

УДК 338.012

Анализ промышленного предприятия на примере ОАО «Тяжмаш»

*Кадыркулова А.М., студент
Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Промышленная логистика»*

*Научный руководитель: Толмачев О.М., к.э.н, доцент
Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана
oltom@ibm.bmstu.ru*

«Тяжмаш» - крупное российское машиностроительное предприятие, занимающее одно из первых мест в области тяжелого, энергетического и транспортного машиностроения в мире. На сегодняшний день объединение состоит из трех компаний, работающих в России и Чехии. Это ОАО «Тяжмаш», ЗАО «Кардан» и ŠKD Blansko Holding a.s. Продукция ОАО «Тяжмаш» поставляется в более чем 30 стран мира. Компания имеет филиалы и представительства в странах: Сальвадор, Панама, Колумбия, Вьетнам, а также в городах России.

Основными потребителями продукции являются горнодобывающие и металлургические предприятия, тепловые, атомные и гидроэлектростанции, ракетно-космические стартовые комплексы, транспортные и строительные организации.

К деловым партнерам относятся: Dassault Systemes, Федеральное космическое агентство «Роскосмос»; Европейское космическое агентство; Babcock Borsig Service GmbH; KHD HUMBOLDT ENGINEERING; «Силовые машины»; Шеньянская корпорация тяжелого машиностроения; Voith Siemens; General Electric.

На предприятии действует линейно-функциональная организационная структура. Данная структура управления обеспечивает четкость системы взаимодействия подразделений, разграничение ответственности, возможность быстрой реакции исполнительных подразделений на указания, полученные свыше. Но недостаток структуры заключается в отсутствии звеньев, которые вырабатывают общую стратегию работы. Управление предприятием имеет слабую гибкость и плохо приспосабливается к изменениям. На рис.1. представлена действующая организационная структура ОАО «Тяжмаш».

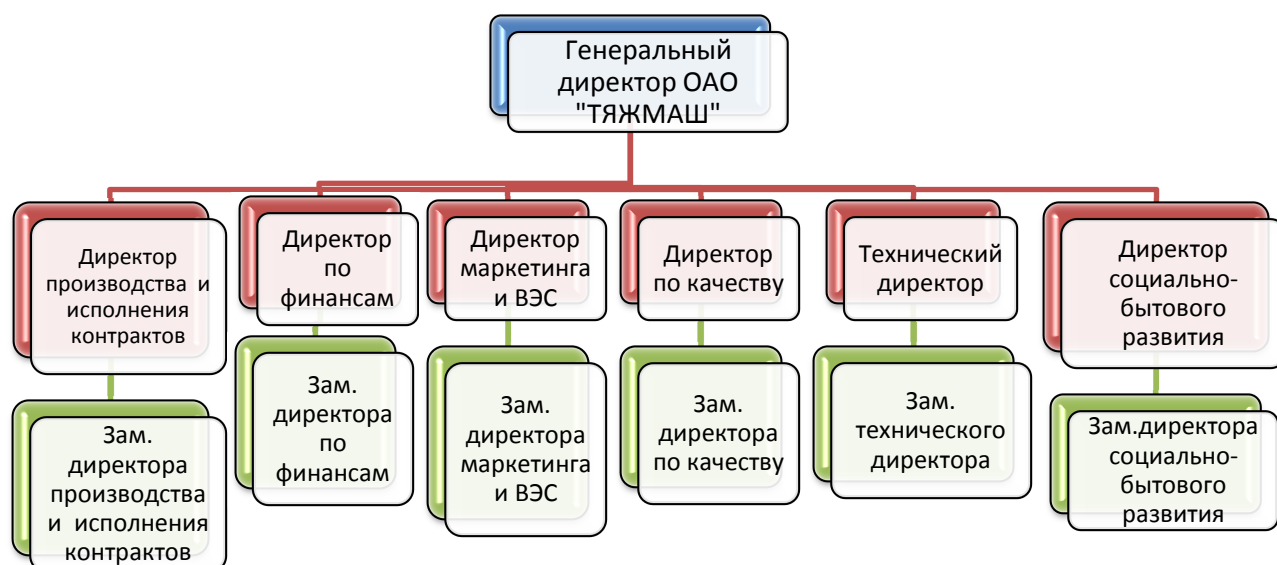


Рис.1. Организационная структура ОАО «ТЯЖМАШ»

Предприятие Тяжмаш производит следующие виды продукции:

- Оборудование для горнодобывающей, металлургической и строительной промышленности
- Оборудование для тепловых электростанций (ТЭС), работающих на твердом топливе
- Оборудование для гидроэлектростанций (ГЭС)
- Оборудование для атомных электростанций (АЭС)
- Краны мостовые
- Оборудование для промышленной подготовки нефти.

