Учреждение образования

«Минский государственный колледж цифровых технологий»

КУРСОВАЯ РАБОТА

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

По учебному предмету «Экономика организации»

Тема: Экономическая эффективность реализации продукции в СП ОАО «Спартак»

Специальность: 2 – 53 01 01 Автоматизация технологических процессов и производств

Выполнил учащийся Н.В.Чернявский

группы № 46 ТЭМ

Руководитель О.Н.Богдановская

Курсовая работа оценена на отметку\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2023

СОДЕРЖАНИЕ

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

3

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Разраб.

Чернявский

Провер.

Богдановская

Реценз.

Н. Контр.

Утверд.

«Экономическая эффективность реализации продукции в СП ОАО «Спартак»

Лит.

Листов

32

*МГК*

*цифровых технологий*

электроники

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………………………. | 4 |
| ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ…………………………………………………….. | 6 |
| 1 Роль реализации продукции для организаций на современном этапе в Республике Беларусь……………………………………………………….. | 7 |
| 1.1 Понятие и сущность реализации продукции…………………………. | 7 |
| 1.1.1 Рентабельность продаж………………………………………………. | 9 |
| 1.1.2 Рентабельность активов……………………………………………… | 10 |
| 1.2 Эффективность реализации продукции……………………………….. | 12 |
| 2 Организационно - экономическая характеристика организации………. | 14 |
| 3 Экономическая эффективность реализации продукции в организации.. | 22 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ…………………………………………………………...... | 32 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ……………………..... | 34 |

**ВВЕДЕНИЕ**

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

4

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Реализация продукции является важной отраслью любого предприятия, которая значительно влияет экономику. Реализация продукции постоянно обеспечивает население страны продуктами питания, предметами первой необходимости, одеждой и обувью. В результате этого для каждой страны очень важным является обеспечение необходимого уровня развития, а также стабильности отрасли,

Данная задача требует наличия в стране необходимого количества товаров, которые население страны может приобретать по доступным ценам. Эта задача является нелегкой, так как постоянное поддержание стабильного уровня является достаточно трудным делом.

Нестабильная обстановка обуславливается многими экономическими причинами. Главная из них, это изменение закупочных цен, нехватке сырья и т. д., которые во многом определяют результаты финансового состояния.

Тема курсовой работы актуальна в связи с тем, что переход к рыночным отношениям совершенно по-иному определяет место предприятия в экономике. Эффективность работы предприятия во многом зависит от того найдет ли его продукция спрос на рынке, т.е. будет ли она реализована, а также от того насколько управленческая деятельность менеджмента обеспечивает реальную экономическую самостоятельность предприятия, его конкурентоспособность и стоимостное положение на рынке.

Объектом исследования в курсовой работе является продукция СП ОАО «Спартак», а предметом - анализ эффективности реализации продукции на предприятии.

Целью данной работы является исследование экономической эффективности реализации продукции в СП ОАО «Спартак». В соответствии с поставленной целью, в курсовой работе решаются следующие задачи:

- изучить роль реализации продукции для организаций на современном этапе в Республике Беларусь;

- ознакомиться с организационно-экономической характеристикой предприятия и проанализировать его деятельность за три последние года;

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

5

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

- проанализировать экономическую эффективность реализации продукции в СП ОАО «Спартак».

**ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ**

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

6

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Вопрос о том, как правильно реализовывать продукцию открыт и сейчас. В. Ф. Пархоменко и Стаселович В. А. дали понятия этим определениям. Подробнее в таблице 1.

Таблица 1 – Определение «Реализации продукции»

|  |  |
| --- | --- |
| Фамилия, имя, отчество автора | Определение «Реализация продукции – это…» |
| В. Ф. Пархоменко | поступление изготовленной продукции в народно-хозяйственный оборот с оплатой её по существующим ценам. Реализованной считается продукция, отпущенная за пределы промышленного предприятия и оплаченная потребителем, сбытовой или торгующей организацией. |
| Стаселович В. А. | процесс продажи готовой продукции, товара или выполненных работ и услуг; передача на возмездной основе материальных ценностей, выполнение работ и оказание услуг с целью извлечения дохода |

Несмотря на то, что определения совершенно разные, можно их привести к «общему» определению: реализация продукции – это сбыт продукции с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей.

Как говорилось ранее реализация продукции – это заключительный этап движения продукции в организации. Однако, он направлен на увеличение доходов, сокращение товарных остатков, и, при необходимом уровне рентабельности, обеспечивает организацию прибылью.

