**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ**

**ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**«ЛЭТИ» ИМ. В. И. УЛЬЯНОВА (ЛЕНИНА)**

**Кафедра прикладной экономики**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**по дисциплине «Экономика»**

**на тему: «Анализ конкурентоспособности компании и ее продукции»**

Выполнил студент: 3283 Летников А.Б.

(номер группы) (подпись) (Ф.И.О.)

Проверил преподаватель: Латынцева С. В.

(подпись) (Ф.И.О.)

Санкт-Петербург

2024

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ**

**ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**«ЛЭТИ» ИМ. В. И. УЛЬЯНОВА (ЛЕНИНА)**

**Кафедра прикладной экономики**

**ЗАДАНИЕ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ**

студенту группы 3283 Летников А.Б.

(номер группы) (Ф.И.О.)

Тема работы Анализ конкурентоспособности

компании и ее продукции

1. Исходные данные: описать рассматриваемое предприятие товара (услуги); провести общее исследование рынка выбранного товара (услуги), предполагающее сбор информации о рыночной конъюнктуре, существующих конкурентах, а также информации для оценки конкурентоспособности товара; оценить конкурентоспособность товара (услуги), предлагаемого рассматриваемым предприятием; разработать предложения по укреплению конкурентных позиций рассматриваемого предприятия.
2. Содержание пояснительной записки: титульный лист, задание, аннотация, содержание, введение, разделы (\*), заключение, список использованных источников, приложения.

Задание выдал (руководитель работы) Латынцева С. В.

(подпись) (Ф.И.О.)

Задание принял к исполнению студент Летников А.Б.

**АННОТАЦИЯ**

Летников А.Б. Анализ конкурентоспособности компании и ее продукции: Курсовая работа. СПб. СПбГЭТУ, 2024. (кол-во страниц) c.

Данная курсовая работа посвящена анализу конкурентоспособности компании по производству светодиодного освящения ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”. Проводится общее исследование рынка ламп для промышленного освящения. Оценивается конкурентоспособность этих ламп среди основных конкурентов. Разрабатываются предложения по укреплению конкурентных позиций ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ | 5 |
| 1. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 6 |
| 1.1. Общая характеристика предприятия | 6 |
| 1.2. Анализ технико-экономических и финансовых показателей деятельности | 8 |
| 1.3. Анализ конкурентных преимуществ предприятия | 15 |
| 1.3.1. Анализ конкурентоспособности предприятия с использованием SWOT-анализа | 15 |
| 1.3.2. Определение типа рынка и сравнительные характеристики конкурентов | 18 |
| 1.3.3. Определение емкости рынка | 20 |
| 2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 22 |
| 2.1. Характеристика выпускаемой продукции | 22 |
| 2.2. Оценка конкурентоспособности продукции | 24 |
| 2.3. Предложения по укреплению конкурентных позиций продукции | 29 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 31 |
| Список литературы | 32 |
| Приложения | 34 |

## **ВВЕДЕНИЕ**

Целью данной работы является оценка конкурентоспособности предприятия, производящего промышленные осветительные приборы, которая включает в себя следующие пункты:

* описание рассматриваемого предприятия-производителя товара;
* проведение общего исследования рынка товара, включающее сбор информации о рыночной конъюнктуре, существующих конкурентах, а также информации для оценки конкурентоспособности товара;
* оценка конкурентоспособность товара, предлагаемого рассматриваемым предприятием.

Итогом данной работы является разработка предложений по укреплению конкурентных позиций производства, основанная на результатах, полученных в ходе обработки собранной информации.

Оценка конкурентоспособности является неотъемлемой и необходимой частью успешного запуска и работы предприятия, в частности по производству осветительных приборов.

Уровень освещенности предприятия является важной характеристикой, которая регламентируется ГОСТами. Она влияет на результативность производства и уровень безопасности труда.

Исходя из этих данных можно сделать выводы о том, что данная сфера является актуальной и будет сохранять свои позиции.

## **АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **Общая характеристика предприятия**

Характеристика предприятия приведена в таблице 1 [1].

*Таблица 1- Характеристика предприятия*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Характеристика | Содержание |
| 1 | Название предприятия, дата образования, адрес | ООО“БЕЛОРЕЦКИЙ ЭЛЕКТРО-МЕХАНИЧЕСКИЙ ЗАВОД "МАКСИМУМ””  28.05.1999  453510, Республика Башкортостан, р-н Белорецкий, г Белорецк, ул Тюленина, д. 26 |
| 2 | ИНН  ОГРН | 0256010216  1020201623914 |
| 3 | Организационно-правовая форма | ООО |
| 4 | Форма собственности | Частная |
| 5 | Величина уставного капитала | 1 млн. руб. |
| 6 | Виды деятельности | Производство электрических ламп и осветительного оборудования (код по ОКВЭД 27.40)  Производство инструмента(код по ОКВЭД 25.73)  Производство металлических бочек и аналогичных емкостей(код по ОКВЭД 25.91)  Производство изделий из проволоки и пружин (код по ОКВЭД 25.93.1)  Производство крепежных изделий(код по ОКВЭД 25.94) |
| 7 | Виды продукции (товаров, услуг) | Специализируются на производстве светильников. Являются исполнителями крупных заказов. |
| 8 | Организационная структура | Масштаб бизнеса: средний  Число филиалов: 1  Наличие дочерних компаний: нет  Численность персонала на 2024 год: 149 |
| 9 | Дополнительные сведения | - |

Исходя из данных в таблице 1, можно сказать, что данное предприятие является достаточно крупным и давно существующим представителем данной отрасли (средний возраст по рынку: 8 лет). Основным направлением деятельности является изготовление осветительного оборудования, но не единственным. Высока вероятность того, что остальные направления являются “вспомогательными”, то есть позволяют более эффективно решать вопросы связанные с основным.

## **Анализ технико-экономических и финансовых показателей деятельности**

Для анализа показателей деятельности предприятия были использованы данные официальной финансовой отчетности предприятия в составе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. Информация была получены на сайте федеральной налоговой службы “БФО” [2].

Анализ включает в себя оценку финансовой устойчивости, платежеспособности, эффективности деятельности предприятия.

1. Оценка финансовой устойчивости

Коэффициент автономии характеризует долю собственного капитала в общей сумме средств, вложенных в его деятельность (в валюте баланса):

где СК – собственный капитал (итог III раздела баланса); ВБ – валюта баланса.

Пример расчета:

Коэффициент соотношения собственного и заемного капиталов (финансового рычага) также характеризует финансовую устойчивость предприятия:

где ЗК – заемный капитал как сумма долгосрочных и краткосрочных обязательств (сумма итогов IV и V разделов баланса); СК – собственный капитал (итог III раздела баланса).

Пример расчета:

Результаты представлены в таблице 2.