На рис. 2 и табл.1. приведена динамика показателей прибыли за 2012 и 2013 год. За 2013 год получило чистую прибыль в 1,92 млрд. руб., что в 6,57 раза выше показателя за аналогичный период прошлого года. Прибыль до налогообложения общества "ТЯЖМАШ" за 2013 год выросла в 6,35 раза, достигнув 2,40 млрд. руб. Прибыль от продаж выросла в 5,69 раз и валовая прибыль достигла 2,67 млрд. рублей, что в 2,11 раз выше показателя за прошлый год.

Таблица 1

Показатели прибыли за 2012 и 2013 год.

	2013 год	2012 год
Чистая прибыль(убыток)	1,92 млрд.руб.	0,29 млрд. руб.
Прибыль до налогообложения	2,40 млрд. руб.	0,38 млрд. руб.
Прибыль от продаж	2,67 млрд.руб.	0,47 млрд. руб.
Валовая прибыль	4,48 млрд. руб.	2,13 млрд. руб.

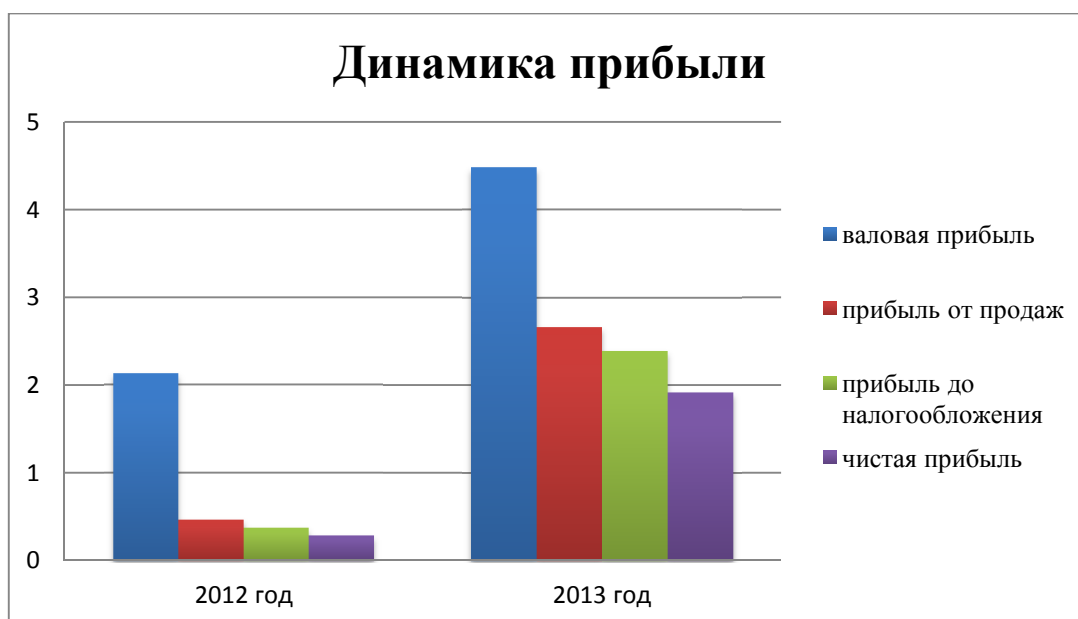


Рис. 2. Диаграмма динамики показателей прибыли предприятия

PEST анализ

В условиях жесткой конкуренции макросреды стало невозможным пользоваться традиционными методами финансового исследования, стало необходимым действовать с практической точки, проводить исследования нового вида, где учитываются множество факторов внешних и внутренних условий производства предприятия. Поэтому проведем *PEST-анализ*, выявляющий политические, экономические, социальные, технологические зависимости предприятия от внешних воздействий на ведение успешного бизнеса.

Напротив каждого фактора ставим коэффициент значимости фактора, при условии, что сумма всех факторов по каждой среде равна 1. Затем каждый из них оценивается экспертами организации по десятибалльной шкале, находим числовой показатель каждого фактора, умножая коэффициент на оценку (табл.2).

