Содержание

Введение.....3
1 Теоретико-методологические основы оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия.....6
1.1 Понятие и экономическая сущность структуры выпускаемой продукции предприятия.....6
1.2 Цель, задачи и методы оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия.....10
1.3 Современная практика оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия.....14
2 Анализ структуры выпускаемой продукции ООО ПК «ВентКомплекс» и разработка мероприятий по ее оптимизации.....19
2.1. Краткая характеристика ООО ПК «ВентКомплекс».....19
2.2. Анализ структуры выпускаемой продукции ООО ПК «ВентКомплекс» 27
2.3. Разработка мероприятий по оптимизации структуры выпускаемой продукции ООО ПК «ВентКомплекс».....32
Библиографический список.....43
Приложение А.....47
Приложение Б.....50

Введение

В условиях жесткой конкуренции и стохастичности окружающей среды формирование устойчивой и вместе с тем, гибкой ассортиментной политики является определяющим условием успешности предприятия – производителя сельскохозяйственной продукции. От правильно разработанного ассортимента зависит финансовая устойчивость предприятия, его способность обеспечивать принятые обязательства и удовлетворять спрос конечного потребителя.

Изменение структуры выпускаемой продукции влияет на такие экономические показатели, как:

а) объем выпуска продукции в стоимостном выражении;

б) материалоемкость;

в) себестоимость товарной продукции;

г) прибыль и рентабельность.

Понятно, что при увеличении удельного веса высокорентабельной и уменьшении низкорентабельной продукции, прибыль возрастает.

Оптимизация структуры сырья при планировании выпуска продукции является существенным источником резервов увеличения суммы прибыли. Предприятию выгодно увеличивать доли тех изделий, которые приносят максимальную прибыль. Но всегда следует помнить о ряде ограничений, не позволяющих отказаться от менее рентабельной продукции: потенциальный спрос на продукцию достаточно динамичен и дифференцирован во времени и пространстве; основные производственные фонды нуждаются в постоянной эксплуатации, наладке и обслуживании.

Таким образом, грамотно разработанная ассортиментная политика является гарантом стабильности и конкурентоспособности. Вместе с тем, особенности сельского хозяйства, обусловленные значительным временным зазором между возможной разработкой ассортиментной политики и претворением ее в жизнь, а также часто отсутствием специфических знаний в

области рыночных исследований у специалистов сельскохозяйственных предприятий затрудняют разработку оптимального ассортимента и снижают его ценность в перспективе.

Объектом исследования в работе выступает выпуск продукции предприятия.

Предметом исследования в работе является структура выпускаемой продукции предприятия.

Целью данной работы является исследование возможностей оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия на примере ООО ПК «ВентКомплекс».

Исходя из поставленной цели, в рамках данного исследования, предлагается решить следующие задачи:

- изучить понятие и экономическую сущность структуры выпускаемой продукции предприятия;

- определить цель, задачи и методы оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия;

- рассмотреть современную практику оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия;

- проанализировать структуру выпускаемой продукции ООО ПК «ВентКомплекс»;

- разработать мероприятия по оптимизации структуры выпускаемой продукции ООО ПК «ВентКомплекс».

Базой исследования в работе выступает ООО ПК «ВентКомплекс».

В данной работе были использованы следующие научные труды в области исследования оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия: Алексеева Н. А., Бахмарева Н. В., Богайчук Я. А., Бондина Н. Н., Кирильчук С. П., Козуля И.И., Олейник А. Н., Орлов А. И., Хмельницкая Н.В., Шелехова Л. В., Шориков А. Ф. и др.

При проведении исследования настоящей темы использовались методы анализа и синтеза, логический, сравнительный, системно-структурный, метод описания и изложения.

Структура работы представлена введением, двумя главами, заключением и библиографическим списком.

1 Теоретико-методологические основы оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия

1.1 Понятие и экономическая сущность структуры выпускаемой продукции предприятия

Производство — один из возможных видов деятельности организации, предприятия, результатом которого является создание конечного продукта или услуги.

Под современным производством понимается не только деятельность по созданию материальных ценностей, но и производство нематериальных благ и услуг: новые научные открытия, технические изобретения, народное образование, культура, искусство, здравоохранение, бытовое обслуживание, управление, финансирование и кредитование, спорт и т.д.