*Таблица 2– Показатели финансовой устойчивости*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 1-я  отчетная дата | 2-я  отчетная дата | 3-я  отчетная дата | Рекомендуемое значение |
| Коэффициент автономии КА | 0,81 | 0,82 | 0,78 | > 0,5 |
| Коэффициент финансового  рычага КФР | 0,23 | 0,22 | 0,27 | < 1 |

Исходя из данных представленных в таблице 2, можно сказать, что показатели находятся в рамках рекомендуемых значений, предприятие достаточно финансово устойчиво, стабильно и независимо от внешних кредиторов, при этом имеет низкую зависимость от заемных средств и высокий заемный потенциал.

1. Оценка платежеспособности

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена немедленно, за счет имеющихся денежных средств и краткосрочных финансовых вложений:

где ДС – денежные средства (Cумма “Денежных средств и денежных эквивалентов” и “Финансовых вложений”) [3]; КО – краткосрочные обязательства (итог V раздела баланса).

Пример расчета:

Коэффициент текущей ликвидности характеризует способность погашать краткосрочные обязательства при условии продажи всех оборотных активов:

где ОА – сумма оборотных активов (итог II раздела баланса); КО – краткосрочные обязательства (итог V раздела баланса).

Пример расчета:

Результаты представлены в таблице 3.

*Таблица 3-* Показатели ликвидности

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 1-я  отчетная дата | 2-я  отчетная дата | 3-я  отчетная дата | Рекомендуемое значение |
| Коэффициент абсолютной  ликвидности КАЛ | 2,52 | 2,95 | 1,86 | 0,15 ... 0,5 |
| Коэффициент текущей  ликвидности КТЛ | 4,47 | 4,69 | 3,71 | > 2 |

По данным представленным в таблице 3 можно судить о том, что предприятие может немедленно погасить свои краткосрочные обязательства, причем с избытком, так как КАЛ превышает рекомендуемые значения не менее чем в 5 раз. Из этого можно сделать вывод, что компания не оправдано берет займы. Показатели коэффициента текущей ликвидности находятся в рекомендуемой зоне и говорят о том, что компания легко погасит краткосрочные обязательства при продаже всех оборотных активов. Платежеспособность компании находится на высоком уровне

1. Оценка эффективности деятельности предприятия

Фондоотдача – показатель эффективности использования основных средств предприятия:

где ЧВ – годовая чистая выручка предприятия; – среднегодовая стоимость основных средств.

Пример расчета:

Коэффициент оборачиваемости характеризует число оборотов, которое совершают оборотные средства за определенный период времени:

где ЧВ – годовая чистая выручка предприятия; – средние остатки оборотных средств (итог по разделу II) .

Пример расчета:

Период оборачиваемости оборотных активов характеризует длительность одного оборота средств и измеряется в днях, для более удобной оценки везде произведено округление до целого числа:

Пример расчета:

Рентабельность продаж характеризует долю прибыли от продаж в выручке:

где – прибыль от продаж; В – выручка-нетто от реализации продукции, товаров, услуг.

Пример расчета:

Рентабельность активов характеризует эффективность использования всего имущества компании, а также всего инвестированного в нее капитала:

где – прибыль до налогообложения; – средняя стоимость активов за период.

Пример расчета:

Рентабельность основных средств характеризует эффективность использования основных средств компании:

Пример расчета:

Рентабельность оборотных средств характеризует эффективность использования оборотных средств компании:

Пример расчета:

Рентабельность собственного капитала, характеризующая величину чистой прибыли, приходящейся на рубль собственного капитала:

где – чистая прибыль; – средняя величина собственного капитала за период (итого по разделу III).

Пример расчета:

Результаты расчетов представлены в таблице 4.

*Таблица 4- Оценка конкурентоспособности по данным анализа финансовой отчётности*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Отчетный  период | Предыдущий аналогичный период | Абсолютное  изменение |
| Фондоотдача Фо | 11,84 | 10,11 | 1,74 |
| Оборачиваемость оборотных активов О | 2,69 | 2,55 | 0,14 |
| Период оборачиваемости  оборотных активов Т | 136 | 143 | -7 |
| Рентабельность продаж RПр, % | 19,40% | 18,45% | 0,95% |
| Рентабельность активов RА, % | 46,22% | 39,13% | 7,09% |
| Рентабельность основных средств RОС, % | 249,87% | 194,27% | 55,60% |
| Рентабельность оборотных средств RОбС, % | 56,71% | 49,00% | 7,72% |
| Рентабельность собственного капитала RСК, % | 44,07% | 37,67% | 6,40% |

Абсолютное изменение каждой величины является положительным, что говорит о росте эффективности использования ресурсов. Исключением является период оборачиваемости (абсолютное изменение отрицательное), но это свидетельствует о том длительность оборота средств уменьшилась, что также является положительным фактором.

1. Сравнение с конкурентами

Мной был также произведен анализ компании ООО “ЭНЕРГО-АРСЕНАЛ”, вычисления для которого аналогичны вычислениям, приведенным для ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”. Данные, по которым они были выполнены представлены в приложении к курсовой работе. Также мной были взяты данные для компаний ООО “КАНДЕЛА” и ООО “ЛЕДЕЛ” [4, Головин Е.Д. гр.3283]. Сравнение приведено в таблице 5.

*Таблица 5- Показатели эффективности*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | МАКСИМУМ | ЭНЕРГО-АРСЕНАЛ | КАНДЕЛА | ЛЕДЕЛ |
| КА | 0,81 | 0,49 | 0,76 | 0,60 |
| КФР | 0,23 | 1,04 | 0,32 | 0,67 |
| КАЛ | 2,52 | 0,28 | 2,04 | 0,18 |
| КТЛ | 4,47 | 1,38 | 3,58 | 2,37 |
|  | 11,84 | 10,23 | 7,50 | 18,45 |
|  | 2,69 | 3,87 | 0,99 | 1,47 |
|  | 136 | 95 | 371 | 250 |
|  | 19,40% | 16,48% | 38,03% | 9,59% |
|  | 46,22% | 39,62% | 34,18% | 9,96% |
|  | 249,87% | 144,75% | 302,89% | 140,74% |
|  | 56,71% | 54,82% | 39,83% | 11,18% |
|  | 44,07% | 67,75% | 36,79% | 15,53% |

Компания с наилучшими показателями (у которой финансовое положение лучше, а эффективность использования ресурсов выше) более конкурентоспособна на рынке инвестиций, т. е. свободнее в выборе источников финансирования – ей проще получить кредит или привлечь инвестора. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что компания с наилучшими показателями - ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”

## **Анализ конкурентных преимуществ предприятия**

## **Анализ конкурентоспособности предприятия с использованием SWOT-анализа**

Способность предприятия конкурировать с остальными участниками рынка зависит от ряда факторов, часть которых может являться обобщёнными, а часть специфическими, характерными для данной отрасли или сферы деятельности. Одним из методов определения конкурентоспособности предприятия и определения стратегии его развития может служить SWOT-анализ. Данный метод позволяет выявить сильные и слабые стороны деятельности предприятия, а также определить существующие и потенциальные угрозы [5].

