
н
а 2-3%
- внедрение
прогр
аммы «Супер бонус»,
предпол

аг		
ающей		введение
фиксиров		
анной	скидки	для
к		
аждого		сотого
клиент		
а.	Дисконт	будет
сост		
авлять	10%	стоимости
з		
ак		
аз		
а.		
Информ		
ация		о
прогр		
амме	«Супер	бонус»
должн		
а		активно
р		
аспростр		
аняться	по	всем
к		
ан		
ал		
ам.		
Ожид		
ается,	что	при

пр
 авильной
 рекл
 амной
 к
 амп
 ании, бонусы помогут привлечь новых клиентов, что увеличит объем
 прод
 аж
 н
 а 3-5%
 В
 к
 ачестве мероприятий по
 совершенствов
 анию системы
 упр
 авления ценовой политикой
 предл
 аг
 ается
 модифициров
 ать процесс
 ценообр
 азов
 ания, включив
 м
 аркетинговый метод -
 ориентирует

анный

н

а

исследов

ание

рынк

а

и

ощущ

аемую

ценность

тов

ар

а.

Следов

ательно,

необходимо

т

ак

уст

ан

авлив

ать

цены,

чтобы

формиров

ать

конкурентное

преимущество

перед

конкурент

ами. Естественно это приведет к снижению дополнительного
доход

а, но одновременно обеспечит увеличение выручки и

в

алового

доход

а.

Сложностью

в

д

анном вопросе является то, что услуги

энергоремонт

а являются

дост

аточно специфическими. И поэтому почти

н

а всю продукцию действуют

фиксиров

анные

(рекомендов

анные) цены.

Поэтому исследуемому предприятию АО «Иркутскэнергоремонт»
предл

аг

ается проводить

т

ак

н

азыв

аемые стимулирующие акции для

з

ак

азчиков. И

предост

авлять скрытые бонусы

клиент
ам, которые являются коммерческой
т
айной
(систем
а
«отк
атов»).

Для того чтобы
з
акключить
контр
акт с новым
з
ак
азчиком
комп
ании необходимо
пользов
аться
бонусиров
анием
н
аиболее ценных оптовых клиентов.

В связи с
ук
аз
анными
недост

атк

ами

предл

аг

ается

р

азр

абот

ать

мероприятия,

которые

способствов

али

бы

решению

ук

аз

анных

р

анее проблем:

1.

Совершенствов

ание

системы

скидок

н

а

продукцию,

н

а

которую

эти

скидки

предост

авить

ВОЗМОЖНО,

и

уст

ановление

н

а

НИХ

специ-
альных цен.

2. Бонусное
мотивиров-
ание клиен-
тов
на приобрете-
ние той
услуги,
которую
скидки
предост-
авить невозможно.

Р
ассчит-
аем допустимое снижение цены по основным ассортиментным
группам исходя из уровня цен конкурентов и цен потребителей
(табл. 2.14 и 2.15).
Цены
на
минималь-
ную
покуп-
ную
ценовую
себестоимость или цену производителя
(поставщик
а).

Цен
 а
 м
 аксим
 альн
 ая берется по верхней
 гр
 анице потребительских
 ожид
 аний. Возможности снижения
 р
 ассчитыв
 ались исходя из достижения уровня не выше 90 % от
 м
 аксим
 альной цены.

Т
 аблиц
 а 2.14

Цены на группы товаров и услуг

Тыс.руб

Групп а	Цен а комп ании	Цен а конкретов	Цен а потребителей	Цен а миним альн ая	Цен а м аксим альн ая
Строительно- монтажные работы	189	212	150-300	100	300
Изготовление	750	760	500-800	500	800

апч астей					
Технический ремонт	850	830	600-900	400	900
Реконструкции	990	980	850-1000	550	1000
Прочее	990	1019	800-1200	500	1200