**1 Роль реализации продукции для организаций на современном этапе в Республике Беларусь**

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

7

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

**1.1 Понятие и сущность реализации продукции**

Реализация – основной объемный показатель деятельности предприятия. Процессом реализации является совокупность хозяйственных операций, связанных со сбытом и продажей продукции. Планирование процесса реализации начинается с обеспечения предприятия заказами. На их основе составляется план по номенклатуре, являющийся основанием организации производственного выпуска соответствующих видов продукции. Заказы согласовываются с заказчиками продукции и поставщиками материалов. С покупателями заключаются договоры, в которых указывается ассортимент, сроки отгрузки, количество и качество продукции, цена, форма расчетов

Реализация продукции – это завершающая стадия процесса кругооборота финансовых ресурсов промышленного предприятия.

Реализация продукции представляет собой важнейший показатель деятельности организации, поскольку именно реализацией продукции завершается оборот средств, затраченных на ее изготовление. В результате реализации продукции организация-изготовитель получает оборотные средства. В продукцию входят несколько составляющих ее частей: готовая продукция, товары, выполненные работы и оказанные услуги, а также отпущенные на сторону полуфабрикаты собственного производства.

В процессе реализации продукции предприятия получают выручку, которая обеспечивает возмещение затрат на производство и реализацию продукции и получение прибыли - основной источник расширения и модернизации производства.

Для правильного определения товарооборота за отчётный период, большое значение имеет определение момента реализации продукции, товаров.

Момент реализации товаров – это момент, в который товары отгруженные или отпущенный покупателю, считаются проданными. Для целей налогообложения порядок определения выручки от реализации продукции (работ, услуг) может определяться двумя способами:

1) «по отгрузке» - по отгрузке товаров (выполнения работ, оказания услуг) и предъявления покупателю (заказчику) расчётных документов;

2) «по оплате» - по поступлению средств за продукцию (работ, услуг) на счета в учреждения банков или в кассу предприятия.

Реализация по своему характеру почти обратна процессу снабжения предприятия ресурсами и состоит из трех операций:

* превращение товарной формы в денежную (продажа);
* уменьшение имеющихся товарно-материальных ценностей и соответственно - материальной ответственности;
* реализация финансового результата (доход или убыток).

**1.1.1 Рентабельность продаж**

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

9

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Рентабельность продаж — один из основных финансовых показателей для оценки эффективности работы организации. Коэффициент показывает отношение прибыли от продаж к выручке за определённый период без учёта акцизов и НДС.

Показатель рентабельности продаж зависит от прибыли. Прибыль есть нескольких видов:

* Валовая — разница между выручкой и себестоимостью товара с учетом только прямых расходов.
* Операционная — разница между выручкой и себестоимостью товара с учетом операционных издержек: косвенные расходы на аренду, рекламу и амортизацию оборудования.
* Чистая — доход после выплаты всех издержек, налогов и отчислений.

Есть две формулы расчёта рентабельности продаж, их вычисляют по формулам.

1. валовая прибыль:

(1)

1. по чистой прибыли:

(2)

**1.1.2 Рентабельность активов**

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

10

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Рентабельность активов – показатель эффективности применения и распределения оборотных и внеоборотных активов организации.

К активам фирмы относится все, что обеспечивает бесперебойную работу предприятия и прямо или косвенно приносить прибыль: деньги, сырье, оборудование, здания и т. д.

При расчете коэффициента рентабельности активов учитываются все активы, которые использовались в нужном периоде. На основании полученных значений можно оценить, какое имущество работает эффективно, а какое требует модернизации, может быть сдано в аренду или продано.

Рентабельность активов ROA, вычисляют по формуле.

(3)

где, ROA — рентабельность активов;

ПР — прибыль (чистая) за отчетный период;

АК — активы организации на конец отчетного периода.

Выделяют 3 показателя рентабельности активов (рисунок 1):

Рисунок 1. Показатели рентабельности активов

Рассмотрим рисунок 1 более подробнее:

Внеоборотными считаются активы, которые компания использует дольше 12 месяцев. Сюда входят:

* основные производственные фонды: недвижимость, земля, оборудование, инвентарь;
* нематериальные активы: патенты, лицензии, права собственности, торговые марки, товарные знаки, репутация;
* долгосрочные (сроком более 1 года) финансовые вложения: инвестиции, займы, кредиты.

Рентабельность внеоборотных активов RFA, вычисляют по формуле.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

11

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

(4)

где, ПР – прибыль (чистая) за отчетный период;

АД – средняя стоимость долгосрочных активов.

