



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО МОРСКОГО И РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Государственный университет морского и речного флота имени адмирала
С.О. Макарова»
(ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»)
Воронежский филиал

Факультет _____ Экономики и финансов _____
Кафедра _____ Экономики и менеджмента _____
Направление _____
подготовки _____ 38.03.02 «Менеджмент» _____
Форма обучения _____ Заочная _____

«К ЗАЩИТЕ ДОПУЩЕНА»
И.о.заведующего кафедрой

_____ (подпись)

к.т.н., доцент. Зайцева Т.В.
(ФИО)

« ___ » _____ 2022 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Обучающегося: _____ Пурского Виталия Сергеевича _____

Вид работы: _____ Выпускная квалификационная работа бакалавра _____

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Тема: _____ «Разработка мер по повышению эффективности
деятельности предприятия
(на примере ЗАО «Воронеж-Пласт»)» _____

Руководитель _____ Доцент ВФ ФГБОУ ВО «ГУМРФ им. адм. С.О.Макарова
работы: _____ (должность, подпись, фамилия, инициалы, дата)

_____ Лапыгина С.А. _____
Консультант _____ (должность, подпись, фамилия, инициалы, дата)

Обучающийся _____ Пурский В. С. _____
(подпись, фамилия, инициалы, дата)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО МОРСКОГО И РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Государственный университет морского и речного флота имени адмирала
С.О. Макарова»
(ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»)
Воронежский филиал

Факультет _____ Экономике и финансов
Кафедра _____ Экономике и менеджмента
Направление _____
подготовки _____ 38.03.02 «Менеджмент»
Форма обучения _____ Заочная

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. заведующего кафедрой
_____ к.т.н., доц. Зайцева Т.В.
(подпись)
« _____ » _____ 2022 г.

Задание
на выпускную квалификационную работу
бакалавра

Обучающемуся _____ Пурскому Виталию Сергеевичу
(фамилия, имя, отчество)

Тема: _____ «Разработка мер по повышению эффективности деятельности
предприятия
(на примере ЗАО «Воронеж-Пласт»)»

Утверждена приказом ректора Университета от « 15 » 04 2022 г. № 173-Ф

Срок сдачи законченной работы (проекта) « 20 » _____ июня 20 22 г.

Исходные данные к работе _____ Бухгалтерский баланс, Отчет о финансовых
результатах, нормативные документы, данные бухгалтерского учета исследуемого
предприятия.

Перечень вопросов, подлежащих исследованию (краткое содержание работы):

– Введение. Актуальность темы, цели и задачи выпускной квалификационной работы,
объект исследования, теоретическая и практическая базы исследования.

– Глава 1. _____ Теоретические аспекты обеспечения эффективности деятельности
(наименование главы)

предприятия

(содержание главы и ее разделов, параграфов)

– Глава 2. _____ Анализ формирования финансовых результатов и
(наименование главы)

оценка эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»

(содержание главы и ее разделов, параграфов)

Содержание

Введение	4
1. Теоретические аспекты обеспечения эффективности деятельности предприятия	7
1.1 Эффективность как экономическая категория	7
1.2 Планирование показателей эффективности	13
1.3 Повышение эффективности путем оптимизации производственной программы предприятия	19
2. Анализ формирования финансовых результатов и оценка эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»	25
2.1 Организационно-экономическая характеристика ЗАО «Воронеж-Пласт»	25
2.2 Анализ выполнения плана производства и реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт»	30
2.3 Анализ финансовых результатов деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»	39
2.4 Оценка эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»	
3. Разработка мер по повышению эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»	48
3.1 Обоснование направлений повышения эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»	48
3.2 Меры по повышению эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»	54
Заключение	63
Список использованных источников	66
Приложения	71

Введение

Увеличение доходности предприятия является главной целью большинства отечественных предприятий, поскольку она напрямую влияет на прибыль – конечный результат их деятельности. Увеличение доходности предприятия служит также инструментом достижения необходимого уровня конкурентоспособности в условиях высокого динамизма изменения рыночной среды и обострения конкуренции. Стабильный доход не только обеспечивает предприятию эффективность деятельности, но и, являясь источником прибыли, способствует приращению собственного капитала, т.е. создает основу для устойчивого развития предприятия, повышения его инвестиционной и инновационной деятельности.

На величину доходов предприятия влияет множество факторов, основными из которых являются: объем продаж продукции, ее номенклатурный состав, цена и качество продукции, а также соотношение предложения и спроса на эту продукцию на рынке.

Основным источником доходов и оценочным показателем результативности работы предприятия служит выручка, поскольку ее поступление свидетельствует о том, что производимая продукция по объему, цене и качеству соответствует рыночному спросу. От своевременности поступления выручки зависит финансовое состояние предприятия, его платежеспособность, рентабельность и инвестиционная привлекательность.

Исследованию особенностей формирования и проблем повышения доходов и прибыли предприятия посвящены многочисленные труды таких ученых как А. П. Альгин, А.Н. Асаул, В. Г. Базаров, В.Ф. Богачев, В.А. Воротилов, М. В. Грачева, В.В. Ковалев, В. Е. Кузнецов, Л.И. Лопатников, Д. Норт, В.Н. Родионова, А. Томпсон, О.Г. Туровец, М. Хаммер, Е. Н. Чижова и др.

Основными резервами повышения доходов, прибыли, и рентабельности деятельности предприятия являются расширение объемов производства, гибкая ценовая политика, снижение себестоимости продукции, оптимизация ас-

сортиментного состава продукции, сокращение операционного цикла производства и повышение оборачиваемости оборотного капитала за счет улучшения его структуры.

В числе дополнительных мер повышения доходов предприятия, эксперты указывают расширение рынка продаж (смену и поиск новых рыночных сегментов), диверсификацию производства, повышение технического и технологического уровня производства, экономичное расходование ресурсов предприятия, снижение уровня потерь и др.

Помимо этого на величину доходов влияют такие факторы как состояние рыночной конъюнктуры, показатели внутреннего состояния предприятия и уровень его обеспеченности экономическими ресурсами.

В настоящее время одним из важнейших инструментов предприятия в борьбе за повышение доходов является грамотная ассортиментная политика. Оптимально подобранный ассортиментный портфель прямо воздействует на сбытовую деятельность, что позволяет управлять долей маржинального дохода и, следовательно, долей чистой прибыли в выручке предприятия.

Вышесказанное объясняет актуальность выбранной темы выпускной квалификационной работы, в рамках которой производится обоснование направлений повышения доходов предприятия.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по увеличению прибыли и повышению рентабельности деятельности предприятия.

В качестве объекта исследования в выпускной квалификационной работе рассмотрено предприятие ЗАО «Воронеж-Пласт», основным видом деятельности которого является производство полимерной продукции.

Для достижения поставленной в выпускной квалификационной работе цели были решены следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические аспекты обеспечения эффективности деятельности предприятия, исследовать факторы повышения прибыли предприятия.

2. Провести анализ формирования финансовых результатов и эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт».

3. Дать рекомендации по увеличению прибыли и рентабельности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт» на основе оптимизации ассортимента выпускаемой продукции.

Информационной базой для написания выпускной квалификационной работы явились действующие законодательные акты Российской Федерации о предприятии и предпринимательской деятельности, научная литература, бухгалтерская и статистическая отчетность ЗАО «Воронеж-Пласт», а также внутренняя документация предприятия.

Данная работа состоит из введения, трех глав основной части и заключения. Общий объем работы составляет 62 страницы печатного текста, включая 10 таблиц, 26 рисунков и 2 приложения.

1. Теоретические аспекты обеспечения эффективности деятельности предприятия

1.1 Эффективность как экономическая категория

Эффективность деятельности предприятия относится к числу ключевых категорий рыночной экономики, которая непосредственно связана с достижением конечной цели развития общественного производства в целом и каждого предприятия в отдельности.

Обеспечение стабильной работы предприятий по выпуску конкурентоспособной продукции, является задачей первостепенной важности для управляющих всех уровней, а важнейшей характеристикой хозяйствования на всех уровнях является – эффективность производства.

Под экономической эффективностью производства понимается степень использования производственного потенциала, которая выявляется соотношением результатов и затрат общественного производства. Чем выше результат при тех же затратах, чем быстрее он растет в расчете на единицу затрат общественно необходимого труда, или чем меньше затрат на единицу полезного эффекта, тем выше эффективность производства. Иначе говоря, в наиболее общем виде экономическая эффективность производства представляет собой количественное соотношение двух величин – результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат. Сущность проблемы повышения экономической эффективности производства состоит в увеличении экономических результатов на каждую единицу затрат в процессе использования имеющихся ресурсов.

Важнейшим экономическим результатом рыночной деятельности предприятия с учетом долговременной перспективы его развития является получение максимальной прибыли на вложенный капитал.

Основным финансовым результатом деятельности предприятия является прибыль. Валовая прибыль предприятия определяется как разница между

выручкой предприятия от реализации продукции и затратами на ее производство и реализацию. Чистая прибыль – прибыль, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты налогов.

Одним из важнейших показателей эффективности деятельности предприятий является рентабельность.

В широком смысле слова понятие рентабельности означает прибыльность, доходность. Предприятие считается рентабельным, если доходы от реализации продукции (работ, услуг) покрывают издержки производства (обращения) и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия.

Если прибыль относится к абсолютным показателям и на ее основе нельзя сравнивать деятельность предприятий с различным производственным потенциалом, то показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовой эффективности предприятия. В связи с этим они используются для сравнительной оценки эффективности работы отдельных предприятий и отраслей, выпускающих разные виды продукции в разных объемах. Показатели рентабельности относят к обязательным элементам анализа и оценки финансового состояния предприятия.

Рентабельность – это обобщающий показатель, характеризующий качество работы промышленного предприятия, так как при всем значении массы получаемой прибыли наиболее полную качественную оценку производственно-хозяйственной деятельности предприятия дает величина рентабельности и ее изменение. Он представляет собой отношение прибыли к производственным фондам или к себестоимости продукции. Показатель рентабельности оценивает эффективность производства путем соизмерения доходов от производства и расходов на него.

К основным факторам, оказывающим непосредственное воздействие на увеличение уровня рентабельности на предприятиях, относятся: рост объема производства продукции; снижение себестоимости продукции; увеличение прибыли; лучшее использование ресурсов предприятия; сокращение времени

оборота основных производственных фондов и оборотных средств; совершенствование системы ценообразования; нормирование запасов материальных ресурсов, незавершенного производства и готовой продукции.

Для достижения высокого уровня рентабельности необходимо планомерно и систематически внедрять передовые достижения науки и техники, эффективно использовать трудовые ресурсы и производственные фонды.

Общий смысл понятия рентабельности – определение суммы прибыли, получаемой с одного рубля вложенного капитала. Сущность рентабельности как финансово-экономической характеристики предприятия раскрывается через систему показателей. Поскольку показатели рентабельности являются относительными, они могут быть выражены как в коэффициентах, так и в процентах. Основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы (рис. 1.1):

- показатели рентабельности продукции;
- показатели рентабельности капитала (активов и пассивов).

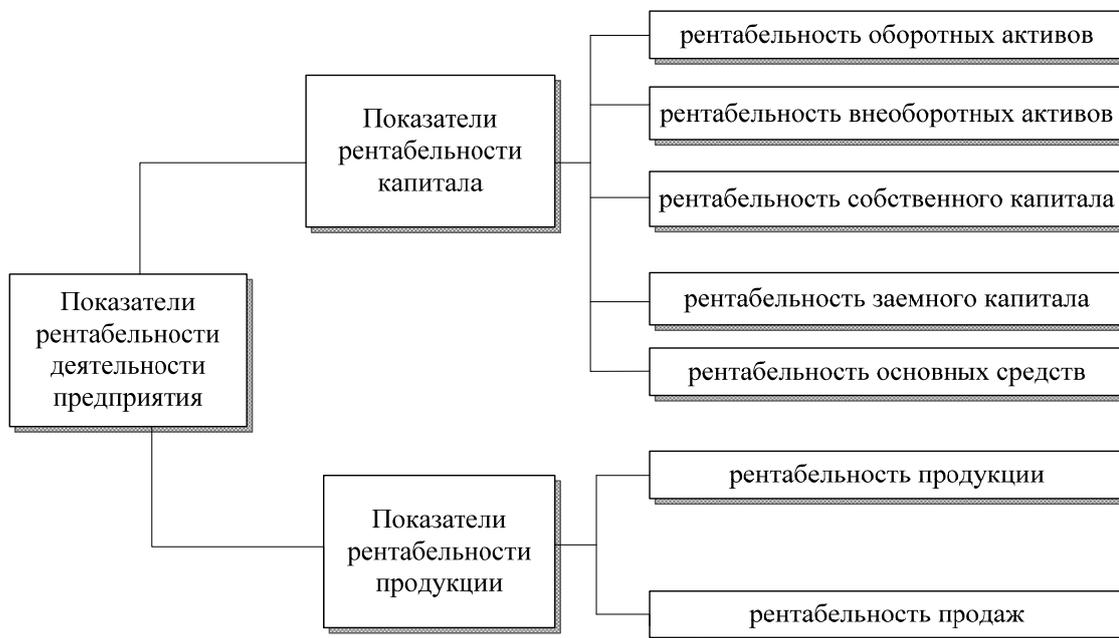


Рисунок 1.1 – Основные показатели рентабельности

Первая группа – показатели рентабельности продукции – широко используется менеджерами предприятия для организации правления затратами,

ценообразованием, при решении вопроса сужении или расширении объема производства и сбыта, т.е. для разработки маркетинговой стратегии.

Вторая группа – показатели рентабельности капитала – позволяет оценить способность предприятия приносить доход на вложенный в него (предприятие) капитал и оценить эффективность использования оборотных и внеоборотных активов.

К первой группе показателей рентабельности относятся рентабельность продукции и рентабельность продаж. Оценка рентабельности продукции, выпускаемой предприятием, может производиться с помощью показателей рентабельности основной деятельности (окупаемость издержек) и рентабельности продаж. Рентабельность основной деятельности определяется как отношение прибыли (убытка), полученной от реализации продукции, к затратам на ее производство и реализацию (полной себестоимости) и показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции.

$$P = \Pi_{\text{пр}}/З, \quad (1.1)$$

где $\Pi_{\text{пр}}$ – прибыль (убыток) от продаж по стр. 2200 формы № 2,

З – затраты на производство и реализацию продукции, работ, услуг, равные сумме значений стр. 2120, 2210, 2220 формы № 2.

Данный показатель характеризует эффективность производственной деятельности, т.е. показывает, сколько прибыли (убытка) организацией получено на 1 руб. выручки.

Ко второй группе показателей рентабельности относятся показатели рентабельности различных видов капитала и активов:

- рентабельность оборотных активов;
- рентабельность внеоборотных активов;
- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность заемного капитала;
- рентабельность инвестированного капитала и др.

В общем виде формулу для расчета показателей рентабельности капитала можно представить в следующем виде: Рентабельность капитала = Прибыль / Средняя за период величина капитала.

При этом расчет показателей рентабельности капитала можно производить как по чистой прибыли, так и по прибыли (убытку) от продаж.

Рентабельность активов рассчитывается как отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости всех активов организации:

$$P_a = \Pi_{\text{ч}} / A_{\text{ср}}, \quad (1.2)$$

где $\Pi_{\text{ч}}$ – чистая прибыль отчетного периода по стр. 2400 формы № 2;

$A_{\text{ср}}$ – среднегодовая стоимость всех активов организации, определяемая как среднеарифметическая величина валюты бухгалтерского баланса (стр. 1700 формы № 1) на начало и конец периода.

Этот показатель отражает, сколько прибыли (убытка) предприятие в среднем получило в отчетном периоде на 1 руб. вложенных средств независимо от источника их привлечения. Он отражает эффективность использования имущества предприятия.

Снижение показателя также может свидетельствовать о падающем спросе на продукцию фирмы или об излишнем накоплении активов. Помимо этого, сравнивая рентабельность всех активов анализируемого предприятия со среднеотраслевым показателем, можно определить уровень его конкурентоспособности. Значение показателя меньше нуля определяет, какой убыток предприятие получило на 1 руб. вложенных средств.

Рентабельность оборотных активов вычисляется как отношение чистой прибыли к среднегодовой величине оборотных активов предприятия.

$$P_{\text{oa}} = \Pi_{\text{ч}} / A_{\text{оср}}, \quad (1.3)$$

где $A_{\text{оср}}$ – среднегодовая стоимость оборотных активов организации, определяемая как среднеарифметическая величина на начало и конец (периода (стр. 1600 формы № 1)).

Данный показатель показывает, сколько прибыли предприятие получило на 1 руб. вложенных оборотных средств, и характеризует эффективность

их использования. Для определения факторов, влияющих на значение показателя, несколько преобразуем формулу:

$$P_{oa} = \Pi_{\text{ч}}/A_{\text{оср}} = (\Pi_{\text{ч}}/B) \cdot (B/A_{\text{оср}}), \quad (1.4)$$

где B – выручка от реализации продукции (работ, услуг), равная сумме по стр. 2110 формы № 2.

Из формулы очевидно, что на прибыльность оборотных активов влияет, с одной стороны, ценовая политика предприятия и сложившийся на нем уровень затрат на производство и реализацию продукции, а с другой стороны – деловая активность предприятия, измеряемая оборачиваемостью активов.

Методы определения рентабельности наглядно показывают, что уровень рентабельности и его изменение непосредственно связаны с ценами на промышленную продукцию. Следовательно, объективная система ценообразования является важной предпосылкой определения обоснованного уровня рентабельности, который оказывает влияние на уровень цен на продукцию.

Таким образом, обоснованные методы установления и планирования рентабельности находятся в тесной взаимосвязи с системой ценообразования. Величина прибыли, а, следовательно, и уровень рентабельности, прежде всего, зависят от изменения цен на продукцию и ее себестоимости.

В понятии рентабельности производства сопоставляются накопления, создаваемые в процессе изготовления продукции, с первоначально выделенными данному предприятию производственными фондами. Рентабельность производства служит измерителем эффективности использования средств, находящихся в распоряжении предприятия.

В процессе производства принимает участие огромное количество основных фондов, материализованных в зданиях, сооружениях, оборудовании и инвентаре. В издержки же производства включается их амортизация, т. е. доля их стоимости, переносимая в тот или иной период времени на себестоимость производимой продукции. Стоимость оборотных фондов включается в издержки производства только в сумме, израсходованной при изготовлении продукции.

В целом, для оценки эффективности производства была введена система показателей, в которой показатели оценки и планирования повышения экономической деятельности предприятия были объединены в четыре группы:

1) Обобщающие показатели экономической эффективности производства.

