

РЕФЕРАТ

Ключевые слова: выпуск продукции, ассортимент, качество, брак, ритмичность, реализация продукции, резервы увеличения выпуска продукции.

Темой выпускной квалификационной работы является: «Анализ и пути повышения объемов выпуска и реализации продукции на предприятии на примере ООО «БИК-СМАК»

Цель выпускной квалификационной работы – провести анализ выпуска и реализации продукции и разработать мероприятия, направленные на их увеличение.

В соответствии с поставленной целью, определены основные задачи выпускной квалификационной работы:

- рассмотреть теоретические аспекты понятия и методов анализа выпуска и реализации продукции предприятия;
- произвести детальный анализ выпуска и реализации продукции предприятия;
- разработать мероприятия, направленные на повышение выпуска и реализации продукции предприятия.

Предметом исследования выступает процесс выпуска и реализации продукции предприятия.

В качестве объекта исследования выступает общество с ограниченной ответственностью «БИК-СМАК» - основным видом деятельности которого является производство кондитерских изделий.

Период исследования – 2019-2021 гг.

В качестве методологической основы исследования выступили такие общенаучные методы исследования как: анализ и синтез, логический подход к оценке экономических явлений, сравнение изучаемых показателей, метод

финансовых коэффициентов, факторный анализ, обобщение и группировка и др.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и источников, приложения.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, степень разработанности проблемы, формулируется цель исследования.

В первой главе на основе изученной литературы, раскрыто понятие, сущность анализа объемов выпуска и реализации продукции, представлены методы проведения анализа выпуска и реализации продукции, раскрыты факторы, влияющие на изменение объема производства и реализации продукции.

Во второй главе дана общая характеристика предприятия, представлены экономические показатели его деятельности, проведен анализ выпуска и реализации продукции, представлен выпускаемый ассортимент, выявлены причины брака при производственном процессе, разработаны мероприятия по повышению выпуска и реализации продукции предприятия ООО «БИК-СМАК».

В заключении выпускной квалификационной работы сформулированы основные выводы, полученные в ходе выполнения исследования.

Все разработанные мероприятия позволят увеличить финансовые показатели деятельности ООО «БИК-СМАК» и улучшить его финансовое состояние.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ВЫПУСКА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	5
1.1 Понятие, сущность выпуска и реализации продукции.....	5
1.2 Факторы, влияющие на изменение объема производства и реализации продукции.....	12
1.3 Методика проведения анализа выпуска и реализации продукции.....	18
2 АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ ВЫПУСКА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «БИК-СМАК».....	25
2.1 Краткая характеристика предприятия.....	25
2.2 Анализ ассортимента продукции.....	31
2.3 Анализ динамики производства и реализации продукции ООО «БИК-СМАК».....	38
3 МЕРОПРИЯТИЯ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ПОВЫШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ООО «БИК- СМАК».....	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ.....	58
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы заключается в повышении роли таких показателей, как объем производства и реализации продукции предприятия, так как они являются важным решающим фактором формирования прибыли.

Производство и реализация продукции являются наиболее важными аспектами всех заинтересованных сторон - владельца предприятия, страны, благодаря успешной реализации производственного плана, стабильности и широкому распространению продаж продукции позволяют всем участникам производственной деятельности в конечном итоге достичь своих финансовых целей - главным образом, улучшить благосостояние и качество жизни.

Размер дохода определяется внутренними и внешними (рыночными) факторами. Способ увеличения производства продукции и объема продаж определяется производственными мощностями, структурой продукции, ритмом производства, качеством продукции и другими факторами предприятия.

Следует отметить, что объем производства и объем реализации продукции являются взаимозависимыми показателями. В условиях ограниченных производственных мощностей и неограниченного спроса впервые был предложен объем производства. Однако по мере насыщения рынка и усиления конкуренции объем продаж определяется не производством, а, напротив, возможный объем продаж является основой производственных мощностей. Предприятия должны производить только эти товары, и в таких количествах, чтобы их можно было реально продать.

На развитие и эффективность объема производства предприятия существенное влияние оказывают продажи продукции и финансовые результаты, полученные за тот же период. Поэтому в современных условиях

важность методов увеличения производства и продаж продукции значительно возрастает.

Темпы роста производства и продаж напрямую влияют на величину затрат, прибыль и рентабельность предприятия, а также на общую эффективность организации, поэтому важность этих показателей нельзя оспаривать.

При написании работы были использованы труды таких авторов, как: Баканов М.И., Барнгольц С.Б., Басовский Л.Е., Бердникова, Т.Б., Волков О.И., Грищенко О.В., Донцова Л.В., Завьялова З.М., Ковалев В.В., Кондраков Н.П., Любушин Н.П., Протасов В.Ф., Сафронов Н.А., Чуева Л.Н., Шеремет А.Д. и др.

Цель выпускной квалификационной работы – провести анализ выпуска и реализации продукции и разработать мероприятия направленные, на их увеличение.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ВЫПУСКА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 Понятие, сущность выпуска и реализации продукции

Производство - это один из возможных видов деятельности организации, предприятия, а результатом является создание конечного продукта или услуги. Современное производство означает не только создание материальной ценности, но и производство нематериальных товаров и услуг: новые научные открытия, технологические изобретения, общественное образование, культура, искусство, здравоохранение, бытовые услуги, управление, финансирование и кредитование и т.д.

Рассмотрим в таблице 1.1 взгляд ученых на определение объема производства и реализации продукции.

Таблица 1.1 – Взгляд ученых на определение объема производства и реализации продукции

Автор	Определение
Сафронов Н.А.	считает, что производство это процесс создания благ (продуктов, услуг), необходимых человеку и обществу для существования и развития ¹ .
Савицкая Г.В.	объем производства и реализации продукции – взаимозависимые показатели. В условиях ограниченных производственных возможностей и при неограниченном спросе на первое место выдвигается объем производства продукции. Но по мере насыщения рынка и усиления конкуренции не производство определяет объем продаж, а, наоборот, возможный объем продаж является основой разработки производственной программы. Предприятие должно производить только те товары и в таком объеме, которые оно может реально реализовать ² .

¹ Сафронов, Н.А. Экономика предприятия: учебник / Н.А. Сафронов; под ред. Н.А. Сафронова. - М.: Экономист, 2020. - 608 с.

² Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2020. - 336 с.

Басовский Л.Е.	под производством понимается не только деятельность по созданию материальных ценностей, но и производство нематериальных благ и услуг: новые научные открытия, технические изобретения, народное образование, культура, искусство, здравоохранение, бытовое обслуживание, управление, финансирование и кредитование, спорт и т.д. Анализ и оценка объемов выпущенной продукции проводится во взаимосвязи и сопоставлении с реализацией продукции, поскольку данные показатели тесно связаны между собой ³ .
----------------	--

Суть производственной деятельности заключается в создании экономических выгод, необходимых для удовлетворения разнообразных потребностей общества. В рыночной экономике производство осуществляется хозяйствующими субъектами, которые готовы и способны внедрять наиболее эффективные производственные организации и технологии, поскольку они обеспечивают им наибольшую прибыль. Ресурсы предоставляются тем отраслям и компаниям, продукция которых пользуется спросом. Рыночная система лишает некоммерческие отрасли и коммерческие организации редких ресурсов. Коммерческие организации производят товары до тех пор, пока они выгодно продаются, пока спрос на эти товары не будет насыщен. Сколько и какие товары производятся, по какой цене они продаются и куда инвестировать капитал, определяются механизмом спроса и предложения, нормой прибыли, акциями, валютами, процентами по кредитам и обменным курсом с наименьшими затратами.⁴

Следует отметить, что компания должна производить только эти продукты, и в таких количествах, которые могут быть запрошены клиентами, а следовательно, и проданы. Поэтому планирование и формирование производственных планов должны основываться на маркетинговых

³ Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская и др. - М.: Инфра-М, 2018. - 544 с.

⁴ Качкова О.Е. Экономический анализ хозяйственной деятельности (для бакалавров) / О.Е. Качкова, М.В. Косолапова, В.А. Свободин. – М.: КноРус, 2019. – 288 с.

исследованиях рынка, его насыщенности, потребительских предпочтениях, жесткости конкуренции, наличии конкурентного преимущества продукта и других параметрах воздействия внешней среды.

В случае насыщения рынка и серьезной рыночной конкуренции производственные показатели будут занимать подчиненное положение и зависеть от прогнозов, возможных продаж и сформированного набора заказов. Если спрос в любой момент становится неограниченным, необходимо максимально использовать существующие финансовые и экономические возможности для производства. Современные рыночные отношения устанавливают строгие правила: производятся только те товары и в том количестве, которое реально может быть достигнуто за данный промежуток времени.

Цели управления производством и реализацией продукции связаны с решением таких основных вопросов, которые представлены на рисунке 1.1.

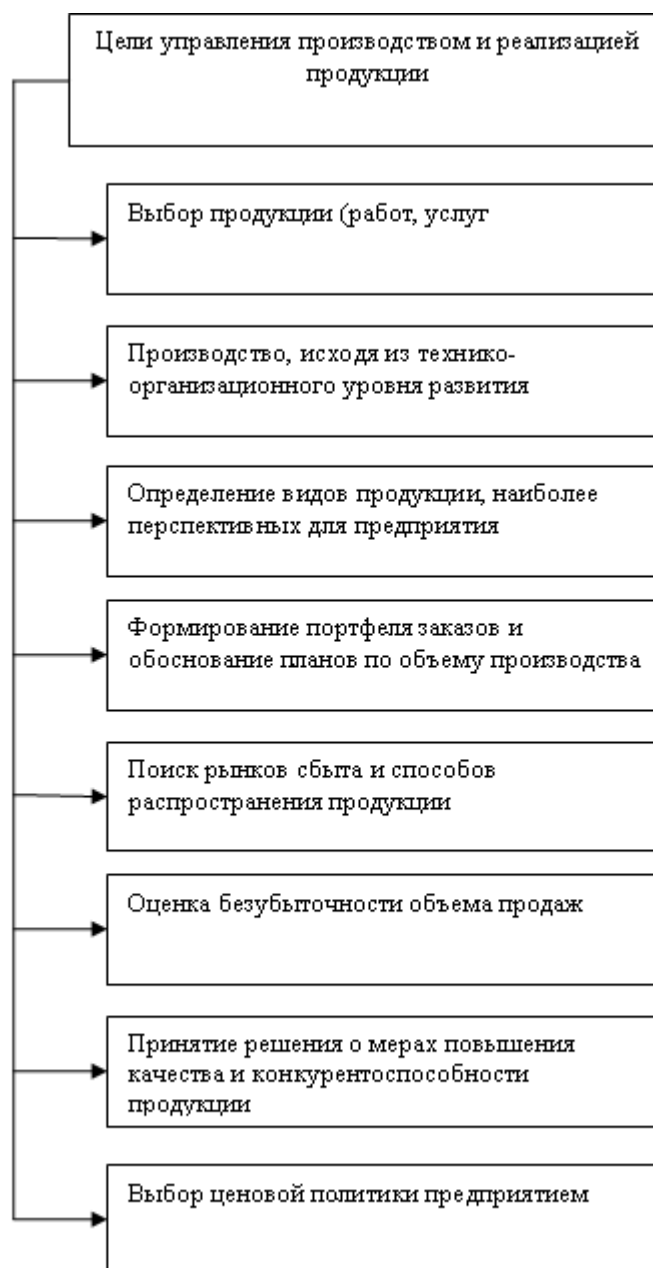


Рисунок 1.1 – Цели управления производством и реализацией

Анализ направлен на то, чтобы предложить решения этих проблем на основе информации, которая была обработана и систематизирована.

Цели анализа производства и реализации продукции представлены на рисунке 1.2⁵.

⁵ Шуляк П.Н. Финансы предприятия / П.Н. Шуляк: учебник. – 2-е изд. – М: Изд. Дом: «Дашков и К», 2017. – 752с.