К оборотным относятся активы, которые предприятие использует не более 12 месяцев. Они бывают собственными, привлеченными и заемными. Примеры:

* деньги в кассе и на счетах в банке;
* дебиторская задолженность;
* новое оборудование, сырье, запасы готовой продукции или товара для перепродажи, незавершенное производство;
* банковские вклады на срок не более 12 месяцев, купленные облигации, краткосрочные вексели, сберегательные сертификаты;
* купленные для перепродажи акции и другие оборотные активы.

Рентабельность оборотных активов (RCA) вычисляют по формуле.

(5)

где, ПР – прибыль (чистая) за отчетный период;

АО – средняя стоимость оборотных активов.

**1.2 Эффективность реализации продукции**

Реализация продукции – это сбыт продукции с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей.

Реализация продукции – поступление изготовленной продукции в народно-хозяйственный оборот с оплатой её по существующим ценам.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

12

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Реализованной считается продукция, отпущенная за пределы промышленного организации и оплаченная потребителем, сбытовой или торгующей организацией.

Для анализа эффективности реализации продукции используется показатель – рентабельность реализованной продукции (ROM), с помощью которого можно получить представление о выгодности продажи товаров или выпуска новой продукции.

Рентабельность реализованной продукции ROM вычисляют по следующей формуле.

(6)

Рассчитывать рентабельность реализованной продукции можно для всей получаемой продукции, ее отдельных групп или для конкретных товаров.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

13

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

**2 Организационно – экономическая характеристика СП ОАО «Спартак»**

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

14

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Создана 4 июня 1924 года как кондитерская фабрика «Просвет» на базе кондитерской мастерской. В 1927 году фабрике было присвоено имя 10-летия Октября. В 1927—1931 годах фабрика была расширена и реконструирована.

С 8 ноября 1931 года называется комбинат «Спартак».

Располагается фабрика в Республике Беларусь, городе Гомель, на ул. Советской, 63.

Кондитерская фабрика «Спартак» является крупнейшим производителем кондитерских изделий в Беларуси.



Рисунок 3 – Логотип СП ОАО «Спартак»

Основными видами продукции, выпускаемой фабрикой, являются: карамель, конфеты, шоколад и шоколадные изделия, печенье, вафельные изделия, торты и пирожные. На фабрике сегодня существуют 4 основных цеха: бисквитный, карамельный, вафельный, конфетно-шоколадный, где в широком ассортименте производят вышеуказанные виды продукции.

Основное производство имеет высокий уровень технического развития. Практически полностью автоматизированы линии по производству шоколада, печенья, карамели, вафель. Стратегия развития фабрики также предусматривает значительное изменение ассортимента продукции и повышение её качества за счёт сети цеховых и центральных лабораторий, оснащённых современным оборудованием, где осуществляется строгий входной контроль сырья, полуфабрикатов и готовой продукции.

Отделы прямых продаж, расположены в таких городах (областях), как: Брест и Брестская область; Витебск и Витебская область; Гродно и Гродненская область; Минск и Минская область; Могилев и Могилёвская область.

СП ОАО «Спартак» постоянно уделяется внимание вопросам борьбы с коррупцией, совершенствования методов предупреждения, выявления, пресечения и устранения последствий, связанных с этим видом преступлений.

Работа по противодействию коррупции в СП ОАО «СПАРТАК» основывается на планировании и координации антикоррупционной деятельности и осуществляется в соответствии с Законом Республики Беларусь «О борьбе с коррупцией», Программой по борьбе с преступностью и коррупцией и иными актами антикоррупционного законодательства.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

15

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

В таблице 1 рассмотрим среднесписочную численность работников в СП ОАО «Спартак»

Таблица1 – Среднесписочная численность работников в СП ОАО «Спартак»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Категория работников | Годы | | | Темп роста в % | |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 1749 | 1661 | 1869 | 94,97 | 112,52 |
| Рабочие постоянные | 450 | 416 | 483 | 92,44 | 116,11 |
| Служащие всего | 415 | 411 | 438 | 99,04 | 106,57 |
| В том числе руководители | 109 | 98 | 152 | 89,91 | 155,10 |
| Специалисты | 775 | 736 | 796 | 94,97 | 108,15 |
| Итого | 3498 | 3322 | 3738 | 94,97 | 112,52 |

Рассчитает темп роста среднесписочной численности работников по отношению 2021 года к 2020 году:

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

16

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Исходя из таблицы 1, общий темп роста численности работников с 2020 по 2021 год составляет снижение на 94,97%. Однако с 2021 по 2022 год общий темп роста увеличится на 112,52%. Это говорит о том, что в 2021 году произошло сокращение числа работников, но в 2022 году оно восстановилось.