2) Показатели эффективности использования труда.

3) Показатели эффективности использования основных фондов, оборотных средств и капитальных вложений.

4) Показатели эффективности использования материальных ресурсов.

Таким образом, экономическая эффективность производства может рассматриваться как сложное и многомерное явление. К обобщающим показателям эффективности деятельности предприятия относится прибыль и рентабельность, к частным – производительность труда (выработка), фондоемкость (капиталоемкость), материалоемкость продукции, фондорентабельность, и др.

Производительность труда – показатель эффективности использования ресурсов труда, трудового фактора. Производительность труда измеряется количеством продукции в натуральном или денежном выражении, произведенным одним работником за определенное, фиксированное время.

Материалоемкость продукции – это отношение материальных затрат к общему объему произведенной продукции или к себестоимости продукции. Материалоемкость отражает насколько экономно предприятие при производстве той или иной продукции расходует материальные ресурсы.

Фондоемкость продукции исчисляется как отношение средней стоимости основных производственных фондов предприятия к общему объему произведенной продукции [27, с. 32].

Таким образом, повышение экономической эффективности, которое создает необходимые условия для расширения и обогащения материальной базы предприятия за счет роста производительности труда, повышения фон-

доотдачи, экономии средств производства и улучшения качества продукции, является решающим фактором и конечной целью производства.

1.2 Планирование показателей эффективности

Понятие эффективности отражает возможность получения результата (или уже полученный результат) при определенных условиях осуществления деятельности предприятия. Это обстоятельство помогает выделить основной принцип измерения эффективности – принцип взаимосвязи цели и конечного результата деятельности.

Как правило, в системе оценочных показателей на стадии создания и реализации продукции (работ, услуг) доминирует прибыль, которая являясь индикатором изменений в жизненном цикле продукции.

Концептуальной основой для определения эффективности деятельности предприятий служат оптимизационные модели, разработанные в рамках системного подхода к предпринимательской деятельности предприятия с упорядоченной структурой и взаимосвязями, которые используются для планирования показателей эффективности.

Планирование представляет собой механизм обоснования предприятием экономических целей своего развития и форм ведения производства. Оно позволяет выбрать наиболее оптимальные способы достижения поставленных целей на основе более полного выявления спроса на товары и услуги, а также установление таких показателей производства, которые при рациональном использовании факторов приведут к получению желаемых конечных результатов. Назначение планирования как функции управления состоит в стремлении заблаговременно учесть по возможности все внутренние и внешние факторы, обеспечивающие благоприятные условия для нормального функционирования и развития предприятия.

План – это четко сформулированная и количественно выраженная цель деятельности предприятия, но его также можно рассматривать как рабочий

инструмент достижения поставленной цели субъектом предпринимательства, созданный на основе конъюнктурного прогноза среды хозяйствования и распланный по исполнителям, времени и средствам.

Прибыль является основным фактором экономического и социального развития не только для предприятия, но и для экономики страны в целом. Поэтому экономически обоснованное планирование прибыли на предприятиях имеет очень большое значение.

Основными методами планирования прибыли являются:

1. Метод прямого счета. Данный метод наиболее распространен на предприятиях в современных условиях хозяйствования. Он применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции. Сущность его в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции в соответствующих ценах за вычетом НДС и акцизов и полной ее себестоимостью. Расчет плановой прибыли (Π) ведется по формуле:

$$\Pi = (O \times Ц) - (O \times С), \quad (1.5)$$

где O – объем выпуска продукции в планируемом;

$Ц$ – цена на единицу продукции (за вычетом НДС и акцизов);

$С$ – полная себестоимость единицы продукции.

Прибыль по товарному выпуску ($\Pi_{\text{ТП}}$) планируется на основе сметы затрат на производство и реализацию продукции, в которой определяется себестоимость товарного выпуска планируемого периода:

$$\Pi_{\text{ТП}} = Ц_{\text{ТП}} - С_{\text{ТП}}, \quad (1.6)$$

где $Ц_{\text{ТП}}$ – стоимость товарного выпуска планируемого периода в действующих ценах реализации (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

$С_{\text{ТП}}$ – полная себестоимость товарной продукции планируемого периода.

Плановый размер прибыли в расчете на товарный выпуск отличается от прибыли, планируемой на объем реализуемой продукции. Прибыль на реализуемую продукцию ($\Pi_{\text{РП}}$) в общем виде рассчитывается по формуле:

$$П_{РП} = В_{РП} - С_{РП}, \quad (1.7)$$

где $В_{РП}$ – планируемая выручка от реализации в действующих ценах;
 $С_{РП}$ – полная себестоимость реализуемой в будущем периоде продукции.

Более детально прибыль от объема реализуемой продукции в плановом периоде определяется по формуле:

$$П_{РП} = П_{ОН} + П_{ТП} - П_{ОК}, \quad (1.8)$$

где $П_{ОН}$ – сумма прибыли остатков нереализованной продукции на начало планового периода;

$П_{ТП}$ – прибыль от объема выпуска товарной продукции в плановом периоде;

$П_{ОК}$ – прибыль от остатков нереализованной продукции в конце планового периода.

Данная методика расчета применима для укрупненного прямого метода планирования прибыли, когда легко определить объем реализуемой продукции в ценах и по себестоимости. Разновидностью метода прямого счета является метод поассортиментного планирования прибыли.

2. Аналитический метод. Этот метод применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу, так как он позволяет выявить влияние отдельных факторов на плановую прибыль. При аналитическом методе прибыль рассчитывается не по каждому виду выпускаемой в планируемом году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Исчисление прибыли включает три последовательных этапа:

– определение базовой рентабельности как частного от деления ожидаемой прибыли за отчетный год на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период;

– исчисление объема товарной продукции в планируемом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли на товарную продукцию исходя из базовой рентабельности;

– учет влияния на плановую прибыль различных факторов: снижение себестоимости сравнимой продукции, повышение ее качества и сортности, изменение ассортимента, цен и т.д.

После выполнения расчетов по всем трем этапам определяется прибыль от реализации товарной продукции.

Кроме прибыли от реализации товарной продукции в составе прибыли, как отмечено ранее, учитывается прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера, прибыль от реализации основных фондов и другого имущества, а также планируемые прочие доходы и расходы.

Прибыль от прочей реализации (продукции и услуг подсобного сельского хозяйства, автохозяйств, услуг непромышленного характера для капитального строительства, для капитального ремонта и т.д.) планируется методом прямого счета. Результат от прочей реализации может быть как положительным, так и отрицательным.

Прибыль (убытки) от традиционных статей прочих доходов и расходов (штрафы, пени, неустойки и пр.) определяется, как правило, на основе опыта прошлых лет. После расчета прибыли (убытков) по остальным видам деятельности, а также прочих доходов и расходов с учетом прибыли от реализации товарной продукции находится валовая (общая) прибыль фирмы.

3. Метод совмещенного расчета. В этом случае применяются элементы первого и второго способов. Стоимость товарной продукции в ценах планируемого года и по себестоимости отчетного года определяется методом прямого счета, а воздействие на плановую прибыль различных факторов выявляется с помощью аналитического метода.

Получение определенной массы прибыли определяет эффективность производства, однако сама масса прибыли не характеризует, насколько эффективно работает предприятие. Для этого необходимо массу прибыли «взвесить» на затраты предприятия. Этим целям отвечает показатель рентабельности, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования ресурсов предприятия.

1.3 Повышение эффективности путем оптимизации производственной программы предприятия

Производственная программа предприятия (план производства и реализации продукции) – представляет собой развернутый и подробный план по выпуску продукции, установленной номенклатуры, ассортимента и качества в натуральных и стоимостных показателях, предназначенной для удовлетворения потребности народного хозяйства.

Сущность планирования производственной программы промышленного предприятия заключается в том, что промышленное предприятие использует ресурсы принадлежащие ей для получения прибыли.

Производственная программа является одним из таких планов, который отражает основные направления и задачи развития предприятия в плановом периоде, производственно-хозяйственные связи с другими предприятиями, профиль и степень специализации производства. Она определяет направление перспективного роста всех подразделений предприятия, основной профиль плановой, организационной и управленческой деятельности предприятия, а также главные цели и задачи текущего планирования, организации и управления производством.

Сущность планирования производственной программы промышленного предприятия заключается в том, что промышленное предприятие использует ресурсы принадлежащие ей для получения желаемой прибыли.

Производственная программа характеризуется системой показателей, которые условно разделены на две большие группы (рис. 1.2):

- количественные, характеризующие объемы производимой продукции и динамику их изменений;
- качественные, отражающие производственно-технические показатели (материалоемкость, точность, мощность) и эксплуатационные (надежность, ремонтпригодность) характеристики производимой продукции.

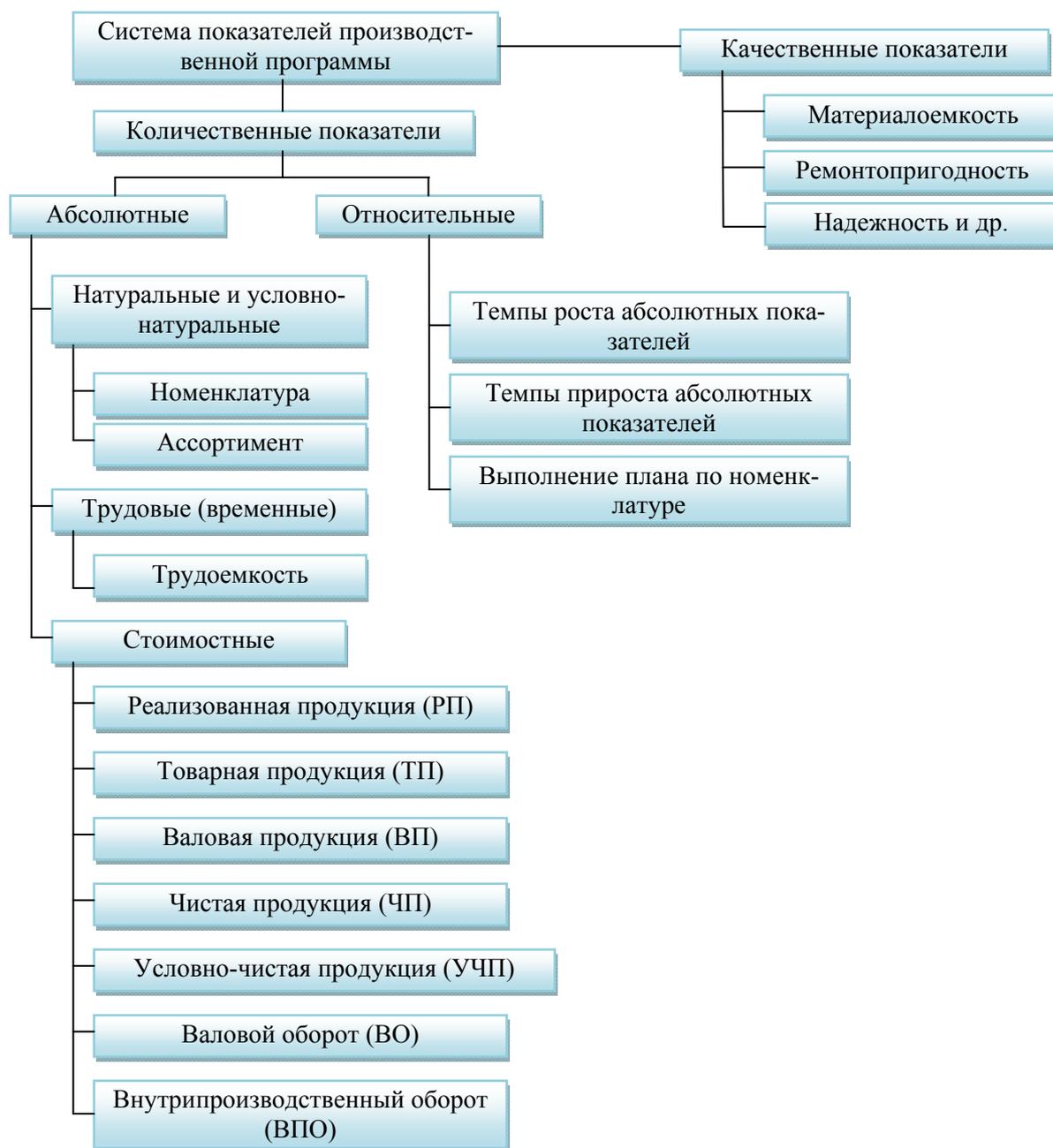


Рисунок 1.2 – Система показателей производственной программы

Сущность планирования производственной программы промышленного предприятия заключается в том, что промышленное предприятие использует ресурсы принадлежащие ей для получения желаемой прибыли.

Производственная программа является результатом согласования следующих целей предприятия:

- получение максимальной прибыли;
- по возможности полное удовлетворение потребностей рынка сбыта
- учет реальных ресурсных возможностей;

- максимальное снижение производственных издержек;
- максимально возможная загрузка оборудования.

На основе показателей программы планируются практически все остальные плановые задания предприятия.

Исходными данными для разработки производственного плана предприятия являются:

- уставные виды деятельности предприятия по производству и реализации продукции;
- результаты фактического выполнения производственной программы за предыдущие периоды;
- данные по спросу на продукцию предприятия;
- сведения о рекламациях, замечаниях по качеству продукции за предыдущий период;
- сведения о долях продукции в общем объеме выпуска на рынке за предыдущий период по уровням качества;
- сведения об объеме реализации продукции за предыдущий период по месяцам (кварталам);
- расчеты производственной мощности предприятия;
- прогрессивные технико-экономические нормы и нормативы;
- решения высших органов управления предприятия о стратегических перспективах его развития и т.д.

На рисунке 1.3 приведена система основных планово-экономических показателей, применяемых при разработке стратегических, долгосрочных, текущих и оперативных планов.

Данные показатели плана производства и продажи продукции прошли многолетнюю плановую проверку и показали свое высокое мотивационное и стимулирующее значение.

Основой составления производственной программы является реальная потребность в конкретной продукции (маркетинговые исследования), объем выпуска продукции, рассчитанный на основе заключенных договоров на по-

ставку продукции и изучения конъюнктуры рынка, по номенклатуре и ассортименту должен служить исходной базой для дальнейших расчетов по производственной программе и другим разделам плана предприятия.



Рисунок 1.3 – Система основных плановых показателей предприятия

Каждое предприятие выпускает продукцию определенного ассортимента (номенклатуры) и определенной ассортиментной структуры. Поэтому номенклатура и ассортимент продукции являются одним из основных показателей производственной программы предприятия.

С позиции производителей, чем уже ассортимент, тем проще ассортиментная структура производимой продукции, тем лучше и проще организация и технология производства, тем ниже производственные затраты, и вы-

ше, при прочих равных условиях, рентабельность. То же самое относится и к обновлению ассортимента и номенклатуры выпускаемой продукции.

Понятия оптимизированного ассортимента, оптимизированной структуры выпускаемой продукции весьма сложные; еще сложнее задача нахождения оптимальных вариантов ассортимента и структуры продукции.

Планирование выпуска продукции это систематическое принятие решений по всем аспектам разработки и управления продукцией предприятия, включая создание торговой марки и упаковки. Хорошо структурированный план позволяет детально разработать соответствующие программы маркетинга, скоординировать совокупность выпускаемой продукции.

Неотъемлемой частью плана производства продукции в натуральном выражении является задание по дальнейшему повышению качества продукции. Качество важнейших видов продукции должно отвечать по своим технико-экономическим показателям на всех стадиях проектирования и изготовления продукции. Соответственно с этими требованиями предусматривается замена и снятие с производства устаревшей продукции или модернизация устаревших изделий, улучшение основных технических характеристик выпускаемой продукции, соблюдение требований стандартов, технических условий и другой технической документации.

Оптимальная производственная программа позволяет максимально возможно удовлетворять спрос при обеспечении требований устойчивости рыночных позиций производственной организации в условиях жесткой конкуренции со стороны отечественных и иностранных компаний.

При оптимизации производственной программы самостоятельного предприятия задача состоит в том, чтобы исходя из определенных ресурсов оборудования, рабочей силы, материалов с учетом реальных условий и ограничений, заказов и требований на продукцию определить производственную программу и реализовать ее с наилучшими результатами.

При разработке годовой производственной программы необходимо обеспечить максимальный совокупный доход, высокую финансовую устой-

чивость и платежеспособность каждого предприятия. Это предполагает отбор и включение в план производства наиболее конкурентоспособных и высокодоходных видов продукции.

Обеспечение стабильной работы предприятий по выпуску конкурентоспособной продукции, является задачей первостепенной важности для управляющих всех уровней, а важнейшей характеристикой хозяйствования на всех уровнях является – эффективность производства

2. Анализ формирования финансовых результатов и оценка эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ЗАО «Воронеж-Пласт»

В качестве объекта исследования в выпускной квалификационной работе выбрана компания ЗАО «Воронеж-Пласт», специализирующаяся на производстве полимерных труб, полос и профилей. Сведения о регистрации предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт» и ее реквизиты приведены в таблице 2.1.

Таблица 2.1– Краткая информация о предприятии ЗАО «Воронеж-Пласт»

Полное наименование предприятия:	Акционерное общество «Воронеж-Пласт»
Сокращенное наименование предприятия:	ЗАО «Воронеж-Пласт»
Юридический адрес:	394049, г. Воронеж, ул. Карпинского, д.39.
Сведения о государственной регистрации:	Свидетельство о государственной регистрации серия 36 № 0025832677 юридического лица ЗАО «Воронеж-Пласт» зарегистрировано 05 декабря 2002 года Межрайонной инспекцией Министерства Российской Федерации по налогам и сборам №1 по Воронежской области и внесено в единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1025601571289
Размер уставного капитала:	111 193 000 рублей
Основной вид деятельности:	Производство пластмассовых плит, полос, труб и профилей; Оптовая торговля прочими непродовольственными потребительскими товарами.
ИНН	3662061610
КПП	1025601571289
Директор	Пешехонова Татьяна Анатольевна
Официальный сайт	https://воронежпласт.рф/
Телефон/факс	+7 (473) 246-45-57

Цель создания компании ЗАО «Воронеж-Пласт» – обеспечение экономически эффективного производства полимерной продукции.

Миссией ЗАО «Воронеж-Пласт» является обеспечение потребности Воронежской области в высококачественной и экологически чистой полимерной продукции с учетом изменяющихся требований рынка к качеству и ассортименту выпускаемой продукции. К перспективным целям развития ЗАО «Воронеж-Пласт» можно отнести:

- увеличение рыночной доли и лидерство на рынке полимерных труб в Воронежской области.
- постоянную модернизацию и автоматизацию производства, обеспечивающую повышение рентабельности деятельности предприятия и капитализации.