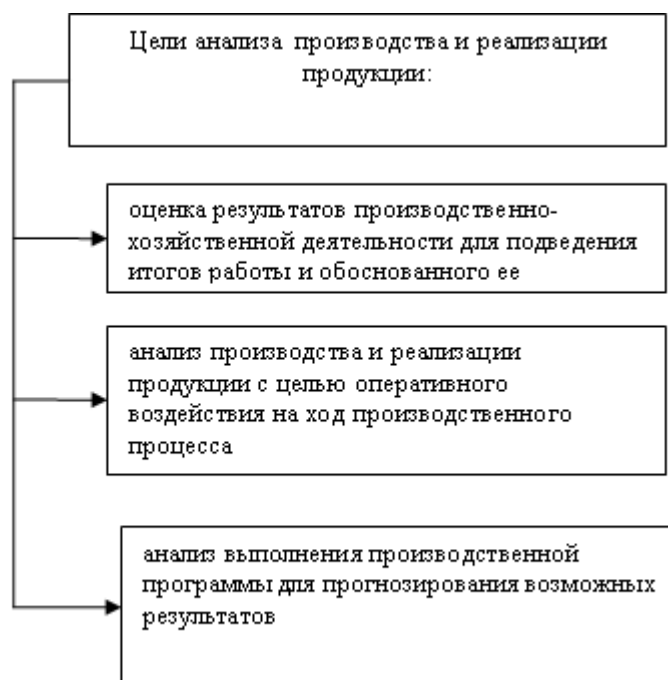


Рисунок 1.2 – Цели анализа производства и реализации продукции

По мнению Чуевой Л.Н. увеличение объема производства и реализации продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на размер затрат, прибыль и рентабельность организации. Поэтому анализ данных показателей имеет большое значение⁶.

Задачи, решаемые в процессе анализа объемов производства и продаж, сводятся к оценке конкурентной позиции реализуемой продукции, эффективной и четкой организации производственного процесса, а также способности гибко мобилизовывать производственные ресурсы для повышения производственных результатов.

Подробный перечень задач, соответствующих целевому направлению анализа производства и продаж продукции, охватывает все аспекты деятельности, а его решения позволяют:

- оценить степень выполнения производственного плана и плана продаж продукта;
- изучить динамику производства и продаж продукта;

⁶ Чуева, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чуева, И. Н. Чуев. – М.: Дашков и К, 2017. – 348 с.

-определить влияние факторов на изменение величины этих показателей;

-оценить ритмичность выпуска и внедрения, сезонность;

-оценка качества продукции;

- оценить выполнение контракта на поставку;

-определить резервы фермы для увеличения производства и продаж продукции; с учетом маркетинговой стратегии спрогнозировать выручку от продаж.

Таким образом, объем производства продукции – важнейшее направление экономического анализа. Это объясняется тем, что от объема производства, состава, ассортимента, качества выпущенной и реализованной продукции, от ритмичности производства зависит себестоимость, прибыль, рентабельность, оборачиваемость средств, платежеспособность предприятия и другие показатели, характеризующие эффективность деятельности предприятия.

1.2 Факторы, влияющие на изменение объема производства и реализации продукции

Основными факторами, влияющими на производство и сбыт продукции, являются факторы, определяющие экстенсивное и интенсивное развитие производства, а также непроизводственные факторы.

Для практики поиска резервов роста производства важно классифицировать их в соответствии с факторами и условиями интенсификации и повышения эффективности хозяйственной деятельности. Согласно этой классификации, предприятия планируют найти и мобилизовать резервные методы, то есть сформулировать планы организационных и технических мероприятий по выявлению и использованию ресурсов.

Изучив динамику и выполнение плана по выпуску и реализации продукции, необходимо установить факторы изменения ее объема (рис. 1.2).



Рисунок 1.3 – Структурно-логическая факторная модель объема реализации продукции. Особое внимание уделяется изучению влияния факторов, определяющих объем производства и реализации продукции. Их можно объединить в три группы, и представить в виде таблицы 1.1.

Таблица 1.1 – Факторы, влияющие на объем и реализацию продукции

Название фактора	Формула	Описание
Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами и эффективность их использования	$ВП = ЧР * ГВ$, $РП = ЧР - ГВ * Дв$	где ЧР – среднесписочная численность работников предприятия; ГВ – среднегодовая выработка продукции одним работником; Дв – доля реализованной продукции в объеме выпущенной продукции отчетного периода
Обеспеченность предприятия основными производственными фондами и эффективность их использования	$ВП = ОПФ * ФО$ $РП = ОПФ - ФО * Дв$	где ОПФ – среднегодовая сумма основных производственных фондов предприятия; ФО – фондоотдача основных производственных фондов
3) обеспеченность производства сырьем и материалами и эффективность их использования	$ВП = МЗ * МО$ $РП = МЗ * МО - Дв$	где МЗ – сумма потребленных материальных ресурсов для производства продукции; МО – материалоотдача (производство продукции на рубль материальных затрат).

Влияние данных факторов на объем выпуска и реализации продукции можно рассчитать, используя один из приемов детерминированного факторного анализа⁷.

После этого определяют резервы увеличения производства и реализации продукции, основные источники которых приведены на рис. 1.4.



Рисунок 1.4 – Источники резервов увеличения объема и реализации продукции

Классифицируют резервы по конечным результатам, на которые они воздействуют.

Различают следующие резервы:

- повышения объема продукции;
- совершенствования структуры и ассортимента изделий;

⁷ Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Т.Б. Бердникова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 215 с.

- улучшения качества;
- повышения прибыльности продукции, улучшения финансового состояния организации;
- увеличения уровня рентабельности.

При сводном подсчете резервов важно исключить дублирование и двойной счет, для чего следует строго соблюдать определенные принципы их классификации. Например, резервы увеличения объема и повышения качества продукции, а также резервы снижения себестоимости одновременно являются резервами повышения прибыли и уровня рентабельности хозяйствования⁸.

К факторам и резервам роста объема продаж в сфере обращения готовой продукции относятся:

- ликвидация сверхнормативных, излишних и ненужных запасов готовой продукции на складе;
 - выявление позиций ассортимента продукции, не нашедших реализации вследствие плохого качества и не пользующихся спросом;
- ускорение темпов отгрузки и доставки продукции до получателей, сокращение сроков прохождения платежно-расчетных документов.

Определение величины резервов по первой группе производится следующим образом:

⁸ Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. - М.: Проспект, 2017. - 424 с.

Таблица 1.2 – Факторы, влияющие на объем и реализацию продукции

Название фактора	Формула	Описание
Первая группа резервов увеличения производства	$P \uparrow ВП_{кр} = P \uparrow КР * ГВ\phi,$ $P \uparrow ВП_{фрв} = P \uparrow \Phi РВ * ЧВ\phi,$ $P \uparrow ВП_{чс} = P \uparrow ЧВ * \Phi РВс$	где $P \uparrow ВП_{кр}$, $P \uparrow ВП_{фрв}$, $P \uparrow ВП_{чс}$ – резерв роста валовой продукции соответственно за счет создания новых рабочих мест, увеличения фонда рабочего времени и повышения среднечасовой выработки рабочих; $P \uparrow КР$ – резерв увеличения количества рабочих мест; $P \uparrow \Phi РВ$ – резерв увеличения фонда рабочего времени за счет сокращения его потерь по вине предприятия; $P \uparrow ЧВ$ – резерв роста среднечасовой выработки за счет совершенствования техники, технологии, организации производства и рабочей силы; $\Phi РВс$ – возможный фонд рабочего времени с учетом выявленных резервов его роста
Вторая группа резервов увеличения производства	$P \uparrow ВП_{к} = P \uparrow К * ГВ\phi,$ $P \uparrow ВП_{т} = P \uparrow Т * ЧВ\phi$ $P \uparrow ВП_{чс} = P \uparrow ЧВ * Тс$	за счет увеличения численности оборудования ($P \uparrow К$), времени его работы ($P \uparrow Т$) и выпуска продукции за один машинно-час ($P \uparrow ЧВ$)
Третья группа резервов увеличения производства	$P \uparrow ВП = \sum (P \uparrow \frac{M_i}{HP_{iint}} \times Ц_{int});$ $P \uparrow ВП = \sum (P \downarrow \frac{Om_{xi}}{HP_{iint}} \times Ц_{int});$ $P \uparrow ВП = \sum (P \downarrow \frac{VBPI_{int}}{HP_{iint}} \times Ц_{int});$	1) дополнительное количество j-го материала делится на норму его расхода на единицу i-го вида продукции и умножается на плановую цену единицы продукции. 2) сверхплановые отходы материалов делятся на норму их расхода на единицу i-го вида продукции и умножаются на плановую цену единицы соответствующего вида продукции 3) планируемое сокращение нормы расхода j-го ресурса на единицу i-го вида продукции ($P \uparrow HP$) умножается на планируемый к выпуску объем производства i-го вида продукции

В заключение анализа обобщают выявленные резервы увеличения производства и реализации продукции⁹.

⁹ Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Савицкая Г.В. – М.: Инфра – М, 2019.– 651 с.

Пути роста выпуска продукции должны быть сгруппированы по всем ресурсам. Самый большой резерв устанавливается по выбору по одной из групп, но не осваивается до тех пор, пока не будут выявлены резервы в таком же размере и по другим группам ресурсов.

Когда определяется рост реализации продукции в первую очередь учитываются сверхплановые остатки готовой продукции на складах предприятия и отгруженной покупателям. При этом здесь влияет спрос на тот или другой вид продукции и реальную возможность ее продажи, а также риск не конкурентоспособной продукции¹⁰.

Поэтому целью изучения производства и реализации продукции является поиск путей увеличения производства и реализации продукции с целью решения главной задачи предприятия - увеличения прибыли.

1.3 Методика проведения анализа выпуска и реализации продукции

Целью анализа производства и реализации продукции является определение наиболее эффективного способа увеличения производства и улучшения его качества, а также поиск внутренних резервов для роста производства¹¹.

Анализ начинается с изучения динамики выпуска и продаж продукта и расчета базового и цепного роста и темпов роста. Этот анализ показывает изменения в объеме производства и продаж в течение определенного года. Если темпы роста производства значительно превышают темпы реализации продукции, это свидетельствует о том, что на складе предприятия

¹⁰ Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Савицкая Г.В. – М.: Инфра – М, 2019.– 651 с.

¹¹ Раицкий, К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 1012 с.

скапливаются остатки нереализованной продукции и покупатель не расплатился.

Среднегодовые темпы роста (прироста) выпуска продукции и продаж могут быть рассчитаны с помощью среднего геометрического или средневзвешенного арифметического. Для наглядности динамику сырьевых товаров и общего объема производства можно изобразить на графиках в виде столбчатых и полосовых диаграмм.

Бизнес-анализ производства и отгрузки продукции проводится на основе расчетов, которые отражают плановую и фактическую информацию по выпуску и отгрузке продукции по количеству, классификации, качеству и отклонению от плана. Анализ продаж продукции тесно связан с анализом выполнения обязательств по контракту на поставку продукции. Невыполнение плана по корпоративному контракту приводит к снижению выручки, прибыли и выплате штрафов. Кроме того, в условиях высокой конкуренции компания может потерять рынок сбыта, что приведет к снижению объемов производства.¹².

Для компании особенно важно выполнить контракт на поставку товаров для национальных нужд. Это гарантирует сбыт продукции компании, своевременную оплату, налоговые льготы, кредиты и т.д.

В процессе анализа было определено выполнение плана поставок на текущий месяц, и в случае непрерывного увеличения общего объема всего предприятия, в разрезе отдельных потребителей и видов продукции, были выяснены причины недостаточного выполнения плана, а также выполнение была проведена оценка договорных обязательств.

Недостаточная доставка продукции окажет негативное влияние не только на результаты деятельности компании, но и на работу торговых

¹² Хунгуреева, И.П. Экономика предприятия: учеб. пособие / И.П. Хунгуреева, Н.Э. Шабыкова, И.Ю. Унгаева. - Улан-Удэ: ВСГТУ, 2020. - 240 с.

организаций, смежных компаний, транспортных организаций и т.д. При анализе ситуации с внедрением особое внимание следует уделять выполнению обязательств по национальному заказу, совместной доставке и экспорту продукции.

При анализе продуктов, пригодных для продажи, установите выполнение планов наименования и классификации продуктов.

Большое внимание следует уделять выполнению плана классификации, поскольку он помогает наиболее эффективно и разумно использовать трудовые, сырьевые и финансовые ресурсы, имеющиеся в распоряжении предприятия.

Коэффициент выполнения плана по ассортименту (K_a) составит:

$$K_a = \frac{\text{Выполнение плана по ассортименту}}{\text{Выпуск продукции по плану в плановых ценах}} \times 100 \quad (1.12)$$

Особое внимание необходимо уделить структуре произведенной продукции. Изменение в структуре - структурный сдвиг. Влияние структурных сдвигов на объем производства продукции определяют путем умножения разности в уровне выполнения плана в стоимостном и натуральных измерителях на плановый выпуск продукции в стоимостном выражении.

$$\Delta ВП_{\text{стр}} = (K_{\text{ст}} - K_{\text{н}}) \times ВП_{\text{п}} \quad (1.13)$$

Вместо запланированного коэффициента производительности в натуральном выражении можно использовать запланированный коэффициент трудоемкости. Если количество физических продуктов растет, это означает, что производится более трудоемкая продукция, но более дешевая и менее рентабельная продукция. В результате производство было сокращено¹³.