Что касается конкретных категорий работников, то темпы роста числа постоянных работников снижаются с 2020 по 2021 год на 7,56%, но увеличиваются в 2022 году на 116,11%. Что касается общего числа сотрудников, то оно показывает снижение на 0,96% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение на 6,57% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Темпы роста для менеджеров показывают снижение на 10,09% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение на 55,1% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Темпы роста численности специалистов снижаются на 5,03% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличиваются на 8,15% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

В таблице 2 рассмотрим основные показатели использования ОПФ в СП ОАО «Спартак».

Таблица 2 – Основные показатели использования ОПФ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | | | Темп роста в % | |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 |
| Выручка от реализации продукции, *тыс. р.* | 131745 | 139852 | 180526 | 106,15 | 129,08 |
| Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, *тыс. р.* | 45260 | 50345 | 48259 | 111,24 | 95,86 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | | | Темп роста в % | |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 1749 | 1661 | 1869 | 94,97 | 112,52 |
| фондоемкость, р. | 343,54 | 359,99 | 267,32 | 104,79 | 74,26 |
| фондоотдача, р. | 2910,85 | 2777,87 | 3740,77 | 95,43 | 134,66 |
| фондовооруженность, р. | 25877,64 | 30310,05 | 25820,76 | 117,13 | 85,19 |

Продолжение таблицы 2

1. Рассчитает темп роста выручки от реализации продукции по отношению 2021 года к 2020 году:

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

17

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

1. Рассчитаем фондоемкость за 2020 год:
2. Рассчитаем фондоотдачу за 2020 год:
3. Рассчитаем фондовооруженность за 2020 год:

Фондоемкость показывает увеличение на 4,79% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но снижение на 25,74% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

Фондоотдача показывает снижение на 4,57% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение на 34,66% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

18

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Фондовооруженность показывает увеличение на 17,13% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но снижение на 14,81% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

Можно заметить, что показатели за 2021 год по сравнению с 2020 годом сократились, однако, показатели за 2022 год увеличились.

В заключение, общая тенденция показывает снижение численности работников в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Темпы роста для большинства категорий работников также снижаются в 2021 году, но увеличиваются в 2022 году, что указывает на восстановление численности работников.

В таблице 3 рассмотрим финансовые показатели работы СП ОАО «Спартак»

Таблица 3 - Финансовые показатели работы СП ОАО «Спартак»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Фактические данные | | | Темп роста, % | |
| 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 |
| Выручка от реализации продукции, *тыс. р.* | 131745 | 139852 | 180526 | 106,15 | 129,08 |
| Себестоимость продукции, тыс.р | 103151 | 114683 | 148114 | 111,18 | 129,15 |
| Общая прибыль, *тыс. р.* | 28592 | 25169 | 32412 | 88,03 | 128,78 |
| Прибыль от реализации продукции, *тыс. р.* | 10711 | 9019 | 13179 | 84,20 | 146,12 |

Продолжение таблицы 3

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

19

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Фактические данные | | | Темп роста, % | |
| 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 |
| Прибыль до налогообложения, тыс. р. | 7098 | 7086 | 10027 | 99,83 | 141,50 |
| Рентабельность продаж, % | 8,13 | 6,45 | 7,30 | х | х |
| Рентабельность до налогообложения, % | 5,39 | 5,07 | 5,55 | х | х |
| Рентабельность общей прибыли, % | 21,70 | 18,00 | 17,95 | х | х |
| Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, *тыс. р.* | 45260 | 50345 | 48259 | 111,24 | 95,86 |
| Среднесписочная численность работников, *чел.* | 1749 | 1661 | 1869 | 94,97 | 112,52 |
| Производительность труда, *тыс. р.* | 75,3 | 84,2 | 96,6 | 111,78 | 114,72 |

1. Рассчитает темп роста выручки от реализации продукции по отношению 2021 года к 2020 году:
2. Рассчитаем рентабельность продаж за 2020 год.
3. Рассчитаем рентабельность до налогообложения за 2020 год:
4. Рассчитаем рентабельность общей прибыли за 2020 год:

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

20

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

1. Рассчитаем производительность труда за 2020 год:

Выручка от продажи продукции демонстрирует темпы роста на 6,15% в 2021 году по сравнению с 2020 годом и на 29,08% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Это говорит о постоянном росте выручки.

Себестоимость продукции демонстрирует темпы роста на 11,18% в 2021 году по сравнению с 2020 годом и на 29,15% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Это говорит об увеличении себестоимости продукции.