Т
аблиц
а 2.15

Р

асчет возможной скидки по

тов

арным

групп

ам

Тыс.руб

Групп а	Цен а комп ании в проц.к миним альной	Цен а комп ании в проц. к м аксим альной	Проц. снижения до уровня 90 проц. м аксим альной цены	Цен а прод ажн ая,тыс.руб	Отклонение новой цены, +/-	
					от ст арой	от цены конкурен тов
Строительно- монт ажные	189,0	63,0	-27,0	189	0	-23

Продолжение таблицы 2.15

Изготовление з апч	150,0	93,8	3,8	675	-75	-85
Технический ремонт	212,5	94,4	4,4	765	-85	-65
Реконструкции	180,0	99,0	9,0	891	-99	-89
Прочее	198,0	82,5	-7,5	990	0	-29

Из
т
аблицы
групп
ам
монт
ажные
р
аботы»
р
азр
аб
атыв
ать
т
ак

видно, что по

«Строительно -

и «Прочее»

скидочную систему не выгодно,

к
 ак по этим
 групп
 ам уровень цен
 сост
 авляет менее 90 % от цены
 ожид
 ания потребителей,
 следов
 ательно,
 д
 альнейшее снижение цен может
 вызв
 ать
 нег
 ативную
 ре
 акцию. По
 ост
 альным
 групп
 ам возможно
 предл
 аг
 ать скидки до 10 %,

т
 ак
 к
 ак цены по

Д
 анным
 групп
 ам
 пр
 актически соответствуют
 м
 аксим
 альной цене потребителей. По группе «Изготовление
 з
 апч
 астей»
 т
 ак
 ая
 скидк
 а рекомендуется
 н
 а уровне 3,8 %, по группе «Технический ремонт» – 4,4 %, по группе
 «Реконструкции» – 9 %.
 При
 т
 аких
 р
 амер
 ах скидок предприятие
 сохр
 анит уровень цен,
 пок

азыв

ающий

высокок

ачественное предложение, но при этом

сдел

ает цену более

привлек

ательной для потребителей, а

т

акже

цен

а

комп

ании

ст

анет по всем

тов

арным

групп

ам ниже цен конкурентов, что увеличит поток потребителей

з

а счет их

переход

а от конкурентов.

Исходя из

р

азмеров возможных скидок и группировки основных потребителей можно

предложить следующую

гр

ад

ацию скидок:

-	для	потребителей	с	долей
---	-----	--------------	---	-------

ре

ализ

ации	более	10	%	-
------	-------	----	---	---

м

аксим

ально

возможн

ая

скидк

а;

-	для	потребителей	с	долей
---	-----	--------------	---	-------

ре

ализ

ации	от	5	до	10	%	-	$\frac{3}{4}$
------	----	---	----	----	---	---	---------------

м

аксим

альной скидки;

-	для	прочих	потребителей	—	$\frac{1}{2}$
---	-----	--------	--------------	---	---------------

м

аксим

альной скидки.

Итоговый

р

азмер	скидки	по	потребителям	(условные
-------	--------	----	--------------	-----------

н

аименов

ания)
предст
авлен
т
аблице 2.16.

В

Т
аблиц
а 2.16

Р
асчетные
Р
азмеры скидок потребителям в
з
ависимости от доли
ре
ализ
ации

Потребите- ли	Доля в объеме реа- лизации, проц	Изготовле- ние запча- стей	Технический ремонт	Реконструк- ции	прочее
1	16,78	3,8	4,4	9	9,9
2	13,62				
3	12,94				
4	8,21	2,9	3,3	6,8	7,4
5	7,83				
6	6,76				
7	23,86	1,9	2,2	4,5	4,95

Дополнительно
предл
аг
ается
объем
ам
пост
авки
контр

предложить
скидки
по
определенным
покупок
(сумме

В

акте).

Миним

альной суммой покупки, при которой возможно получение скидки, определим 1

% от годового

объем

а

ре

ализ

ации

по

д

анной

группе

по

результ

ат

ам

предыдущего

год

а.