Таблица 2

Степень влияния факторов по результатам PEST-анализа

Факторы		Коэффициент	Оценка степени влияния	Показатель
<i>P</i>	Стремление к протекционизму отрасли.	0,65	8	5,2
	Налоговая политика (тарифы и льготы)	0,25	5	1,25
	Проведение антикоррупционных	0,10	5	0,5

	мероприятий (анализ и уточнение должностных обязанностей работников, исполнение которых в наибольшей мере подвержено риску коррупционных проявлений)			
E	Уровень инфляции	0,20	8	1,6
	Поддержка инвестиций в отрасль	0,50	9	4,5
	Объемы импорта и экспорта	0,15	7	1,05
	Увеличение покупательной стоимости ресурсов	0,15	7	1,05
S	Высококвалифицированный персонал	0,70	8	5,6
	Экологические требования к производимой продукции	0,30	7	2,1
T	Уровень инноваций и технологического развития отрасли	0,80	9	7,2
	Доступ к новейшим технологиям	0,20	6	1,2

Подведем итоги, по данным табл. 2, по мнению экспертов *в политической среде* наиболее важным фактором является «Стремление к протекционизму отрасли». Это означает, что предприятие стремится защитить отрасль тяжелого машиностроения и завоевать внешние рынки путем экспорта капитала, демпинга. *В экономической среде* наиболее важными факторами являются «Уровень инфляции» и «Поддержка инвестиций в отрасль». Необходимы институциональные и финансовые возможности государства для поддержания данного предприятия.

Социальная среда. Начала внедряться в жизнь программа обучения молодых специалистов, которые будут проходить обучение в высших учебных заведениях и курсах повышения квалификации за счет средств предприятия. По экологической проблеме необходимо улучшить свойства продукции, эксплуатационные характеристики, состав.

Технологическая среда. Необходимо внедрить новые технологии, благодаря которым предприятие сможет сократить затраты на проектирование, затраты на подготовку технической документации.

SWOT анализ

Состояние компании зависит от того, насколько успешно она способна реагировать на различные воздействия извне, поэтому следующим этапом будет исследование микросреды предприятия. Одним из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие предприятия можно

назвать *SWOT анализ*. SWOT анализ дает (табл.3.) четкое представление о ситуации и показывает, в каких направлениях нужно действовать, используя сильные стороны, чтобы максимизировать возможности и свести к минимуму угрозы и слабости.

Таблица 3

SWOT анализ

Сильные стороны (Strengths)	Возможности (Opportunities)
<ul style="list-style-type: none"> • Высокое качество продукции • Высокая квалификация персонала • Развитая сеть представительств как в России так и в странах ближнего и дальнего зарубежья; • Известный лидер рынка 	<ul style="list-style-type: none"> • Выход на новые рынки или сегменты рынка • Новые инвестиции • Реклама в заинтересованных промышленных кругах
Слабые стороны (Weaknesses)	Угрозы (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> • Высокие финансовые потери от брака • Устаревшее оборудование • Высокие издержки на производство продукции и их постоянный рост, связанный с агрессивной ценовой политикой основных поставщиков сырья; 	<ul style="list-style-type: none"> • Потеря договора на крупную поставку продукции • Поставка некачественного сырья • Возможность появления новых конкурентов

Для каждой из характеристик определим оценку (экспертная оценка силы фактора от 1 до 10) и вес (вероятность наступления/обострения). В достижение конкурентных преимуществ важную роль играют сильные стороны (табл.4.)

Таблица 4

Сильные стороны

Фактор	Оценка силы фактора	Вес фактора для рынка	Степень влияния фактора	Действия
Высокое качество продукции	7	0,7	4,9	Поддерживать, развивать, искать возможности расширения
Высокая квалификация персонала	4	0,6	2,4	Усиливать, стимулировать, развивать
Развитая сеть представительств, как в России, так и в странах ближнего и дальнего зарубежья	7	0,4	2,8	Поддерживать, развивать, искать возможности расширения
Известный лидер	8	0,8	6,4	Сохранять свои

рынка				лидерские позиции по этому показателю
-------	--	--	--	---------------------------------------

При анализе слабых сторон надо помнить о том, что при правильном воздействии они могут стать сильными сторонами (табл.5.) Поэтому главный вопрос, который стоит перед нами: «Как обратить слабость в преимущество».