Общая прибыль показывает снижение на 12% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение на 28,78% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Прибыль от продажи продукции показывает снижение на 16,8% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение на 46,12% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Прибыль до налогообложения показывает снижение на 0,17% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение на 41,50% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

Рентабельность продаж показывает снижение на 1,68% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение на 0,85% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Рентабельность до налогообложения показывает снижение на 0,32% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение на 0,48% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Рентабельность общей прибыли показывает снижение на 3,7% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но снижение на 0,05% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

21

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Средняя стоимость основных производственных фондов показывает рост на 11,24% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но снижение на 4,14% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Средняя численность работников в 2021 году снизится на 94,97% по сравнению с 2020 годом, но увеличится на 112,52% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Производительность труда показывает рост на 11,78% в 2021 году по сравнению с 2020 годом и на 14,72% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

В целом, таблица показывает устойчивый рост выручки и снижение рентабельности в 2021 году по сравнению с 2020 годом, но увеличение рентабельности в 2022 году по сравнению с 2021 годом, увеличение себестоимости продукции, производительности труда и снижение средней стоимости основных производственных фондов.

**3 Экономическая эффективность реализации продукции в организации**

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

22

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Реализация продукции, позволяет определить финансовый результат деятельности СП ОАО «Спартак»

В объеме реализации не исключается стоимость продукции, не отгруженной в отчетном периоде покупателям и внутризаводской оборот.

Рассмотрим формирование прибыли от реализации в СП ОАО «Спартак» за 2020 – 2022 гг. в таблице 4.

Таблица 4 - Формирование прибыли СП ОАО «Спартак» за 2020 – 2022 гг

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели, тыс. р. | Фактические данные | | | Отклонение (+,-) | | Темп роста, % | |
| 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 |
| Выручка от реализа­ции продукции | 131745 | 139852 | 180526 | 8107 | 40674 | 106,15 | 129,08 |
| Себестоимость проданной продукции | 103151 | 114 683 | 148 114 | 11532 | 33431 | 111,18 | 129,15 |
| Валовая прибыль | 28594 | 25169 | 32412 | -3425 | 7243 | 88,02 | 128,78 |
| Расходы на реализа­цию продукции | 13807 | 12082 | 14362 | -1725 | 2280 | 87,51 | 118,87 |
| Прибыль от реализа­ции продукции | 10711 | 9019 | 13179 | -1692 | 4160 | 84,20 | 146,12 |
| Прочие расходы от текущей деятельно­сти | 15492 | 31854 | 43477 | 16362 | 11623 | 205,62 | 136,49 |
| Прочие доходы от те­кущей деятельности | 10610 | 26422 | 37627 | 15812 | 11205 | 249,03 | 142,41 |
| Чистая прибыль | 7120 | 5890 | 8049 | -1230 | 2159 | 82,72 | 136,66 |

* 1. Рассчитаем отклонение выручки от реализации продукции в отношении 2021 г. к 2020 г.:

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

23

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

2) Рассчитаем темп роста выручки от реализации продукции по отношению 2021 г. к 2020 г.:

Проанализировав таблицу можно сделать следующие выводы:

Выручка от реализации продукции в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 40674 тыс. р. или на 29,08%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что увеличение произошло на 8107 тыс. р. или на 6,15 %.

Себестоимость проданной продукции в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 40674 тыс. р. или на 29,15%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что увеличение произошло на 11532 тыс. р. или на 11,18 %.

Валовая прибыль в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 7243 тыс. р. или на 28,78%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что сокращение произошло на 3425 тыс. р. или на 11,98 %.

Расходы на реализа­цию продукции в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 22800 тыс. р. или на 18,87%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что сокращение произошло на 1725 тыс. р. или на 12,49 %.

Прибыль от реализа­ции продукции в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 4160 тыс. р. или на 46,12%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что сокращение произошло на 1692 тыс. р. или на 15,80 %.

Прочие расходы от текущей деятельно­сти продукции в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 11623 тыс. р. или на 36,49%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что увеличение произошло на 16362 тыс. р. или на 105,62 %.

Прочие доходы от те­кущей деятельности в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 11205 тыс. р. или на 42,41%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что увеличение произошло на 15812 тыс. р. или на 149,03 %.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

24

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Чистая прибыль в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 2159 тыс. р. или на 36,66%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что сокращение произошло на 1230 тыс. р. или на 17,28 %.

Рассмотрим ассортимент производимой продукции в СП ОАО «Спартак» и ее темп роста.