Под реализованной продукцией понимается отгруженная покупателям продукция, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера с предъявлением расчетных документов об оплате. Предъявленными считаются расчетные документы с момента сдачи их в учреждения банка либо передачи их покупателю (заказчику), если это предусмотрено договором [12, с. 87].

К объему реализации продукции собственного производства относятся:

- выручка от реализации (продажи) всех видов продукции, произведенной в рамках производственной деятельности предприятия;

- выручка от реализации (продажи) товаров на основе давальческих сделок с другими предприятиями в стране или за границей (включая переработку давальческого сырья);

- выручка от реализации (продажи) электроэнергии, тепла, газа, пара, воды собственного производства;

- выручка от реализации других видов продукции собственного производства [6, с. 85].

Структура продукции – это соотношение отдельных видов изделий в общем объеме ее выпуска. Выполнить план по структуре – значит сохранить в фактическом выпуске продукции запланированное соотношение отдельных ее видов. Неравномерное выполнение плана по отдельным изделиям приводит к отклонениям от плановой структуры продукции, нарушая тем самым условия сопоставимости всех экономических показателей [2, с. 224].

Структура продукции – удельный вес каждой продукции в общем выпуске. В аналитической практике нередко понятия «структура», «удельный вес», «доля» употребляются как синонимы.

Изменение структуры оказывает большое влияние на стоимость продукции, прибыль, рентабельность. Если увеличивается удельный вес более дорогостоящей продукции в общем объеме, то стоимость товарной продукции возрастает, и наоборот. В то же время при увеличении удельного веса высокорентабельной продукции растет прибыль организации, и наоборот.

Анализ производства и реализации продукции включает в себя множество показателей, связанных с объемом продукции, с его стоимостным выражением. Но немаловажным аспектом в данном анализе является ассортимент и структура продукции и товаров предприятия, так как они оказывают очень сильное влияние на результат финансово-хозяйственной деятельности организации и его рентабельность.

Ассортимент продукции представляет собой ту или иную группу товаров, связанных между собой по видам, структуре, принадлежности. Ассортимент формируется, в связи с проблемами товаров или серий товаров, их соотношениями между новыми и старыми товарами, различными по количеству производства, по их актуальности. Чтобы правильно управлять ассортиментом, организация должна иметь умение поведения на рынке товаров, а также правильно определять ассортимент товаров и производить ту продукцию, которая будет удовлетворять по своим показателям потенциального потребителя.

Для расчета влияния структурных сдвигов с целью устранения их влияния на экономические показатели используют метод прямого счета по всем изделиям, метод средних цен и пр.

Прямой счет по всем видам изделий производится по формуле:

$$\Delta ВП_c = ВП_1 - ВП_{1,0}, \quad (1)$$

где ΔВП – изменения объема выпуска продукции за счет структуры;

ВП1 – фактический выпуск продукции при фактической структуре;

ВП1,0 – фактический выпуск продукции при плановой структуре [15, с. 67].

Фактический выпуск продукции при плановой структуре рассчитывается путем умножения планового выпуска каждого изделия на средний процент выполнения плана по выпуску продукции или путем умножения общей суммы фактического выпуска продукции на плановый удельный вес каждого изделия.

Объем и структура производства и реализации продукции оказывают большое влияние на результаты хозяйственной деятельности. При формировании номенклатуры и структуры производства предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данный вид продукции, а с другой – максимально эффективное использование трудовых, сырьевых, технических и технологических ресурсов, финансовые и других ресурсы, доступные организации [3, с. 57].

Система создания ассортимента включает в себя следующие основные моменты:

– выявление текущих и потенциальных потребностей покупателя;

– оценка уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой продукции;

– тестирование жизненного цикл продукции и своевременные действия по внедрению новых, более совершенных видов продукции и выведению из

производственной программы устаревшей и экономически неэффективной продукции;

– оценку экономической эффективности и степени риска развития ассортимента продукции [14, с. 74].

Как правило, оценка выполнения ассортиментного плана осуществляется с помощью ассортиментного коэффициента, который рассчитывается путем деления общего фактического производства продукции, зачисленной за выполнение ассортиментного плана (т.е. берется фактическое значение, которое не превышает планового значения) на планируемый общий выпуск.

Ассортиментная политика включает в себя не только хозяйственную деятельность предприятия, но и все, что связано с покупателями и исследованием конъюнктуры рынка.