Таблица 5

Слабые стороны

Фактор	Оценка силы фактора	Вероятность обострения	Степень влияния фактора	Действия
Высокие финансовые потери от брака	8	0,7	5,6	Тщательная проверка сырья, материалов на дефекты, наладка оборудования и инструментов, правильность в нормативно-технических документах
Устаревшее оборудование	5	0,6	3,0	Проводить профилактическую работу, разработать программу изменений
Высокие издержки на производство продукции и их постоянный рост, связанный с агрессивной ценовой политикой основных поставщиков сырья	6	0,7	4,2	Закупить сырье по наиболее выгодным ценам и на более длительный срок

Возможности (табл.6.) – это благоприятные факторы внешней среды. За счет хороших возможностей можно компенсировать слабые стороны.

Таблица 6

Возможности

Фактор	Оценка силы фактора	Вероятность наступления события	Степень влияния фактора	Действия
Выход на новые рынки или сегменты	6	0,6	3,6	Осваивать новые рынки, завоевывать

рынка				большую долю рынков тех стран, в которых уже присутствуют
Новые инвестиции	7	0,8	5,6	Поиск государственных и иностранных инвестиций
Реклама в заинтересованных промышленных кругах	5	0,6	3	Участие в выставках, публикации в научных журналах, теле, радио вещание.

Угрозы (табл.7.) – факторы внешней среды, препятствующие достижению поставленных целей. Выявление угроз позволяет вовремя принять необходимые меры защиты.

Таблица 7

Угрозы

Фактор	Оценка силы фактора	Вероятность наступления события	Степень влияния фактора	Действия
Потеря договора на крупную поставку продукции	7	0,7	4,9	Подписание договора о страховании финансовых рисков, что обезопасит предприятие от потери средств
Поставка некачественного сырья	0,4	6	2,4	Проверка сырья при поставке.
Возможность появления новых конкурентов	0,4	4	1,6	Выпуск новой продукции или модернизация действующей

От сочетания сил и слабостей, возможностей и угроз можно дать оценку бизнеса по модели Ф. Котлера. Получилось, что в равной мере присутствуют возможности и угрозы, выраженные не слишком сильно, степень влияния на организацию не превышает среднего уровня, организация обладает достаточными силами, чтобы противостоять опасностям. Это модель зрелого бизнеса.

Финансовое положение

На основе годовой бухгалтерской отчетности предприятия за 2009-2013 год оценим финансовое положение предприятия с помощью коэффициентов финансовой устойчивости, рентабельности продукции ликвидности.

В табл.8. представлены относительные показатели финансовой устойчивости

Таблица 8

Показатели финансовой устойчивости

Показатели	Критерий	Формула расчета
Коэффициент концентрации собственного капитала (коэффициент автономии)	$\geq 0,5$	$K_a = \frac{C_k}{C_a}$ C_k – собственный капитал C_a – суммарный актив
Коэффициент финансовой зависимости	$\geq 0,5$	$K_z = \frac{C_a}{C_k}$
Коэффициент маневренности собственного капитала	$\geq 0,5$	$K_m = \frac{C_{oc}}{C_k}$ C_{oc} – собственные оборотные средства
Коэффициент долгосрочных обязательств к суммарным активам	$\geq 0,5$	$K_{zk} = \frac{O_d}{C_a}$ O_d – долгосрочные обязательства
Коэффициент реальной стоимости имущества	$\leq 0,5$	$K_{pa} = \frac{O_c + P_z + P_n}{A}$ O_c – основные средства P_z – производственные запасы P_n – незавершенное производство A – активы
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	$\geq 0,3$	$K_{oc} = \frac{C_k - A_b}{O_a}$ C_k – собственный капитал A_b – внеоборотные активы
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	≤ 1	$K_{z/c} = \frac{D_o + K_o}{C_k}$ D_o – долгосрочные

		обязательства К _о – краткосрочные обязательства
--	--	--

Таблица 9

Коэффициенты финансовой устойчивости предприятия

Показатели	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год
Коэффициент концентрации собственного капитала (автономии)	0,70	0,60	0,50	0,50	0,50
Коэффициент финансовой зависимости	1,70	2,00	2,10	2,80	2,40
Коэффициент долгосрочных обязательств	0,01	0,01	0,12	0,15	0,16
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,30	0,30	0,30	0,40	0,50
Коэффициент собственного и заемного капитала	0,40	0,50	1,00	1,40	1,30
Коэффициент реальных активов имущества предприятия	0,40	0,40	0,50	0,60	0,60
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,40	0,30	0,30	0,20	0,30