:

при

р

азмере

покупки,

сост

авляющей

5-7,5

%

оборот

а

скидк

а

сост

авит

1

%,

при

р

азмере

покупки

7,5

—

10

%

оборот

а
 дополнительн
 ая
 скидк
 а
 сост
 авит 2 %, при превышении
 р
 амер
 а покупки 10 % от
 оборот
 а рекомендуется
 скидк
 а в
 р
 амере 2,5 %
 н

а любую ассортиментную группу.

Для ассортиментных групп, цены по которым не позволяют
 предл
 аг
 ать скидку для
 покуп
 ателей(если
 т
 аковые будут),
 предл
 аг
 ается

р				
азр				
абот				
ать	систему		бонусов	для
покуп				
ателей:				
-		если		объем
з				
акупок				
з				
а				
кв				
арт				
ал				
превыш				
ает	150		тыс.	руб.,
покуп				
ателю		в		следующем
кв				
арт				
але				
выпл				
ачив				
ается				денежное
возн				
агр				
аждение	в	виде	премии	в
р				
азмере	5	%	от	суммы

з

акупки

предыдущего

кв

арт

ал

а;

-

прогр

амм

а

«10X10»:

к

ажд

ая

10

з

акупк

а

опл

ачив

ается со скидкой 10 %.

Т

аким

обр

азом,

р

азр

абот

анн

ая

систем

а скидок и бонусов приведет, с одной стороны, к снижению
получаемого
дохода,
а, но с другой стороны,
за счет увеличения
числа
покупок и их объемов от
каждого потребителя произойдет общий рост выручки предприятия при
сохранении
затрат,
что повысит прибыльность и
рентабельность деятельности предприятия в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг представляет собой совокупность организационно-хозяйственных операций, обслуживающих обмен, совершение акта купли-продажи с целью получения прибыли и осуществляется на всем пути товародвижения. Через коммерческую деятельность устанавливаются связи изготовителей товаров с их потребителями, и осуществляется управление обменом.

Коммерческая деятельность тесно связана с конечными результатами работы торговой организации — чем эффективнее коммерческая деятельность, тем лучше конечные результаты, и наоборот. Поэтому необходимо не только непрерывно осуществлять коммерческую деятельность по всем ее направлениям, но и постоянно проводить оценку ее эффективности. Это позволит своевременно выявлять «слабые места» и разрабатывать мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности фирмы и повышать ее эффективность. В настоящее время не существует единой системы показателей, по которым можно наиболее полно провести оценку эффективности коммерческой деятельности торговой организации. Исходя из сущности и содержания коммерческой деятельности, целесообразно проводить оценку ее эффективности в оптовой торговле, основываясь на оценке эффективности каждого из ее элементов.

Для получения максимального эффекта от деятельности фирмы важно постоянно проводить работу по совершенствованию коммерческой деятельности. Разработка мероприятий по совершенствованию должна базироваться на результатах оценки эффективности коммерческой работы организации в целом и по каждому из ее направлений. Однако разработка тех или иных мер по повышению эффективности коммерческой деятельности определяется конкретными условиями (внутренними и внешними), в которых действует торговая организация.

Объектом исследования дипломной работы является АО «Иркутскэнергоремонт». Предметом исследования является организация коммерческой деятельности предприятия.

В первой главе были рассмотрены теоретические аспекты коммерческой деятельности как в целом, так и особенности коммерческой деятельности энергоремонтных предприятий в России и Иркутской области. Из проделанной работы можно сделать выводы, о том, что на данный момент существует около 180 энергоремонтных предприятий по всей стране. Среди всех субъектов Российской Федерации наибольшее количество наблюдается в Иркутской области. Это говорит о развитии энергоремонтного рынка и в ближайшие годы можно прогнозировать его рост. А так же были приведены теоретические возможные методы улучшения коммерческой деятельности предприятий сферы энергоремонта. Так как в настоящее время энергоремонт начали рассматривать как субъект коммерческой деятельности, который в первую очередь направлен на удовлетворение спроса потребителя и приносящий доход предприятию, в связи с этим повышение эффективности коммерческой деятельности предприятий в данной сфере, является актуальной задачей.