¹³ Пястолов, С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / С.М. Пястолов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Мастерство, 2019. - 336 с.

Номенклатура представляет собой перечень наименований продукции и их кодов (в кодере), установленных для соответствующих видов продукции в общероссийском кодификаторе промышленной продукции (ОКПП).

Ассортимент - перечень наименований продукции с указанием ее объема выпуска по каждому виду.

Ассортимент бывает:

- 1) полный;
- 2) групповой;
- 3) внутригрупповой.

При формировании классификации и структуры продукции предприятия должны учитывать спрос на эти виды продукции, с одной стороны, а с другой стороны, они должны максимально эффективно использовать трудовые, сырьевые, технологические, технологические, финансовые и другие ресурсы. Система формирования ассортимента включает в себя следующие основные моменты, представленные на рисунке 1.5.

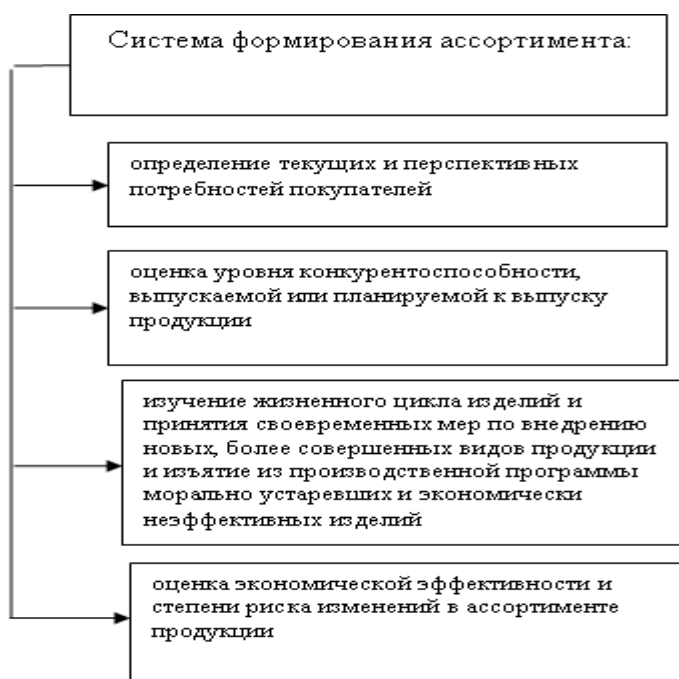


Рисунок 1.5 – Система формирования ассортимента

Основными причинами, влияющими на невыполнение плана по ассортименту продукции, являются причины представленные на рисунке 1.6.

Оценка выполнения плана по ассортименту продукции обычно производится с помощью одноименного коэффициента, который рассчитывается путем деления общего фактического выпуска продукции, заченного в выполнение плана по ассортименту, на общий плановый выпуск продукции (продукция, изготовленная сверх плана или не предусмотренная планом, не засчитывается в выполнение плана по ассортименту).



Рисунок 1.6 – Причины, влияющие на невыполнение плана по ассортименту продукции¹⁴.

Увеличение объема отдельных видов продукции (продаж) и уменьшение других видов продукции привели к изменению их структуры, то

¹⁴ Суздальцева, Л.П. Экономический анализ деятельности фирм (анализ производственного потенциала фирмы): учебно-методическое пособие / Л.П. Суздальцева. - М.: МГИУ, 2017. - 74 с.

есть доли отдельного продукта в их общем объеме производства. Реализовать план структуры производства и поддерживать запланированную долю каждого сорта в фактическом объеме выпуска продукции¹⁵.

Изменение структуры производства оказывает большое влияние на все экономические показатели:

- 1) объем выпуска в стоимостной оценке;
- 2) материалоемкость;
- 3) себестоимость товарной продукции;
- 4) прибыль;
- 5) рентабельность.

Если доля более дорогих продуктов увеличивается, то количество их стоимостных выходов будет увеличиваться, и наоборот. Когда доля высокомаржинальных продуктов увеличивается, и соответственно, когда доля недорогих продуктов уменьшается, то же самое происходит и с суммой прибыли.¹⁶

Вы можете использовать средневзвешенную цену (если продукт однороден) для расчета влияния структурных факторов на изменения в выпуске стоимости. Для этого сначала определяется средневзвешенная цена с фактической структурой продукта, а затем с плановой, разница между ними умножается на условный фактический объем производства.

Косвенным показателем качества продукции являются дефекты. Она делится на исправляемую и неисправляемую, внутреннюю (идентифицируемую предприятием) и внешнюю (идентифицируемую потребителем). Выявление дефектов приводит к увеличению

¹⁵ Хунгуреева, И.П. Экономика предприятия: учеб. пособие / И.П. Хунгуреева, Н.Э. Шабыкова, И.Ю. Унгаева. - Улан-Удэ: ВСГТУ, 2020. - 240 с.

¹⁶ Экономический анализ: учебник / под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. – 4 изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 548 с.

производственных затрат, уменьшению количества коммерческой и сбытовой продукции, а также снижению прибыли и рентабельности. В процессе анализа изучается динамика брака по абсолютному количеству и удельному весу в общем объеме производства товарной продукции, и определяются потери от брака¹⁷.

Затем проведите исследование причин ухудшения качества и того, где возникают допустимые дефекты продукта, и сформулируйте центры ответственности и меры по их устранению. Основными причинами снижения качества продукции являются низкое качество сырья, низкий уровень технологии и организации производства, квалификация рабочих и ритмичность производства.

Важным показателем деятельности промышленного предприятия является качество выпускаемой продукции. Его увеличение является одной из форм конкуренции за завоевание и удержание позиции на рынке. Высокое качество продукции способствует увеличению спроса на продукцию и увеличению прибыли не только за счет продаж, но и за счет повышения цен.

Качество продукции - это понятие, которое характеризует параметризацию, работоспособность, потребительские свойства, технические характеристики, дизайн, стандартизацию и единообразие, надежность и долговечность продукта. Качество продукции имеет общие, индивидуальные и косвенные показатели¹⁸.

Обобщающие показатели характеризуют качество всей произведенной продукции независимо от ее вида и назначения:

- 1) удельный вес новой продукции в общем ее выпуске;

¹⁷ Завьялова, З.М. Теория экономического анализа: курс лекций / З.М. Завьялова. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 192 с.

¹⁸ Толкачева, Н.А. Финансовый менеджмент: курс лекций / Н.А. Толкачева. – М.: Директ-Медиа, 2020. — 144 с.

- 2) удельный вес продукции высшей категории качества;
- 3) средневзвешенный балл продукции;
- 4) средний коэффициент сортности;
- 5) удельный вес аттестованной и неаттестованной продукции;
- 6) удельный вес сертифицированной продукции;
- 7) удельный вес продукции, соответствующей мировым стандартам;
- 8) удельный вес экспортируемой продукции, в том числе в высокоразвитые промышленные страны.

Индивидуальные (единичные) показатели - качества продукции характеризуют одно из ее свойств:

- 1) полезность (жирность молока, зольность угля, содержание железа в руде, содержание белка в продуктах питания);
- 2) надежность (долговечность, безотказность в работе);
- 3) технологичность, т. е. эффективность конструкторских и технологических решений (трудоемкость, энергоемкость);
- 4) эстетичность изделий.

Косвенные показатели - это штрафы за некачественную продукцию, объем и удельный вес забракованной продукции, удельный вес рекламированной продукции, потери от брака и др.

Одна из задач анализа - изучить динамику перечисленных показателей, выполнение плана по их уровню, причины их изменения и дать оценку выполнения плана по уровню качества продукции.

При изучении деятельности предприятия важен анализ ритмичности производства и реализации продукции.

Ритмичность - равномерный выпуск продукции в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренных планом.

Анализ рассматривает скрытые причины неравномерности. Причин достаточно много: несвоевременное обеспечение ресурсами, непропорциональная загрузка оборудования (поломки, простои), отсутствие

рабочих, ошибки в расчетах, низкий уровень производственной и технологической дисциплины.

Внутренние причины аритмичности - тяжелое финансовое состояние предприятия, низкий уровень организации, технологии и материально-технического обеспечения производства, а также планирования и контроля, внешние – несвоевременная поставка сырья и материалов поставщикам, недостаток энергоресурсов не по вине предприятия и др.

На объем производства и реализации продукции влияют следующие факторы: производственные мощности предприятия, выполнение контракта на поставку продукции, структура продукта, ритм производства, качество продукции предприятия и использование трудовых ресурсов.

Методы увеличения производства можно определить следующим образом: создание дополнительных рабочих мест, отладка нового оборудования, устранение потерянному рабочего времени, устранение потерянному рабочего времени оборудования, а также реализация мер по совершенствованию технологии и организации производства и труда.;

Способом увеличения продаж продукции может быть: по сравнению с отчетным периодом сокращаются оставшиеся запасы на складе и сокращаются отгрузки, но товары не оплачиваются по сравнению с отчетным периодом.

Следовательно, способ увеличить производство и продажи продукции заключается в увеличении поддающихся количественной оценке возможностей для корпоративной прибыльности за счет улучшения использования внешних и внутренних ресурсов предприятия.

2 АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ ВЫПУСКА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «БИК-СМАК»

2.1 Краткая характеристика предприятия

ООО «БИК-СМАК» зарегистрировано 10 декабря 2002 года. Полное название: «БИК-СМАК», общество с ограниченной ответственностью, ИНН 2209024825. Юридический адрес ООО «БИК-СМАК» - 658204, Алтайский край, город Рубцовск, улица Тракторная, 21.

Основным направлением деятельности ООО «БИК-СМАК» является производство пищевых продуктов, включая напитки - производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения.

В таблице 2.1 представлены данные об основных поставщиках ООО «БИК-СМАК».

Таблица 2.1 – Основные поставщики ООО «БИК-СМАК»

Поставщики	Сырьё, оборудование
АО «Мельник», г. Рубцовск	Мука, отруби
АО «Вирма», г.Москва	Оборудование для цехов
ООО «Алтаймука», с. Шипуново	Мука
Компания «Торт-Инвентарь» г. Барнаул	Сырьё и ингредиенты для кондитерского производства
ИП «Стадниченко», г. Рубцовск	Сосиски, мясо

Отношения с основными поставщиками у предприятия ООО «БИК-СМАК» многолетние. Основным сырьем, используемым при производстве продукции предприятия, является: мука, дрожжи, сахар, соль.

Продукция ООО «БИК-СМАК» реализуется в собственной торговой сети в торговых павильонах, так и поставляется в магазины города Рубцовска.

Ассортимент выпускаемой продукции ООО «БИК-СМАК» насчитывает более 200 наименований выпечки и кондитерской продукции.

Основными конкурентами ООО «БИК-СМАК», являются предприятия, представленные в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Основные конкуренты ООО «БИК-СМАК»

Наименование организации	Вид продукции
АО «Эридан»	Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения
АО «Рубцовский хлебокомбинат»	Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения
ООО «Арт-Ресурс продакшн»	«Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения».
ИП «Веселова»	Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения
ООО «Каприз»	Хлеб и кондитерские мучные изделия недлительного хранения (производство).

Основными конкурентами ООО «БИК-СМАК» в настоящее время являются, АО «Рубцовский хлебокомбинат» АО «Эридан», ООО «Арт-Ресурс продакшн», ИП «Веселова», ООО «Каприз», ИП «Вдовиченко», ИП «Виталий» и т.д.

Организационная структура - это совокупность подразделений предприятия и связи между ними, установленной формальным образом.

Организационная структура ООО «БИК-СМАК», отражена в приложении 1. Высшим органом управления общества является директор.

Каждая функция, которая реализуется предприятием, закрепляется за конкретной службой и отражается в положении об отделе.

Руководство деятельностью общества осуществляется его генеральным директором. Генеральный директор осуществляет руководство предприятием, координируя работу всех подразделений. Генеральному

директору в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов помогает специальный аппарат управления, состоящий из функциональных подразделений, именуемых службами, которые охватывают весь комплекс проблем по управлению и организации производства, всесторонней жизнедеятельности коллектива предприятия, консультации по вопросам налогообложения и т.д.