ЗАО «Воронеж-Пласт» – самое крупное предприятие среди производителей полимерных труб в Воронежской области.

Современные инновации и мобильность производства, грамотное сочетание технологии переработки полимеров и собственных ноу-хау в этой сфере позволяют заводу выпускать продукцию высочайшего качества и создают основу для перспективного развития.

За пятнадцать лет своего существования ЗАО «Воронеж-Пласт» завоевало репутацию надежного поставщика, сформировав значительную базу потребителей и расширив географию поставок своей продукции.

Продукция компании представлена в следующих городах и регионах: Воронеж, Москва, Санкт-Петербург, Астрахань и Астраханская область, Волгоград и Волгоградская область, Псков и Псковская область, Саратов и Саратовская область, Ставрополь и Ставропольская область, Уфа, Екатеринбург, Челябинск, Курган, Новосибирск, Оренбург, Пермь, Сыктывкар, Ухта, Самара, Липецк, Смоленск, Вологда, Череповец, Орел, Иваново, Рязань, Пенза и др.

На начальном этапе развития мощность завода «Воронеж-Пласт» была небольшой, и номенклатура выпускаемой продукции была не очень широкой. По мере своего развития и реализации инвестиционных проектов по модернизации оборудования и технологий завод увеличил свои производственные

мощности, и сегодня выпускает довольно широкий перечень полимерной продукции:

- защитные полиэтиленовые трубы;
- водопроводные полиэтиленовые трубы;
- водопроводные полипропиленовые трубы;
- газовые полиэтиленовые трубы;
- трубы для ГНБ прокола и пр.

Продукция производится на заводе «Воронеж-Пласт» из современных полимеров трубных марок, и имеет все необходимые сертификаты. Оценив уникальные свойства полимерных материалов и, динамично развивая производство полимерных труб, отличающихся надежностью, долговечностью и экологичностью, ЗАО «Воронеж-Пласт» способствует повышению качества жизни, уровня комфорта и безопасности людей, проживающих в крупных мегаполисах и в небольших или отдаленных населенных пунктах России и ближнего зарубежья.

Помимо производства полимерных труб ЗАО «Воронеж-Пласт» оказывает следующий комплекс услуг по доставке и монтажу трубопроводов:

- монтаж систем орошения;
- монтаж наружных сетей водоснабжения;
- монтаж наружных сетей водоотведения;
- монтаж наружных сетей газоснабжения;
- электромуфтовую и стыковую сварку полиэтиленовых труб;
- доставку продукции собственным автотранспортом и через крупные транспортные компании, с которыми заключены прямые договоры;
- консультации по вопросам, касающимся полимерных труб;
- проведение испытаний полимерных труб в собственной лаборатории.

Поскольку для успешного функционирования и сохранения хорошего положения ЗАО «Воронеж-Пласт» на рынке полимерных труб необходимо обеспечение высокого качества продукции, на заводе решается проблема по-

вышения заинтересованности в этом трудового коллектива. На заводе успешно реализуется система управления качеством на следующих этапах производства:

- входной контроль сырьевых материалов;
- контроль параметров изготовления продукции;
- контроль характеристик готовых изделий.

Высокое качество выпускаемой продукции обеспечивается применением полимерных материалов ведущих мировых и российских производителей, использованием высокотехнологического оборудования фирмы «WEBER» (Германия). Лаборатория завода ЗАО «Воронеж-Пласт» оснащена оборудованием, позволяющим производить все необходимые испытания труб, в том числе на внутреннее гидравлическое давление.

Большое внимание ЗАО «Воронеж-Пласт» уделяет связям с деловыми партнерами. Основным принципом делового общения являются: индивидуальный подход, цивилизованный диалог, позволяющий максимально учитывать интересы обеих сторон в договоре. К любому предложению о сотрудничестве руководство завода всегда относится внимательно и серьезно, независимо от того, исходит оно от солидной фирмы или от индивидуального предпринимателя, только начинающего свой бизнес.

Сегодня ЗАО «Воронеж-Пласт» – это динамично развивающееся современное предприятие, специализирующееся на изготовлении трубной продукции широкой номенклатуры. Предприятие «Воронеж-Пласт» размещается в трех производственных цехах, оснащенных высокотехнологичным оборудованием (рисунок 2.1)

Штат сотрудников компании ЗАО «Воронеж-Пласт» в настоящее время составляет 95 человек. Сертифицированное по международному стандарту ISO 9002, предприятие ЗАО «Воронеж-Пласт» выпускает продукцию высокого качества. Имеющиеся у предприятия современные складские помещения создают оптимальные условия для хранения продукции.

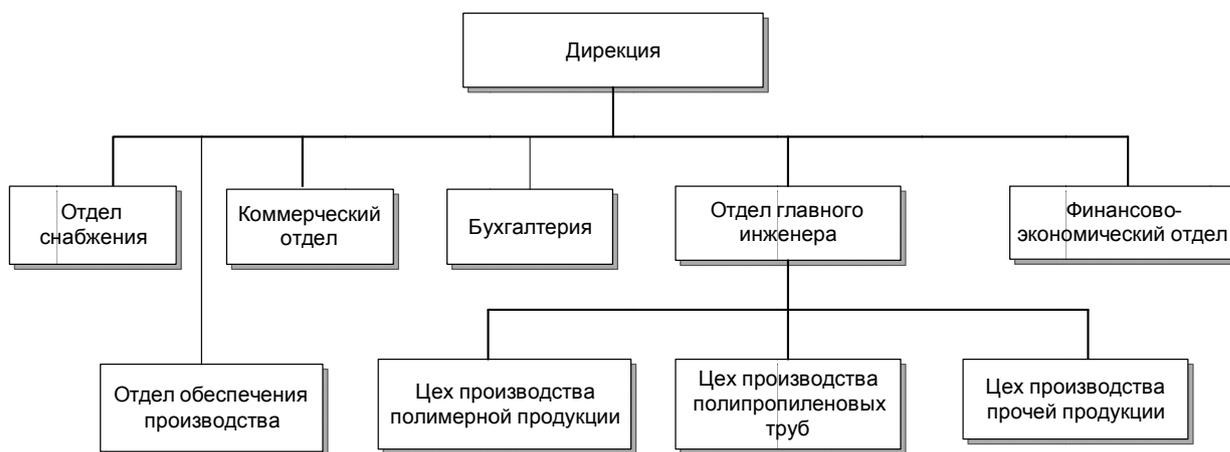


Рисунок 2.1 – Укрупненная организационная структура
ЗАО «Воронеж-Пласт»

Успех предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт» базируется на учете интересов клиента в долгосрочной перспективе и высоком уровне коммерческой, технической, финансовой и юридической компетентности их специалистов в производстве и реализации продукции.

В структуре выпуска продукции ЗАО «Воронеж-Пласт», если рассматривать ее с точки зрения материала изготовления, преобладают полиэтиленовые трубы, на долю которых приходится около 70% общего объема продаж в стоимостном выражении в 2021 году (рис. 2.2).

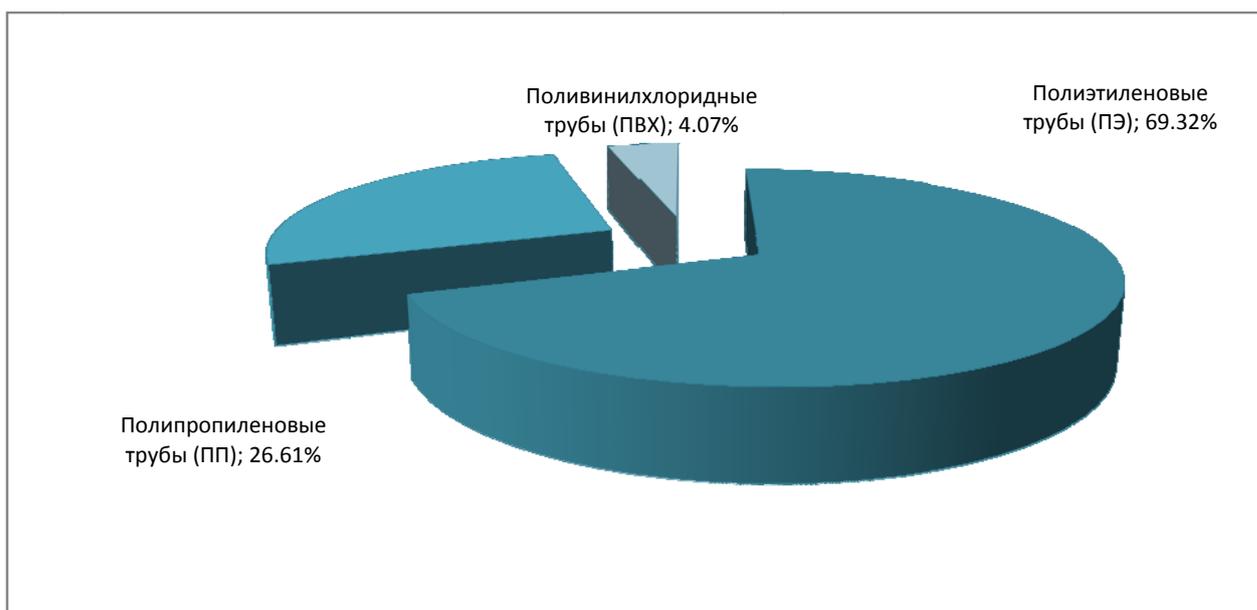


Рисунок 2.2 – Структура выпуска трубной продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» по материалу изготовления (по данным 2021 года)

Такая структура товарного ассортимента сложилась в ЗАО «Воронеж-Пласт» в течение последних пяти лет. Поливинилхлоридные трубы или трубы из ПВХ завод производит только последние три года в связи с ростом спроса на них. Полиэтиленовые трубы, производимые в ЗАО «Воронеж-Пласт», как указывалось выше, имеют широкий спектр применения. Более половины товарного ассортимента завода составляют водопроводные трубы.

Ассортиментный состав полимерных труб, произведенных в ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2021 год, по видам назначения отражает рисунок 2.3.

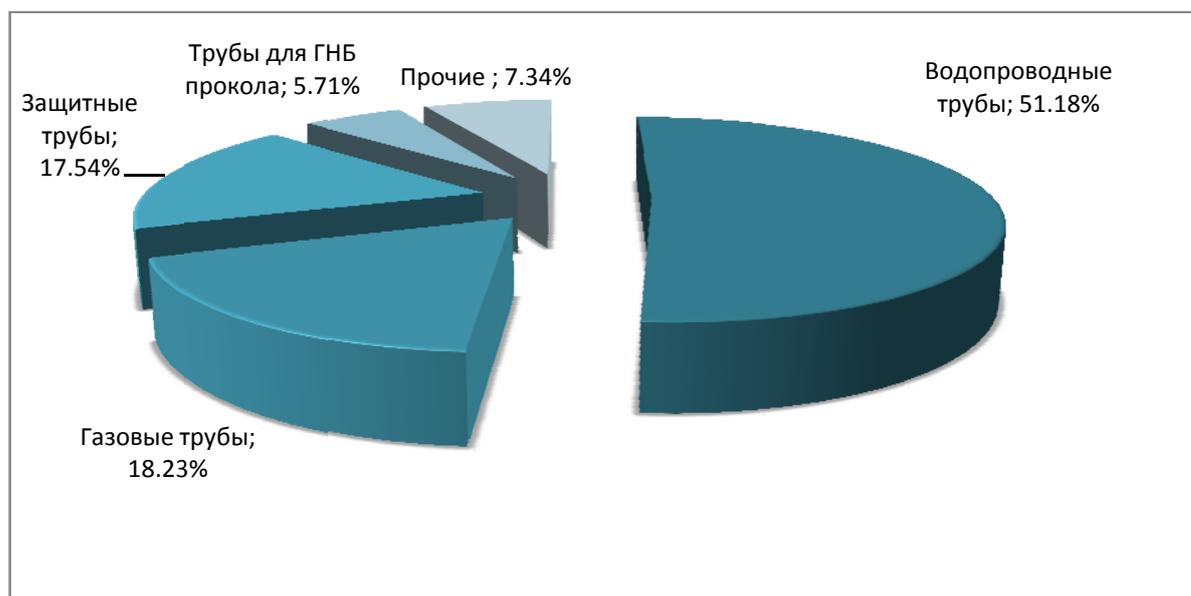


Рисунок 2.3 – Структура выпуска трубной продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт» по назначению (по данным 2021 года)

Согласно данным рис. 2.3, в структуре выпуска полимерных труб преобладает доля водопроводных труб (51,18%). На втором месте, со значительным отрывом, находятся газовые трубы (18,23%).

Если раньше в структуре ассортимента ЗАО «Воронеж-Пласт» преобладали трубы для защиты коммуникаций, то в последние три года они уступили лидерство трубам для водоснабжения и газоснабжения.

Относительно недавно в ЗАО «Воронеж-Пласт» стали производить трубы для ГНБ прокола (трубы для горизонтально направленного бурения). Горизонтально направленное бурение – одно из оптимальных решений для

прокладки коммуникаций и безошибочный способ укладки подземного типа коммуникаций, не приводящий к разрушению пластов грунта, исключая, тем самым, техногенное негативное влияние на окружающую природу. Подобная методика дает возможность проложить коммуникации в труднодоступных местах. Для этой цели используют полиэтиленовые трубы с более толстой стенкой (применяют напорные трубы), трубы для горизонтального бурения значительно снижают стоимость прокладки.

2.2 Анализ выполнения плана производства и реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт»

Данные, отражающие потенциал исследуемого предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт», основные технико-экономические показатели его производственно-хозяйственной деятельности за последние два года представлены в табл. 2.2.

Таблица 2.2 – Основные технико-экономические показатели деятельности
ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.

Наименование показателя	2020 год	2021 год	Изменение,	
			+, –	%
Объем производства, тыс.руб.	357 147	519 587	162 440	45,48
Объем продаж, тыс.руб.	351 970	520 489	168 519	47,88
Себестоимость продаж, тыс.руб.	291 372	467 416	176 044	60,42
Валовая прибыль, тыс.руб.	60 598	53 073	-7 525	-12,42
Чистая прибыль, тыс.руб.	39	1 798	1 759	4510,26
Активы, тыс.руб.	148 751	162 728	13 977	9,40
Собственный капитал, тыс.руб.	110 197	111 995	1 798	1,63
Среднесписочная численность работников, чел.	89	92	3	3,37
Среднегодовой выпуск продукции на 1 рабочего, тыс.руб.	3 955	5 657	1 702	43,03
Среднегодовая стоимость материальных затрат, тыс.руб.	193 025	278 497	85 472	44,28
Материалоотдача, руб./руб.	1,82	1,87	0,05	2,49
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб.	103 686	108 855	5 169	4,99
Фондоотдача, руб./руб.	3,39	4,78	1,39	41,00

Как видно из табличных данных, объем выпуска продукции в 2021 году по сравнению с 2020 годом увеличился на 45,48%, а объем реализации продукции в 2021 году по сравнению с 2020 годом увеличился на 47,88% (за базу приняты данные 2020 года).

Темп роста реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году превышает темп роста ее производства, что подтверждает рост спроса на продукцию предприятия.

Вследствие опережающего роста себестоимости продаж, несмотря на значительный рост выручки ЗАО «Воронеж-Пласт», валовая прибыль снизилась на 12,42%.

Чистая прибыль предприятия, которая в 2021 году была очень мала (ниже относительно среднеотраслевых показателей), увеличилась в 46 раз в 2021 году. Однако показатели эффективности деятельности предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт» все еще недостаточно высоки относительно среднеотраслевых показателей.

Из данных табл. 2.2 видно, что в исследуемом периоде наблюдалось не только изменение объема производства и реализации продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт», но и изменение среднегодового выпуска продукции на одного работающего. Сравнивая темп роста среднегодовой выпуска продукции на одного работающего ЗАО «Воронеж-Пласт» за два года, можно отметить некоторое опережение темпа роста производительности труда над темпом роста фондоотдачи.

В целом анализ объемов производства и реализации продукции, а также достигнутого уровня производительности труда положительно характеризует деятельность предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт».

Важнейшими обобщающими показателями хозяйственной деятельности предприятия являются объем выпуска и реализации продукции, – наглядно динамика этих показателей для ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг. представлена на рис. 2.4.

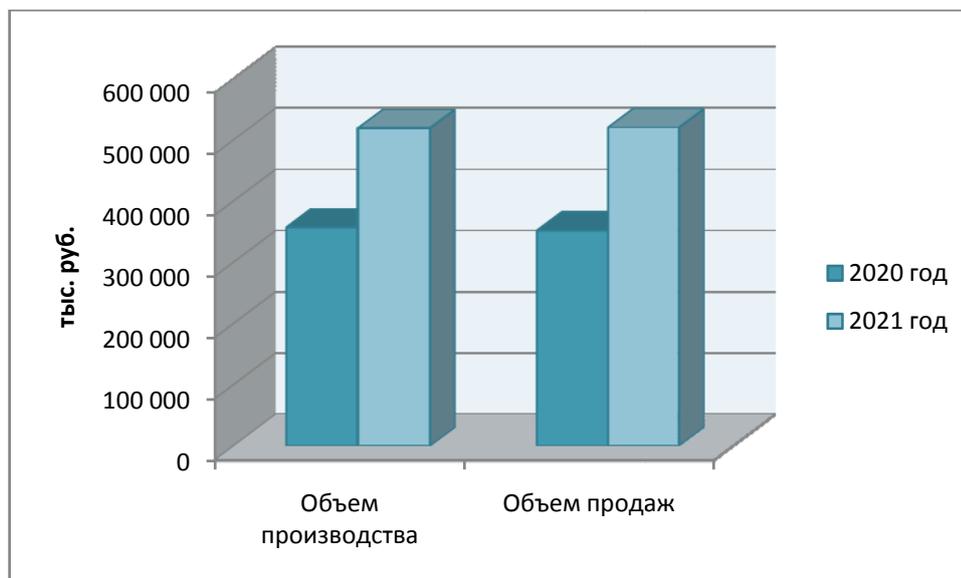


Рисунок 2.4 – Динамика показателей объема производства и продаж продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.

Надо заметить, что производство продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2020 году превышало реализацию, следовательно, у предприятия были трудности со сбытом продукции и нерезализованная готовая продукция накапливалась на складах предприятия.

В 2021 году объем продаж продукции превысил объем производства за счет реализации ранее накопленных остатков готовой продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт».

Сырьем для изготовления продукции служат трубные полимеры из трех видов материалов: полиэтилена (ПЭ), поливинилхлорида (ПВХ) и полипропилена (ПП).