Для проведения SWOT- анализа нужно выбрать критерии, по которым будет оцениваться предприятие. Для данной сфере целесообразным будет использование следующих характеристик:

* Эстетичность дизайна;
* Эффективность решения главной проблемы клиента;
* Качество;
* Функциональные характеристики продукта;
* Уровень сервиса и пост продажного обслуживания;
* Образы, сформировавшиеся мнения и имидж, улучшающие восприятие товара;
* Уровень знания товара на рынке;
* Гибкость в отношении ценовой политики;
* Широта выбора товара в линейке;
* Технологический уровень компании;
* Качество креатива и рекламных материалов.

В таблице 6, была приведена SWOT-матрица для ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”.

*Таблица 6.- Матрица SWOT для компании ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ | | СЛАБЫЕ СТОРОНЫ | |
| Рейтинг | Параметр | Рейтинг | Параметр |
| 1 | Гибкость в отношении ценовой политики | 1 | Качество |
| 2 | Эффективность решения главной проблемы клиента | 2 | Технологический уровень компании |
| 3 | Уровень знания товара на рынке | 3 | Функциональные характеристики продукта |
| 4 | Образы, сформировавшиеся мнения и имидж, улучшающие восприятие товара | 4 | Уровень сервиса и пост продажного обслуживания |
| 5 | Качество креатива и рекламных материалов | 5 | Эстетичность дизайна |
| 6 |  | 6 | Широта выбора товара в линейке |
| ВОЗМОЖНОСТИ | | УГРОЗЫ | |
| Рейтинг | Параметр | Рейтинг | Параметр |
| 1 | Новые рынки сбыта (географическая экспансия) | 1 | Появление более дешевых аналогов |
| 2 | Новые товарные группы | 2 | Утрата преимущества продукта |
| 3 | Новые потребители на текущих рынках | 3 | Рост затрат и стоимости сырья, опережающий рост доходов |
| 4 | Охват новых потребностей текущих потребителей | 4 | Ухудшение экономического положения в стране |

Рассмотрим комбинации из пунктов с рейтингом “1”:

* Гибкость в отношении ценовой политики – новые рынки сбыта

Комбинация данной сильной стороны с возможностью весьма перспективна. Так как появление на рынке конкурента с гибкой ценовой политикой может поставить под вопрос успешность конкурентов и принести хорошую прибыль компании.

* Гибкость в отношении ценовой политики – появление более дешевых аналогов

Данная ситуация не является опасной для ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”, так как они смогут подстроиться под новые условия рынка, благодаря своей ценовой политике, которая ориентирована на покупателя.

* Качество – новые рынки сбыта

Низкое качество может стать существенной проблемой при выходе в другой географический регион, так как перевозки повысят цену изделий, а в совокупности эти два фактора могут сделать продукцию “неинтересной” для потребителя.

* Качество – появление более дешевых аналогов

Данная ситуация может быть, как опасной, так и нет. Если аналоги будут схожего качества или лучше, то у компании могут возникнуть проблемы, связанные со снижением выручки. Если же качество будет хуже, то на мой взгляд это не сильно отразиться на успешности компании.

## **Определение типа рынка и сравнительные характеристики конкурентов**

Исходя из того, что компания производит осветительные приборы для предприятий [6] можно сделать вывод, что товар реализуемый ею проявляется на рынке типа B2B (Business to Business).

Рынок промышленных светильников переживает значительные изменения, обусловленные стремительным развитием технологий и растущим спросом на энергоэффективные решения. Важными факторами конкурентоспособности являются: энергоэффективность, долговечность, экологичность, диапазон цветовой температуры. Традиционные источники света постепенно уступают место современным светодиодным технологиям [7], предлагающим ряд преимуществ. Рынок промышленных светильников демонстрирует устойчивый рост.

Сравнительная характеристика конкурентоспособности предприятий приведена в таблице 7.

*Таблица 7-* *Сравнительные характеристики конкурентоспособности преприятия*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Направление  анализа | ЛЕДЕЛ | ЭНЕРГОАРСЕНАЛ | МАКСИМУМ | КАНДЕЛА |
| Потребительские  выгоды | Способы крепления. Многообразие оптики | Высокая эффективность (светоотдача) | Самое низкое энергопотребление.  Долговечность | Наличие чертежей в открытом доступе. |
| Конкурентные  преимущества  продукции, товара, услуги | Универсальность. Большой диапазон рабочих температур | Большой диапазон рабочих температур | Самые низкие цены. Низкий вес | Универсальность. |
| Качество  продукции | Сравнительно высокое | Самое высокое среди конкурентов | Самое низкое среди конкурентов | Сравнительно низкое |

*Продолжение таблицы 7*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Направление  анализа | ЛЕДЕЛ | ЭНЕРГОАРСЕНАЛ | МАКСИМУМ | КАНДЕЛА |
| Отраслевые  особенности  компании  или продукции | Высокая степень пылевлагозащиты (IP 66). Драйвер собственной разработки | Защита от скачков напряжения | Экологичность | Высокая степень пылевлагозащиты (IP 66) |
| Степень  использования  социальных сетей | VK, YouTube, Telegram. | VK, YouTube, Viber, WhatsApp | - | VK, YouTube, Telegram. |

Продукция ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ” имеет ряд преимуществ, которые являются ключевыми на данном рынке: экологичность, долговечность, низкие цены и гибкую ценовую политику, а также высокую энергоэффективность. При этом есть и существенные проблемы, исправление которых могло бы повлечь увеличение прибыли.

Продукция имеет низкое качество сборки, но это не сказывается на ее функциональных характеристиках. Исправление этого недочета могло бы привести к завоеванию новых клиентов, путем повышения качества “тактильных ощущений” при выборе светильника. Достичь повышения качества сборки можно путем усовершенствования технологических процессов и автоматизации производства. То есть максимально исключить человеческий фактор на данном этапе.

Еще одним препятствием к повышению прибыли является отсутствие активности в социальных сетях. Ее наличие позволяло бы потенциальным клиентам больше узнавать о производстве, тем самым склоняя к выбору продукции данного производителя.

## **Определение емкости рынка**

Одной из важнейших характеристик, определяющей потенциальный уровень конкурентоспособности, является емкость рынка, которая представляет собой размер рынка определенного товара или услуги, выраженный в совокупном объеме продаж товара за расчетный период; или общий спрос на категорию товаров, выраженный в покупательной способности населения.

Информация для расчета емкости рынка представлена в таблице 8.

*Таблица 8-информация для расчета емкости рынка*

|  |  |
| --- | --- |
| Факторы и показатели | Описание |
| Период | 5 лет(срок службы) |
| Границы рынка | Россия |
| Критерии для расчета  потенциала | Возможный уровень потребления |
| Аудитория | Промышленные предприятия |
| Товарные группы | Промышленные светильники |
| Единицы измерения | Объем продукции |
| Источники | [8]-норма освященности: 500 лм/м2 = d;  [9]-норма метража на одного человека: 4.5м2 =a;  [10]-число работников- 250 ч.=b;  [11]-число предприятий в РФ: 20793;  [12]; [13]; [14]; [6] – яркость ламп; среднее значение по четырем компаниям: 11616,5 лм = c.  Стоимость ламп была взята с сайтов, а также предоставлена отделом продаж, средняя стоимость по 4 компаниям: 14550 руб.  Следует отметить, что все значения усредненные. |

Для расчета был применён метод “Снизу вверх, таблица 9.