Главный бухгалтер предприятия, стоящие во главе своих служб, осуществляют управление финансово-экономической деятельностью предприятия. Данные должностные лица проводят расчет и анализ показателей деятельности предприятия, занимаются финансовым планированием, проводят учетную и налоговую политики и др.

Заместитель директора по производству решает все вопросы, связанные с обеспечением предприятия сырьем и материалами, сбытом и реализацией продукции.

Начальник кондитерского цеха осуществляет контроль над качеством и выпуском продукции.

Продукция, выпускаемая на хлебном, кондитерском и булочном цехах, подлежит экспресс-отпуску, то есть сразу идет на реализацию в торговые точки.

В линейно-функциональных структурах управления можно отметить такие слабые стороны, как отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными отделениями; чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали, а именно подчинение по иерархии управления; недостаточно четкая ответственность, так как работник, подготавливающий решение, как правило, не участвует в его реализации.

Представим в таблице 2.3 основные экономические показатели предприятия за 2019-2021 гг.

Таблица 2.3 – Основные экономические показатели ООО «БИК-СМАК» за 2019-2021 гг.

Показатели	Значение показателя, год			Изменение			
	2019	2020	2021	Абсолютное отклонение		Темпы прироста, %	
				2020-2019	2021-2020	2020/2019	2021/2020
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Выручка, (работ, услуг) тыс. руб.	13107	11736	12044	-1371	308	89,5	102,6
2. Себестоимость проданной продукции, (работ, услуг) тыс. руб.	12089	10733	11201	-1356	468	88,9	104,4
3. Прибыль от продаж, тыс. руб.	1018	1003	843	-15	-160	98,5	84,0
4. Чистая прибыль, тыс. руб.	756	749	635	-7	-114	99,1	84,8
5. Рентабельность (убыточность) продаж, (п.3 / п.1), %	7,77	8,55	7,00	0,78	-1,55	110,0	81,9
6. Затраты на 1 рубль товарной продукции, руб.(п.2 / п. 1)	0,92	0,91	0,93	-0,01	0,02	98,9	102,2
7. Численность персонала, чел.	18	18	20	0	2	100	111,1
8. Годовой фонд заработной платы, тыс. руб.	4095	4298	4826	203	528	104,9	112,3
9. Среднемесячная заработная плата одного работающего, руб.	18960	19900	20108	940	208	104,9	101,0

Как видно из данной таблицы, выручка в 2020 году по сравнению с 2019 годом снизилась на 1371 тыс.руб., а к 2021 году по сравнению с 2020 годом она повысилась на 308 тысяч рублей, данное увеличение выручки произошло за счет роста реализации продукции, что связано с открытием павильона, расположенного по ул. Ленина.

Себестоимость реализованной продукции в 2020 году по сравнению с 2019 годом уменьшилась на 1356 тыс. руб., а в 2021 году по сравнению с 2020

годом возросла на 468 тыс.руб., что произошло за счет роста сырья на кондитерское сырье.

В 2020 году по сравнению с 2019 прибыль от продаж снизилась на 15 тыс.руб., а в 2021 году по сравнению с 2020 годом сократилась еще на 160 тыс.руб., данное сокращение было спровоцировано увеличением себестоимости продукции. Численность работников в 2020 году по сравнению с 2019 годом не изменялась и составляла 18 человек, а в 2021 году по сравнению с 2020 годом возросла на 2 человека, соответственно возросли средства, направленные на оплату труда на 528 тыс.руб. Увеличение численности персонала связано с открытием новой торговой точки, расположенной по пр. Ленина.

Рассмотрим в таблице 2.5 анализ рентабельности за 2019-2021 гг..

Таблица 2.5 – Анализ рентабельности ООО «БИК-СМАК» за 2019-2021 гг.
(в %)

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение	
				2020- 2019 гг.	2021- 2019 гг.
Рентабельность продаж, %	7,00	8,55	7,00	1,55	-1,55
Рентабельность активов, %	82,0	83,3	72,3	1,3	-11
Рентабельность собственного капитала, %	136,0	179,0	199,4	43	20,4
Рентабельность оборотных активов, %	120,0	109,3	93,4	-10,7	-15,9

Данные таблицы показывают, что в ООО «БИК-СМАК» в 2020 году по сравнению с 2019 годом уровень рентабельности продаж повысился на 1,55 %, а к 2021 году произошло его сокращение на 1,55%, данное снижение связано с уменьшением прибыли от объема продаж.

Рентабельность активов в 2020 году по сравнению с 2019 годом повысилась на 1,3%, а в 2021 году по сравнению с 2020 годом сократилась на 11%, что говорит о неэффективном использовании всего имущества предприятия ООО «БИК-СМАК».

Рентабельность собственного капитала показывает долю балансовой или чистой прибыли в собственных средствах предприятия. Результаты анализа показывают, что за 2020 году по сравнению с 2019 годом рентабельность собственного капитала значительно возросла на 43%, а в 2021 году повысилась на 20,4%.

Рентабельность оборотных активов на протяжении исследуемого периода 2019-2021 гг. имела тенденцию к снижению.

Таким образом, в целом деятельность предприятия была неэффективной.

2.2 Анализ ассортимента продукции

Объектом исследования является ассортиментная политика ООО «БИК-СМАК».

Рассмотрим в таблице 2.6 анализ ассортимента продукции ООО «БИК-СМАК» за 2019-2021 гг.

Таблица 2.6 – Анализ ассортимента продукции ООО «БИК-СМАК» за 2019-2021 гг. (тыс.руб.)

Вид продукции	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Удельный вес			Темпы роста, %	
				2019 г.	2020 г.	2021 г.	2020/ 2019 гг.	2021/ 2020 гг.
Выпечка	4210	3961	3981	32,1	33,7	32,1	94,1	100,5
Торты	3401	2999	2711	25,9	25,6	25,9	88,2	90,4
Пирожные	1876	1799	1816	14,3	15,3	14,3	95,9	100,9
Рулеты	1202	1105	1202	9,17	9,41	9,17	91,9	108,8
Тесто	865	761	754	6,60	6,49	6,60	88,0	99,1
Торты пластовые	894	716	761	6,82	6,10	6,83	80,1	106,3
Прочая продукция	659	395	819	5,10	3,40	5,10	59,9	207,3
Итого	13107	11736	12044	100	100	100	89,5	102,6

Из данной таблицы следует, что выручка от ассортимента продукции предприятия в 2020 году по сравнению с 2019 годом снизилась, а в 2021 году по сравнению с 2020 годом возросла на 102,6%.

Из данной таблицы следует, что основной доход предприятие получает от продажи выпечки, на 2021 год она составила 33%, а также продажа тортов – 22,5%. Рассмотрим на рисунке 2.1 структуру ассортимента выпускаемой продукции ООО «БИК-СМАК» за 2021 год.

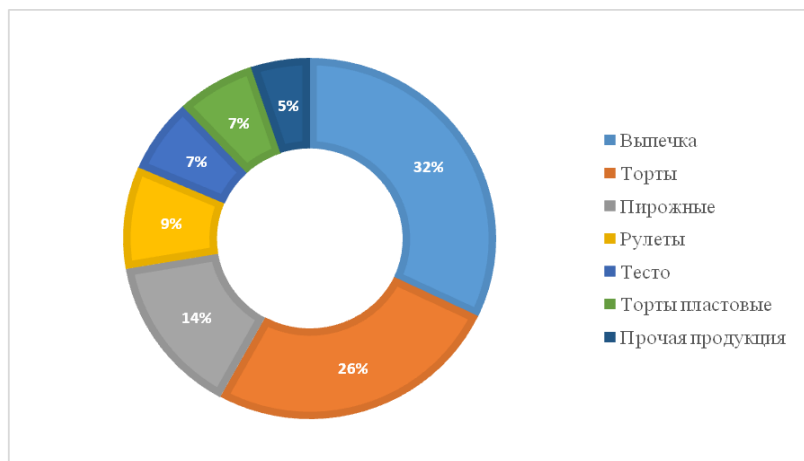


Рисунок 2.1 – Структура ассортимента выпускаемой продукции ООО «БИК-СМАК» за 2021 год.

Производство выпечки является самой востребованной продукцией у покупателей, пользующая спросом у населения, данная категория насчитывает более 20 видов продукции, это; пицца, хот-доги, гамбургеры, хлеб 1 сорта, сосиски в тесте, пирожки и др.

Производство тортов осуществляется как на заказ, так и масштабно в собственной сети.

ООО «БИК-СМАК» производит тесто четырех видов, реализация его составила 6,26% в общей выручке предприятия.

Торты пластовые занимают наименьший удельный вес в выручке предприятия ООО «БИК-СМАК» - 6,32%.

В прочую продукцию входят мелкоштучные товары, предприятие производит запеченные окорочка.

На основании имеющихся данных проведем АВС-анализ ассортимента ООО «БИК-СМАК» по объему выручки, учитывая следующие рекомендованные значения: группа А – 80% выручки, 20% наименований; группа В – 15% выручки, 30% наименований; группа С – 5% выручки, 50% наименований (табл. 2.7).

Таблица 2.7 – АВС – анализ ассортимента продукции ООО «БИК-СМАК» за 2019 год (тыс.руб.)

Вид продукции	Выручка за 2019 год, тыс.руб.	Удельный вес ассортиментной группы в %	Удельный вес, нарастающим итогом в %	Категория
Выпечка	4210	32,1	32,1	А
Торты	3401	25,9	58,0	А
Пирожные	1876	14,3	72,3	А
Рулеты	1202	9,17	81,5	В
Тесто	865	6,60	88,1	В
Торты пластовые	894	6,82	94,9	В
Прочая продукция	659	5,10	100	С
Итого	13107	100		

Из анализа таблицы 2.7 следует, что в группу А входит наиболее реализуемая продукция – выпечка, торты, пирожные, так как данные группы товаров, наиболее востребованные у покупателей и разнообразны в ассортименте.

Таблица 2.8 – АВС – анализ ассортимента продукции ООО «БИК-СМАК» за 2020 год (тыс.руб.)

Вид продукции	Выручка за 2020 год, тыс.руб.	Удельный вес ассортиментной группы в %	Удельный вес, нарастающим итогом в %	Категория
Выпечка	3961	33,7	33,7	А
Торты	2999	25,6	59,3	А
Пирожные	1799	15,3	74,6	А
Рулеты	1105	9,41	84,01	В
Тесто	761	6,49	90,5	В
Торты пластовые	716	6,10	96,6	С
Прочая продукция	395	3,40	100	С
Итого	11736	100		

Из таблицы 2.8 следует, что в 2020 году в группу А входит аналогичная продукция 2019 года- выпечка, торты, пирожные. В группу В – рулеты, тесто, в группу С –прочая продукция.

Таблица 2.9 – ABC – анализ ассортимента продукции ООО «БИК-СМАК» за 2021 год (тыс.руб.)

Вид продукции	Выручка за 2021 год, тыс.руб.	Удельный вес ассортиментной группы в %	Удельный вес, нарастающим итогом в %	Категория
Выпечка	3981	32,1	32,1	А
Торты	2711	25,9	58,0	А
Пирожные	1816	14,3	72,3	А
Рулеты	1202	9,17	81,5	В
Тесто	754	6,60	88,1	В
Торты пластовые	761	6,83	94,9	В
Прочая продукция	819	5,10	100	С
Итого	12044	100		

В полученном списке выделим три группы продукции:

- 1) категория А – это наиболее реализуемые товары (выпечка, торты, пирожные). Данная продукция является наиболее востребованной у покупателей;
- 2) категория В – средняя по стоимости продукция (рулеты, тесто, торты пластовые);
- 3) категория С – прочая продукция.

Таким образом, после подобного ранжирования к каждой из категорий применяются свои правила контроля продукции, в частности, группа продукции категории А должна находиться под строгим контролем и учётом уполномоченных на то должностных лиц, поскольку данная продукция наиболее пользуется у покупателей.