Помимо оценки динамики показателей фактического объема производства и продаж продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2019-2020 гг. важным аспектом анализа производства и реализации продукции является анализ выполнения плана предприятия по производству и реализации в разрезе важнейших номенклатурных позиций. Данные для проведения такого анализа представлены в таблице 2.3.

Из таблицы 2.3 видно, что за исследуемый период фактический объем производства продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» был ниже запланированного

на 10226 тыс. руб., т.е. процент невыполнения плана по производству продукции на ЗАО «Воронеж-Пласт» в целом составил 3,84%.

Таблица 2.3 – Анализ выполнения плана по выпуску и реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2021 год

Группа ассортимента	Объем производства продукции, тыс. руб.				Объем реализации продукции, тыс. руб.			
	План	Факт	(+,-)	% к плану	План	Факт	(+,-)	% к плану
Водопроводные трубы всего, в том числе	123822	106193	-17629	-5,9	121756	108226	-13530	-11,11
SDR26	36389	34757	-1632	-1,56	34130	35647	1517	4,44
SDR21	45218	32241	-12977	-13,12	51346	32836	-18510	-36,05
SDR17	31077	27631	-3446	-3,74	23751	28515	4764	20,06
SDR11	11138	11564	426	3,82	12529	11228	-1301	-10,38
Газовые трубы	58028	57400	-628	-1,80	58223	57111	-1112	-1,81
Защитные трубы	43086	50448	7362	21,60	49270	50497	1227	2,49
Трубы для ГНБ прокола	17028	20022	2994	14,20	19123	18171	-952	-4,98
Технические трубы	25343	22978	-2365	-9,33	22890	23370	480	2,10
Итого	267307	257041	-10266	-3,84	271261	257374	-13887	-5,12

Наибольшая сумма невыполнения плановых показателей производства в ЗАО «Воронеж-Пласт» наблюдается по водопроводным полимерным трубам таким как: SDR21 (12977 тыс. руб. или 13,12%), SDR17 (3646 тыс. руб. или 3,74%) и по SDR26 (1632 тыс. руб. или 1,76%). А также по техническим трубам – 2365 тыс. руб. или 9,33%.

В отчетном 2021 году план выпуска продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт» был выполнен только по трем группам ассортимента: защитным трубам (7362 тыс. руб. или 21,6%), трубам для ГНБ прокола (2994 тыс.руб. или 14,2%) и по водопроводным полимерным трубам (426 тыс.руб. или 3,82%). Таким образом, по большей части ассортимента продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт» план выпуска не был выполнен.

Кроме выполнения плана выпуска продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» важно изучить, находит ли выпущенная продукция спрос в том количестве, в

котором она произведена, или остатки нереализованной продукции хранятся на складах предприятия.

Также важно оценить выполнение плана продаж ЗАО «Воронеж-Пласт», поскольку при планировании хозяйственной деятельности любое предприятие рассчитывает получить определенную сумму прибыли, которая зависит в первую очередь от выполнения плана продаж.

В 2021 году в ЗАО «Воронеж-Пласт» также был не выполнен план продаж продукции на 5,12%, в результате чего предприятие недополучило 13887 тыс. руб. выручки.

Из-за снижения фактического объема продаж по сравнению с плановым уровнем по полимерным трубам SDR21 предприятие недополучило 18510 тыс. руб., а по трубам SDR11 – 1301 тыс. руб.

При этом хорошие показатели реализации полимерных трубам SDR1 (на 4764 тыс. руб. или на 20,6% был перевыполнен план продаж), в ЗАО «Воронеж-Пласт» был перевыполнен план продаж по защитным и техническим трубам.

В результате анализа было выявлено, что по некоторым группам ассортимента продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» существует опасность роста остатков нереализованной продукции: в частности, план по производству полимерных труб SDR11 перевыполнен на 3,82%, а план их продаж не выполнен на 10,38%.

Перевыполнение плана по производству труб для ГНБ прокола в ЗАО «Воронеж-Пласт» составило 14,2%, а невыполнение плана продаж характеризуется значением 4,98%.

Существуют группы ассортимента продукции ЗАО «Воронеж-Пласт», план продаж которых перевыполнен, а производственная программа не выполнена (например, трубы SDR26 и SDR17).

В связи с этим при составлении производственной программы в ЗАО «Воронеж-Пласт» на следующий год предприятию надо учитывать, в результате каких факторов произошло увеличение объема производства. Это может

быть связано как с увеличением количества выпущенной продукции, так и с увеличением ее цены.

При изучении деятельности предприятия, для более полной, комплексной ее оценки необходимо проведение анализа ритмичности производства и реализации продукции. Под ритмичностью понимается равномерный выпуск продукции в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренном планом. Ритмичная работа является одним из главных условий эффективного производства и реализации продукции.

Для оценки ритмичности производства продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2021 год составлена таблица 2.4.

Таблица 2.4 – Оценка ритмичности выпуска продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2021 год

Месяц	Выпуск продукции, тыс. руб.		Удельный вес продукции, %		Коэффициент выполнения плана	Доля продукции, зачтенная в выполнении плана по ритмичности, %
	План	Факт	План	Факт		
Январь	16022	15226	6,00	5,93	0,95	5,93
Февраль	16556	15845	6,20	6,16	0,96	6,16
Март	21496	20910	8,05	8,13	0,97	8,05
Апрель	25101	24058	9,40	9,36	0,96	9,36
Май	25369	25334	9,50	9,86	1,00	9,50
Июнь	26704	25545	10,0	9,94	0,96	9,94
Июль	26704	25596	10,0	9,96	0,96	9,96
Август	26837	25628	10,05	9,97	0,95	9,97
Сентябрь	26837	25661	10,05	9,98	0,96	9,98
Октябрь	23366	21917	8,75	8,53	0,94	8,53
Ноябрь	16022	16300	6,0	6,34	1,02	6,0
Декабрь	16022	15020	6,0	5,84	0,94	5,84
Всего за год	267307	257041	100,0	100,0	0,96	99,22

По данным таблицы 2.4, коэффициент ритмичности, определяемый как сумма фактических удельных весов выпуска за каждый период, но не более их планового уровня, равен 98,74%.

Ритмичность выпуска продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2021 год иллюстрирует рис. 2.5.

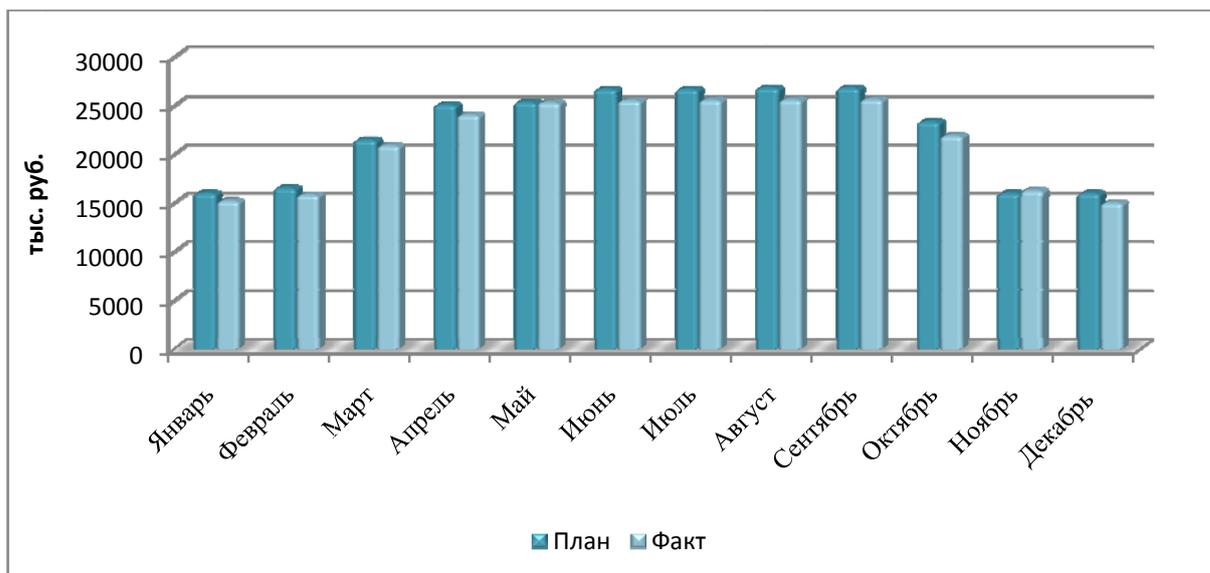


Рисунок 2.5 – Динамика ритмичности производства продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году

График сезонности производства продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2021 год иллюстрирует рис. 2.6.

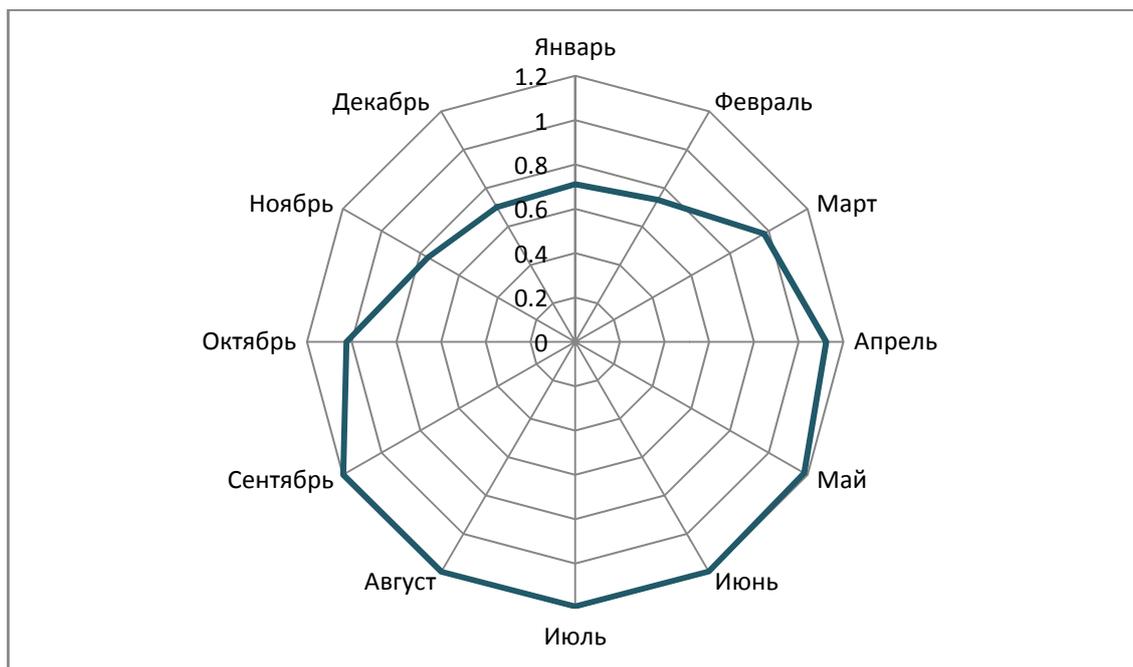


Рисунок 2.6 – График сезонности производства продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году

Как можно видеть, выпуск продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» по месяцам 2021 года был крайне неравномерным и коэффициент выполнения плана по ритмичности выпуска продукции колебался от 0,85 до 1,02. При этом от-

мечается, что в основной массе неритмичность выпуска связана с сезонным фактором реализации продукции.

Рынок полимерных труб имеет довольно ярко выраженную сезонность, а пик продаж приходится на осенние месяцы. Сезонность фактически совпадает с активностью на строительном рынке.

Особенности бюджетного финансирования строительства как государственных, так и частных объектов способствуют тому, что основной спрос на трубы смещается на осенние месяцы. В данном случае все стараются сдать объект до Нового Года, а т.к. отопление монтируется уже после завершения общестроительных работ, то до конца года остается не так много времени. Провал в поставках наблюдается только в январе-феврале, когда отопление уже работает, а строительные объекты «консервируют» до весны.

В итоге по кварталам сезонность сбыта полимерных труб, по утверждению экспертов, выглядит следующим образом: I квартал – в районе 15%, II кв.– 25%, III кв.– 35% и IV квартал – 25%.

Период, в который поставляется максимум полимерных труб, – это месяцы с июня по ноябрь. Активный импорт и производство с декабря по февраль связаны большей частью с пополнением складов, чем с реальным спросом на трубы. Российские производители полимерных труб первую половину года по большей части работают на пополнение складов, как своих, так и потребителей.

Важным показателем деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт» является показатель ритмичности реализации продукции. Методика расчета этого показателя аналогична методике анализа ритмичности производства.

Ритмичность реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» представлена в таблице 2.5.

По данным таблицы 2.5. величина коэффициента ритмичности реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2021 год составила 95%. Этот показатель на 0,3% ниже коэффициента ритмичности производства продукции,

что свидетельствует о менее ритмичной реализации продукции по сравнению с выпуском продукции.

Таблица 2.5 – Оценка ритмичности реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2021 год

Месяц	Реализация продукции, тыс. руб.		Удельный вес продукции, %		Коэффициент выполнения плана	Доля продукции, зачтенная в выполнении плана по ритмичности, %
	План	Факт	План	Факт		
Январь	11664	10956	4,30	4,26	0,94	4,26
Февраль	12207	11576	4,50	4,50	0,95	4,50
Март	14919	14503	5,50	5,63	0,97	5,50
Апрель	18988	17227	7,00	6,69	0,91	6,69
Май	20345	19576	7,50	7,61	0,96	7,50
Июнь	27126	25844	10,00	10,04	0,95	10,04
Июль	31195	30296	11,50	11,77	0,97	11,50
Август	34721	32889	12,80	12,78	0,95	12,78
Сентябрь	36620	34060	13,50	13,23	0,93	13,23
Октябрь	33636	32713	12,40	12,71	0,97	12,40
Ноябрь	16276	15249	6,0	5,92	0,94	5,92
Декабрь	13563	12531	5,0	4,87	0,92	4,87
Всего за год	271261	257374	100	100	0,95	99,19

График сезонности реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году отражен на рис. 2.7.

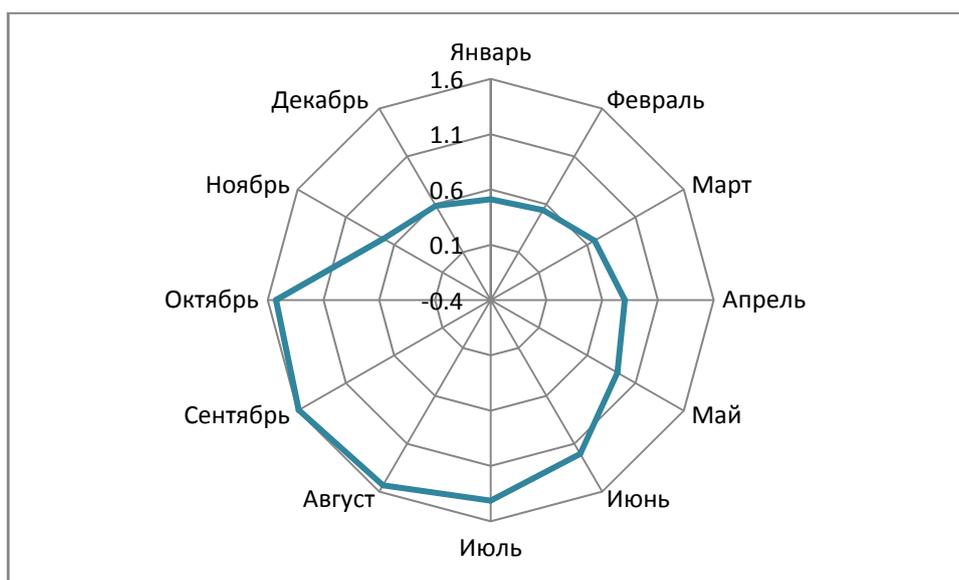


Рисунок 2.7 – График сезонности реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году

Достаточно высокое отклонение фактического графика продаж от плана продаж в ЗАО «Воронеж-Пласт» связано с недостаточно высоким качеством планирования и контроля выполнения плана продаж на предприятии ЗАО «Воронеж-Пласт», а также недостаточно эффективной работой отделов маркетинга и сбыта.

2.3 Анализ финансовых результатов деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»

Большое влияние на результаты хозяйственной деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт» оказывают ассортимент и структура производства и реализации продукции. Поэтому для оценки результатов деятельности предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт» важно изучить эти показатели.

Оценка выполнения плана по ассортименту продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» проводится помощью коэффициента выполнения плана по ассортименту продукции, который рассчитывается путем деления общего фактического выпуска продукции, зачтенного в выполнение плана по ассортименту, на общий плановый выпуск продукции (продукция, которая изготовлена сверх плана в выполнение плана по ассортименту не засчитывается).

ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году изменило направление ассортиментной политики: если ранее основной упор делался на производство таких полимерных труб как SDR26 и SDR21, то в 2021 году предприятие увеличило выпуск труб SDR11.

Увеличение объема производства ЗАО «Воронеж-Пласт» по одним видам продукции и сокращение по другим приводит к изменению ее структуры. Выполнить план по структуре – значит сохранить в фактическом выпуске продукции запланированные соотношения отдельных ее видов.

Согласно данным табл. 2.6, наибольшее превышение наблюдается по водопроводным трубам SDR17 и SDR26, в то время как труб SDR11 реализовано на 337 тыс. руб. меньше, чем запланировано.

Таблица 2.6 – Выполнение плана по ассортименту продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году

Группа ассортимента	Объем продаж продукции, тыс. руб.		Процент выполнения плана, %	Объем продукции, зачтенный в выполнение плана по ассортименту, тыс. руб.
	План	Факт		
Водопроводные трубы всего, в том числе	121756	108226	88,89	108226
SDR26	34130	35647	104,44	34130
SDR21	51346	32836	63,95	35647
SDR17	23751	28515	120,06	23751
SDR11	12529	11228	89,62	11228
Газовые трубы	58223	57111	98,09	57111
Защитные трубы	49270	50497	102,49	49270
Трубы для ГНБ прокола	19123	18171	95,02	18171
Технические трубы	22890	23370	102,10	22890
Итого	271261	257374	94,88	253150

Сравнение планового и фактического объемов продаж водопроводных труб в ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году отражено на рис. 2.8.