Анализируя коэффициенты финансовой устойчивости, за рассматриваемый период, можно сказать, что:

- значение коэффициентов концентрации собственного капитала (автономии) за анализируемый период уменьшается, но показатели находятся в допустимых пределах и, исходя, из этого следует, что предприятие имеет стабильное финансовое положение, и независимо от внешних кредиторов;

- коэффициент финансовой зависимости, является обратным коэффициенту автономии, который за анализируемый период, увеличивается с каждым годом, это говорит о том, что у предприятия увеличивается заемный капитал, в общей сумме

источников финансирования, что не улучшает его финансового состояния;

- коэффициент долгосрочных обязательств, говорит нам о том, что предприятие с каждым годом повышает свою надежность и качество стратегического планирования;

- коэффициент маневренности собственного капитала находился в пределах рекомендуемого значения, что свидетельствует о стабильности собственного капитала;

- коэффициент собственного и заемного капитала в последние годы увеличился, это означает, что обязательства предприятия могут быть покрыты собственными средствами;

- анализируя, коэффициент реальных активов имущества предприятия показал, что доля реальных активов в имуществе предприятия за последние годы увеличилась, следовательно, предприятие имеет устойчивое финансовое;

- коэффициент обеспеченности собственными средствами с 2009 года по 2013 год имеет нестабильное положение, таким образом, можно сделать вывод, что у предприятия не достаточно собственных оборотных активов.

Проанализировав деятельность предприятия ОАО «Тяжмаш», можно сделать следующие выводы, что линейно-функциональная организационная структура позволяет обеспечить четкость взаимодействия подразделений и разграничить ответственность, но есть и негативные явления данной структуры, это отсутствие звеньев, которые вырабатывали бы общую стратегию фирмы, поэтому управление предприятием имеет слабую гибкость и плохо приспосабливается к изменениям.

Что касается динамики прибыли, то мы наблюдаем положительную тенденцию. За 2013 год предприятие получило чистую прибыль в 1,92 млрд. руб., что в 6,57 раза выше показателя за аналогичный период прошлого года. Прибыль до налогообложения общества "ТЯЖМАШ" за 2013 год выросла в 6,35 раза, достигнув 2,40 млрд. руб. Прибыль от продаж выросла в 5,69 раз и валовая прибыль достигла 2,67 млрд. рублей, что в 2,11 раз выше показателя за прошлый год.

Изучив макросреду предприятия, стало очевидным, что предприятию необходимо внедрить новые технологии, которые позволят сократить затраты на проектирование и подготовку технической документации. Поэтому также необходимы финансовые возможности государства для поддержания данного предприятия.

Оценив сочетания сил и слабостей, возможностей и угроз, получили, что в равной мере присутствуют возможности и угрозы, выраженные не слишком сильно, степень влияния на организацию не превышает среднего уровня, организация обладает

достаточными силами, чтобы противостоять опасностям. ОАО «Тяжмаш» относится к модели зрелого бизнеса.

На основе годовой бухгалтерской отчетности предприятия за 2009-2013 год оценили финансовое положение предприятия. В целом предприятие имеет неустойчивое финансовое положение, которое влечет за собой нарушение платежеспособности предприятия, когда восстановление равновесия возможно за счет пополнения источников собственных средств и ускорения оборачиваемости запасов. Предприятие зависимо от заемных средств и внешних кредиторов. Следует оптимизировать структуру пассивов, а также обосновать снижение уровня запасов и готовой продукции на складе.

Список литературы

1. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: Финпресс, 1999. 656 с.
2. Портер М. Конкурентное преимущество. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 715 с.
3. Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг. М.: ИНФРА-М, 2013. 288 с.
4. Матанцев А.Н. Анализ рынка. Настольная книга маркетолога. М.: Альфа-Пресс, 2009. 552 с.
5. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности. М.: Дело и Сервис, 2004. 336 с.
6. Бронникова Т.С., Чернявский А.Г. Маркетинг: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2013. 300 с.
7. Бабанова. Ю.В. Инструменты стратегического анализа: руководство к действию. М.: Альфа-Пресс, 2014. 104 с.