Предприятие при правильной ассортиментной политике, должно повышать финансовые результаты, например выручку и прибыль предприятия. В обратном случае предприятие теряет свою финансовую устойчивость и конкурентоспособность [24, с. 96].

Основным моментом является то, что любое предприятие для хорошего результата должно изготавливать такой ассортимент продукции, который будет совпадать с требованиями товарного рынка, и не будет заходить за границы своих ресурсных возможностей.

Новые виды изделий играют немаловажную роль в изучении ассортимента продукции. Они могут быть дополнением к старому ассортименту или же заменой бракованной продукции.

Следовательно, нужно тщательнее изучить план по их выпуску. Основная цель анализа ассортимента продукции организации заключается в определении совокупностей товаров, которые дадут наилучший эффект в деятельности предприятия [10, с. 52].

1.2 Цель, задачи и методы оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия

Оптимизация структуры выпускаемой продукции включает следующие элементы:

- определение рационального сочетания удельного веса отдельных продуктов в ассортименте выпускаемой продукции;

- анализ покупательского спроса на отдельные продукты;

- учет ограничений, связанных с существующими производственными мощностями, имеющимися оборотными ресурсами и потребностью рынка в отдельных продуктах;

- выбор с учетом рыночного спроса рационального сочетания цен и объемов реализации;

- прогноз потока денежных средств для сравнения плановой и оптимальной программ производства [8, с. 63].

Определение рационального сочетания продукции единого технологического цикла - центральное место в оптимизации выпускаемой продукции. Сначала необходимо осуществить постановку задачи.

Чтобы выбрать наилучшую структуру продукции следует:

- учесть ограничения, связанные с производственными мощностями, имеющимися оборотными средствами, а также потребностью рынка в каждом товаре, и произвести коррекцию ранее запланированных объемов производства. Оценить, какие последствия для рынка может иметь увеличение объемов выпуска одних продуктов и снижение - других;

- сделать прогноз реакции конкретных потребителей на изменения ассортимента выпускаемой продукции;

- оценить возможность снижения цен на отдельные виды продукции для того, чтобы, понизив цены, увеличить объемы их продаж;

- запланировать максимально возможные объемы производства продуктов, имеющих наибольший коэффициент вклада на покрытие (учитывая указанные ограничения).

Далее нужно осуществить прогнозирование спроса. Рыночный спрос на конкретный вид продукта - это максимальный объем продаж данного изделия в данном месте и в данный период по определенной цене [13, с. 67].

Наглядно спрос на конкретный продукт может быть представлен зависимостью цены единицы продукта от общего количества продаж продукции этого вида за некоторый период времени. Эту зависимость в экономической литературе называют функцией спроса.

Функция спроса - набор данных в графической или табличной форме о сложившемся на рынке соотношении цены на товар и возможного объема его реализации по этой цене.

Метод построения регрессионной зависимости является одним из наглядных количественных методов прогнозирования спроса.

При использовании метода регрессии прогноз спроса базируется на фактической информации о продажах с использованием количественных приемов обработки данных за прошедший период времени [16, с. 84].

Суть метода построения регрессионной зависимости заключается в анализе временных рядов продаж и цен, формировании представительной выборки и экстраполяции зависимости "цена - объем продаж" на ближайшее будущее.

В основе метода лежат предположения о стабильности причинно-следственных связей и регулярности эволюции факторов внешней среды, что делает возможным использование приемов экстраполяции тенденции, наблюдаемой в прошлом, на будущее.

Прогноз, сделанный на основании временных рядов данных, имеет смысл для краткосрочного периода, в отношении которого можно принять положение о том, что характеристики изучаемого явления существенно не

изменяются. Данное предположение часто оказывается реалистичным вследствие инерционности среды.

Основная ограниченность статистических методов состоит в том, что они не позволяют «предсказать» эволюцию спроса, поскольку не способны предвидеть какие-либо резкие «поворотные точки» [11, с. 95].

В условиях глубоких и быстрых изменений среды полученные зависимости не в состоянии реально отразить складывающиеся тенденции спроса, поскольку эти изменения изначально не были учтены в модели.

Прогноз спроса необходимо делать для всех видов выпускаемой продукции. Эта задача особенно актуальна для продуктов, занимающих значительную долю в объеме продаж.

После этого нужно произвести оптимизацию прибыли, издержек и объемов производства. В этом может нам помочь методика предельного анализа.