Таблица 5 – Ассортимент производимой продукции

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Годы | | | Темп роста в % | |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2021г к 2020г | 2022г к 2021г |
| Конфеты, т. | 18913,12 | 19585,24 | 20344,07 | 103,55 | 103,87 |
| Наборы конфет, т. | 14572,05 | 14983,27 | 15743,54 | 102,82 | 105,07 |
| Шоколад, т. | 24147,71 | 25731,05 | 26407,26 | 106,55 | 102,63 |
| Печенье, т. | 17512,72 | 18057,43 | 19243,73 | 103,11 | 106,57 |
| Вафли, т. | 13472,84 | 14127,25 | 15374,06 | 104,85 | 108,83 |
| Батончики, т. | 14624,18 | 15735,83 | 16725,01 | 107,6 | 106,29 |
| Диетическая продукция, т. | 9247,36 | 9277,51 | 10154,56 | 100,32 | 109,45 |
| Какао-масло, т. | 7534,22 | 7958,97 | 8248,64 | 105,63 | 103,63 |
| Карамель, т. | 16782,94 | 17274,03 | 18325,41 | 102,93 | 106,25 |
| Торты, т. | 12734,06 | 13047,28 | 13674,55 | 102,46 | 104,8 |
| Итого: | 149541,2 | 155777,86 | 164240,83 | 104.17 | 105.43 |

Рассчитает темп роста производства конфет по отношению 2021 года к 2020 году:

Вся производимая продукция показывает положительную динамику из года в год. Наибольшим темпом роста в 2021 году обладают батончики, а в 2022 диетическая продукция.

Рассмотрим эффективность реализации продукции в СП ОАО «Спартак» так, как большую часть прибыли предприятие получает от реализации конфет и шоколада в таблицах 6-7.

Таблица 6 – Расчет средней цены реализации 1 т конфет

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Фактические данные | | | Отклонение (+,-) | |
| 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 |
| Количество реализованных конфет, т | 18913,12 | 19585,24 | 20344,07 | 672,12 | 758,83 |
| Стоимость конфет, тыс. руб. | 75652,48 | 78340,96 | 81376,28 | 2688,48 | 3035,32 |
| Выручка от реализации, тыс. руб. | 131745 | 139852 | 180526 | 8107 | 40674 |
| Цена реализации 1 т  конфет, руб. | 6965,80 | 7140,68 | 8873,64 | 174,88 | 1732,96 |

1. Рассчитаем отклонение количества реализованных конфет за 2020 г.:
2. Рассчитаем цену реализации 1 т конфет на 2021 г.:

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

25

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

По данным таблице видно, что цена реализации конфет в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 1732,96 руб., однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что увеличение произошло на 174,88 руб. за счет этого увеличилась выручка от реализации.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

26

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Таблица 6– Расчет средней цены реализации 1 т шоколада

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Фактические данные | | | Отклонение (+,-) | |
| 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2021 к 2020 | 2022 к 2021 |
| Количество реализованного шоколада, т | 24147,71 | 25731,05 | 26407,26 | 1583,34 | 676,21 |
| Стоимость шоколада, тыс. руб. | 96590,84 | 102924,20 | 105629,04 | 6333,36 | 2704,84 |
| Выручка от реализации, тыс. руб. | 131745 | 139852 | 180526 | 8107 | 40674 |
| Цена реализации 1 т шоколада, руб. | 5455,80 | 5435,15 | 6836,23 | -20,65 | 1401,08 |

1. Рассчитаем отклонение количества реализованного шоколада за 2020 г.:
2. Рассчитаем цену реализации 1 т шоколада на 2021 г.:

По данным таблице видно, что цена реализации шоколада в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 1401,08 руб., однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что сокращение произошло на 20,65 руб.

Сравним реализацию конфет и шоколада с другой продукцией в таблице 7.

Таблица 7 – Удельный вес продукции СП ОАО «Спартак» за 2020 – 2022 гг.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

27

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция, т. | 2020 год | Уд. Вес, % | 2021 год | Уд. Вес, % | 2022 год | Уд. Вес, % |
| Конфеты | 18913,12 | 12,65 | 19585,24 | 12,57 | 20344,07 | 12,39 |
| Наборы конфет | 14572,05 | 9,74 | 14983,27 | 9,62 | 15743,54 | 9,59 |
| Шоколад | 24147,71 | 16,15 | 25731,05 | 16,52 | 26407,26 | 16,08 |
| Печенье | 17512,72 | 11,71 | 18057,43 | 11,59 | 19243,73 | 11,72 |
| Вафли | 13472,84 | 9,01 | 14127,25 | 9,07 | 15374,06 | 9,36 |
| Батончики | 14624,18 | 9,78 | 15735,83 | 10,10 | 16725,01 | 10,18 |
| Диетическая продукция | 9247,36 | 6,18 | 9277,51 | 5,96 | 10154,56 | 6,18 |
| Какао-масло | 7534,22 | 5,04 | 7958,97 | 5,11 | 8248,64 | 5,02 |
| Карамель | 16782,94 | 11,22 | 17274,03 | 11,09 | 18325,41 | 11,16 |
| Торты | 12734,06 | 8,52 | 13047,28 | 8,38 | 13674,55 | 8,33 |
| Итого: | 149541,2 | 100 | 155777,86 | 100 | 164240,83 | 100 |

Представим выводы в виде графических изображений (рис. 4 – 6)

Рисунок 4 – Удельный вес продукции СП ОАО "Спартак" за 2020 г.