*Таблица 9-расчет емкости рынка*

|  |  |
| --- | --- |
| Тип емкости рынка | Формула расчета |
| Размер рынка в количественном выражении, тыс. шт. | Емкость рынка за период N (тыс. шт.) = Численность целевой аудитории рынка (шт.)\*норма потребления товара  за период N (шт.) = 20793∙49=1019 тыс. шт. |
| Размер рынка в денежном выражении, тыс. р. | Емкость рынка за период N (тыс. р.) = Численность целевой аудитории рынка (тыс. чел.)\*норма потребления товара  за период N (шт.)\*средняя стоимость 1 единицы продукции на рынке (р.) = 1019\*14550=14826450 тыс.руб. |

Норма потребления товара за 5 лет была вычислена по следующей формуле:

Можно сделать вывод, что размер рынка (только для промышленных предприятий без учёта складов, торговых центров и прочего) в количественном выражении исчисляется миллионным количеством. А размер рынка в денежном выражении исчисляется миллиардами.

## **2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **2.1. Характеристика выпускаемой продукции**

Описание продукции приведено в таблице 10.

*Таблица 10-характеристики выпускаемой продукции*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Х-ка | ЛЕДЕЛ | ЭНЕРГО-АРСЕНАЛ | МАКСИМУМ | КАНДЕЛА |
| 1. Длина, мм | 3031 | 1210 | 1420 | 1502 |
| 2. Угол раскрытия, ° | 130 | 120 | - | 130 |
| 3. Цветовая температура, К | 5000 | 5000 | 5000 | 4000 |
| 4. Вес, кг | 3,2 | 3,2 | 1,6 | 3,2 |
| 5. Степень защиты | IP66 | IP65 | IP65 | IP66 |
| 6. Диапазон рабочих температур, °C | от -60 до +40 | от -50 до +50 | от -20 до +40 | - |
| 7. Мощность, Вт | 100 | 100 | 56 | 80 |
| 8. Световой поток, лм\* | 14400 | 16000 | 6566 | 9500 |
| 9. Дизайн(Оценка по 5-ти бальной шк.) | 4 | 1 | 2 | 5 |
| 12. Цена, руб | 28900 | 10950 | 2800 | 15550 |
| 13. Соответветсвие каналов сбыта поставленным целям | Соответствует | Соответствует | Соответствует | Соответствует |
| 14. Уровень торгового обслуживания(Оценка по 5-ти бальной шк.) | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 15. Уровень послепродажного обслуживания товара(Оценка по 5-ти бальной шк.) | 5 | 5 | 4 | 5 |

*Таблица 11 - Характеристика продукции*

|  |  |
| --- | --- |
| Ключевые  характеристики | Комментарии |
| 1. Наименование  продукции (услуг) | Светодиодный светильник ДСП-56-01 LED IP65 |
| 2. Назначение  продукта (услуги) | Освещение производственных помещений |
| 3. Основные характеристики продукта (услуги) | Мощность: 56 Вт  Напряжение питания: -170-260 В/50 Гц  Коэффициент мощности(PF): – не менее 0,97  Световой поток модуля: 6566 лм  Цветовая температура: 5000К  Габаритные размеры, мм: 1420х76х76  Вес (кг): нетто 1 шт.: 1,6, брутто: 13,39 (упаковка 6 шт.)  Оптимальный диапазон рабочих температур: от -20 до +40°С  Степень защиты от внешних воздействий: IP 65  Ресурс работы: не менее 60000 ч. |
| 4. Потребительские свойства продукции (услуг) | Экологичность, надежность |
| 5. Основные конкурентные преимущества продукции (услуги) | Низкая цена, долгий срок службы, высокая экологичность |
| 6. Основные потребители и направления использования  продукции | Производства |
| 7. Ассортимент  и структура выпуска продукции | - |
| 8. Юридическая  защищенность  продукции | Торговая марка: “МАКСИМУМ”, сертификат соответствия ЕАЭС |
| 9. Дополнительные сервисные услуги | Гарантийный срок – 3 года. Поставляется в упаковке по 6 штук. |

По данным таблицы 10 можно сделать вывод, что каждый товар имеет свою специфику и все они отвечают современным требованиям. Продукция ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ” на фоне других имеет крайне низкую цену, что на мой взгляд делает его несомненным лидером.

## **2.2. Оценка конкурентоспособности продукции**

Для каждой из основных характеристик, приведенных в прил. 3 [15, приложение 4] можно определить ее идеальное воплощение – то, что ожидают и требуют потребители. Продукцию, которая полностью соответствует ожиданиям потребителей, назовем идеальной. Реальная продукция в той или иной степени всегда будет отличаться от идеальной.

Уровень конкурентоспособности продукции следует определять по формуле:

где K – уровень конкурентоспособности (%); OZ*i* – оценка важности *i*-й характеристики продукции; OV*i* – оценка воплощения *i*-й характеристики продукции; OМ*i* – максимальная оценка воплощения *i*-й характеристики продукции; M – количество характеристик продукции.

Для оценки важности каждой характеристики продукции предлагается использовать 6-бальную систему вида:

5 – характеристика продукции чрезвычайно важна для потребителя;

4 – характеристика важна в высокой степени;

3 – характеристика важна, но не слишком;

2 – маловажная характеристика;

1 – неважная характеристика;

0 – затрудняюсь оценить.

Выберем подходящие для категории “Промышленные светильники” характеристики, оценим их важность и занесем в таблицу 11.

*Таблица 11-степень важности*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Характеристика | Степень важности характеристики | | | | | | | | |
| Затрудняюсь оценить | | Неважная | Маловажная | Важная | | Важная в высокой степени | | Чрезвычайно важная |
| 0 | | 1 | 2 | 3 | | 4 | | 5 |
| Параметрические и экономические характеристики | | | | | | | | | |
| Надежность |  |  | |  | |  | |  | **×** |
| Престижность |  | **×** | |  | |  | |  |  |
| Многофункциональность |  |  | |  | | **×** | |  |  |
| Экологичность |  |  | | × | |  | |  |  |
| Дизайн |  |  | | **×** | |  | |  |  |
| Ценовые характеристики | | | | | | | | | |
| Соответствие цены платежеспособности сегмента |  |  | |  | |  | |  | **×** |
| Устойчивость цены |  |  | |  | |  | | × |  |
| Возможность приобретения в кредит |  |  | |  | |  | |  | **×** |
| Методы товародвижения и сбыта | | | | | | | | | |
| Количество точек продаж |  |  | | **×** | |  | |  |  |
| Соответствие организации сбытовой сети предъявляемым  требованиям |  |  | |  | | × | |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Уровень торгового  обслуживания |  |  |  |  | **×** |  |
| Методы стимулирования спроса | | | | | | |
| Степень активности рекламы |  |  |  | × |  |  |
| Количество способов рекламы |  |  |  | **×** |  |  |
| Уровень качества  рекламы |  |  |  |  | **×** |  |
| Уровень сервисного  и гарантийного  обслуживания |  |  |  |  |  | **×** |

Такую же систему введем для степени воплощения, где 5 – отлично и 0 – затрудняюсь оценить. Оценим степень воплощенности характеристик продукции “Светильник”. Результаты сведем в таблицу 12.