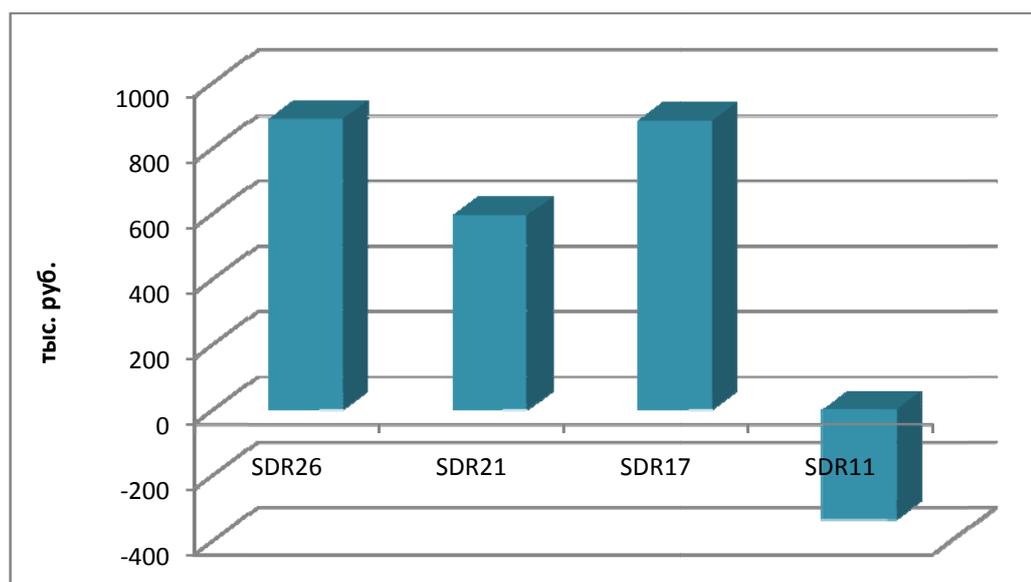


Рисунок 2.8 – Сравнение планового и фактического объемов продаж водопроводных труб в ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году

Сравнение планового и фактического объемов продаж различных видов труб в ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году отражено на рис. 2.9. Наибольшее превышение плана наблюдается в 2021 году по техническим трубам, в то время как защитных труб реализовано на 56 тыс. руб. больше, чем планировалось.

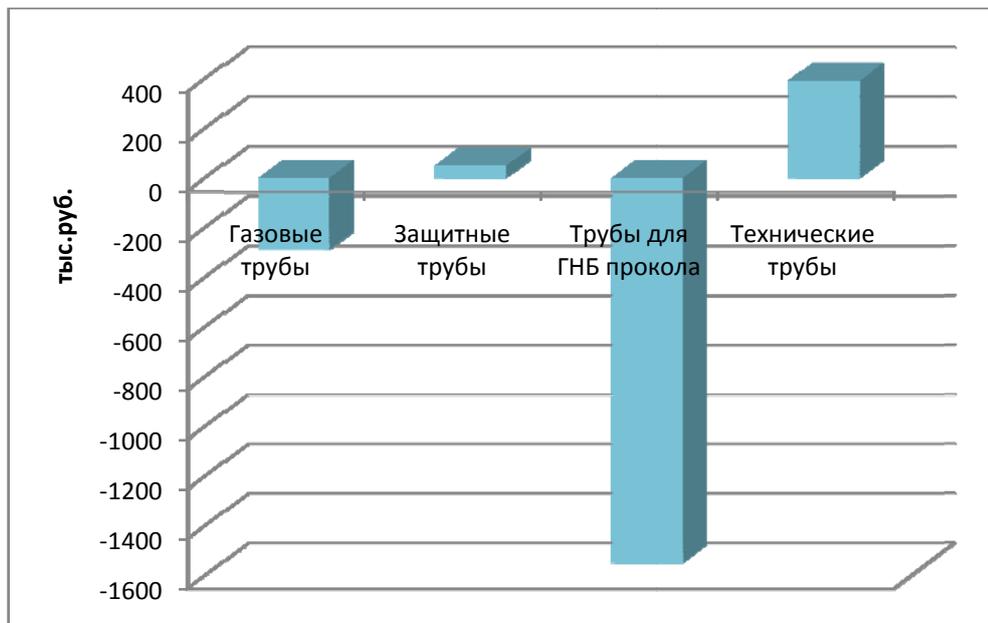


Рисунок 2.9 – Сравнение планового и фактического объемов продаж различных видов труб в ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году

Согласно данным рис. 2.9, газовых труб в 2021 году реализовано на 289 тыс. руб. меньше, чем запланировано, а труб для ГНБ прокола – на 1457 тыс. руб. При увеличении удельного веса более дорогой продукции объем ее выпуска в стоимостном выражении возрастает, и наоборот. То же происходит с размером прибыли при увеличении удельного веса высокорентабельной продукции и соответственно при уменьшении доли низкорентабельной продукции.

Изменение структуры производства оказывает значительное влияние на все экономические показатели ЗАО «Воронеж-Пласт»: материалоемкость, объем выпуска продукции в стоимостной оценке, себестоимость товарной продукции, прибыль, рентабельность.

На изменение прибыли от реализации продукции влияют следующие основные факторы:

- изменение отпускных цен на реализованную продукцию,
- изменение в объеме продукции,
- изменение себестоимости за счет структурных сдвигов в составе продукции,

- изменение цен на материалы, тарифы и услуги.

Наибольшую долю в валовой прибыли ЗАО «Воронеж-Пласт» занимает прибыль от реализации продукции, а удельный вес операционных финансовых результатов незначителен.

Для оценки влияния динамики и структуры затрат на производство продукции на финансовые результаты деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт» была составлена табл. 2.7.

Таблица 2.7 – Динамика изменения показателей прибыли ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.

Наименование показателя	2020 год	2021 год	Изменение, +, –
Выручка, тыс. руб.	351 970	520 489	168 519
Себестоимость продаж, тыс. руб.	291 372	467 416	176 044
Валовая прибыль, тыс. руб.	60 598	53 073	–7 525
Коммерческие и управленческие расходы, тыс. руб.	59 118	47 519	–11 599
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	1 480	5 554	4 074
Прочие доходы и расходы			
Проценты к уплате, тыс. руб.	2 060	940	–1 120
Прочие доходы, тыс. руб.	22 437	2 356	–20 081
Прочие расходы, тыс. руб.	21 818	5 136	–16 682
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	39	1 834	1 795
Налог на прибыль, тыс. руб.	–	36	36
Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	–	36	36
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	39	1 798	1 759

По данным таблицы 2.7 видно, что валовая прибыль ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году снизилась по сравнению с 2020 годом, но чистая прибыль предприятия – увеличилась.

Уменьшение валовой прибыли ЗАО «Воронеж-Пласт» произошло за счет опережающего увеличения себестоимости по сравнению с выручкой от реализации продукции в 2020 году.

Динамику роста выручки, себестоимости, валовой и чистой прибыли за 2020 – 2021 гг. иллюстрирует рис. 2.10.

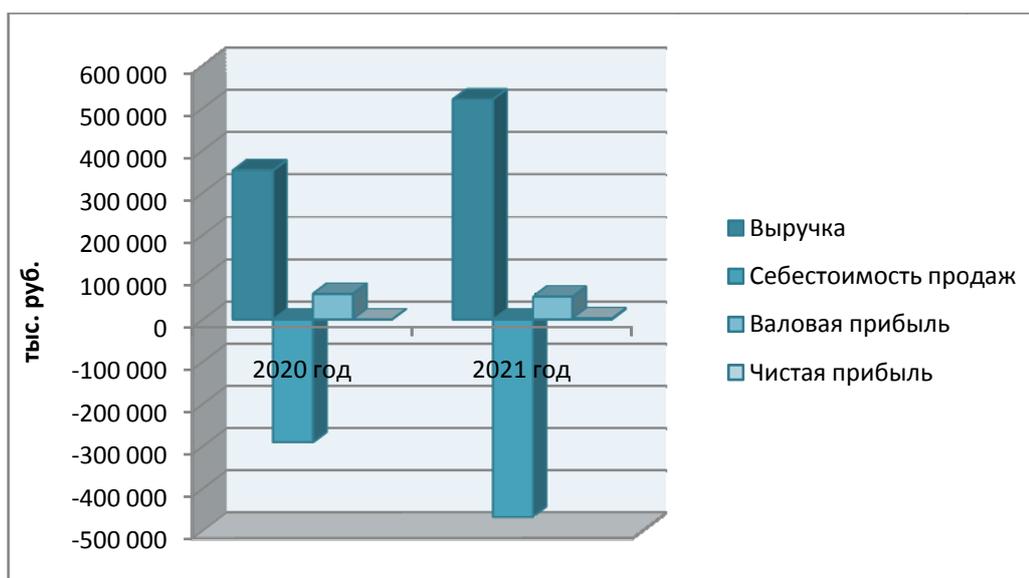


Рисунок 2.10 – Динамика изменения выручки, себестоимости, валовой и чистой прибыли ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.

Таким образом, выручка ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году выросла относительно 2020 года, и динамика чистой прибыли предприятия является положительной, что можно рассматривать как благоприятный фактор.

2.4 Оценка эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»

Рентабельность, как указывалось в первой главе работы, – это относительный показатель доходности предприятия.

Под рентабельностью деятельности предприятия понимается его способность к приращению вложенного капитала.

Предприятие рентабельно, если суммы выручки от реализации достаточно не только для покрытия затрат на производство, но и для образования прибыли, которая способствует росту собственного капитала.

По уровню и динамике изменения рентабельности можно судить о финансовом благополучии предприятия.

Результаты расчета показателей рентабельности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт» отражены в табл. 2.8.

Таблица 2.8 – Динамика показателей рентабельности деятельности
 ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020 – 2021 гг.

Наименование показателя	2020 год	2021 год	Изменение, +, –
Исходные данные для расчета			
Выручка, тыс.руб.	351 970	520 489	168 519
Себестоимость продаж, тыс.руб.	291 372	467 416	176 044
Чистая прибыль, тыс.руб.	39	1 798	1 759
Активы, тыс.руб.	148 751	162 728	13 977
Оборотные активы, тыс.руб.	36 308	48 960	12 652
Собственный капитал, тыс.руб.	110 197	111 995	1 798
Результаты расчета показателей			
Коэффициент рентабельности активов, %	0,03	1,10	1,08
Коэффициент рентабельности оборотных активов, %	0,11	3,67	3,56
Коэффициент рентабельности собственного капитала, %	0,04	1,61	1,57
Коэффициент рентабельности продукции, %	0,013	0,38	0,37
Коэффициент рентабельности продаж, %	0,011	0,35	0,33

Более наглядное представление об изменении коэффициентов рентабельности ЗАО «Воронеж-Пласт» дает рисунок 2.11.

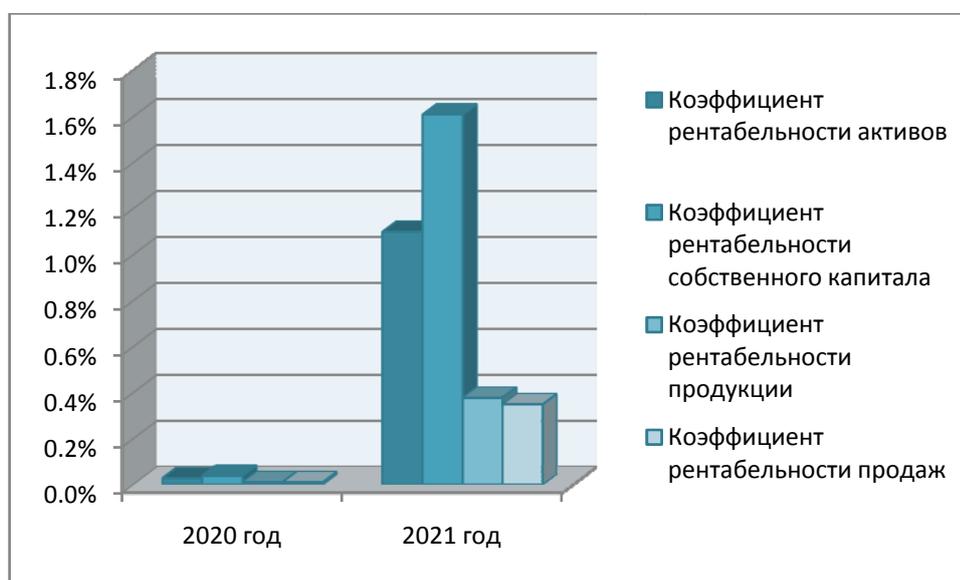


Рисунок 2.11 – Динамика коэффициентов рентабельности деятельности
 ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020 – 2021 гг.

Повышение уровня коэффициентов рентабельности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году относительно 2020 года является благоприятным фактором: при увеличении суммы средств предприятия, авансируемых в

производство, наблюдается рост отдачи от них. Однако следует отметить очень низкий уровень рентабельности продукции – ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году работает на грани убыточности.

Одним из важнейших инструментов повышения рентабельности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт» является повышение оборачиваемости оборотных активов предприятия.

Результаты расчета коэффициентов оборачиваемости и продолжительности одного оборота оборотных активов ЗАО «Воронеж-Пласт» приведены в таблице 2.9. Согласно табличным данным, в 2021 году все коэффициенты оборачиваемости улучшились вследствие роста выручки ЗАО «Воронеж-Пласт», кроме коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности, значения которого уменьшились вследствие опережающих темпов роста ее величины относительно темпов роста выручки предприятия.

Таблица 2.9 – Динамика показателей оборачиваемости
ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.

Наименование показателя	2020 год	2021 год	Изменение
Исходные данные для расчета			
Выручка, тыс.руб.	351 970	520 489	168 519
Активы, тыс.руб.	148 751	162 728	13 977
Оборотные активы, тыс.руб.	36 308	48 960	12 652
Запасы, тыс.руб.	18 414	27 941	9 527
Дебиторская задолженность, тыс.руб.	16 905	14 184	-2 721
Кредиторская задолженность, тыс.руб.	20 011	44 089	24 078
Результаты расчета показателей			
Коэффициент оборачиваемости активов, об.	2,37	3,20	0,83
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	9,69	10,63	0,94
Коэффициент оборачиваемости запасов, об.	19,11	18,63	-0,49
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	20,82	36,70	15,88
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	17,59	11,81	-5,78
Период оборота активов, дн.	152,14	112,55	-39,59
Период оборота оборотных активов, дн.	37,14	33,86	-3,27
Период оборота запасов, дн.	18,83	19,33	0,49
Период оборота дебиторской задолженности, дн.	17,29	9,81	-7,48
Период оборота кредиторской задолженности, дн.	20,47	30,49	10,03

Снижение коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году является неблагоприятным фактором для предприятия, поскольку рост периода оборота задолженности приводит к росту продолжительности финансового цикла.

Коэффициент оборачиваемости задолженности дебиторов ЗАО «Воронеж-Пласт» значительно выше коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности, то есть долги дебиторов превращаются в денежные средства, через более короткие временные промежутки, чем интервалы, когда ЗАО «Воронеж-Пласт» необходимы денежные средства для погашения своих долгов кредиторам (прежде всего, поставщикам за сырье, материалы и комплектующие).

Более иллюстративное представление о динамике коэффициентов оборачиваемости оборотных активов ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг. дает рисунок 2.12.

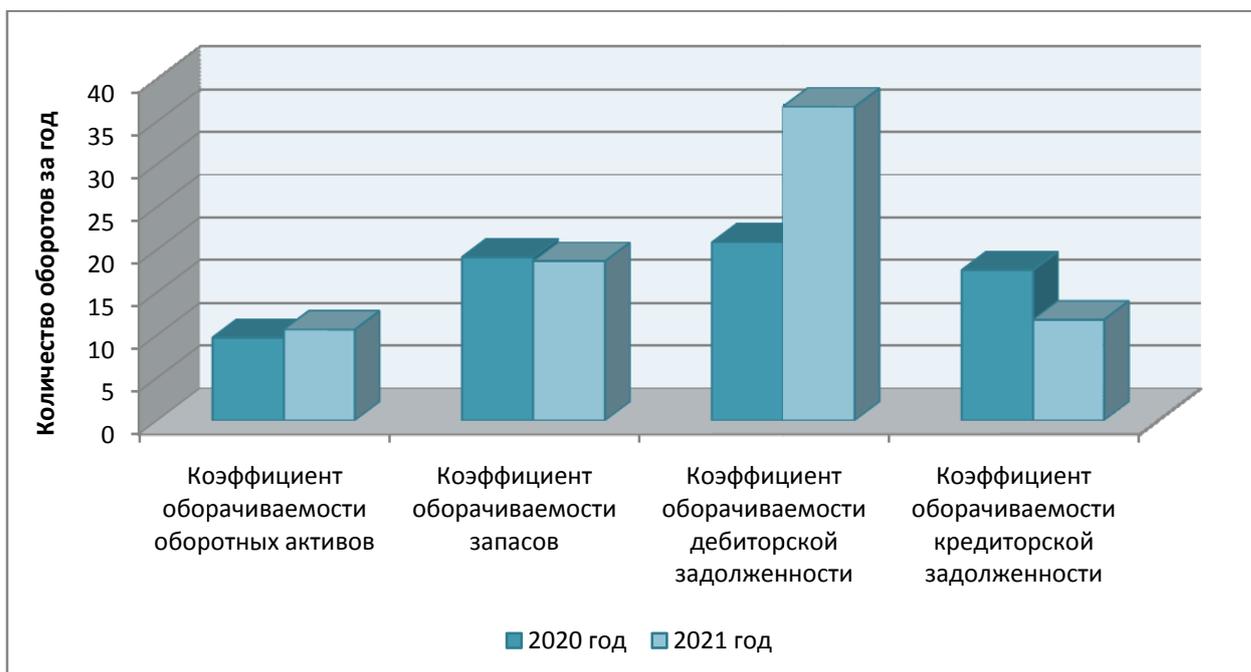


Рисунок 2.12 – Динамика коэффициентов оборачиваемости оборотных активов ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.