Наибольший удельный вес у продукции «Шоколад», который составил 16,15%, наименьший удельный вес у продукции «Какао-масло», который составил 5,04 %.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

28

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Рисунок 5 – Удельный вес продукции СП ОАО "Спартак" за 2021 г.

Наибольший удельный вес у продукции «Шоколад», который составил 16,52 %, наименьший удельный вес у продукции «Какао-масло», который составил 5,11 %.

Рисунок 6 – Удельный вес продукции СП ОАО "Спартак" за 2021 г.

Наибольший удельный вес у продукции «Шоколад», который составил 16,08 %, наименьший удельный вес у продукции «Какао-масло», который составил 5,02 %.

Каналы сбыта СП ОАО «Спартак» — это различные способы, которыми компания реализует свою продукцию у конечных потребителей. СП ОАО «Спартак» использует следующие каналы сбыта:

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

29

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

1. Прямые каналы сбыта — это такие каналы, при которых продукция реализуется напрямую у конечных потребителей. Например, через собственные торговые точки компании.
2. Косвенные каналы сбыта — это каналы, при которых продукция реализуется через посредников. Например, через официальных дилеров компании.
3. Интернет-продажи — это канал сбыта, при котором продукция реализуется через интернет.

Важно использовать различные каналы сбыта, чтобы увеличить охват аудитории и улучшить позицию на рынке.

Сладкая продукция СП ОАО «Спартак» пользуется спросом не только у гомельчан и жителей республики, но и за её пределами. 70 % продукции СП ОАО «Спартак» реализуется в РБ, 20% в России и 10% в странах дальнего зарубежья.

Таблица 8 – Оценка каналов сбыта СП ОАО «Спартак» по 10-ти бальной шкале.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страна | Прибыльность каналов | Степень соответствия требованиям потребителей | Управляемость каналов | Уровень конкуренции за возможность работы с каналом | Перспективность канала | Итоговый балл |
| Беларусь | 9 | 7 | 10 | 3 | 9 | 38 |
| Россия | 5 | 3 | 8 | 8 | 7 | 31 |
| Украина | 3 | 6 | 7 | 7 | 7 | 30 |
| Казахстан | 4 | 9 | 7 | 7 | 8 | 35 |
| Страны дальнего зарубежья | 2 | 8 | 7 | 8 | 5 | 30 |

В данной таблице представлена оценка различных каналов сбыта СП ОАО "Спартак" по 10-ти бальной шкале. Из таблицы можно сделать следующие выводы:

Самым прибыльным каналом сбыта является Беларусь с баллом 9.

Каналы сбыта в России и Странах дальнего зарубежья не соответствуют требованиям потребителей

Каналы сбыта в России и Странах дальнего зарубежья не соответствуют требованиям потребителей столь высоко, как каналы сбыта в Беларуси и Казахстане.

Каналы сбыта в России, Украине и Казахстане управляемы средне, с баллами 8, 7 и 7 соответственно. Каналы сбыта в Беларуси и Странах дальнего зарубежья управляемы хуже, с баллами 10 и 7 соответственно.

Уровень конкуренции за возможность работы с каналами сбыта в Беларуси и Странах дальнего зарубежья низкий, с баллами 3 и 8 соответственно. Уровень конкуренции в России, Украине и Казахстане средний, с баллами 8, 7 и 7 соответственно.

Каналы сбыта в Беларуси, Казахстане и Странах дальнего зарубежья имеют среднюю перспективность с баллами 9, 8 и 5 соответственно. Каналы сбыта в России и Украине имеют низкую перспективность с баллами 7 и 7 соответственно.

Итоговый балл канала сбыта в Беларуси самый высокий, что указывает на то, что этот канал является наиболее перспективным и выгодным для СП ОАО "Спартак". Каналы сбыта в Казахстане, России и Украине также являются хорошими вариантами, хотя их итоговый балл немного ниже. Канал сбыта в Странах дальнего зарубежья является самым менее перспективным из представленных.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

30

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Общий анализ таблицы показывает, что СП ОАО "Спартак" успешно работает с различными каналами сбыта. Беларусь является самым выгодным каналом сбыта, однако каналы сбыта в России, Украине и Казахстане также являются хорошими вариантами.