*Таблица 12-степень воплощения*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Характеристика | Степень воплощенности характеристики | | | | | |
| Затрудняюсь оценить | Не воплощена | Есть значительные недостатки | Есть отдельные недостатки | Хорошее воплощение | Отличное воплощение |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Параметрические и экономические характеристики | | | | | | | |
| Надежность |  |  |  |  |  | **×** |
| Престижность |  |  |  | **×** |  |  |
| Многофункциональность |  | **×** |  |  |  |  |
| Экологичность |  |  |  |  |  | **×** |
| Дизайн |  |  |  | **×** |  |  |
| Ценовые характеристики | | | | | | | |
| Соответствие цены платежеспособности сегмента |  |  |  |  |  | **×** |
| Устойчивость цены |  |  |  |  |  | **×** |
| Возможность приобретения в кредит |  |  | **×** |  |  |  |
| Методы товародвижения и сбыта | | | | | | | |
| Количество точек продаж |  |  | **×** |  |  |  |
| Соответствие организации сбытовой сети предъявляемым  требованиям |  |  |  | **×** |  |  |
| Уровень торгового обслуживания |  |  |  | **×** |  |  |
| Методы стимулирования спроса | | | | | | |
| Степень активности рекламы |  |  |  | **×** |  |  |
| Количество способов рекламы |  |  |  | **×** |  |  |
| Уровень качества  рекламы |  |  |  | **×** |  |  |
| Уровень сервисного  и гарантийного  обслуживания |  |  |  | **×** |  |  |

Подсчет коэффициента производится по ранее приведенной формуле, результаты запишем в таблицу 13. Также приведем данные для основных конкурентов [4]. Для ООО “ЭНЕРГО-АРСЕНАЛ” расчет выполнялся аналогично.

*Таблица 13-конкурентоспособность предприятий*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | МАКСИМУМ | ЛЕДЕЛ | ЭНЕРГО-АРСЕНАЛ | КАНДЕЛА |
| K | 67,60% | 67,60% | 60,00% | 62,00% |

Таким образом, компании ООО“ЛЕДЕЛ” и ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”” имеют одинаковый уровень конкурентоспособности по данной продукции.

Для оценки необходимости совершенствования характеристик продукции были выбраны наиболее важные из них:

* Надежность
* Соответствие цены платежеспособности сегмента
* Возможность приобретения в кредит
* Уровень сервисного и гарантийного обслуживания
* Устойчивость цены
* Уровень торгового обслуживания

Результаты оценки представлены в таблице 14. Источник данных [15, приложение].

*Таблицы 14-оценка необходимости совершенствования*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Характеристика | Группа | Уровень | Коэффициент необходимости мероприятий |
| 1 | Надежность | 5 | 1 | 2 |
| 2 | Соответствие цены платежеспособности сегмента | 5 | 1 | 2 |
| 3 | Возможность приобретения в кредит | 1 | 2 | 9 |
| 4 | Уровень сервисного и гарантийного обслуживания | 2 | 2 | 8 |
| 5 | Устойчивость цены | 4 | 3 | 5 |

*Таблица 14 – продолжение*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 6 | Уровень торгового обслуживания | 3 | 3 | 5 |

ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”” занимает лидирующие позиции в сфере производства промышленных светильников, но есть характеристики, которые нуждаются в незамедлительном исправлении, такие как “Возможность приобретения в кредит” и “Уровень сервисного обслуживания”. Более широкое распространение возможности приобретения в кредит существенно увеличит прибыль компании, так как даст возможность предприятиям, не имеющим собственный капитал заключать контракты с производством.

Уровень сервисного обслуживания конкурентов находится на более высоком уровне, также гарантийный срок рассматриваемой компании является самым коротким среди конкурентов. Это может отпугивать потенциальных клиентов.

## **Предложения по укреплению конкурентных позиций продукции**

Для укрепления конкурентных позиций продукции предлагаются следующие изменения по каждой из характеристик:

**1. Надежность:**

* **Повышение качества компонентов:** Использование более надежных и долговечных материалов и компонентов в производстве светильников.
* **Усиление контроля качества:** Введение более строгих стандартов контроля качества на всех этапах производства.

**2. Соответствие цены платежеспособности сегмента:**

* **Сегментация рынка:** Более детальное изучение целевых аудиторий и дифференциация ценовой политики в зависимости от сегмента.
* **Оптимизация производственных процессов:** Снижение себестоимости продукции для возможности более гибкого ценообразования.
* **Разработка более доступных моделей:** Создание линейки продуктов с различными ценовыми категориями, чтобы удовлетворить потребности различных сегментов рынка.

**3. Возможность приобретения в кредит:**

* **Партнерство с банками:** Создание специальных кредитных программ для приобретения продукции.
* **Отсрочка платежа:** Предоставление возможности отсрочки платежа для крупных клиентов.
* **Лизинговые программы:** Разработка лизинговых программ для упрощения приобретения дорогостоящего оборудования.

**4. Уровень сервисного и гарантийного обслуживания:**

* **Расширение сети сервисных центров:** Обеспечение доступности сервисного обслуживания в регионах присутствия.
* **Обучение персонала:** Повышение квалификации сервисных инженеров для быстрого и качественного обслуживания.

**5. Устойчивость цены:**

* **Диверсификация поставок:** Снижение зависимости от одного поставщика для минимизации рисков роста цен на компоненты.
* **Запасы готовой продукции:** Создание запасов готовой продукции для сглаживания колебаний цен на сырье и материалы.
* **Долгосрочные контракты с поставщиками:** Заключение долгосрочных контрактов с фиксированными ценами.

**6. Уровень торгового обслуживания:**

* **Обучение торгового персонала:** Повышение квалификации торговых представителей для предоставления качественных консультаций.
* **Персонализация обслуживания:** Индивидуальный подход к каждому клиенту, учитывая его потребности и специфику бизнеса.
* **Маркетинговые мероприятия:** Проведение регулярных маркетинговых мероприятий для повышения узнаваемости бренда и привлечения новых клиентов.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ”” занимает лидирующие позиции в сфере производства промышленных светильников. Уровень его конкурентоспособности является одним из самых высоких на рынке. Повысить его можно путем “открытия новых горизонтов”, таких как: новые рынки сбыта, расширение ассортимента.

Продукция компании имеет проигрышные позиции по некоторым характеристикам, которые нуждаются в скорейшем совершенствовании: возможность приобретения в кредит, уровень сервисного и гарантийного обслуживания. Уверен, что исправление данного положения сделает компанию лидерами на рынке.