Изменение длительности оборотов оборотных активов ЗАО «Воронеж-Пласт» и их элементов за 2020–2021 гг. отражает рис. 2.13

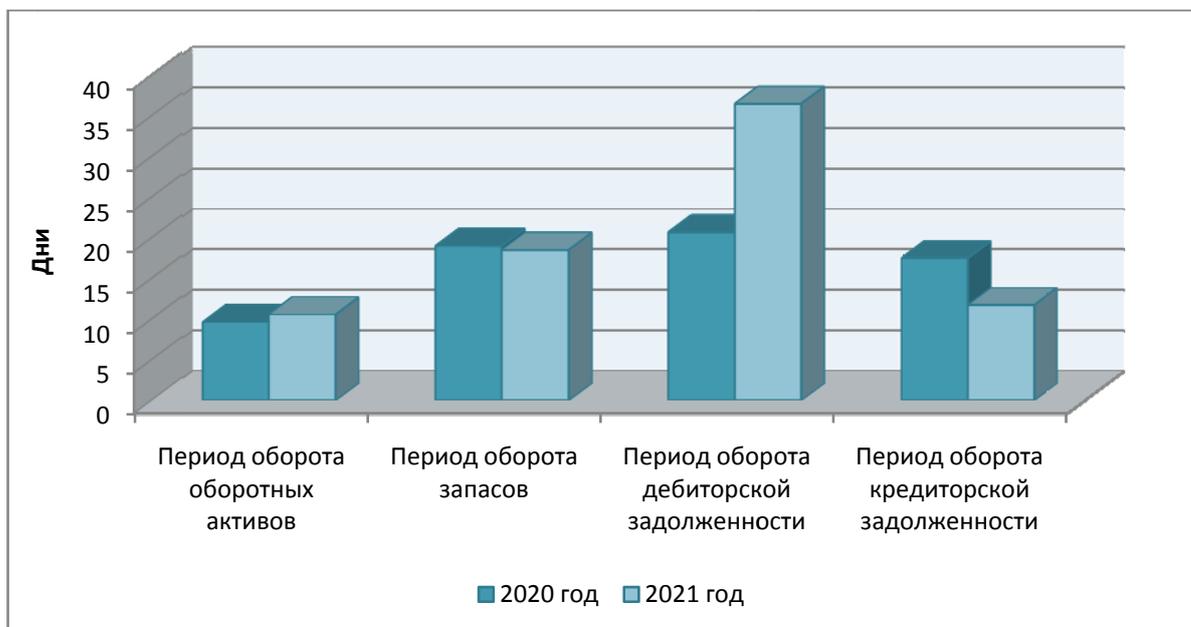


Рисунок 2.13 – Динамика продолжительности одного оборота оборотных активов ООО «ЛеМаЗ» за 2020-2021 гг.

Несмотря на то, что показатели оборачиваемости оборотных активов ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году характеризуются тенденцией к росту, как и выручка предприятия, которая увеличилась в 1,5 раза по сравнению с предыдущим годом, прибыль предприятия выросла несущественно, – рентабельность продаж немногим выше 0,1%.

Для обоснования направлений повышения прибыли необходимо проанализировать ассортиментную политику ЗАО «Воронеж-Пласт» с позиции рентабельности различных видов продукции предприятия. Ведь выручка и прибыль ЗАО «Воронеж-Пласт» зависит от того, насколько правильно сформирована структура ассортимента выпускаемой продукции, насколько полно свойства или характеристики продукции способны удовлетворять требования потребителей, насколько цена продукции соответствует платежеспособному спросу покупателей.

3. Разработка мер по повышению эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»

3.1 Обоснование мер по повышению эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт»

Объем продаж или выручка ЗАО «Воронеж-Пласт» зависит от того, насколько правильно сформирована структура ассортимента выпускаемой продукции, насколько полно свойства или характеристики продукции способны удовлетворять требования потребителей, насколько цена продукции соответствует платежеспособному спросу покупателей.

Для обоснования мер повышения эффективности деятельности ЗАО «Воронеж-Пласт» необходимо оценить вклад отдельных товарных групп продукции в прибыль исследуемого предприятия (оценить рентабельность отдельных товарных групп продукции) и рассмотреть особенности их распределения на отраслевом рынке, что позволит совершенствовать ассортиментный ряд продукции ЗАО «Воронеж-Пласт».

На первом этапе рассмотрим более подробно структуру товарной группы «водопроводные трубы» (поскольку они составляют основу выпускаемой продукции), динамику объемов продаж, изменения цены и, соответственно, рентабельности данной продукции, которая была произведена в ЗАО «Воронеж-Пласт» и реализована в 2021 году.

В табл. 3.1 рассмотрена динамика изменения объемов продаж трех номенклатурных групп SDR26, SDR21 и SDR17 в течение 2021 года.

Согласно данным таблицы, наибольшие объемы продаж приходились на второе полугодие 2021 года.

Средние реализационные цены полимерных водопроводных труб, которые рассчитывались путем отношения полученной выручки к объемам продаж, отражены в таблице 3.2.

Таблица 3.1 – Объем продаж полимерных водопроводных труб производства ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году

Товарная группа	Параметры продукции	Объем продаж, м											
		янв	фев	мар	апр	май	июн	июл	авг	сен	окт	ноя	дек
Полимерные трубы – SDR26	80/500	4914	4011	5995	7037	5384	6235	5747	5154	6260	6310	5553	6888
	80/700	1117	1288	1303	1173	936	1700	1306	1171	1043	1721	1322	1102
	80/1000	2904	2801	3128	3812	3043	3401	3396	3514	3652	3728	3702	3306
Полимерные трубы – SDR21	150/500	2457	2003	3128	2932	2809	2834	2874	2109	2609	2868	2909	2755
	200/1000	3797	3602	4431	5278	3980	5101	4441	3749	4174	4589	4231	4959
	350/1000	670	398	521	586	468	850	784	937	783	1147	793	551
Полимерные трубы – SDR17	30/1000	447	602	521	880	234	567	522	703	522	860	793	276
	50/1000	3127	3195	3910	4105	3746	4251	3657	3514	3652	4015	4231	4133
	100/1000	2904	2199	3128	3519	2809	3401	3396	2577	3391	3442	2909	3582
Итого	–	22336	19999	26064	29321	23410	28341	26125	23428	26085	28681	26443	27553

Таблица 3.2 – Цены на полимерные водопроводные трубы производства ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году

Товарная группа	Параметры продукции	Цена продаж, руб./м											
		янв	фев	мар	апр	май	июн	июл	авг	сен	окт	ноя	дек
Полимерные трубы – SDR26	80/500	325,8	327,1	328,4	328,6	328,4	329,1	327,4	327,6	327,9	329,5	327,1	327,4
	80/700	343,5	343,6	343,9	349,9	349,6	349,7	345,6	347,1	349,4	349,7	349,6	349,5
	80/1000	383,1	382,0	384,6	389,4	391,5	385,6	385,4	382,5	387,1	389,8	388,7	383,3
Полимерные трубы – SDR21	150/500	374,8	375,0	377,8	378,7	378,3	377,6	379,1	377,9	377,7	380,1	377,5	377,4
	200/1000	385,8	389,5	391,2	393,1	393,4	393,8	393,1	393,2	393,8	393,6	393,4	393,4
	350/1000	391,3	396,4	397,0	397,4	397,9	397,6	397,4	397,5	398,9	399,1	397,4	396,9
Полимерные трубы – SDR17	30/1000	375,5	374,9	377,3	377,4	378,3	377,5	377,6	377,4	377,8	377,9	377,6	377,0
	50/1000	384,5	386,2	386,9	387,9	386,5	386,5	386,1	386,0	386,7	390,1	389,4	388,7
	100/1000	386,0	387,1	387,6	388,8	390,4	390,2	390,1	390,0	390,5	392,1	390,1	389,9

Более наглядное представление о ежемесячной динамике объемов продаж водопроводных труб в целом дают графики на рисунке 3.1.

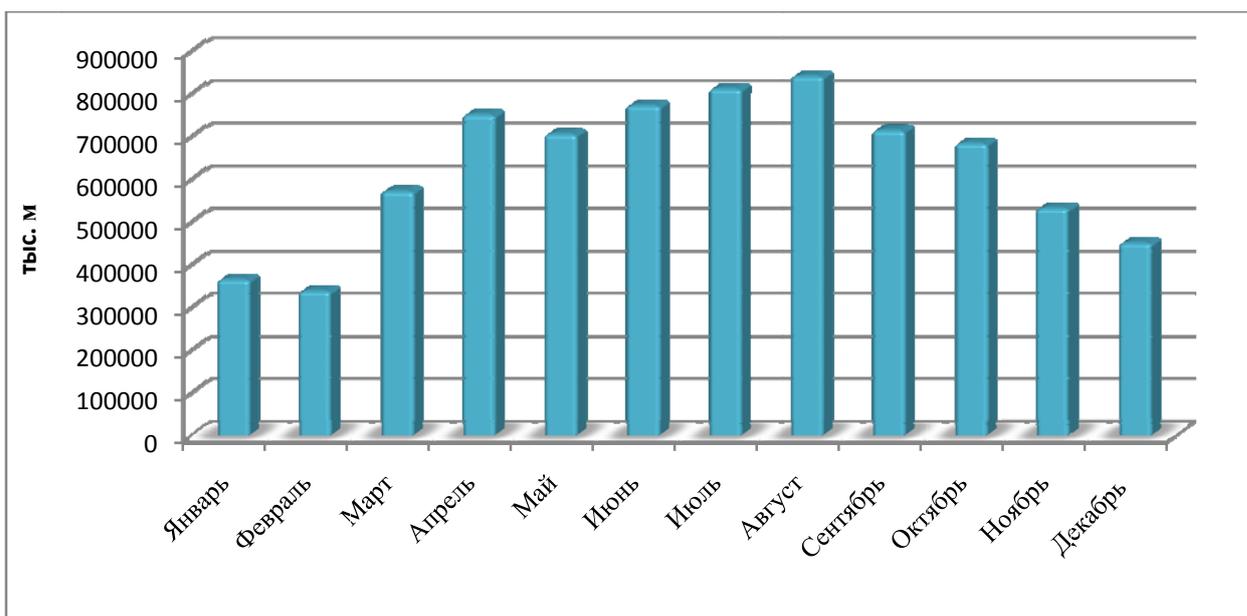


Рисунок 3.1 – Ежемесячная динамика объемов продаж водопроводных труб ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 г. (в натуральном выражении)

В структуре продаж в натуральном выражении преобладают продажи таких водопроводных труб как SDR26, а на втором месте продажи труб SDR21 (рис. 3.2).

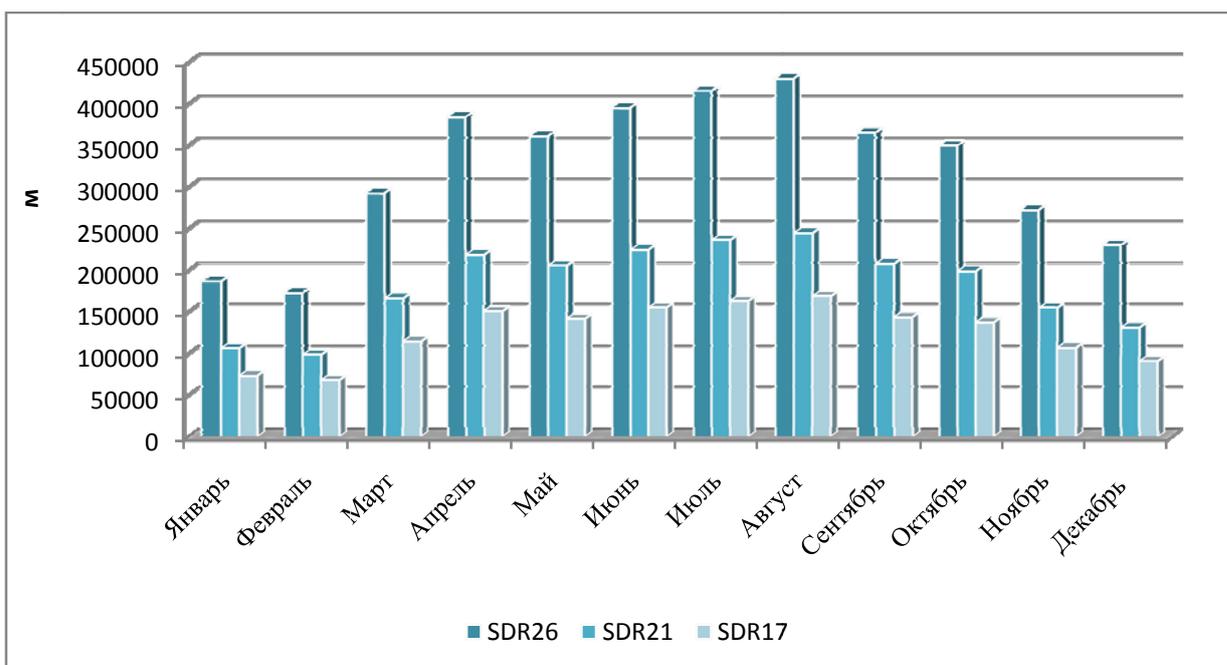


Рисунок 3.2 – Ежемесячная динамика объемов продаж водопроводных труб SDR26, SDR21 и SDR17 в 2021 г. (в натуральном выражении)

Лидером продаж в 2021 г., как в натуральном, так и в стоимостном выражении являются трубы SDR26. Эти трубы отличаются самой низкой удельной себестоимостью в своей товарной группе. Поквартальную динамику объемов продаж данных видов труб, произведенных в ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 г. (в стоимостном выражении) отражает рис. 3.3.

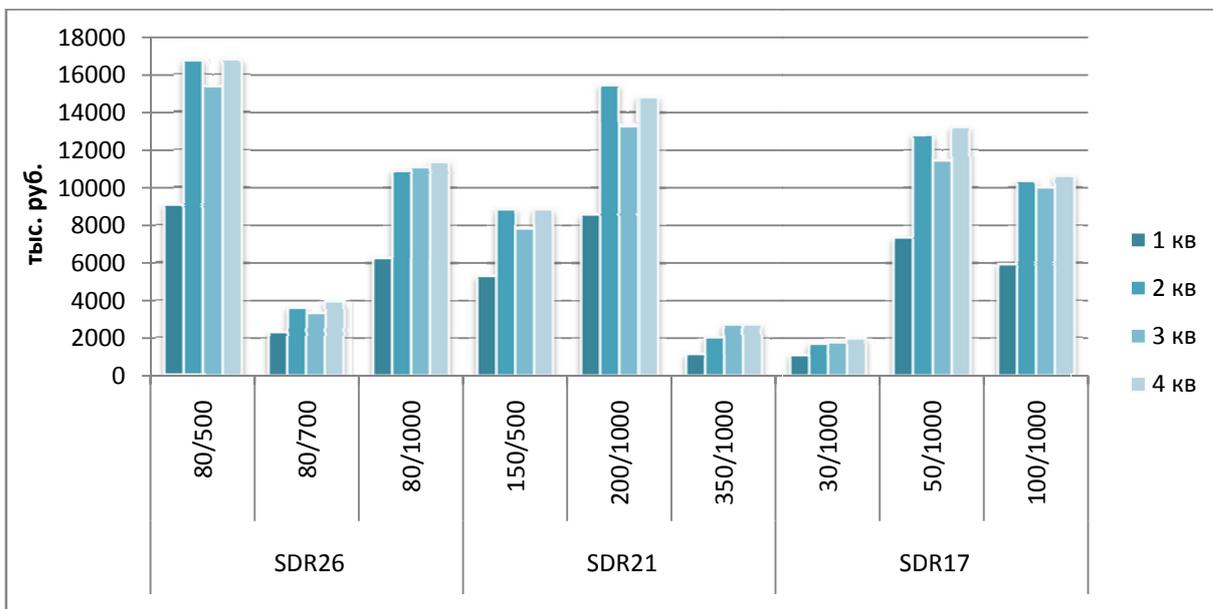


Рисунок 3.3 – Поквартальная динамика объемов продаж водопроводных труб ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году (в стоимостном выражении)

На долю труб SDR26 в объеме продаж рассмотренных групп продукции суммарно приходится более 48% (рис. 3.4).

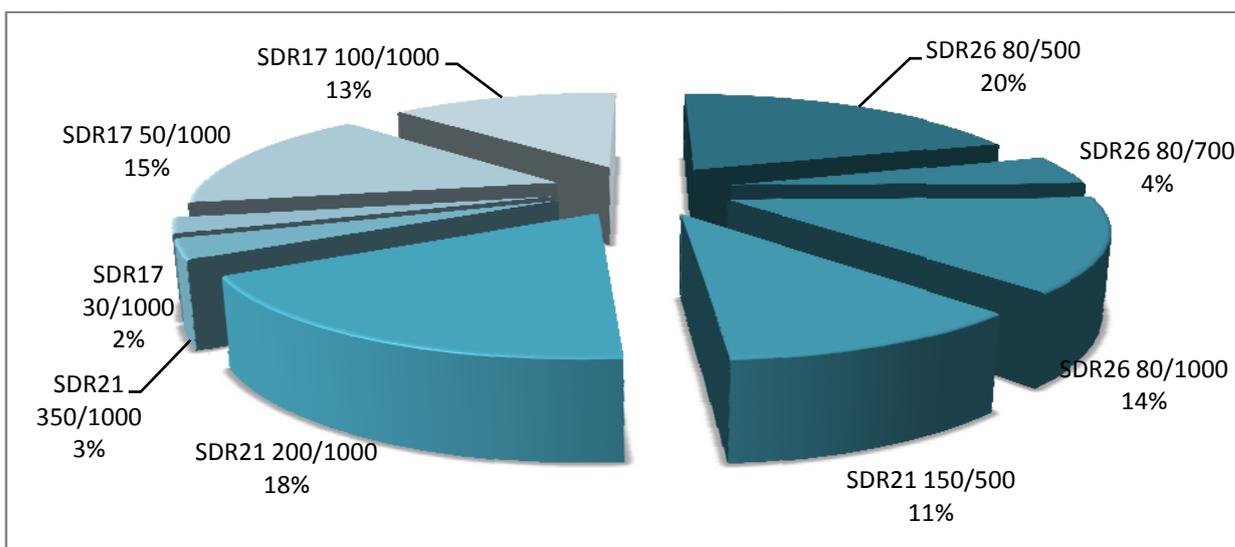


Рисунок 3.4 – Структура продаж водопроводных труб за 2021 год (в стоимостном выражении)

Распределение прибыли от продаж рассмотренных видов водопроводных труб ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 г. отражают данные 3.5. Наибольший вклад в полученную от продаж прибыль вносят все виды (типоразмеры) водопроводных труб SDR21.