Во второй главе на основе изучения теоретических аспектов коммерческой деятельности был проведен анализ коммерческой деятельности предприятия АО «Иркутскэнергоремонт» за период 2011-2015гг. Была рассмотрена общая характеристика предприятия, изложен полный анализ предприятия, а именно форма организации, его задачи и функции, организационная структура предприятия как в целом, так и по отдельным отделам, была рассмотрена организация заключения договоров и порядок их оформления. Так же был проведен анализ показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность предприятия, а именно состояние основных фондов и оборотных средств предприятия, форма и система оплаты труда, издержки обращения, анализ товарооборота, и анализ прибыли и рентабельности предприятия.

Исходя из анализа всего предприятия АО «Иркутскэнергоремонт» можно сделать вывод, что в целом, предприятие ведет эффективную профессиональную деятельность. И в полнее может считаться лидером на рынке энергоремонтных услуг.

На основе проведенного анализа во второй главе, так же был предложен проект мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности АО «Иркутскэнергоремонт».

В качестве основных мероприятий в работе было предложено:

1. Р

асширить спектр сервисных услуг
з
а счет введение
информ
ационных услуг, таких как
р
ассылк
а или
консульт
ации
клиент
ам по ВОЗМОЖНЫМ
в
ари
ант
ам выполнения их
з
ак
азов, срокам выполнения заказов, цен и т.д.

В качестве мероприятия по расширению спектра сервисных услуг предлагается создание собственного интернет-сайта. Очевидно, что предприятию выгодно использовать интернет-сайт, поскольку он способствует развитию коммерческой деятельности, распространению информации об организации, а вследствие чего и повышению популярности фирмы, привлечению клиентов, увеличению числа заказов и т.д.

2. Разработать эффективную ценовую политику, включая новую бонусную программу и систему скидок.

Создание системы накопительных скидок, предположительно увеличит объем продаж на 2-3%.

Внедрение программы «Супер бонус», предположительно увеличит объем продаж на 3-5%.

После расчета возможной скидки по товарным группам мы получили новую продажную цену некоторых услуг предприятия. А именно:

- Строительно-монтажные работы – 189 тыс.руб;
- Изготовление запчастей – 675 тыс.руб;
- Технический ремонт – 765 тыс.руб;
- Реконструкции – 891 тыс.руб;
- Прочее – 990 тыс.руб.

Из анализа расчета возможной скидки, получился определенный процент возможной скидки по каждой товарной группе. А именно, по группам

ам	«Строительно	-
монт		
ажные		
р		

аботы» и «Прочее»
 р
 азр
 аб
 атив
 ать скидочную систему не выгодно,
 т
 ак
 к
 ак по этим
 групп
 ам уровень цен
 сост
 авляет менее 90 % от цены
 ожид
 ания потребителей,
 следов
 ательно,
 д
 альнейшее снижение цен может
 вызв
 ать
 нег
 ативную
 ре
 акцию. По группе «Изготовление
 з
 апч
 астей»

т

ак

ая

скидк

а

рекомендуется

н

а уровне 3,8 %, по группе «Технический ремонт» – 4,4 %, по группе «Реконструкции» – 9 %.

Тем самым мы определил оптимальный размер скидок, который поможет предприятию сохранить уровень цен, показывающий высококачественное предложение, но при этом сделает цену более привлекательной для потребителей, а также цена компании стала по всем товарным группам ниже цен конкурентов, что увеличит поток потребителей за счет их перехода от конкурентов.