Технико-экономические и финансовые показатели компании находятся на высоком уровне, что свидетельствует о правильности выбранной компанией стратегии. Считаю, что усовершенствования в данной области не являются первоочередной задачей.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://www.list-org.com/company/105830> (дата обращения: 26.10.2024)
2. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://bo.nalog.ru/> (дата обращения: 26.10.2024)
3. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/liquidity/cash_ratio.html> (дата обращения: 26.10.2024)
4. Головин Е.Д. Анализ конкурентоспособности компании и ее продукции. Курсовая работа СПбГЭТУ “ЛЭТИ” Кафедра прикладной экономики 2024
5. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot/primer-enterprise/> (дата обращения: 26.10.2024)
6. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://belmz.ru/> (дата обращения: 26.10.2024)
7. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://ruspromsvet.ru/effektivnost-svetodiodnogo-svetilnika-i-svetodioda-v-voprosakh-i-otvetakh#:~:text=%D0%A5%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%B8%D0%BC%20%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BC%20%D0%9A%D0%9F%D0%94%20%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F,%D0%BF> (дата обращения: 26.10.2024)
8. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://www.opisvet.ru/blog/promyshlennoe-osveshchenie-trebovaniya-normy-i-vidy-osveshcheniya/> (дата обращения: 26.10.2024)
9. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42349/1ff6534d97552a97be9bb95be09ec35e14fda810/> (дата обращения: 26.10.2024)
10. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://65.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F_352057.html#:~:text=2)%20%D0%A1%D1%80%D> (дата обращения: 26.10.2024)
11. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://productcenter.ru/map> (дата обращения: 26.10.2024)
12. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://itl-light.ru/catalog/product-27.html> (дата обращения: 26.10.2024)
13. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL:<https://ledel.ru/products/trade-light/l-trade-ii.html> (дата обращения: 26.10.2024)
14. Описание электронного ресурса // Наименование сайта: URL: <https://candela.ru/catalog/vnutrennee-osveshchenie/soft/> (дата обращения: 26.10.2024)
15. Экономика учеб.-метод. пособие. / Т. Д. Маслова, И. А. Садырин, О. Ю. Сыроватская, О. А. Скрынская. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2021. 48c

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

## **Приложение 1**

Таблица 1.1 - Бухгалтерский баланс ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ””

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| На 31 декабря 2023 г. | | | | | | | | | | | | | | | |
| *Пояснения1* | *Наименование показателя* | | | *Код строки* | | *На 31 декабря 2023 г.* | | | *На 31 декабря 2022 г.* | | | *На 31 декабря 2021 г.* | | | |
| *1* | *2* | | | *3* | | *4* | | | *5* | | | *6* | | | |
| **Актив** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **I. Внеоборотные активы** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Нематериальные активы | | | 1110 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Результаты исследований и разработок | | | 1120 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Нематериальные поисковые активы | | | 1130 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Материальные поисковые активы | | | 1140 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Основные средства | | | 1150 | | 51 030 | | | 53 654 | | | 47 039 | | | |
|  | Арендованное имущесттво | | |  | | 0 | | | - | | | 3 850 | | | |
|  | Приобретение ОС | | |  | | 0 | | | - | | | 24 670 | | | |
|  | Основные средства | | |  | | 51 030 | | | 53 654 | | | 18 519 | | | |
|  | Доходные вложения в материальные ценности | | | 1160 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Финансовые вложения | | | 1170 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Отложенные налоговые активы | | | 1180 | | 48 | | | 4 | | | 9 | | | |
|  | Прочие внеоборотные активы | | | 1190 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Итого по разделу I | | | 1100 | | 51 078 | | | 53 658 | | | 47 049 | | | |
| **II. Оборотные активы** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Запасы | | | 1210 | | 64 384 | | | 55 073 | | | 51 433 | | | |
|  | Готовая продукция отгруженная | | |  | | 252 | | | 28 | | | - | | | |
|  | Готовая продукция | | |  | | 8 878 | | | 6 464 | | | 6 951 | | | |
|  | Товары | | |  | | 140 | | | 21 | | | 21 | | | |
|  | Сырье и материалы | | |  | | 55 114 | | | 48 560 | | | 44 461 | | | |
|  | Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | | | 1220 | | 0 | | | 21 | | | - | | | |
|  | Дебиторская задолженность | | | 1230 | | 34 346 | | | 24 821 | | | 32 078 | | | |
|  | Расчеты по налогам и сборам | | |  | | 1 868 | | | - | | | - | | | |
|  | Прочие расчеты с разными дебиторами и кредиторами | | |  | | 669 | | | 80 | | | - | | | |
|  | Расчеты по аренде (лизинг) | | |  | | 0 | | | - | | | 1 321 | | | |
|  | Расчеты с покупателями и заказчиками | | |  | | 27 460 | | | 21 059 | | | 27 591 | | | |
|  | Расчеты с поставщиками и подрядчиками | | |  | | 4 349 | | | 3 682 | | | 3 166 | | | |
|  | Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | | | 1240 | | 9 | | | 9 | | | 9 | | | |
|  | Денежные средства и денежные эквиваленты | | | 1250 | | 132 894 | | | 141 558 | | | 87 131 | | | |
|  | Прочие специальные счета | | |  | | 123 700 | | | 129 500 | | | 74 000 | | | |
|  | расчетные счета | | |  | | 9 163 | | | 12 022 | | | 13 110 | | | |
|  | Касса организации | | |  | | 30 | | | 36 | | | 20 | | | |
|  | Прочие оборотные активы | | | 1260 | | 4 229 | | | 3 872 | | | 3 230 | | | |
|  | Расходы будущих периодов | | |  | | 100 | | | 81 | | | 63 | | | |
|  | НДС по авансам и предоплатам | | |  | | 4 129 | | | 3 791 | | | 3 167 | | | |
|  | **Итого по разделу II** | | | 1200 | | 235 862 | | | 225 354 | | | 173 881 | | | |
|  | **БАЛАНС** | | | 1600 | | 286 940 | | | 279 013 | | | 220 929 | | | |
| **Пассив** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **III. Капитал и резервы** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей) | | | 1310 | | 1 018 | | | 1 018 | | | 1 018 | | | |
|  | Собственные акции, выкупленные у акционеров | | | 1320 | | (-)2 | | | (-) | | | (-) | | | |
|  | Переоценка внеоборотных активов | | | 1340 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Добавочный капитал (без переоценки) | | | 1350 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Резервный капитал | | | 1360 | | 507 | | | 507 | | | 507 | | | |
|  | Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | | | 1370 | | 231 937 | | | 227 839 | | | 171 757 | | | |
|  | **Итого по разделу III** | | | 1300 | | 233 462 | | | 229 364 | | | 173 282 | | | |
| **IV. Долгосрочные обязательства** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Заемные средства | | | 1410 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Отложенные налоговые обязательства | | | 1420 | | 660 | | | 1 643 | | | 756 | | | |
|  | Оценочные обязательства | | | 1430 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Прочие обязательства | | | 1450 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | **Итого по разделу IV** | | | 1400 | | 660 | | | 1 643 | | | 756 | | | |
| **V. Краткосрочные обязательства** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Заемные средства | | | 1510 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Кредиторская задолженность | | | 1520 | | 52 531 | | | 47 719 | | | 46 605 | | | |
|  | Расчеты с разными дебиторами и кредиторами | | |  | | 48 | | | - | | | - | | | |
|  | Расчеты с персоналом по оплате труда | | |  | | 4 875 | | | 98 | | | 179 | | | |
|  | Расчеты по социальному страхованию | | |  | | 1 820 | | | 1 522 | | | 1 384 | | | |
|  | Расчеты по налогам и сборам | | |  | | 11 880 | | | 14 391 | | | 8 737 | | | |
|  | Расчеты с покупателями и заказчиками | | |  | | 25 461 | | | 22 755 | | | 19 009 | | | |
|  | Расчеты с поставщиками и подрядчиками | | |  | | 8 447 | | | 4 497 | | | 12 531 | | | |
|  | Доходы будущих периодов | | | 1530 | | 287 | | | 287 | | | 287 | | | |
|  | Оценочные обязательства | | | 1540 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Прочие обязательства | | | 1550 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | **Итого по разделу V** | | | 1500 | | 52 818 | | | 48 006 | | | 46 892 | | | |
|  | **БАЛАНС** | | | 1700 | | 286 940 | | | 279 013 | | | 220 929 | | | |
|  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Примечания 1 Указывается номер соответствующего пояснения. 2 Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках. | | | | | | | | | | | | | | | |