Получение максимальной прибыли возможно при оптимальном сочетании объема реализации и цены на выпускаемую продукцию.

В процессе анализа важно установить выполнение плана и динамику по производству продукции, дать оценку выполнения плана по ассортименту и выяснить недостатки в данном вопросе. В основном оценка выполнения плана по ассортименту рассчитывается в соотношении планового и фактического выпуска продукции по основным видам, которые включены в номенклатуру [20, с. 87].

Оценка выполнения плана продукции, по заданной номенклатуре, может производиться по следующим способам:

- Способ наименьшего процента – данный способ определяет процент выполнения по плану по позициям ассортимента, где запланированное количество больше фактического. Такой способ на мой взгляд является очень простым и доступным в расчете и раскрывает всю суть.

- Способ, где процент определяется по удельному весу в общей совокупности всех наименований товаров, по которой план выпуска продукции был выполнен.

- Способ среднего процента – этот метод является наиболее распространенным, исчисляется по формуле. Суть данного способа заключается в том, что в выполнение плана по ассортименту включаются фактически выпущенная продукция в пределах плана. Формулой среднего процента выполнения задания по ассортименту является отношение суммы стоимости фактически выпущенной продукции в пределах плана и суммы планового выпуска продукции [5, с. 88].

Проанализировав данные методы можно сделать вывод, что самым доступным из них является метод среднего процента.

Эффективность оптимизации структуры выпускаемой продукции зависит от того, насколько регулярно она проводится. Анализ ассортимента должен проводиться примерно раз в полгода (эта цифра может варьироваться в зависимости от отрасли и динамики рынка), а при смене маркетинговой политики — немедленно. При этом слишком частый пересмотр структуры ассортимента также нежелателен — для оценки прибыльности нового ассортимента требуется время.

Кроме того, необходимо наличие жесткого регламента пересмотра ассортимента. Он должен содержать следующие основные положения: периодичность проведения оптимизации ассортимента; состав подразделения, ответственного за проведение оптимизации структуры ассортимента; описание применяемой методики; перечень ответственных лиц и т. д.

Помимо оптимизации существующего ассортимента необходимо принимать во внимание перспективы выведения на рынок новых продуктов. И уже на этапе планирования нового ассортимента следует учитывать, какое влияние на деятельность компании окажет продвижение на рынок нового товара.

1.3 Современная практика оптимизации структуры выпускаемой продукции предприятия

Процесс оптимизации ассортимента следует начинать с определения целей компании. Такими целями в краткосрочном периоде могут быть необходимость введения новых позиций или, наоборот, сокращения ассортимента, корректировка объемов производства и цен. Руководитель коммерческой службы и финансовый директор нередко имеют противоположное представление об оптимальной структуре ассортимента [19, с. 62].

Так, в целях максимизации текущих прибылей можно сделать ставку на наиболее прибыльные товарные позиции, но при этом упустить возможность закрепиться на привлекательном рынке, что негативно скажется на будущем финансовом состоянии компании. В то же время, чтобы «дожить» до будущих прибылей, необходимо зарабатывать уже сегодня. Поэтому оптимизация ассортимента представляет собой принятие компромиссного решения, которое наиболее полно учитывает финансовые ожидания, производственные и логистические возможности и ограничения, а также сложившуюся на рынке ситуацию.

В процессе оптимизации можно выделить три основных этапа (см. рисунок 1).

1 этап. Анализ динамики рынка и структуры спроса. Подразделение, ответственное за управление ассортиментом (как правило, это маркетинговая служба), с установленной периодичностью инициирует процесс оптимизации. Маркетинговое подразделение анализирует динамику продаж по товарным группам (отдельным товарам), оценивает перспективы изменения спроса и конкуренции в сегментах, на которых представлена или куда собирается выходить компания со своей продукцией (услугами) [22, с. 84].



Рисунок 1 – Этапы оптимизации структуры выпуска продукции

На основании полученной информации специалисты по маркетингу готовят варианты решений по изменению структуры ассортимента, направленные на повышение удовлетворенности потребителей, укрепление конкурентной позиции компании и увеличение доли рынка.

2 этап. Финансовый анализ разработанных предложений. Планово-экономическая служба анализирует финансовые показатели по товарным группам или отдельным товарам и выносит свои заключения об изменении структуры ассортимента.