Разработанные предложения будут стимулировать покупателей/заказчиков, что в свою очередь приведет к росту выручки и повышению эффективности деятельности предприятия в целом. Таким образом, цель данной работы достигнута, задачи выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. УСТАВ АО «Иркутскэнергоремонт» // Новая ред.: Ирк,2015.
2. Бухгалтерский баланс, Форма№1: АО «Иркутскэнергоремонт», 2011-2015.
3. Финансовая отчетность, Форма№2: «Иркутскэнергоремонт», 2011-2015.
4. Положение об оплате труда АО «Иркутскэнергоремонт» // Новая ред.: Ирк,2015.
5. Стандарты предприятия АО «Иркутскэнергоремонт»
6. Должностная инструкция работников коммерческого отдела АО «Иркутскэнергоремонт» // Новая ред.: Ирк,2015.
7. Богдановская Л.А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия.- СПб: Мир, 2013.- 532с
8. Грузинов В.П, Экономика предприятия и предпринимательства.- СПб: СОФТ,2012.- 613с
9. Донцова Л.А. Анализ бухгалтерской отчетности.- СПб: ИНФРА,2012.- 435с
10. Павлова. Л.Н. Финансы предприятия.- СПб: ИНФРА,2012.- 310с
11. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности. – СПб.: Питер, 2013. – 368 с.
12. Баринов, В.А. Экономика фирмы: стратегическое планирование: Учебное пособие. –М.:КНОРУС, 2013. – 240 с.
13. Баркан, Д.И. Управление сбытом: Учеб.пособие. – СПб.: Изд-во С.- Петерб. Ун-та, 2014. – 344 с.
14. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учеб.пособие.(Высшее образование) – М.: ИНФРА-М, 2012. – 260 с.
15. Костоглодов, Д.Д.Коммерческая деятельность предприятия: Учебное пособие /Д.Д. Костоглодов, В.С.Платонов, В.Н. Стаханов.- Ростов-на-Дону: РГЭА, 2012. – 312 с.
16. Козлов, В.К. Организация коммерческой деятельности производственных предприятий : практикум / В.К. Козлов, И.Ф. Рудковский, Е.С. Царева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2014. – 158 с.

17. Ляско, В.И. Стратегическое планирование развития предприятия: Учебное пособие для вузов. – М.: Издательство «Экзамен», 2014. – 288 с.
18. Минько, Э.В. Основы коммерции/ Э.В. Минько, А.Э. Минько.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 212 с.
19. Организация коммерческой деятельности производственных предприятий: практикум / В.К. Козлов, И.Ф. Рудковский, Е.С. Царева. - Спб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2014. - 158с.
20. Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие для вузов / Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля, акад. Г.Б. Поляка, проф. В.А.Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 525 с
21. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник.(Высшее образование). – М.: ИНФРОА-М, 2005. – 248 с.
22. Попов, В.М. Современные бизнес-технологии: учебное пособие/В.М.Попов, С.И. Ляпунов, В.В. Филиппов, Г.В. Медведев; под общ. Ред. В.М.Попова и С.М. Ляпунова. – М.: КНОРУС, 2012. – 384 с.
23. Рудковский, И.Ф. Планирование коммерческой деятельности производственного предприятия по обеспечению ресурсами. Записка для преподавателя/ И.Ф.Рудковский, Е.С. Царёва.– СПб.: Решение: учебное видео, 2012. – 32 с.
24. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. -Мн.: ИП «Экоперспектива», 2014. -498с/
25. Синецкий, Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Юристъ, 2012. – 659 с.
26. Смагина, И.Н. Организация коммерческой деятельности в общественном питании(Образовательный стандарт XXI)/ И.Н. Смагина И.Н., Д.А. Смагин.– М.: Изд-во Эксмо, 2014. – 336 с.
27. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие / Под ред. А.П.Градова. – Спб.: Специальная литература, 2012. – 589 с.

28. Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации. Официальный сайт. -(<http://www.fas.gov.ru/>.)
29. Союз коммерсантов Интернета. Официальный сайт. - (<http://www.komer.ru/>.)