Далее проведем анализ выполнения плана по ассортименту продукции ООО «БИК-СМАК» за 2019 г. (таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Выполнение плана по ассортименту продукции ООО «БИК-СМАК» за 2019 год

Виды продукции	Объем производства, тыс.руб.		Темп роста, %	Объем производства, зачтенный в выполнение плана по ассортименту, тыс.руб.
	план	факт		
Выпечка	5160	4210	81,6	4210
Торты	3568	3401	95,3	3568
Пирожные	1989	1876	94,3	1989
Рулеты	1303	1202	92,2	1303
Тесто	966	865	89,5	966
Торты пластовые	909	894	98,3	909
Прочая продукция	788	659	83,6	659
Итого	14683	13107	89,2	13604

Оценка по методу наименьшего процента для 2021 г. составляет:

$$P_{\text{асс}} = 4210 / 5160 * 100 = 81,6 \%,$$

По методу среднего процента:

$$P_{\text{асс}} = 13604 / 14683 * 100 = 92,6 \, \%.$$

План по ассортименту в рассматриваемом периоде организацией не выполнен. В 2019 году на работу предприятия отрицательно повлияла пандемия «Covid-19». Были сокращены продажи продукции, основная часть которая реализуется в стационарных киосках сети ООО «БИК-СМАК», сократились продажи всех номенклатур производимой продукции.

Рассмотрим в таблице 2.11 выполнение плана по ассортименту продукции ООО «БИК-СМАК» за 2020 год.

Таблица 2.11 – Выполнение плана по ассортименту продукции ООО «БИК-СМАК» за 2020 год

Виды продукции	Объем производства, тыс.руб.		Темп роста, %	Объем производства, зачтенный в выполнение плана, тыс.руб.
	план	факт		
Выпечка	4820	3961	82,2	3961
Торты	3568	2999	84,0	3568
Пирожные	1889	1799	95,2	1889
Рулеты	1262	1105	87,5	1262
Тесто	892	761	85,3	892
Торты пластовые	854	716	83,8	854
Прочая продукция	492	395	80,3	395
Итого	13777	11736	85,2	12821

Оценка по методу наименьшего процента для 2021 г. составляет:

$$P_{\text{acc}} = 3961 / 4820 * 100 = 82,2 \%,$$

По методу среднего процента:

$$P_{\text{acc}} = 12821 / 13777 * 100 = 93,0\%.$$

План по ассортименту в рассматриваемом периоде организацией не выполнен, причинами, сдерживающими реализацию товаров, являются конкуренция на рынке кондитерских изделий и повышение цен на продукцию.

Далее проведем анализ выполнения плана по ассортименту продукции ООО «БИК-СМАК» за 2021 г. (таблица 2.12).

Таблица 2.12 – Выполнение плана по ассортименту продукции ООО «БИК-СМАК» за 2021 год

Виды продукции	Объем производства, тыс.руб.		Темп роста, %	Объем производства, зачтенный в выполнение плана по ассортименту, тыс.руб.
	план	факт		
Выпечка	4213	3981	94,5	4213
Торты	2897	2711	93,6	2897
Пирожные	1952	1816	93,0	1952
Рулеты	1314	1202	91,5	1314
Тесто	855	754	88,2	754
Торты пластовые	802	761	94,9	802
Прочая продукция	911	819	89,9	819
Итого	12944	12044	93,0	12751

Оценка по методу наименьшего процента для 2021 г. составляет:

$$P_{\text{acc}} = 754 / 855 * 100 = 88,2 \%,$$

По методу среднего процента:

$$P_{\text{acc}} = 12751 / 12944 * 100 = 98,5\%.$$

План по ассортименту в рассматриваемом примере организацией не выполнен.

Анализ полученных данных занесем в таблицу 2.13.

Таблица 2.13 – Динамика коэффициента ассортимента продукции в ООО «БИК-СМАК» за 2019 – 2021 гг., %

Виды продукции	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение	
				2020-2019 гг.	2021-2020 гг.
Выпечка	81,6	82,2	94,5	0,6	12,3
Торты	95,3	84,0	93,6	-11,3	9,6
Пирожные	94,3	95,2	93,0	0,9	-2,2
Рулеты	92,2	87,5	91,5	-4,7	4
Тесто	89,5	85,3	88,2	-4,2	2,9
Торты пластовые	98,3	83,8	94,9	-14,5	11,1
Прочая продукция	83,6	80,3	89,9	-3,3	9,6

Наглядно полученные данные представлены на рис.2.2.

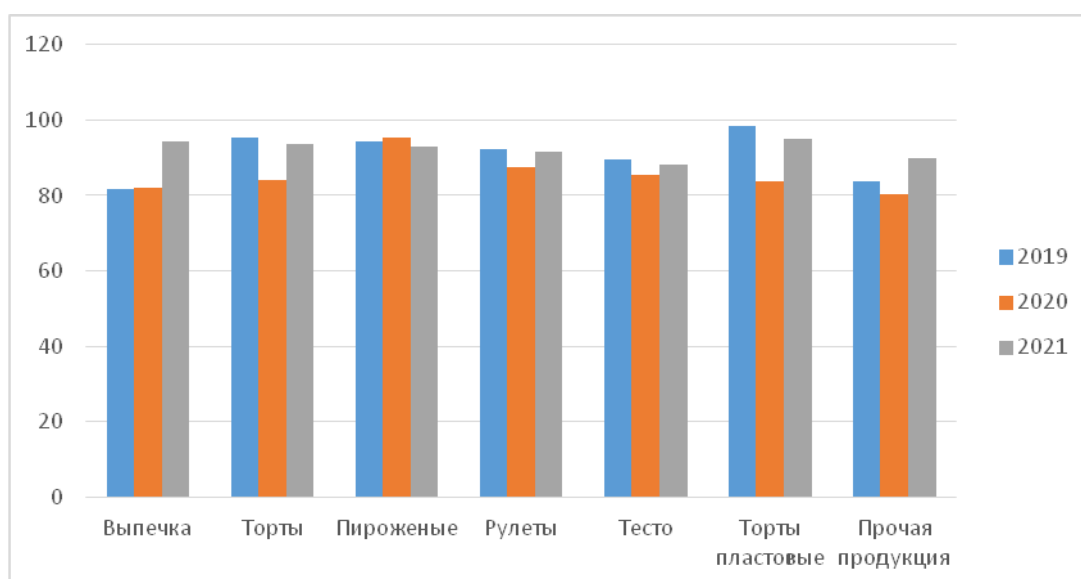


Рисунок 2.2 – Динамика коэффициента ассортимента продукции ООО «БИК-СМАК» за 2019 – 2021 гг., %

Исходя из представленных данных, видно, что ассортимент выпуска продукции по выпечке приблизился в 2021 году к 100%. Ассортимент пирожных к 2021 году сократился и составил 93,0 %, что обусловлено снижением потребительского спроса на изготавливаемую продукцию ООО

«БИК-СМАК». На предприятии ООО «БИК-СМАК» ежемесячно проводится проверка полноты ассортимента, т.е. определяется степень соответствия количества разновидностей товаров, имеющих в продаже, количеству разновидностей товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем.

Проведенный анализ позволил выявить следующее:

- 1) план ассортимента на протяжении периода недовыполнен, что связано с высокой конкуренцией на рынке кондитерских изделий г. Рубцовска;
- 2) произошло снижение выпуска продукции тортов и теста, а также пирожных.

2.3 Анализ динамики производства и реализации продукции ООО «БИК-СМАК»

Рассмотрим в таблице 2.14 анализ выпуска и реализации продукции на 2019-2021 гг.

Таблица 2.14 – Анализ выпуска и реализации продукции ООО «БИК-СМАК» на 2019-2021 гг., тыс.руб.

Виды продукции	Выручка, тыс. руб.			Абсолютное отклонение	
	2019г.	2020г.	2021г.	2020-2019 гг.	2021-2019 гг.
Выпечка	4210	3961	3981	-249	20
Торты	3401	2999	2711	-402	-288
Пирожные	1876	1799	1816	-77	17
Рулеты	1202	1105	1202	-97	97
Тесто	865	761	754	-104	-7
Торты пластовые	894	716	761	-178	45
Прочая продукция	659	395	819	-264	424
Итого	13107	11736	12044	-1371	308

Из данной таблицы следует, что к 2021 году реализация продукции возросла на 308 тыс.руб., за счет выпечки увеличилась на 20 тыс.руб.,

пирожных на 17 тыс.руб., рулетов на 97 тыс.руб., тортов пластовых на 45 тыс.руб., и прочей продукции на 424 тыс. руб.

Реализация тортов сократилась в 2021 году по сравнению с 2020 годом на 288 тыс.руб., а тесто на 7 тыс.руб.

Предприятие увеличило производство и реализацию прочей продукции на 424 тыс.руб., расширило ассортимент выпускаемой продукции. В прочую продукцию входят: окорочка жаренные, котлеты, отбивные. Предприятие приобретает полуфабрикаты, готовит, и реализует в собственной сети.

Составим таблицу показателей количества произведенной продукции в натуральном выражении и процентном соотношении (таблица 2.15 и рис.2.3).

Таблица 2.15 – Динамика показателей произведенной продукции предприятия ООО «БИК-СМАК» за 2019 – 2021 гг.

Виды продукции	Объем выпущенной продукции, шт.			Удельный вес в общем объеме, %			Отклонение	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2020-2019 гг.	2021-2020 гг.
Выпечка	84200	79220	79620	55,7	56,9	52,7	-4980	400
Торты	5669	5453	4170	3,75	3,91	2,76	-216	-1283
Пирожные	31267	29980	36320	20,7	21,5	24,0	-1287	6340
Рулеты	7070	6420	7050	4,67	4,61	4,66	-650	630
Тесто	13308	12760	12100	8,80	9,16	8,00	-548	-660
Торты пластовые	3576	2248	2967	2,36	1,61	1,96	-1328	719
Прочая продукция	6159	3174	8963	4,07	2,28	5,93	-2985	5789
Итого	151249	139255	151190	100	100	100	-11994	11935

В 2020 году по сравнению с 2019 годом объем производства продукции сокращался по всей номенклатуре, что связано с высокой конкуренцией и работы предприятия в условиях пандемии.

Учебные заведения и организации переходили на удаленную работу, становилось меньше покупателей.

Анализируя данные, представленные в таблице 2.6 и на рис.2.2, видно, что в 2021 году наибольший удельный вес в структуре выпускаемой продукции имеет выпечка – 52,8 %, пирожные – 24,1 %, тесто, прочая продукция – 5,95 %. Увеличение объемов и реализации данных видов продукции объясняется повышенным спросом у покупателей. Выпечка разбирается каждый день, особенно в стационарных киосках, расположенных возле учебных заведений, там спрос повышается на готовую продукцию.

Таким образом, за анализируемый период наблюдается увеличение объема выпуска в 2021 году по сравнению в 2019 годом практически по всем показателям, кроме выпуска тортов на 1283 шт. и тесто на 660 шт.

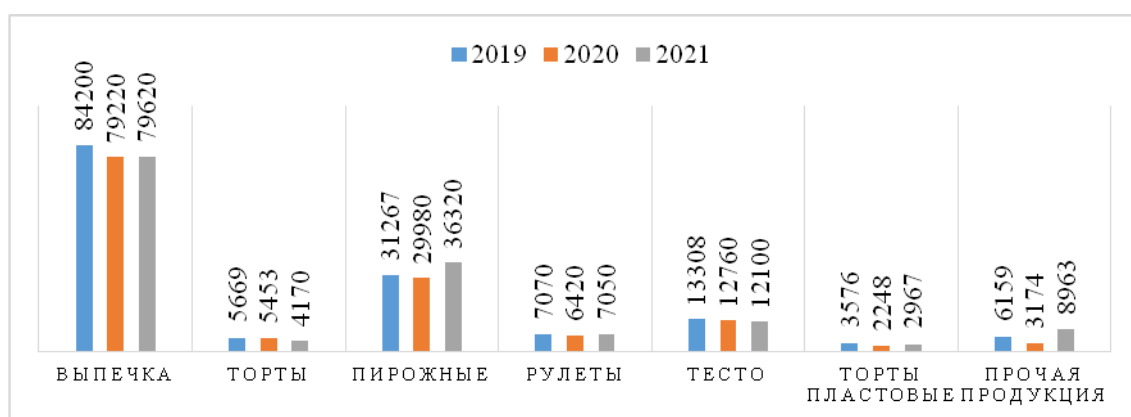


Рисунок 2.3 – Динамика производства продукции в ООО «БИК-СМАК» в 2019 – 2021 гг., шт.

Основная причина нестабильного характера динамики производства продукции ООО «БИК-СМАК» заключается также в росте цен на закупку основного сырья, что повлияло на снижение спроса тортов.

Изменение в структуре продукции приводят к отклонениям от плановой структуры продукции, нарушая тем самым условия сопоставимости всех экономических показателей. Проведем анализ по выполнению плана по производству основных видов продукции в 2019-2021 гг. (таблица 2.16).