Таблица 1.2 – отчет о финансовых результатах ООО “БЭМЗ “МАКСИМУМ””

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| За 2023 г. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |
| *Пояснения3* | | | | | *Наименование показателя* | | | | | | | *Код строки* | | | *За 2023 г.* | | | *За 2022 г.* | | | |  |  |
| *1* | | | | | *2* | | | | | | | *3* | | | *4* | | | *5* | | | |  |  |
|  | | | | | Выручка4 | | | | | | | 2110 | | | 619 924 | | | 508 792 | | | |  |  |
|  | | | | | Себестоимость продаж | | | | | | | 2120 | | | (424 108) | | | (347 304) | | | |  |  |
|  | | | | | Валовая прибыль (убыток) | | | | | | | 2100 | | | 195 816 | | | 161 488 | | | |  |  |
|  | | | | | Коммерческие расходы | | | | | | | 2210 | | | (-) | | | (-) | | | |  |  |
|  | | | | | Управленческие расходы | | | | | | | 2220 | | | (75 558) | | | (67 607) | | | |  |  |
|  | | | | | Прибыль (убыток) от продаж | | | | | | | 2200 | | | 120 258 | | | 93 881 | | | |  |  |
|  | | | | | Доходы от участия в других организациях | | | | | | | 2310 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | | | | Проценты к получению | | | | | | | 2320 | | | 10 537 | | | 6 451 | | | |  |  |
|  | | | | | Проценты к уплате | | | | | | | 2330 | | | (-) | | | (-) | | | |  |  |
|  | | | | | Прочие доходы | | | | | | | 2340 | | | 1 072 | | | 231 | | | |  |  |
|  | | | | | Разницастоимости возврата и фактич.стоимости | | | | | | |  | | | 654 | | | - | | | |  |  |
|  | | | | | Прочее | | | | | | |  | | | 269 | | | 13 | | | |  |  |
|  | | | | | Возмещение от ФСС | | | | | | |  | | | 0 | | | 111 | | | |  |  |
|  | | | | | Прибыль (убыток) прошлых периодов | | | | | | |  | | | 0 | | | 55 | | | |  |  |
|  | | | | | Курсовая разница | | | | | | |  | | | 2 | | | 3 | | | |  |  |
|  | | | | | Удержания за спецодежду | | | | | | |  | | | 33 | | | 8 | | | |  |  |
|  | | | | | Возврат страховки | | | | | | |  | | | 65 | | | 28 | | | |  |  |
|  | | | | | Результат инвентаризации | | | | | | |  | | | 49 | | | 8 | | | |  |  |
|  | | | | | Списание кредиторской задолженности | | | | | | |  | | | 0 | | | 5 | | | |  |  |
|  | | | | | Прочие расходы | | | | | | | 2350 | | | (1 080) | | | (2 755) | | | |  |  |
|  | | | | | Прочее | | | | | | |  | | | (428) | | | (227) | | | |  |  |
|  | | | | | Прибыль (убыток) прошлых периодов | | | | | | |  | | | (0) | | | (89) | | | |  |  |
|  | | | | | Взносы ЮНИСКАН | | | | | | |  | | | (15) | | | (15) | | | |  |  |
|  | | | | | Результат инвентаризации | | | | | | |  | | | (226) | | | (172) | | | |  |  |
|  | | | | | Услуги банка | | | | | | |  | | | (241) | | | (154) | | | |  |  |
|  | | | | | Курсовые разницы | | | | | | |  | | | (169) | | | (2 099) | | | |  |  |
|  | | | | | **Прибыль (убыток) до налогообложения** | | | | | | | 2300 | | | 130 787 | | | 97 808 | | | |  |  |
|  | | | | | Налог на прибыль5 | | | | | | | 2410 | | | (28 270) | | | (21 486) | | | |  |  |
|  | | | | | в т.ч.: текущий налог на прибыль | | | | | | | 2411 | | | (27 185) | | | (20 595) | | | |  |  |
|  | | | | | отложенный налог на прибыль6 | | | | | | | 2412 | | | (1 085) | | | (891) | | | |  |  |
|  | | | | | Прочее | | | | | | | 2460 | | | (533) | | | (477) | | | |  |  |
|  | | | | | Прочие | | | | | | |  | | | 19 | | | - | | | |  |  |
|  | | | | | Свехлимитные сбросы | | | | | | |  | | | 3 | | | 35 | | | |  |  |
|  | | | | | Материальная помощь | | | | | | |  | | | 510 | | | 442 | | | |  |  |
|  | | | | | **Чистая прибыль (убыток)** | | | | | | | 2400 | | | 101 984 | | | 75 845 | | | |  |  |
|  | | | | | Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода | | | | | | | 2510 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | | | | Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода | | | | | | | 2520 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | | | | Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода5 | | | | | | | 2530 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | | | | Совокупный финансовый результат периода7 | | | | | | | 2500 | | | 101 984 | | | 75 845 | | | |  |  |
| **СПРАВОЧНО** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |
|  | | | | | Базовая прибыль (убыток) на акцию | | | | | | | 2900 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | | | | Разводненная прибыль (убыток) на акцию | | | | | | | 2910 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Примечания 3 Указывается номер соответствующего пояснения. 4 Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов. 5 Отражается расход (доход) по налогу на прибыль. 6 Отражается суммарная величина изменений отложенных налоговых активов и отложенных налоговых обязательств за отчетный период. 7 Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода", "Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода". | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |
|  | | | | | |
|  | | |  | | | |
|  | | |  | | | |
|  | | |  | | | |
|  | | |  | | | |
|  | | |  | | | |
|  | | |  | | | |
|  | | |  | | | |
|  | | |  | | | |
|  |  |  | |  |  | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

## **Приложение 2**

Таблица 2.1 – Бухгалтерский баланс ООО “ЭНЕРГО-АРСЕНАЛ”