3 этап. Утверждение окончательного варианта структуры ассортимента. Рабочая группа, в которую входят специалисты маркетингового, экономического и других подразделений (производство, закупки, логистика), разрабатывает и согласовывает окончательный вариант решения по оптимизации ассортимента продукции компании [12, с. 66].

При оптимизации необходимо учитывать множество факторов. Нужно найти решение, которое будет лучшим с точки зрения увеличения прибыли, доступности ресурсов, роста продаж и завоевания новых рынков. К примеру, планы маркетологов по увеличению продаж перспективного, по их мнению, товара могут быть подвергнуты критике финансовой службой, по расчетам

которой это не приведет к адекватному улучшению экономических показателей, но значительно повысит потребность в оборотных средствах [9, с. 57]. Или технолог сделает вывод о том, что значительный рост объемов производства такого товара на имеющемся оборудовании может серьезно снизить его качество. Подобные противоречия можно разрешить несколькими способами.

Наиболее распространенный из них — метод экспертных оценок. Формирование оптимального ассортимента в рамках этого метода сводится к определению набора показателей, которые эксперты оценивают по десятибалльной шкале.

Как правило, в качестве направлений анализа выбираются перспективность, экономическая привлекательность товарной позиции, доступность ресурсов. Решение о составе показателей для каждого направления принимает соответствующее подразделение.

Например, показатели перспективности товара определяет маркетинговый отдел, показатели экономической эффективности — финансовая служба предприятия. Для каждого показателя в зависимости от приоритетов компании устанавливается его весомость. Если предприятие находится в сложном финансовом положении, то больший вес будет присвоен финансовым показателям; если же основное внимание компания уделяет стратегическим целям — больший вес присваивается показателям перспективности [17, с. 50].

Остановимся подробнее на финансовых показателях. Для оценки финансовой привлекательности товара рекомендуем использовать следующие показатели: коэффициент вклада на покрытие, точка безубыточности, операционный рычаг и запас финансовой прочности

В компании ОАО «Акрихин» рассчитываются несколько уровней этого показателя. Разница в уровнях расчета вклада на покрытие заключается в степени учета переменных затрат. При расчете показателя первого уровня

используются только материальные затраты, второго — материальные и производственные затраты.

Коэффициент вклада на покрытие рассчитывается ежемесячно, по нему контролируется состояние структуры ассортимента. Если по какому-то товару отмечается тенденция к сокращению значения рассматриваемого показателя, мы, как правило, прекращаем производство данного товара. Снижение удельного веса низкомаржинальных товаров в структуре ассортимента является своего рода стратегией фирмы.

Основная задача — первыми вывести на рынок дженериковый продукт, поскольку когда появляются другие компании с аналогичным продуктом, усиливается ценовая конкуренция и значение показателя вклада на покрытие падает, то есть производство продукта становится непривлекательным. Это связано с тем, что компаниям, внедряющим международные стандарты качества, сложно конкурировать по цене с производителями, которые эти стандарты не применяют.

Методика линейного программирования с успехом применяется на Западе, в частности, в таких компаниях, как Siemens или DaimlerChrysler. Использование этого подхода требует выполнения ряда условий, в том числе: внедрения на предприятии системы бюджетирования; неизменной производственной программы месяца; высокого уровня загрузки производственных мощностей; качественных прогнозов поведения рынка и поставщиков. Подобного рода условия присущи стабильно развивающимся российским компаниям [4, с. 57].

Следует заметить, что применение строгих математических методов требует наличия точных и объективных данных. Преимущество же использования метода экспертных оценок заключается в том, что он позволяет учитывать и оценивать неформализуемые факторы, например перспективность товара.

Таким образом, объем и структура выпуска продукции оказывают большое влияние на результаты хозяйственной деятельности. При

формировании номенклатуры и структуры выпуска предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данный вид продукции, а с другой – максимально эффективное использование трудовых, сырьевых, технических и технологических ресурсов, финансовые и других ресурсы, доступные организации.

Структура продукции – это соотношение отдельных видов изделий в общем объеме ее выпуска. Выполнить план по структуре – значит сохранить в фактическом выпуске продукции запланированное соотношение отдельных ее видов. Неравномерное выполнение плана по отдельным изделиям приводит к отклонениям от плановой структуры продукции, нарушая тем самым условия сопоставимости всех экономических показателей.