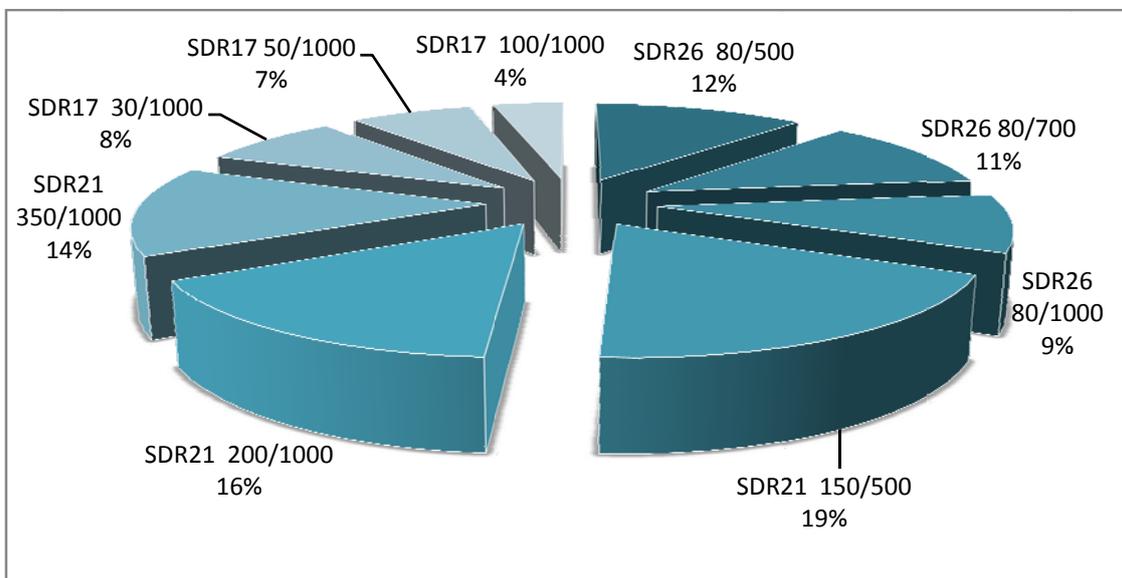


Рисунок 3.5 – Структура прибыли от продаж водопроводных труб, произведенных в ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 г.

Согласно данным рисунка 3.5, наибольшую прибыль генерируют трубы SDR21 150/500, на втором месте по уровню прибыли – трубы SDR21 200/1000, а на третьем – трубы SDR21 350/1000.

Анализ данных рисунка, позволяет сделать вывод о том, что в группе «трубы SDR21» самым рентабельным в 2021 году оказался такой типоразмер труб как 80/500. Трубы SDR26 80/500 характеризуются самым высоким коэффициентом рентабельности, значения которого в 2021 году лежат в диапазоне от 8,4% до 13,5%.

В товарной группе «трубы SDR26» самым высоким коэффициентом рентабельности обладают трубы SDR26 80/500, значения которого в 2021 году лежат в диапазоне от 10,9% до 11,9%.

Несколько ниже рентабельность труб SDR26 типоразмеров «80/700» и «80/1000», поэтому среднее значение коэффициента рентабельности данной товарной группы составляет всего 8,7%.

В товарной группе «трубы SDR17» значения коэффициентов рентабельности в 2021 году изменяются в достаточно широких пределах: коэффициент рентабельности данных видов труб самый низкий из всех рассмотренных, – он изменяется от 3,1% до 6,1%.

По уровню доходности в продуктивном портфеле ЗАО «Воронеж-Пласт» лидирует товарная группа «трубы SDR21», что наглядно видно на рис. 3.6.

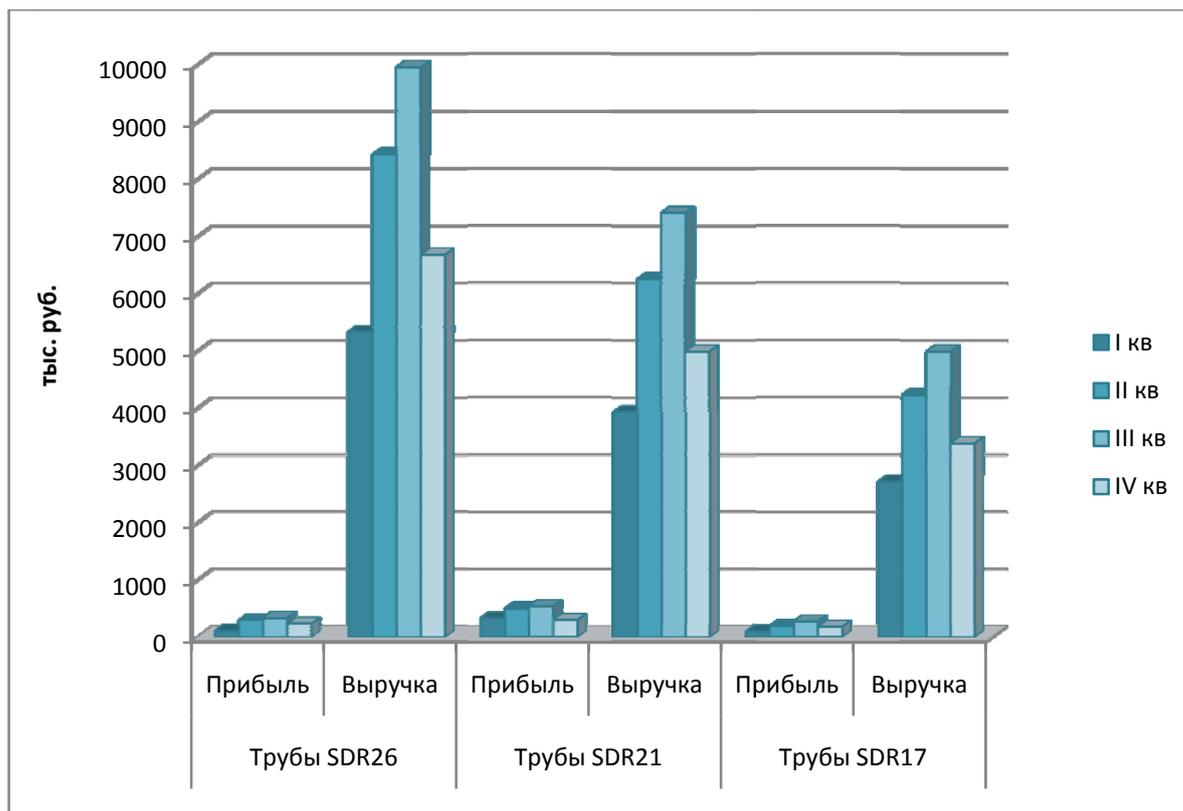


Рисунок 3.6 – Соотношение выручки и прибыли от продаж водопроводных труб производства ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 г.

Для того, чтобы оптимизировать план продаж продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» по критерию максимизации прибыли, целесообразно использовать результаты анализа фактической статистики продаж с учетом фактора сезонности и ценовой динамики.

3.2 Меры по повышению эффективности деятельности

ЗАО «Воронеж-Пласт»

Изучая продуктовую линейку предприятия, можно сделать вывод о том, что от широты ассортимента или количества товарных позиций в группе зависит объем продаж или выручка ЗАО «Воронеж-Пласт». Иначе говоря, чем шире представлен ассортимент продукции, тем выше ее вклад в выручку предприятия.

В настоящее время, вследствие малого количества товарных позиций и узкого набора типоразмеров в отдельных группах продукции исследуемое предприятие ЗАО «Воронеж-Пласт» может недополучать доход и прибыль, уступая их своим конкурентам.

Сравнение видовых структур производства полимерных труб в России и в мире в целом, позволяет сделать вывод о том, что российский рынок трубной продукции развивается, и в перспективе его структура будет меняться в соответствии с общемировыми тенденциями.

Как указывалось во второй главе работы, трубная продукция ЗАО «Воронеж-Пласт» представлена в трех сегментах полимерного рынка: полиэтиленовых труб, полипропиленовых труб и труб из ПВХ.

Сегмент полиэтиленовых труб преобладает на отраслевом рынке с долей около 70%. Он еще очень далек от насыщения, но темпы его роста сегодня уступают двум остальным сегментам рынка.

Полиэтиленовые трубы, которые в современном строительстве зачастую заменяют привычные металлические, относятся к последним поколениям пластиковых изделий.

Возможности использования полиэтиленовых труб обусловлены физическими характеристиками самого исходного материала, которые в свою очередь зависят от способа изготовления полиэтилена. По способу производства полиэтилен делится на три вида: полиэтилен среднего давления (ПСД); низкого давления (ПНД); высокого давления (ПВД).

Если эксплуатация трубопровода не требует большой механической прочности или рабочая среда не имеет высокого давления (системы водоотведения, трубы для прокладки кабелей, защитные оболочки), то для изготовления труб используется полиэтилен высокого давления. В противном случае, когда требуется высокая устойчивость к механическим воздействиям и высокому давлению в трубопроводе (напорные трубопроводы), для изготовления труб применяют полиэтилен низкого давления.

Полипропилен является материалом, устойчивым к воздействию кислотных, щелочных и соляных растворов, а также иных неорганических веществ. Он не впитывает жидкость, сохраняет свои электроизоляционные свойства в большом спектре температур.

Благодаря техническим характеристикам и несложному монтажу, различные виды полипропиленовых труб используют в водопроводных системах в качестве распределительного механизма в административных, промышленных и жилых строениях для трубопроводов технической и питьевой воды, обустраивают с их помощью вентиляцию административных и жилых домов, а также производят транспортировку теплоносителей, агрессивных жидкостей, сжатого воздуха. Технические характеристики также позволяют широко использовать полипропиленовые изделия в агропромышленном комплексе.

Поскольку поливинилхлорид – материал, имеющий хорошие эксплуатационные характеристики при больших нагрузках, а также значительных перепадах температур (сырьем для его производства служит поваренная соль и продукты нефтепереработки) – его широко используют в различных областях народного хозяйства.

Трубы из ПВХ – это самые недорогие трубные изделия из полимеров, и они не подвергаются коррозии, имеют идеально гладкие внутренние стенки (коэффициент шероховатости 0,006), которые не дают возможности откладываться на них механическим, химическим, бактериальным загрязнениям в настоящее время.

Во всем мире в структуре производства полимерных труб преобладают поливинилхлоридные трубы с долей 68,82%, в то время как в России этот сегмент еще самый маленький, – на его долю приходится 11,7%, а на доли полиэтиленовых (ПП) и полипропиленовых труб, 69,32% и 19,61%, соответственно. С точки зрения долгосрочных перспектив развития исследуемого предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт» самым привлекательным является сегмент поливинилхлоридных труб на рынке полимерных труб.

Поскольку сегмент полиэтиленовых труб не обладает такой высокой привлекательностью для ЗАО «Воронеж-Пласт», как сегмент поливинилхлоридных труб с позиции дальнейшего роста объемов производства, то в отношении полиэтиленовых труб целесообразно принять стратегию постепенного сокращения объемов продаж и переключения на более быстро растущий сегмент. Но вместе с тем, поскольку данный сегмент продолжает развиваться, и полиэтиленовые трубы продолжают пользоваться спросом, то ЗАО «Воронеж-Пласт», имеющему обширную клиентскую базу, не стоит сразу уходить с этого сегмента, а реализовать меры по оптимизации ассортимента по критерию рентабельности, чтобы обеспечить прирост выручки.

В сегменте полипропиленовых труб ЗАО «Воронеж-Пласт» необходимо реализовать стратегию усиления конкурентных преимуществ, и обеспечить дифференциацию товарного ассортимента путем увеличения типоразмеров и изменения их состава.

Таким образом, предприятию ЗАО «Воронеж-Пласт» при формировании плана продаж необходимо учитывать изменения, происходящие в рыночной среде, осуществлять постоянный контроль цен и объемов продаж, а также проверять, учитывает ли разработанный план сезонность и эластичность спроса на продукцию.

В частности, на основе проведенного сравнительного анализа планового и фактического выпуска продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» за первый квартал 2022 года по основным товарным группам полимерных труб можно

провести корректировку плана предприятия на второй квартал с учетом факторов сезонности и эластичности спроса на производимые трубы по цене.

К числу основных или ключевых факторов рыночной среды исследуемого предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт» можно отнести сезонный характер спроса и производства наряду с высоким уровнем конкуренции и насыщения отраслевого рынка, а также колебанием цен на полимерные трубы из-за колебания мировых цен на сырье для них. Чтобы оценить влияние фактора сезонности на плановые показатели ЗАО «Воронеж-Пласт», необходимо учесть воздействие коэффициента сезонности на фактический прирост объема продаж продукции в прошедшем периоде.

Коэффициент сезонности продаж полимерных труб рассчитывался как среднеквартальное значение по фактическим данным ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.:

$$K_{si} = Q_i : Q_s \quad (3.1)$$

где K_{si} – коэффициент сезонности за квартал;

Q_i – объем продаж за квартал;

Q_s – средний ежеквартальный объем продаж за год.

Результаты расчета коэффициента сезонности для водопроводных труб ЗАО «Воронеж-Пласт» на основе ретроспективного анализа продаж за 2020–2021 гг. приведены в табл. 3.3.

Таблица 3.3 – Результаты расчетов коэффициента сезонности для водопроводных труб в ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.

Наименование показателя	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	Итого за год
2020 г.					
Объем продаж, м	59498	71397	73290	66259	270444
Коэффициент сезонности	0,220	0,264	0,271	0,245	1
2021 г.					
Объем продаж, м	68398	81072	82677	75638	307806
Коэффициент сезонности	0,222	0,263	0,269	0,246	1
Средний коэффициент сезонности	0,221	0,264	0,270	0,245	1

Результаты расчета коэффициента сезонности для газовых труб ЗАО «Воронеж-Пласт» на основе ретроспективного анализа продаж за 2020–2021 гг. приведены в табл. 3.4.

Таблица 3.4 – Результаты расчетов коэффициента сезонности для газовых труб в ЗАО «Воронеж-Пласт» за 2020–2021 гг.

Наименование показателя	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	Итого за год
2020 г.					
Объем продаж, м	27732	33530	33656	31135	126053
Коэффициент сезонности	0,220	0,266	0,267	0,247	1
2021 г.					
Объем продаж, м	30961	37322	38029	35060	141372
Коэффициент сезонности	0,219	0,264	0,269	0,248	1
Средний коэффициент сезонности	0,219	0,265	0,268	0,248	1

Аналогично были рассчитаны коэффициенты сезонности для других видов труб ЗАО «Воронеж-Пласт» на основе ретроспективного анализа продаж за 2020–2021 гг.

Чтобы оценить влияние на плановые показатели ЗАО «Воронеж-Пласт» коэффициента сезонности, необходимо учесть вклад, который он вносит в прирост объема продаж в плановом периоде.

Вклад фактора сезонности в увеличение объема продаж рассчитывался по формуле:

$$I_s = Q_f \times K_{sp} / K_{sf} - Q_f \quad (3.2)$$

где I_s – вклад сезонности в прирост объема продаж;

K_{sp} – коэффициент сезонности в плановом периоде;

K_{sf} – фактический коэффициент сезонности за последний квартал;

Q_f – фактический объем продаж за последний квартал.

Для определения изменения объемов продаж ЗАО «Воронеж-Пласт» в плановом периоде необходимо из общего изменения объемов продаж продукции вычесть вклад сезонности.

Вначале сравним фактические показатели ЗАО «Воронеж-Пласт» за I кв. 2022 года и плановые показатели на II кв. 2022 года в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Сравнение фактических показателей ЗАО «Воронеж-Пласт» за I кв. 2022 года и плановых показателей на II кв. 2022 года

Наименование товарной группы	Объем, м	Средняя цена, руб./м	Сумма, тыс.руб.
План на II кв. 2022 года			
Водопроводные трубы	89936	359	32287
Газовые трубы	43045	412	17735
Защитные трубы	177089	85	15053
Трубы для ГНБ прокола	52163	137	7146
Технические трубы	47756	145	6925
Факт за I кв. 2022 года			
Водопроводные трубы	73718	345	25433
Газовые трубы	35574	406	14443
Защитные трубы	150075	83	12456
Трубы для ГНБ прокола	44106	129	5690
Технические трубы	40817	140	5714
Отклонение показателей плана на II кв. от фактических показателей за I кв. 2022 года, %			
Водопроводные трубы	22,01	4,06	26,95
Газовые трубы	20,99	1,48	22,79
Защитные трубы	18,04	2,41	20,84
Трубы для ГНБ прокола	18,27	6,20	25,61
Технические трубы	16,97	3,57	21,18

Согласно данным табл. 3.5, во втором квартале план по товарной группе «водопроводные трубы» в стоимостном выражении превышает фактические показатели I квартала на 26,95% при повышении цены (на 4,06%), и план по товарной группе «газовые трубы» превышает фактические показатели I квартала на 22,79% при повышении цены на 1,48%.

На основании данных табл. 3.5 и выше рассчитанных показателей сезонности можно определить приращение чистого объема продаж во II кв. 2022 года (без вклада коэффициентов сезонности спроса).

Чистый прирост объема продаж ЗАО «Воронеж-Пласт» во II кв. 2022 года, определяется за вычетом вклада сезонности, который может составить (как можно видеть в табл. 3.6):

- 1) по товарной группе «водопроводные трубы» – 3170 м;
- 2) по товарной группе «газовые трубы» – 1636 м;
- 3) по товарной группе «защитные трубы» – 1201 м;
- 4) по товарной группе «трубы для ГНБ прокола» – 2205 м;
- 5) по товарной группе «технические трубы» – 1143 м.

Таблица 3.6 – Оценка влияния вклада сезонности в плановый объем продаж
ЗАО «Воронеж-Пласт» на II кв. 2022 года

Наименование товарной группы	Объем продаж за I кв. 2022г., м	Коэффициент сезонности		Влияние коэффициента сезонности на объем продаж во II кв. 2022г., м
		I кв. 2022г.	II кв. 2022г.	
Водопроводные трубы	73718	0,221	0,264	3170
Газовые трубы	35574	0,219	0,265	1636
Защитные трубы	150075	0,243	0,251	1201
Трубы для ГНБ прокола	44106	0,218	0,268	2205
Технические трубы	40817	0,231	0,259	1143

Судя по данным таблицы 3.6, сезонность повлияет на весь ассортимент ЗАО «Воронеж-Пласт». На основе оценки влияния вклада сезонности в объем продаж ЗАО «Воронеж-Пласт» можно сделать вывод о том, по каким ассортиментным позициям продукции ожидается прирост, а по каким, наоборот, – снижение объема продаж. Для этого из общего прироста продаж необходимо вычесть вклад сезонности (табл. 3.7).

Таблица 3.7 – Чистый прирост объема продаж ЗАО «Воронеж-Пласт», планируемый на II кв. 2022 года

Наименование товарной группы	Изменение объема продаж, м	Вклад сезонности в объем продаж, м	Цена, руб./м	Изменение выручки, тыс.руб.
Водопроводные трубы	6854	3170	359	1323
Газовые трубы	3291	1636	412	682
Защитные трубы	2596	1201	85	119
Трубы для ГНБ прокола	2320	2205	137	16
Технические трубы	1210	1143	145	10
Итого, прирост:		–		2150

Согласно данным таблицы 3.7, самый значительный чистый прирост объема продаж продукции ЗАО «Воронеж-Пласт», планируемый на II кв. 2022 года, наблюдается:

- 1) по товарной группе «водопроводные трубы» – 1322 тыс. руб.;
- 2) по товарной группе «газовые трубы» – 682 тыс. руб.