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| На 31 декабря 2023 г. | | | | | | | | | | | | | | | |
| *Пояснения1* | *Наименование показателя* | | | *Код строки* | | *На 31 декабря 2023 г.* | | | *На 31 декабря 2022 г.* | | | *На 31 декабря 2021 г.* | | | |
| *1* | *2* | | | *3* | | *4* | | | *5* | | | *6* | | | |
| **Актив** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **I. Внеоборотные активы** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Нематериальные активы | | | 1110 | | 1 931 | | | 599 | | | - | | | |
|  | Результаты исследований и разработок | | | 1120 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Нематериальные поисковые активы | | | 1130 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Материальные поисковые активы | | | 1140 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Основные средства | | | 1150 | | 159 967 | | | 37 888 | | | 16 005 | | | |
|  | Права пользования по договорам аренды и лизинга | | |  | | 35 928 | | | 14 514 | | | - | | | |
|  | Доходные вложения в материальные ценности | | | 1160 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Финансовые вложения | | | 1170 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Отложенные налоговые активы | | | 1180 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Прочие внеоборотные активы | | | 1190 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Итого по разделу I | | | 1100 | | 161 898 | | | 38 487 | | | 16 005 | | | |
| **II. Оборотные активы** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Запасы | | | 1210 | | 91 555 | | | 34 195 | | | 65 437 | | | |
|  | Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | | | 1220 | | 67 | | | 142 | | | 96 | | | |
|  | Дебиторская задолженность | | | 1230 | | 151 559 | | | 116 983 | | | 90 326 | | | |
|  | Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | | | 1240 | | 15 200 | | | 7 928 | | | 14 228 | | | |
|  | Денежные средства и денежные эквиваленты | | | 1250 | | 45 902 | | | 58 406 | | | 11 181 | | | |
|  | Прочие оборотные активы | | | 1260 | | 96 | | | 377 | | | 627 | | | |
|  | **Итого по разделу II** | | | 1200 | | 304 379 | | | 218 031 | | | 181 895 | | | |
|  | **БАЛАНС** | | | 1600 | | 466 277 | | | 256 518 | | | 197 900 | | | |
| **Пассив** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **III. Капитал и резервы** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей) | | | 1310 | | 14 | | | 14 | | | 14 | | | |
|  | Собственные акции, выкупленные у акционеров | | | 1320 | | (-)2 | | | (-) | | | (-) | | | |
|  | Переоценка внеоборотных активов | | | 1340 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Добавочный капитал (без переоценки) | | | 1350 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Резервный капитал | | | 1360 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | | | 1370 | | 228 034 | | | 112 632 | | | 80 273 | | | |
|  | **Итого по разделу III** | | | 1300 | | 228 048 | | | 112 646 | | | 80 287 | | | |
| **IV. Долгосрочные обязательства** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Заемные средства | | | 1410 | | 17 000 | | | 10 | | | 4 605 | | | |
|  | Отложенные налоговые обязательства | | | 1420 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Оценочные обязательства | | | 1430 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Прочие обязательства | | | 1450 | | 0 | | | - | | | 4 143 | | | |
|  | **Итого по разделу IV** | | | 1400 | | 17 000 | | | 10 | | | 8 748 | | | |
| **V. Краткосрочные обязательства** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Заемные средства | | | 1510 | | 12 074 | | | 3 544 | | | - | | | |
|  | Кредиторская задолженность | | | 1520 | | 205 531 | | | 140 318 | | | 108 865 | | | |
|  | Доходы будущих периодов | | | 1530 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | Оценочные обязательства | | | 1540 | | 3 624 | | | - | | | - | | | |
|  | Прочие обязательства | | | 1550 | | - | | | - | | | - | | | |
|  | **Итого по разделу V** | | | 1500 | | 221 229 | | | 143 862 | | | 108 865 | | | |
|  | **БАЛАНС** | | | 1700 | | 466 277 | | | 256 518 | | | 197 900 | | | |
|  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Примечания 1 Указывается номер соответствующего пояснения. 2 Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках. | | | | | | | | | | | | | | | |

Таблица 2.2 – отчет о финансовых результатах ООО “ЭНЕРГО-АРСЕНАЛ”

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| За 2023 г. | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |
| *Пояснения3* | | *Наименование показателя* | | | | | *Код строки* | | | *За 2023 г.* | | | *За 2022 г.* | | | |  |  |
| *1* | | *2* | | | | | *3* | | | *4* | | | *5* | | | |  |  |
|  | | Выручка4 | | | | | 2110 | | | 1 011 711 | | | 578 634 | | | |  |  |
|  | | Себестоимость продаж | | | | | 2120 | | | (765 871) | | | (492 405) | | | |  |  |
|  | | Валовая прибыль (убыток) | | | | | 2100 | | | 245 840 | | | 86 229 | | | |  |  |
|  | | Коммерческие расходы | | | | | 2210 | | | (51 122) | | | (16 940) | | | |  |  |
|  | | Управленческие расходы | | | | | 2220 | | | (27 990) | | | (15 350) | | | |  |  |
|  | | Прибыль (убыток) от продаж | | | | | 2200 | | | 166 728 | | | 53 939 | | | |  |  |
|  | | Доходы от участия в других организациях | | | | | 2310 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | Проценты к получению | | | | | 2320 | | | 7 817 | | | 672 | | | |  |  |
|  | | Проценты к уплате | | | | | 2330 | | | (5 575) | | | (621) | | | |  |  |
|  | | Прочие доходы | | | | | 2340 | | | 20 475 | | | 4 828 | | | |  |  |
|  | | Прочие расходы | | | | | 2350 | | | (46 246) | | | (17 006) | | | |  |  |
|  | | МБП 2023 | | | | |  | | | (0) | | | (-) | | | |  |  |
|  | | **Прибыль (убыток) до налогообложения** | | | | | 2300 | | | 143 199 | | | 41 812 | | | |  |  |
|  | | Налог на прибыль5 | | | | | 2410 | | | (27 797) | | | (9 453) | | | |  |  |
|  | | в т.ч.: текущий налог на прибыль | | | | | 2411 | | | (27 797) | | | (9 453) | | | |  |  |
|  | | отложенный налог на прибыль6 | | | | | 2412 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | Прочее | | | | | 2460 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | **Чистая прибыль (убыток)** | | | | | 2400 | | | 115 402 | | | 32 359 | | | |  |  |
|  | | Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода | | | | | 2510 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода | | | | | 2520 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода5 | | | | | 2530 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | Совокупный финансовый результат периода7 | | | | | 2500 | | | 115 402 | | | 32 359 | | | |  |  |
| **СПРАВОЧНО** | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |
|  | | Базовая прибыль (убыток) на акцию | | | | | 2900 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | Разводненная прибыль (убыток) на акцию | | | | | 2910 | | | - | | | - | | | |  |  |
|  | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Примечания 3 Указывается номер соответствующего пояснения. 4 Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов. 5 Отражается расход (доход) по налогу на прибыль. 6 Отражается суммарная величина изменений отложенных налоговых активов и отложенных налоговых обязательств за отчетный период. 7 Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода", "Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода". | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | |
|  |  | |