По данным таблицы 2.16 следует, что в 2020 году по сравнению с 2019 годом план был невыполнен на 96,9 %, а в 2021 году по сравнению с 2020 годом план невыполнен на 98,3 %. Причиной снижения объема выработки продукции в 2021 году по сравнению с 2019 годом и невыполнения плана производства явилось снижение спроса на данную продукцию, повышение себестоимости, влияние пандемии, а также негативные изменения в экономике страны.

Таблица 2.16 – Анализ выполнения плана выпуска по основным видам продукции в ООО «БИК-СМАК» в 2019-2021 гг.

Виды продукции	2019			2020			2021		
	План, шт.	Факт, шт.	Выполнение плана, %	План, шт.	Факт, шт.	Выполнение плана, %	План, шт.	Факт, шт.	Выполнение плана, %
Выпечка	85690	84200	98,3	81650	79220	97,0	80169	79620	99,3
Торты	5771	5669	98,2	5569	5453	97,9	4279	4170	97,4
Пирожные	32697	31267	95,6	30245	29980	99,1	36999	36320	98,2
Рулеты	7179	7070	98,5	7110	6420	90,3	7069	7050	99,7
Тесто	13789	13308	96,5	12899	12760	98,9	12799	12100	94,5
Торты пластовые	3698	3576	96,7	2957	2248	76,0	3450	2967	86,0
Прочая продукция	7260	6159	84,8	5128	3174	61,9	9067	8963	98,8
Итого	156084	151249	96,9	144558	139255	96,3	153832	151190	98,3

Ритмичность выпуска и реализации продукции предприятия по кварталам за 2019-2021 год рассмотрим в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – Ритмичность выпуска и реализации продукции предприятия ООО «БИК-СМАК» по кварталам года за 2019-2021 гг.

Кварталы	2019 г.		2020 г.		2021 г.		Абсолютное отклонение	
	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	2020 - 2019 гг.	2021- 2020 гг.
1	41561	27,5	41245	28,5	35687	25,6	-316	-5558
2	45716	30,2	21548	14,9	31514	22,6	-24168	9966
3	21714	14,3	29897	20,7	22441	16,1	8183	-7456
4	42258	27,9	51868	35,9	49613	35,6	9610	-2255
Итого	151249	100	144558	100	139255	100	-6691	-5303

Рассмотрим на рисунке 2.4 ритмичность выпуска и реализации продукции предприятия ООО «БИК-СМАК» по кварталам года за 2019-2021 год

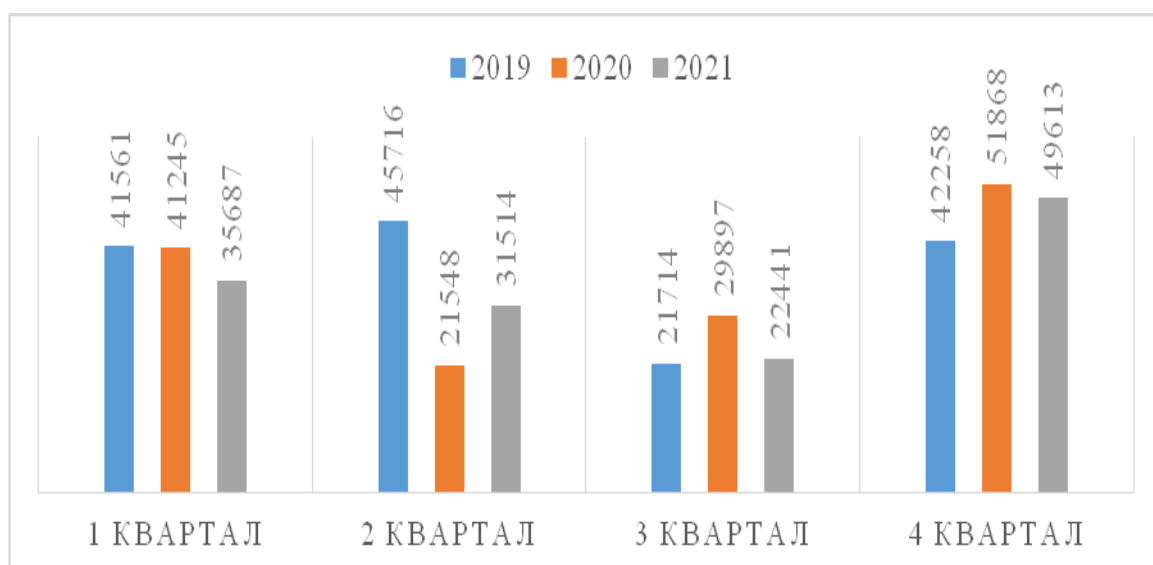


Рисунок 2.4 – Ритмичность выпуска и реализации продукции предприятия ООО «БИК-СМАК» по кварталам года за 2019-2021 гг., шт.

Как видим из таблицы 2.17 и рис.5, наибольшая реализация продукции товаров приходится на 2 и 4 квартал года.

В летний сезон года продажи сокращаются из-за жаркой погоды и закрытия учебных заведений. В осеннее время года спрос заново возрастает на продукцию, выпускаемую ООО «БИК-СМАК».

Самым напряженным является второй квартал в 2020 году, что связано с приостановлением деятельности предприятия в связи с пандемией, в результате чего объемы производства продукции сократились.

Таким образом, товарооборот предприятия по кварталам года распределялся неравномерно и развивался неритмично.

Рассмотрим в таблице 2.18 анализ реализации продукции в разрезе торговой сети ООО «БИК-СМАК» за 2019-2021 гг., тыс.руб.

Таблица 2.18 – Анализ реализации продукции в разрезе торговой сети ООО «БИК-СМАК» за 2019-2021 гг., тыс.руб.

Адрес (местонахождение)	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение	
				2020 - 2019 гг.	2021- 2020 гг.
ул. Северная ,19	2923	2816	2918	-107	102
ул. Громова,20	2115	1921	2053	-194	132
пр-т Ленина,126	2250	1890	2116	-360	226
ул. Дзержинского, 10	2251	1888	1919	-363	31
ост. «Вокзал»	1105	969	1039	-136	70
пер.Станционный,41	761	769	863	8	94
ул. Тракторная, 21б	1702	1483	1136	-219	-347
Итого	13107	11736	12044	-1371	308

В 2020 году по сравнению с 2019 годом объемы производства и реализации продукции сокращались практически по всей сети, на что оказало непосредственное влияние пандемия и рост цен на закуп сырья.

В 2021 году сокращение объема реализации продукции наблюдалось в торговой точке, расположенной на ул. Тракторная, 21б, что было вызвано высокими затратами на содержание данной точки.

В ходе проведенного анализа были сделаны следующие выводы:

- 1) низкий темп роста прибыли от реализации продукции;
- 2) недовыполнение плана по реализации продукции в рассматриваемом периоде;
- 3) снижение объема выпуска продукции тортов и теста;
- 4) деятельность ООО «БИК-СМАК» нацелена, в первую очередь, на реализацию продукции в собственной сети;
- 5) отсутствует стратегия расширения клиентской базы. ООО «БИК-СМАК» на данном этапе не готово за счет собственных средств увеличивать объем производства продукции на основании расширения ассортимента.

Исходя из расчетов, в качестве проблемы можно выделить небольшое недовыполнение плана по реализации продукции. Это означает, что исследуемому предприятию можно порекомендовать разработать мероприятия по ускорению реализации продукции и получению выручки.

3 МЕРОПРИЯТИЯ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ПОВЫШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ООО «БИК-СМАК»

С целью выявления проблем в процессе написания данной выпускной квалификационной работы, для увеличения объемов производства продукции, предлагается:

1. Производство новой продукции Зерновые слайсы;
2. Участие в ярмарках кондитерских изделий.

С целью решения выявленных проблем нами предлагается, производство слайсов зерновых.

1. Слайсы зерновые – это хлебцы, которые изготавливают из цельных пророщенных зёрен пшеницы. Первоначально их подвергают кратковременной обработке высокой температурой (в результате происходит взрыв изнутри), а в завершении прессуют. Этот продукт обладает воздушной, хрустящей и довольно плотной структурой. Внешне он похож на шайбочки.

Сегодня на рынке представлены различные виды слайсов: из одного злака (гречки, пшеницы, ячменя, овса, риса) и мультизлаковые (из двух и более видов злаков) (калоризатор). Но наибольшей популярностью пользуются именно слайсы из пшеницы.

Следует отметить, что они (в отличие от хлеба) производятся без использования дрожжей. В результате получается продукт с пониженной кислотностью. Кроме того, в муке практически отсутствуют полезные вещества (только легкоусвояемые углеводы). Также для усвоения слайсов организму требуется значительно больше энергии, чем для хлеба. Это позволяет сохранить чувство насыщения на более длительный период и обеспечить полноценную работу кишечника. Четыре слайса приравниваются к одному ломтику хлеба.

Хранить их следует при температуре до +20 градусов и влажности не более 75-ти процентов. Срок годности составляет восемь месяцев, если герметичность упаковки не нарушена.

Самые популярные производители оборудования для слайсов зерновых в России, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Производители оборудования для слайсов зерновых в России

Наименование поставщика оборудования	Стоимость оборудования, руб.
ООО «Диэнта» г. Новосибирск	425000
ООО «КондитерхлебПром» г. Москва	568000
ООО «ПроПартнер» г. Алматы	521000

ООО «Диэнта» г. Новосибирск занимается реализацией оборудования, для выпечки хлебцев, а также злаковых культур.

Данная стоимость оборудования представлена с учетом доставки и монтажа. ООО «КондитерхлебПром» г. Москва- данная организация занимается поставкой отечественного и импортного технологического оборудования для производства хлебобулочных изделий.

ООО «ПроПартнер» г. Алматы занимается реализацией оборудования для предприятий общественного питания, пищевое оборудование.

Изучив прайс – листы данных фирм по поставке оборудования, мы остановились на ООО «Диэнта» г. Новосибирск, так как цены у данного поставщика ниже, и в стоимость оборудования включен НДС.

Предлагаем закупить оборудование в компании ООО «Диэнта» г. Новосибирск.

Данная организация предлагает компактные машины-автоматы экструзионной технологии различных модификаций для выпечки хлебцев из смеси пшеничной и рисовой муки, а также злаковых культур. ООО «Диэнта» работает напрямую с заводом – производителем, поэтому цены ниже чем у других поставщиков оборудования.

Рассмотрим на рисунке Приложения 4 аппарат для производства зерновых мини-слайсов ПЗХ - Б 10 «КОЛОС-3».

Рассмотрим в таблице 3.2 технические характеристики оборудования зерновых мини-слайсов ПЗХ - Б 10 «КОЛОС-3».

Таблица 3.2 – Технические характеристики оборудования зерновых мини-слайсов ПЗХ - Б 10 «КОЛОС-3»

Технические характеристики	Показатель
Производительность, кг/час	7,0
Объем бункера, л.	3.0
Масса, кг	100
Срок службы, лет	10.0
Гарантийный срок, мес.	12
Размер готового продукта, вес (г)	6
Мощность, кВт, в час	6,5

Рассмотрим в таблице 3.3 капитальные затраты на закупку комплекта оборудования для производства слайсов.

Таблица 3.3 – Капитальные затраты на закупку оборудования для производства зерновых слайсов ПЗХ - Б 10 «КОЛОС-3»

Наименование оборудования	Сумма, руб. с НДС	Сумма, без НДС, руб.
Аппарат для производства зерновых мини-слайсов ПЗХ - Б 10 «КОЛОС-3»	425000	354167

Цена оборудования без НДС составит: 354167 руб.

Для данного оборудования необходимо производственное помещение, которое должно соответствовать санитарно-гигиеническим требованиям для производства пищевой продукции. В ООО «БИК-СМАК» есть свободный цех и прилегающий к нему склад, помещение составляет 80 квадратных метров, что является достаточным для создания нового производства.

Согласно техническим характеристикам, потребляемая мощность оборудования составляет 6,5 кВт/час.

Количество рабочих дней в месяце составит 22 дня.

В первый год работы оборудование будет работать в одну смену 5 часов.

$6,5 \cdot 5 \text{ час.} \cdot 5 \text{ руб.} \cdot 22 \text{ дня} = 3575 \text{ руб.}$ затраты в месяц.

$3575 \text{ руб.} \cdot 12 \text{ мес.} = 42900 \text{ руб.}$ за год.