Структура продукции представляет собой удельный вес каждой продукции в общем выпуске.

2 Анализ структуры выпускаемой продукции ООО ПК «ВентКомплекс» и разработка мероприятий по ее оптимизации

2.1. Краткая характеристика ООО ПК «ВентКомплекс»

ООО ПК «ВентКомплекс» является официальным лицензированным представителем крупных производственных предприятий Удмуртской Республики, Пермского края и Свердловской области.

Юридический адрес: 427629, республика Удмуртия, город Глазов, улица Куйбышева, дом 77 строение 1, кабинет 111.

Миссия компании – это комплексное оснащение вентиляционно-отопительным оборудованием строящихся зданий и сооружений, промышленных, социальных, спортивных, сельскохозяйственных объектов на территории Российской Федерации и стран СНГ. Компания работает на рынке B2B и за счет поставок качественного оборудования по доступным ценам, помогаем достигать цели бизнес-партнерам и клиентам.

На все виды работ имеются соответствующие допуски и лицензии.

Рассмотрим основные виды деятельности, услуги, товары.

1. Услуги по проектированию систем, в том числе:

-холодоснабжение;

- кондиционирование;

- вентиляция;

- противодымная вентиляция;

- отопление;

- теплоснабжение;

- водоснабжение;

- водоотведение;

- канализационные насосные станции;

- автоматизация;

- диспетчеризация.

2. Поставка – компания является официальным партнером ведущих европейских и российских производителей климатического оборудования. Компания готова подобрать сложнейшее оборудование, способное решать любые технические задачи и в кратчайшие сроки поставить его прямо на объект нашего заказчика. Кроме того, компания имеет собственное производство вентиляционного оборудования из импортных комплектующих, что позволяют вести гибкую ценовую политику.

3. Монтаж – монтажные работы производят высококвалифицированные специалисты, которые имеют опыт успешной реализации сложнейших проектных решений. Все специалисты прошли обучение у фирм-производителей и являются истинными профессионалами своего дела. В настоящий момент можно говорить о том, что все новейшие технологии в области обеспечения зданий инженерными системами были реализованы специалистами нашей компании. Технические специалисты постоянно повышают свою квалификацию и шагают в ногу со временем в области своей профессиональной компетенции.

4. Пусконаладочные работы – специалисты компании имеют бесценный опыт по запуску и отладке сложнейших инженерных систем. Благодаря огромнейшей теоретической и практической базе, специалисты способны в кратчайшие сроки запускать и доводить рабочие параметры системы до требуемых. Современнейшее техническое оснащение позволяет достигать высочайшего качества при проведении пуско-наладочных работ.

5. Гарантийное и сервисное обслуживание – сервисная служба обладает всеми необходимыми ресурсами (техническое оснащение, информационное обеспечение, квалифицированный персонал) как для своевременного планового обслуживания систем, так и для оперативного устранения непредвиденных неполадок.

Среди основных партнеров ООО ПК «ВентКомплекс» можно выделить таких гигантов, как Компания Carrier (США), Корпорация DAIKIN (Япония), Концерн AL-KO Kober (Германия), Josef Friedl GmbH (Австрия), Siemens

(Германия), департамент «Автоматизация и безопасность зданий», GEA Klimatechnik GmbH & Co KG, МЗТА (ОАО Московский завод тепловой автоматики), Новосибирский энергомашиностроительный завод «ТАЙРА».

Организационная структура ООО ПК «ВентКомплекс» линейно-функциональная. Линейно-функциональная структура реализует принцип единоначалия, линейного построения структурных подразделений и распределения функций управления между ними и рационального сочетания централизации и децентрализации. При такой структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив.

Организационная структура управления ООО ПК «ВентКомплекс» функциональная, представлена на рисунке 2.