Канал сбыта в Странах дальнего зарубежья следует улучшить, так как он является самым менее перспективным среди представленных. Возможно, стоит принять меры по увеличению прибыльности этого канала, улучшению соответствия требованиям потребителей и управляемости канала.

Это может стать препятствием для развития этого канала сбыта. Чтобы улучшить ситуацию, СП ОАО "Спартак" может принять ряд мер, таких как улучшение своей позиции на рынке, разработка новых продуктов и увеличение эффективности маркетинга. Также стоит рассмотреть возможность сотрудничества с новыми партнерами в странах дальнего зарубежья, чтобы увеличить свое присутствие на этом рынке.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

31

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

32

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

Кондитерская фабрика «Спартак» является крупнейшим производителем кондитерских изделий в Беларуси.

Создана 4 июня 1924 года как кондитерская фабрика «Просвет» на базе кондитерской мастерской. В 1927 году фабрике было присвоено имя 10-летия Октября. В 1927—1931 годах фабрика была расширена и реконструирована.

С 8 ноября 1931 года называется комбинат «Спартак».

Располагается фабрика в Республике Беларусь, городе Гомель, на ул. Советской, 63.

Основными видами продукции, выпускаемой фабрикой, являются: карамель, конфеты, шоколад и шоколадные изделия, печенье, вафельные изделия, торты и пирожные. На фабрике сегодня существуют 4 основных цеха: бисквитный, карамельный, вафельный, конфетно-шоколадный, где в широком ассортименте производят вышеуказанные виды продукции.

Основное производство имеет высокий уровень технического развития. Практически полностью автоматизированы линии по производству шоколада, печенья, карамели, вафель. Стратегия развития фабрики также предусматривает значительное изменение ассортимента продукции и повышение её качества за счёт сети цеховых и центральных лабораторий, оснащённых современным оборудованием, где осуществляется строгий входной контроль сырья, полуфабрикатов и готовой продукции.

Отделы прямых продаж, расположены в таких городах (областях), как: Брест и Брестская область; Витебск и Витебская область; Гродно и Гродненская область; Минск и Минская область; Могилев и Могилёвская область.

Выручка от реализации продукции в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 40674 тыс. р. или на 29,08%, однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что увеличение произошло на 8107 тыс. р. или на 6,15 %.

Цена реализации конфет в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 1732,96 руб., однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что увеличение произошло на 174,88 руб. за счет этого увеличилась выручка от реализации.

Цена реализации шоколада в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличилась на 1401,08 руб., однако, сравнивая 2021 год с 2020 годом, видно, что сокращение произошло на 20,65 руб.

Наибольший удельный вес у продукции «Шоколад», который составил 16,08 %, наименьший удельный вес у продукции «Какао-масло», который составил 5,02 %.

Итоговый балл канала сбыта в Беларуси самый высокий, что указывает на то, что этот канал является наиболее перспективным и выгодным для СП ОАО "Спартак". Каналы сбыта в Казахстане, России и Украине также являются хорошими вариантами, хотя их итоговый балл немного ниже. Канал сбыта в Странах дальнего зарубежья является самым менее перспективным из представленных.

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

33

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

34

КР46ТЭМ.21.00.00.000ПЗ

1. Головачев А.С Экономика предприятия (организации), В2 ч. Ч.1:учеб. пособие/ А.С Головачев 2-е изд., перераб. Минск, Высшая школа, 2011 – 463 с.
2. Грузинов В.А. Экономика предприятия. 2- е изд., перераб. и доп.- М.:ЮНИТИ-  ДАНА, 2018 – 795 с.
3. Зотов В.П. Экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий: Учебное пособие.- Кемерово: Кузбассвузиздат, 2018. – 187 с.
4. Ильин А.И. Экономика предприятия. Краткий курс/ А.И Ильин.- Минск: Новое знание, 2017 – 236 с.
5. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Финансы организаций (предприятий) – М.: Проспект, 2016. - 352 с.
6. Официальный сайт СП ОАО «Спартак» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spartak.by/ – Дата доступа: 24.10.2022.
7. Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия): Учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков» , 2015. – 1012 с
8. Сергеев, И.В. экономика организации (предприятия) 6-е изд., пер. и доп. учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 511 с.
9. Чечевицына Л.Н. Экономика предприятия. - Ростов н/Д.: Феникс, 2015. - 379 с.
10. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 349 с.