Затраты на электроэнергию комплекта оборудования для производства слайсов представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Затраты на электроэнергию оборудования для производства зерновых слайсов ПЗХ - Б 10 «КОЛОС-3»

Наименование затрат	Потребляемая я мощность, кВт	Затраты в месяц при 100 % загрузки в мес., руб.	Затраты в год, руб.
Электроэнергия	6,5	3575	42900

Рассчитаем сумму годовых амортизационных отчислений в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Затраты на амортизацию оборудования для производства зерновых слайсов ПЗХ - Б 10 «КОЛОС-3»

Наименование оборудования	Сумма, руб.	Полезный срок использования, лет	Затраты в месяц, руб.	Затраты в год, руб.
Оборудование для производства зерновых слайсов ПЗХ - Б 10 «КОЛОС-3»	354167	10	2951,4	35416,7

Из данной таблицы следует, что затраты на амортизацию составят 35416,7 в год. Для обслуживания комплекта оборудования для производства слайсов потребуются 2 человека. Рассмотрим в таблице 3.6 расчет затрат на заработную плату персонала оборудования для производства зерновых слайсов ПЗХ-Б 10 «КОЛОС-3».

Таблица 3.6 – Расчет заработной платы персонала по производству слайсов

Должность	Количество чел.	Средняя заработная плата	Социальные отчисления, 30%	Заработная плата в месяц, всего руб.	Заработная плата в год, всего руб.
Оператор	1	17200	5160	22360	268320
Рабочий	1	14000	4200	18200	218400
Итого	2	-	-	40560	486720

Оператор будет осуществлять следующие функции:

- контроль за производственным процессом слайсов;
- следить за нормативами для производимой продукции и сырья;
- отслеживать правильность работы оборудования.

В обязанности рабочего, будут входить следующие функции:

- замес теста для слайсов;
- подача теста в оборудование.

Расходы на заработную плату персонала цеха производства слайсов составят 486720 руб.

Технология изготовления слайсов проста. На центрифуге измельчают предварительно очищенное зерно, смешивают с водой и пропускают через экструдер. Там тесто нагревается и проходит через специальную форму.

Благодаря этому получается сухой, хрустящий и очень вкусный продукт.

Производственная мощность комплекта оборудования в час составляет 7 кг/час.

$$7 \text{ кг./час} * 5 = 35 \text{ кг в день}$$

$$35 \text{ кг.} * 22 \text{ дня} = 770 \text{ кг в месяц}$$

$$770 \text{ кг.} * 12 \text{ мес.} = 9240 \text{ кг. в год}$$

Расчет сырья и вспомогательных материалов для производства слайсов представлен в таблице 3.7.

Цена 1 тонны пшеницы первого сорта составляет 8000 руб.

Таблица 3.7 – Расчет сырья и вспомогательных материалов для производства слайсов зерновых

Наименование сырья и вспомогательных материалов	Количество сырья на 100 гр.	Цена , руб. за 100 гр.	Затраты на весь выпуск продукции (9240 кг)
Зерно пшеницы, гр.	125,0	0,8	73920
Вода, л	0,30	0,18	16632
Соль	0,0003	0,03	2772
Итого		1,01	93324

Материальные затраты на весь выпуск слайсов составят –93324 руб.

Рассмотрим в таблице 3.8 расходы на упаковку слайсов зерновых.

Таблица 3.8 – Расходы на упаковку слайсов зерновых

Наименование расходов	Затраты на (100 гр. упаковка), руб.	Затраты на весь выпуск продукции, руб.
Расходы на упаковку	1,80	166320
Затраты на маркировку	0,5	46200
Итого	2,6	212520

Из данной таблицы следует, что затраты на упаковку составят 212520 руб.

Калькуляция себестоимости на изготовление слайсов зерновых представлена в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Калькуляция себестоимости на изготовление слайсов зерновых

Статьи калькуляции	Затраты на 100 гр., руб.	Затраты на 1 кг., руб.	Всего затрат, руб.
Сырье и материалы	1,01	10,1	93324
Электроэнергия	0,46	4,64	42900
Амортизация	0,38	3,83	35416,7
Заработная плата+отчисления	5,27	52,7	486720
Расходы на упаковку	2,3	23	212520
Итого себестоимость	9,42	94,2	870880,7

Таким образом, себестоимость 100 гр. Слайсов составляет 9,42 руб., а 1 кг 94,2 руб.

Рассмотрим в таблице 3.10 формирование цены на слайсы зерновые.

Таблица 3.10 – Формирование цены на слайсы зерновые

Вид продукции	Себестоимость 100 гр., руб.	Прибыль	Цена, руб.	Цена с НДС, руб.
Слайсы зерновые	9,42	14,3	23,75	28

$23,75 + 20\% = 28$ руб.

Таким образом, цена за 100 гр. слайсов цена составит 28 руб.

Рассмотрим в таблице 3.11 сравнение новой продукции ООО «БИК-СМАК» с аналогичной продукцией конкурентов, выпускающих слайсы зерновые.

Таблица 3.11 – Сравнение цен новой продукции ООО «БИК-СМАК» с аналогичной продукцией конкурентов

Наименование конкурента	Отпускная цена за 100 гр.
ООО «КВАНТСЕРВЕР» г. Бийск	28,0
ООО «Продукт Алтай» г. Барнаул	29,0
ООО «БИК-СМАК»	28,0

Таким образом, цена на ООО «БИК-СМАК» будет составлять 28 руб., а за 1 кг 280 руб.

Целесообразно использовать следующие каналы сбыта продукции:

- продуктовые магазины города Рубцовска: «Алейский», «Комсомольский», «Купеческий двор», «Калина», «Томский» и др.
- собственная розничная сеть ООО «БИК-СМАК».

Рассчитаем в таблице 3.12 выручку от выпуска слайсов зерновых на 2022 год.

Таблица 3.12 – Выручка от выпуска слайсов ООО «БИК-СМАК»

Наименование	Годовой объем производства, кг	Цена за 1 кг, с НДС, руб.	Выручка с НДС, руб.	Выручка без НДС, руб.
Слайсы зерновые	9240	280	2587200	2156000

$2587200 \cdot 20\% / 120\% = 431200$ руб. (НДС)

$2587200 - 431200 = 2156000$ руб. Выручка без НДС

Производственная себестоимость – 870880,7 руб.

Прибыль от продаж – 1285119,3 руб.

Налог на прибыль – 257023,8 руб.

Чистая прибыль – 1028095,4 руб.

Занесем полученные данные в таблицу 3.13.

Таблица 3.13 – Экономический эффект от производства слайсов зерновых на 2022 год (тыс.руб.)

Показатель	До мероприятия	После мероприятия	Отклонения
Выручка	12044	14200	2156
Себестоимость продаж	11201	12072	871
Прибыль от продаж	843	2128	1285
Прочие расходы	49	49	0
Прибыль до налогообложения	794	2079	1285
Налог на прибыль	159	416	257
Чистая прибыль	635	1663	1028

Из данной таблицы следует, что выручка от реализации данного мероприятия возрастет на 2156 тыс.руб., а чистая прибыль на 1028 тыс.руб.

2. Перейдем ко второму мероприятию - участие в ярмарках кондитерских изделий

С целью выявления проблем в процессе написания данной выпускной квалификационной работы, для увеличения объемов производства продукции, предлагается предприятию участвовать в ярмарках кондитерских изделий.

Ярмарка проводится каждый год в г.Барнаул в центре города в марте месяце, для этого ООО «БИК-СМАК» необходимо договорится об аренде помещения. Выставка-ярмарка будет проходить 2 дня. Для проведения мероприятия понадобится транспорт для перевозки продукции и мебели.

Необходимо привлечь работников, лучше это делать не со стороны, а с организации уже более опытный и знающий персонал, который сможет рассказать клиенту о товаре, за неделю до выставки-ярмарки дать рекламу на телевидение, радио, в газеты, на афишах.

На проведение данного мероприятия необходимо пригласить индивидуальных предпринимателей, как г. Барнаула, г. Бийска, Рубцовска, Новосибирска так и других городов Алтайского края и Новосибирской области.

На выставке-ярмарке будут представлены все виды тортовых изделий ООО «БИК-СМАК». Необходимо составить план реализации продукции. Для участия в ярмарке потребуются сотрудники в количестве 5 человек (экспедитор который повезет продукцию до города Барнаула, водитель, и 3 продавца) ООО «БИК-СМАК».

Затраты для участия в ярмарке ООО «БИК-СМАК» представлены в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Затраты для участия в ярмарке кондитерских изделий ООО «БИК-СМАК»

Наименование затрат	Стоимость, руб.
Транспортные расходы на доставку продукции до г. Барнаула	10000
Суточные	5600
Проезд до г. Барнаула	5000
Проживание	10000
Буклеты о продукции предприятия	5400
Себестоимость тортовых изделий	39000
Итого	75000

Таким образом, затраты связанные с данным мероприятием составят 75000 руб. Основываясь на практике предприятия ООО «Торговый дом «МАКБУР – СИБИРЬ», предполагается, что участие в подобных конкурсах качества продукции даст возможность ООО «БИК-СМАК» найти новых покупателей и партнеров, расширить рынки сбыта, что, как следствие, обеспечит рост выручки от реализации продукции на 1 %.

Таким образом, на 2021 год выручка от реализации продукции составила 12044 тыс. руб., то после участия в конкурсах качества и проведения рекламной компании, выручка ООО «БИК-СМАК» увеличится на 120,4 тыс. руб. (таблица 3.15).

Себестоимость составит: 75 тыс.руб.

Таблица 3.15 – Экономическая эффективность ООО «БИК-СМАК» от участия в ярмарке кондитерских изделий (тыс.руб.)

Показатель	До мероприятия	После мероприятия	Отклонения
Выручка	12044	12164	120
Себестоимость продаж	11201	11276	75
Прибыль от продаж	843	888	45
Прочие расходы	49	49	0
Прибыль до налогообложения	794	839	45
Налог на прибыль	159	150	9
Чистая прибыль	635	671	36

В результате участия в ярмарке, чистая прибыль ООО «БИК-СМАК» увеличится на 36 тыс. руб. В целом предложенное мероприятие будет способствовать повышению объемов выпуска реализации выпускаемой продукции.

Таким образом, реализация указанных мероприятий, будет способствовать повышению объемов выпускаемой продукции в ООО «БМК-СМАК», расширению ассортимента, совершенствованию качества, а также увеличению прибыли и рентабельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Объектом исследования является ООО «БИК-СМАК», который осуществляет производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производство мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения

Продукция реализуется через собственную торговую сеть, которая представлена в виде шести стационарных павильонов.

Также осуществляется изготовление тортов по индивидуальным заказам населению города Рубцовска.

Проведя анализ финансовой деятельности предприятия, можно сделать следующие выводы:

К 2020 году наблюдается сокращение прибыли, за счет повышения себестоимости продукции.

Показатели рентабельности свидетельствуют о неэффективной деятельности предприятия.

В результате проведенного исследования финансовой деятельности предприятия ООО «БИК-СМАК» были выявлены следующие недостатки:

- 1) деятельность предприятия находится в кризисном финансовом положении, что обусловлено недостатком собственных оборотных средств, которых не хватает в хозяйственной деятельности для покрытия запасов;
- 2) проведенный анализ ликвидности ООО «БИК-СМАК» указывает на то, что у предприятия недостаточно денежных средств и краткосрочных финансовых вложений (высоколиквидных активов) для погашения наиболее срочных обязательств;
- 3) у предприятия нарушена платежеспособность;
- 4) низкий темп роста прибыли от реализации продукции;

5) недовыполнение плана по реализации продукции в рассматриваемом периоде;

6) снижение объема выпуска продукции тортов и теста;

7) деятельность ООО «БИК-СМАК» нацелена, в первую очередь, на реализацию продукции в собственной сети;

8) отсутствует стратегия расширения клиентской базы. ООО «БИК-СМАК» на данном этапе не готово за счет собственных средств увеличивать объем производства продукции на основании расширения ассортимента.

С целью решения данных проблем, ООО «БИК-СМАК» предлагается осваивать новое производство продукции, а именно слайсов зерновых.

Себестоимость 100 гр. слайсов составит 9,42 руб. Предлагаемое мероприятие будет способствовать повышению объемов производства выпускаемой продукции на 2156 тыс.руб., а также увеличению чистой прибыли на 1028 тыс.руб.