То есть плановое увеличение объемов продаж всех категорий труб во II кв. 2022 года обусловлено, в первую очередь, сезонной составляющей роста спроса на трубы, и, во вторую очередь (в менее значительной степени) – чистым увеличением объемов продаж.

Изменение плана продаж ЗАО «Воронеж-Пласт» на II кв. 2022 года для труб разных видов отражает рис. 3.7.

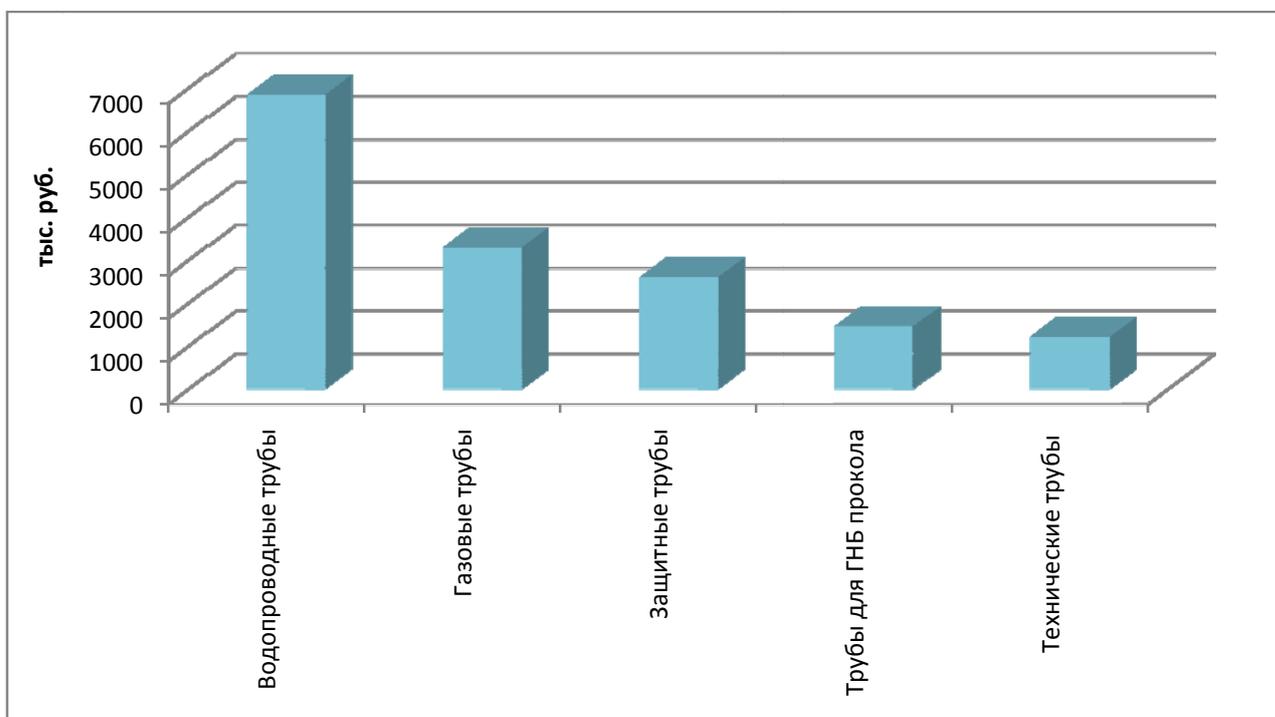


Рисунок 3.7 – Увеличение плана продаж на II кв. 2022 года для разных видов труб, произведенных в ЗАО «Воронеж-Пласт»

Резюмируя, можно сделать вывод о том, что постоянный мониторинг и контроль отклонений фактических объемов продаж от планового уровня по всем ассортиментным позициям ЗАО «Воронеж-Пласт» позволят своевременно корректировать плановые показатели на будущие периоды с учетом

оценки влияния вкладов сезонности в объем продаж, и обеспечивать повышение выручки и прибыли предприятия.

Таким образом, оптимизация плана продаж ЗАО «Воронеж-Пласт» на основе оценки вклада отдельных товарных групп и отдельных видов продукции в прибыль, и с учетом стабильности продаж и степени колебаний платежеспособного спроса на указанную продукцию на рынке, позволит повысить выручку и прибыль, что приведет к обеспечению повышения эффективности деятельности исследуемого предприятия.

Заключение

В выпускной квалификационной работе рассмотрены теоретические и практические аспекты повышения эффективности деятельности на примере предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт» – производителя полимерных труб широкой номенклатуры.

Ассортимент продукции, производимой в ЗАО «Воронеж-Пласт», достаточно широк, и он ежегодно обновляется, как в рамках ассортиментных групп, так и вне их, – какие-то группы продукции или отдельные товарные позиции становятся экономически нецелесообразно производить из-за снижения спроса (роста затрат). Основной продукцией исследуемого предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт» являются различные виды полимерных труб.

Объем выпуска продукции в 2021 году по сравнению с 2020 годом увеличился на 29,31 %, а объем реализации продукции в 2021 году по сравнению с 2020 годом увеличился на 30,51 %. Темп роста реализации продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» по некоторым видам полимерных труб в 2021 году превышает темп роста их производства, – что подтверждает рост спроса на продукцию предприятия.

Производство продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2020 году превышало реализацию, следовательно, у предприятия были трудности со сбытом некоторых видов полимерных труб и нереализованная готовая продукция накапливалась на складах предприятия. В 2021 году объем продаж продукции превысил объем производства за счет реализации ранее накопленных остатков готовой продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт».

На увеличение объемов реализации товарной продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» повлияло постоянное обновление ассортимента изготавливаемой продукции, а также улучшение качества и конкурентоспособности полимерных труб.

Вследствие опережающего роста себестоимости продаж, несмотря на значительный рост выручки ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году, прирост ва-

ловой прибыли составил всего 7,29%. Чистая прибыль предприятия, которая уже в 2020 году была относительно невелика (ниже среднеотраслевых показателей), еще сократилась на 29,6% в 2021 году. Предприятие ЗАО «Воронеж-Пласт» работает недостаточно эффективно.

Фактический объем производства продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» в 2021 году был ниже запланированного на 10226 тыс. руб., т.е. процент невыполнения плана по производству продукции на ЗАО «Воронеж-Пласт» в целом составил 3,84%.

Наибольшая сумма невыполнения плановых показателей производства в ЗАО «Воронеж-Пласт» наблюдается по таким видам водопроводных труб как: SDR21 (12977 тыс. руб. или 13,12%), SDR17 (3646 тыс. руб. или 3,74%) и по SDR26 (1632 тыс. руб. или 1,76%). А также по техническим трубам – 2365 тыс. руб. или 9,33%.

В 2021 году план выпуска продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт» был выполнен только по трем группам ассортимента: защитным трубам (7362 тыс. руб. или 21,6%), трубам для ГНБ прокола (2994 тыс.руб. или 14,2%). Таким образом, по большей части ассортимента продукции в ЗАО «Воронеж-Пласт» план выпуска не был выполнен.

В 2021 году в ЗАО «Воронеж-Пласт» также был не выполнен план продаж продукции на 5,12%, в результате чего предприятие недополучило 13887 тыс. руб. выручки.

Из-за снижения фактического объема продаж по сравнению с плановым уровнем по водопроводным трубам SDR21 предприятие недополучило 8510 тыс. руб., а по трубам SDR11 – 1301 тыс. руб. При этом хорошие показатели реализации водопроводных труб SDR1 (на 4764 тыс. руб. или на 20,6% был перевыполнен план продаж), а также в ЗАО «Воронеж-Пласт» был перевыполнен план продаж по защитным и техническим трубам.

В результате анализа было выявлено, что по некоторым группам ассортимента продукции ЗАО «Воронеж-Пласт» существует опасность роста остатков нереализованной продукции: в частности, план по производству по-

лимерных труб SDR11 перевыполнен на 3,82%, а план их продаж не выполнен на 10,38%. Перевыполнение плана по производству труб для ГНБ прокола в ЗАО «Воронеж-Пласт» составило 14,2%, а невыполнение плана продаж характеризуется значением 4,98%.

Существуют группы ассортимента продукции ЗАО «Воронеж-Пласт», план продаж которых перевыполнен, а производственная программа не выполнена (например, трубы SDR26 и SDR17). В связи с этим при составлении производственной программы в ЗАО «Воронеж-Пласт» на следующий год предприятию надо учитывать, в результате каких факторов произошло увеличение объема производства. Это может быть связано как с увеличением количества выпущенной продукции, так и с увеличением ее цены.

Таким образом, исследуемому предприятию ЗАО «Воронеж-Пласт» для повышения эффективности деятельности необходимо изменить план продаж и производства продукции с учетом динамики изменения фактической структуры продаж и колебаний спроса.

В условиях изменчивой внешней среды хозяйствования разработанный заранее предприятием ЗАО «Воронеж-Пласт» на будущий период план продаж и производства может не соответствовать параметрам возникающей на рынке ситуации, поэтому нуждается в соответствующей корректировке с учетом коэффициента сезонности спроса.

Оптимизация плана продаж с учетом стабильности продаж и степени колебаний платежеспособного спроса на рынке полимерных труб, позволит усовершенствовать систему продвижения продукции, и повысить гибкость ценовой политики, что приведет к обеспечению повышения эффективности деятельности исследуемого предприятия ЗАО «Воронеж-Пласт».

Список использованных источников

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации ГК РФ от 30.11.1994 №51-ФЗ [Электронный ресурс]. – М., [2022]. – Режим доступа: Информационно-правовая справочная система «Консультант Плюс».
2. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99: приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (в ред. От 06.04.2017 N 57н). – Режим доступа: Информационно-правовая справочная система «Консультант Плюс»
3. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99: приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (в ред. От 06.04.2017 N 57н). – Режим доступа: Информационно-правовая справочная система «Консультант Плюс»
4. ГОСТ Р 50838-2009 «Трубы из полиэтилена для газопроводов. Технические условия» – Режим доступа: Информационно-правовая справочная система «Консультант Плюс»
5. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы [Текст]: Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 248 с.
6. Андреева, Н.Н. Практикум по планированию производственно-финансовой деятельности на предприятии [Текст]: Учебное пособие / Н.Н. Андреева. – СПб.: Просп. Науки, 2015. – 288 с.
7. Бабич, Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка [Текст]: Учебное пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 336 с.
8. Баринов, В.А. Бизнес-планирование [Текст]: Учебное пособие / В.А. Баринов. – М.: Форум, 2019. – 256 с.
9. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка [Текст]: учебное пособие / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 260 с.

10. Беляев, В.И. Планирование: основы теории и практики [Текст]: учебное пособие / В.И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2019. – 456 с
11. Брейли, Ричард. Принципы корпоративных финансов. Базовый курс [Текст] / Ричард Брейли, Стюарт Майерс, Франклин Аллен. – М.: Вильямс, 2019. – 576с.
12. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование [Текст]: Учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. – М.: КноРус, 2019. – 232 с.
13. Бухалков, М.И. Внутрифирменное планирование [Текст]: Учебник / М.И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 391 с.
14. Бухалков, М.И. Планирование на предприятии [Текст]: Учебник / М.И. Бухалков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 411 с.
15. Виткалова А.П. Внутрифирменное планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / А.П. Виткалова. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. – 128 с. – 978-5-394-02203-6. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57118.html>
16. Волкова О.Н., Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / О.Н. Волкова, В.В. Ковалев. – М.: ООО «ТК Велби», 2013. – 424 с.
17. Воронина, М.В. Финансовый менеджмент [Текст]: Учебник для бакалавров / М.В. Воронина. – М.: Дашков и К, 2020. – 400 с.
18. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ [Текст]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 615с.
19. Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии [Текст]: Учебник для бакалавров / В.А. Горемыкин. – М.: Юрайт, 2014. – 696 с.
20. Данилин, В.И. Финансовый менеджмент: категории, задачи, тесты, ситуации [Текст]: Учебное пособие / В.И. Данилин. – М.: Проспект, 2019. – 376 с.

21. Ермолович Л.Л., Сивчик Л.Г., Толкач Г.В., Щитникова И.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: – Минск: Интерсервис; Экоперспектива, 2013. – 576 с
22. Зайков, В.П. Финансовый менеджмент: теория, стратегия, организация [Текст] / В.П. Зайков, Е.Д. Селезнёва, А.В. Харсеева. – М.: Вузовская книга, 2020. – 340 с.
23. Ильин А.И., Сеница Л.М. Планирование на предприятии. Тактическое планирование. [Текст] / Под общ. ред. А.И.Ильина. – Мн.: Новое издание, 2014. – 416 с.
24. Качалов И.В. Планирование продаж с точностью до 90% и выше [Текст]. – СПб.: Питер, 2013. – 304 с.
25. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия). Теория и практика [Текст]: учебник для бакалавров / В. В. Коршунов. –2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 433 с.
26. Крылов Э.И., Власов В.М., Журавкова И.В. Анализ эффективности деятельности предприятия [Текст] – М.: Финансы и статистика, 2019. – 608с.
27. Ламбен Ж.Ж., Шулинг И., Чумпитас Р. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст]: Учебник. СПб.: Питер, Лидер, 2013. – 720 с.
28. Любушин Н.П., Лещева В.П., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [Текст]: Учебное пособие для вузов/Под ред.проф. Н.П.Любушина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 – 578с.
29. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование [Текст]: Учебное пособие / В.А. Морошкин. – М.: Форум, 2016. – 288 с
30. Николаев Ю.Н. Экономика предприятия (фирмы). Базовые условия и экономические основы деятельности предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю.Н. Николаев. – Электрон. текстовые данные. – Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2011. – 166 с. – 2227-8397. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11365.html>
31. Одинцова Л.А. Планирование на предприятии [Текст]: учеб. пособие / Л.А. Одинцова. – М.: Академия, 2019. – 272 с.

32. Организация, планирование и управление производством: учебное пособие для вузов/[Н. И. Новицкий, Л. Ч. Горностай, А. А. Горюшкин и др.]; под ред. Н. И. Новицкого.-2-е изд., стереотип. – М.:КНОРУС, 2017. – 381 с.

33. Панова, А.К. Планирование и эффективная организация продаж [Текст]: Практическое пособие / А.К. Панова.– М.: Дашков и К, 2016. – 192 с.

34. Половинкин И.В. Планирование на предприятии. Часть 1 [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.В. Половинкин.– Электрон. текстовые данные. – Новосибирск: Новосибирский государственный университет, 2013. – 94с. – 978-5-7782-2309-7. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44903.htm>

35. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 317с.

36. Селезнева Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 639 с. – 978-5-238-01251-3. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52066.html>

37. Стёпочкина Е.А. Финансовое планирование и бюджетирование [Электронный ресурс]: учебное пособие для слушателей программ профессиональной подготовки управленческих кадров / Е.А. Стёпочкина. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Вузовское образование, 2019. – 78 с. – 2227-8397. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29361.html>

38. Федорцова Р.П. Практика внутрифирменного планирования [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Р.П. Федорцова. – Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2019. – 94 с. – 2227-8397. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26246.html>

39. Хруцкий В.Е. Внутрифирменное планирование [Текст]: Настольная книга по постановке финансового планирования. – 2-е изд., перераб. и доп. / В.Е. Хруцкий, Т.В. Сизова, В.В. Гамаюнов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 464 с.

40. Экономика предприятия [Текст]: учебник для студентов вузов / под ред. проф. В.Я Горфинкеля – 6-е изд. перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ–ДАНА 2016. – 663с.

41. Экономика предприятия [Текст]: Учебник./ под ред. Н.А. Сафронова. – М.: Юристъ, 2017. – 608с.

42. Бурцев В.В. Через планирование к эффективному менеджменту / В.В. Бурцев // Финансовый менеджмент. – 2019. – №1. – С. 20-24

43. <https://воронежпласт.рф/>

Пояснения	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2021 г.	На 31 декабря 2020 г.	На 31 декабря 2019 г.
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	111 932	111 932	111 932
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	–	–	–
	Переоценка внеоборотных активов	1340	–	–	–
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	–	–	–
	Резервный капитал	1360	–	–	–
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	63	(1 735)	(2 922)
	Итого по разделу III	1300	111 995	110 197	109 010
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
4	Заемные средства	1410	–	982	2 333
	Отложенные налоговые обязательства	1420	–	–	–
	Резервы под условные обязательства	1430	–	–	–
	Прочие обязательства	1450			
	Итого по разделу IV	1400	–	982	2 333
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	6 644	17 561	14 980
5	Кредиторская задолженность	1520	44 089	20 011*	11 208
	Доходы будущих периодов	1530	–	–	–
	Резервы предстоящих расходов	1540	–	–	–
	Прочие обязательства	1550	–	–	–
	Итого по разделу V	1500	50 733	37 572	26 188
	БАЛАНС	1700	162 728	148 751	137 531

Отчет о финансовых результатах

за 2021 г.

Организация	ЗАО «Воронеж-Пласт»	Форма № 2 по ОКУД	Коды	
Идентификационный номер налогоплательщика		Дата (число, месяц, год)	0710001	
Вид экономической деятельности:	производство	по ОКПО	31	12 2021
Организационно-правовая форма / форма собственности	ЗАО / частная	ИНН	54703206	
Единица измерения:	тыс. руб. /руб.	по ОКДП	3662061610	
Местонахождение (адрес)	г. Воронеж, ул. Карпинского, 39	ОКОПФ/ОКФС	2522350	
		по ОКЕИ	12300	16
			384/385	

Пояснения	Наименование показателя	Код строки	За 2021 г.	За 2020 г.
	Выручка	2110	520 489	351 970
	Себестоимость продаж	2120	(467 416)	(291 372)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	53 073	60 598
	Коммерческие расходы	2210	(4 387)	–
	Управленческие расходы	2220	(43 132)	(59 118)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	5 554	1 480
	Доходы от участия в других организациях	2310	–	–
	Проценты к получению	2320	–	–
	Проценты к уплате	2330	(940)	(2 060)
	Прочие доходы	2340	2 356	22 437
	Прочие расходы	2350	(5 136)	(21 818)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	1 834	39
	Налог на прибыль	2410	(36)	–
	Текущий налог на прибыль	2411	(36)	–
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	–	–
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	–	–
	Прочее	2460	–	–
	Чистая прибыль (убыток)	2400	1 798	39

	СПРАВОЧНО			
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		–	–
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		–	–
	Совокупный финансовый результат периода		1 496	1 067
	Базовая прибыль (убыток) на акцию		–	–