В результате участия в ярмарке, чистая прибыль ООО «БИК-СМАК» увеличится на 36 тыс. руб. В целом предложенное мероприятие будет способствовать повышению объемов выпуска реализации выпускаемой продукции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022). // «Российская газета», № 238-239, 08.12.1994
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 26.03.2022). // «Российская газета», № 148-149, 06.08.1998
3. Баканов, М.И. Теория экономического анализа: учебник / М.И. Баканов, И.А. Мельник. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 536 с.
4. Баканов, М.И. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование: учеб. пособие / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2019. - 656 с.
5. Барнгольц, С.Б. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта: учеб. пособие / С.Б. Барнгольц, М.В. Мельник. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 240 с.
6. Басовский, Л.Е. Теория экономического анализа: учеб. пособие / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2020. - 222 с.
7. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Т.Б. Бердникова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 215 с.
8. Волков, О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О. И. Волков, В. К. Скляренко. - М.: ИНФА-М, 2020. - 237 с.
9. Грищенко, О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / О.В. Грищенко. - Таганрог: ТРТУ, 2017. - 112 с.

10. Донцова, Л.В. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности: учебник / Л. В. Донцова, Н.А. Никифорова. - М.: Дело и сервис, 2020. - 304 с.
11. Жиделева, В.В. Экономика предприятия: учебник / В.В. Жиделева. - М.: Экономика, 2019. - 263 с.
12. Завьялова, З.М. Теория экономического анализа: курс лекций / З.М. Завьялова. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 192 с.
13. Ионова, А.Ф. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / А.Ф. Ионова, Н. Н. Селезнева. – М.: Проспект, 2020. – 592 с.
14. Кирьянова, З.В. Анализ финансовой отчетности: учебник / З. В. Кирьянова, Е. И. Седова. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 428 с.
15. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник для вузов / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: Проспект, 2020. - 424 с.
16. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. - М.: Проспект, 2017. - 424 с.
17. Ковалев, В.В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели / В.В. Ковалев, В. В. Ковалев. – М.: Проспект, 2020. – 880 с.
18. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / А.И. Алексеева [и др.]. - М.: Финансы и статистика, 2019. - 672 с.
19. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский учет: учебное пособие / Н.П. Кондраков. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 717 с.
20. Любушин, Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебник / Н.П. Любушин, В.В. Лещева, В.Г. Дьякова; под ред. Н. . Любушина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 471 с.
21. Паламарчук, А.С. Анализ плана производства и реализации продукции / А.С. Паламарчук // Справочник экономиста. - 2020. - № 10. - С. 31-41.

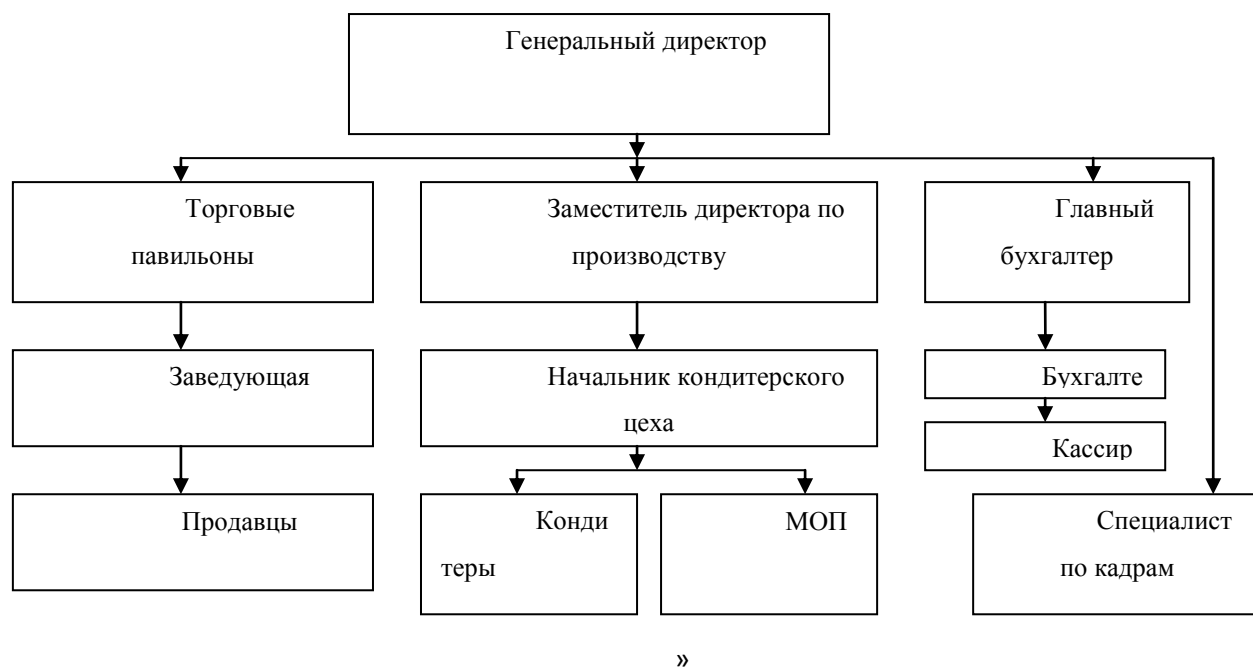
22. Протасов, В.Ф. Анализ деятельности предприятия (фирмы): производство, экономика, финансы, инвестиции, маркетинг: учеб. пособие / В.Ф. Протасов. - М.: Финансы и статистика, 2019. - 536 с.
23. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: учебник / Л.В. Прыкина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 360 с.
24. Пястолов, С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / С.М. Пястолов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Мастерство, 2019. - 336 с.
25. Раицкий, К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 1012 с.
26. Райзберг, Б.А., Современный экономический словарь: Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 494 с.
27. Романенко, И.В. Экономика предприятия: учебник / И.В. Романенко. - 2-е изд., доп. - М.: Финансы и статистика, 2019. - 208 с.
28. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2020. - 336 с.
29. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Савицкая Г.В. – М.: Инфра – М, 2019.– 651 с.
30. Савицкая, Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: краткий курс для вузов / Г.В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 288 с.
31. Сафронов, Н.А. Экономика предприятия: учебник / Н.А. Сафронов; под ред. Н.А. Сафронова. - М.: Экономист, 2020. - 608 с.
32. Сергеев, И.В. Экономика предприятия: учеб. пособие / И.В. Сергеев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 226 с.
33. Суздальцева, Л.П. Экономический анализ деятельности фирм (анализ производственного потенциала фирмы): учебно-методическое пособие / Л.П. Суздальцева. - М.: МГИУ, 2017. - 74 с.

34. Толкачева, Н.А. Финансовый менеджмент: курс лекций / Н.А. Толкачева. – М.: Директ-Медиа, 2020. — 144 с.
35. Хунгуреева, И.П. Экономика предприятия: учеб. пособие / И.П. Хунгуреева, Н.Э. Шабыкова, И.Ю. Унгаева. - Улан-Удэ: ВСГТУ, 2020. - 240 с.
36. Финансы предприятий: Учебник для вузов / Под ред. Н.В.Колчиной – М.:ЮНИТИ, 2019 г. – 448с.
37. Чуева, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чуева, И. Н. Чуев. – М.: Дашков и К, 2017. – 348 с.
38. Шеремет А.Д. Финансы предприятия / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М.: ИНФРА М, 2017 г. – 343с.
39. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет. Учеб. пособие для вузов М. Инфра-М. 2020 г. – 208 с.
40. Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов / А. Д. Шеремет. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 416 с.
41. Шуляк П.Н. Финансы предприятия / П.Н. Шуляк: учебник. – 2-е изд. – М: Изд. Дом: «Дашков и К», 2017 г. – 752с.
42. Экономика предприятия (фирмы): учеб. пособие / А.С. Пелих [и др.] ; под ред. А.С. Пелиха. - М.: Эксмо, 2020. - 463 с.
43. Экономика предприятия: учебник для вузов / В.Я. Горфинкель [и др.] ; под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 670 с.
44. Экономический анализ / Ионова Ю.Г., Кешокова А.А., Косорукова И.В. / под ред. Косоруковой И.В. – М.: МФПА, 2020. – 432 с.
45. Экономический анализ: учебник / под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. – 4 изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 548 с.

46. Экономический анализ: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. Н.В. Парушиной. – М.: КНОРУС, 2020. – 304 с.
47. Экономический анализ: учебное пособие / Н.Б. Акуленко В.Ю. Гарнова, В.А. Колоколов / под ред. Н.Б. Акуленко. – М.: НИЦ Инфра-М, 2017. - 157 с.
48. Экономический анализ: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. Н.В. Парушиной. – М.: КНОРУС, 2019. – 304 с.
49. Экономический анализ: учебное пособие / Н.Б. Акуленко, В.Ю. Гарнова, В.А. Колоколов / под ред. Н.Б. Акуленко. – М.: НИЦ Инфра-М, 2019. - 157 с
50. Фельдман, И. А. Бухгалтерский учет : учебник для вузов / И. А. Фельдман. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 287 с.- (Бакалавр. Прикладной курс).— ISBN 978-5-9916-3575-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/426163>
51. Annex A to Council Regulation (EC) fixed assets (capital) // - 2019. - №3/4 (19/20). - P. 109-112.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Рис.1. Организационная структура управления ООО «БИК-СМАК»



ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Анализ структуры и динамика активов ООО «БИК-СМАК

за 2019-2021 гг.

Показатель	Остатки по балансу, тыс. руб.				Структура активов, %				Темпы роста %		
	На 31.12.18 г.	На 31.12.19 г.	На 31.12.20г.	На 31.12.21 г.	На 31.12.18 г.	На 31.12.19 г.	На 31.12.20г.	На 31.12.21 г.	2019/ 2018	2020 / 2019	2021 / 2020
А	1	2	3	4	8	9	10	11	12	13	14
1. Внеоборотные активы – всего:	362	221	206	191	40,8	23,1	24,5	20,9	61,0	93,2	92,7
В том числе											
1.1.Основные средства	362	221	206	191	40,8	23,1	24,5	20,9	61,0	93,2	92,7
2.Оборотные активы – всего:	525	735	636	723	59,2	76,9	75,5	79,1	140	86,5	113,7
в том числе:											
2.1.Запасы	520	665	560	495	58,6	69,6	66,5	54,1	127,9	84,2	88,4
2.2.Денежные средства	5	70	76	228	0,56	7,32	9,03	24,9	1400	108,6	300
Итого активов	887	956	842	914	100	100	100	100	107,8	88,1	108,5

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Анализ структуры пассива баланса ООО «БИК-СМАК за 2019-2021 гг.

Показатель	Остатки по балансу, тыс. руб.				Структура пассивов, %				Абсолютное Изменение %		
	На 31.12.18 г.	На 31.12.19 г.	На 31.12.20г.	На 31.12.21 г.	На 31.12.18 г.	На 31.12.19 г.	На 31.12.20г.	На 31.12.21 г.	2019/ 2018	2020 / 2019	2021 / 2020
1. Собственный капитал – всего в том числе:	581	531	306	331	65,5	55,5	36,3	36,2	91,4	57,6	108,2
1.1. Уставный капитал	10	10	10	10	1,13	1,05	1,19	1,09	100	100	100
1.2. Нераспределенная прибыль	571	521	296	321	64,4	54,5	35,1	35,1	91,2	56,8	108,4
2. Краткосрочные обязательства	306	425	536	583	34,5	44,4	63,6	63,8	138,9	126,1	108,8
2.1 Заемные средства	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2 Кредиторская задолженность	306	425	536	583	34,5	44,4	63,6	63,8	138,9	126,1	108,8
Итого пассивов	887	956	842	914	100	100	100	100	107,8	88,1	108,5

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Отчет о финансовых результатах деятельности ООО «БИК-СМАК» за 2019-2021 гг. (тыс.руб.)

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абс. откл., тыс.руб.		Отн. откл., %	
				2020- 2019	2021- 2020	2020/ 2019	2021/ 2020
Выручка	13107	11736	12044	-1371	308	89,5	102,6
Себестоимость продаж	12089	10733	11201	-1356	468	88,8	104,4
Прибыль от продаж	1018	1003	843	-15	-160	98,5	84,0
Прочие доходы	125	0	0	-125	0	0	0
Прочие расходы	198	67	49	-131	-18	33,8	73,1
Прибыль до налогообложения	945	936	794	-9	-142	99,0	84,8
Налог на прибыль	189	187	159	-2	-28	98,9	85,0
Чистая прибыль	756	749	635	-7	-114	99,0	84,8



Рисунок – Аппарат для производства пшеничных мини-слайсов ПЗХ -
Б 10 «КОЛОС-3»