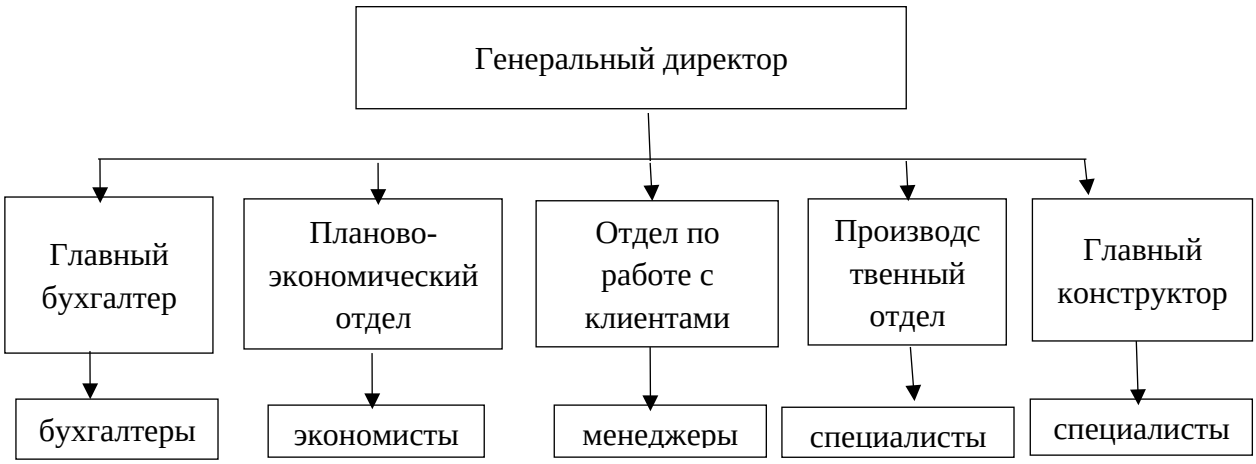

Рис. 2 – Организационная структура ООО ПК «ВентКомплекс»

Генеральный директор Симанов Иван Валерьянович обеспечивает выполнение деятельности организации, заключает договора, распоряжается имуществом организации в установленном законом порядке. Так же, директор издает приказы обязательные для работников организации.

Главный конструктор обеспечивает необходимый уровень технической подготовки процесса транспортировки грузов, а также контролирует соблюдение техники безопасности, проведение организационно-технических мероприятий, обеспечивает своевременную и качественную подготовку,

техническую эксплуатацию, ремонт и модернизацию оборудования.

Бухгалтерия занимается осуществлением правильного учета финансовых, кредитных и расчетных операций, осуществляет проверку расчетов организации с банком, правильного и своевременного отчисления от прибыли налогов и других платежей в бюджет, своевременное погашение кредитов банку и другие функции.

Планово-экономический отдел осуществляет работу по экономическому планированию, направленному на организацию рациональной хозяйственной деятельности предприятия в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых товаров, по выявлению и использованию резервов с целью достижения наибольшей эффективности работы предприятия.

Отдел управления и планирования организовывает разработку и внедрение в производство прогрессивных, экономически и экологически обоснованных технологических процессов, обеспечивающих высокий уровень технологической подготовки производства, производительности труда и качества выпускаемой продукции на уровне лучших отечественных и зарубежных образцов, возглавляет руководство выполнением всего комплекса работ по технологической подготовке металлургического производства.

В таблице 1 представлены технико-экономические показатели деятельности ООО ПК «ВентКомплекс» за период 2020-2022 гг.

Как показывает представленная таблица, за исследуемый период наблюдается снижение по всем основным технико-экономическим показателям предприятия. Показатели в 2021 году по сравнению с 2020 значительно упали. В 2022 году по сравнению с 2021 годом показатели незначительно повысились. Это связано, скорее всего, с обстановкой на рынке внутри страны.

Таблица 1 – Технико-экономические показатели деятельности ООО ПК «ВентКомплекс» за период 2020-2022 гг.

Показатель	2020 год тыс. руб.	2021 год тыс. руб.	2022 год тыс. руб.	Абсолютное изменение тыс. руб.	Темп роста 2021 г. / 2020 г.	Темп роста 2022 г. / 2020 г.
Выручка	19762	7862	7685	-11897	0,39	0,39
Себестоимость	17438	6652	6376	-11062	0,38	0,32
Валовая прибыль	2324	1210	1309	-1015	0,52	0,56
Управленческие расходы	1156	1144	1237	81	0,98	1,07
Прибыль (убыток) от продаж	1168	66	72	-1096	0,05	0,06
Прочие доходы	-	2	-	-	-	-
Прочие расходы	28	35	37	9	1,25	1,32
Прибыль до налогообложения	1140	33	35	-1105	0,02	0,03
Чистая прибыль	840	25	57	-783	0,02	0,06

Динамика выручки ООО ПК «ВентКомплекс» представлена на рисунке 3.

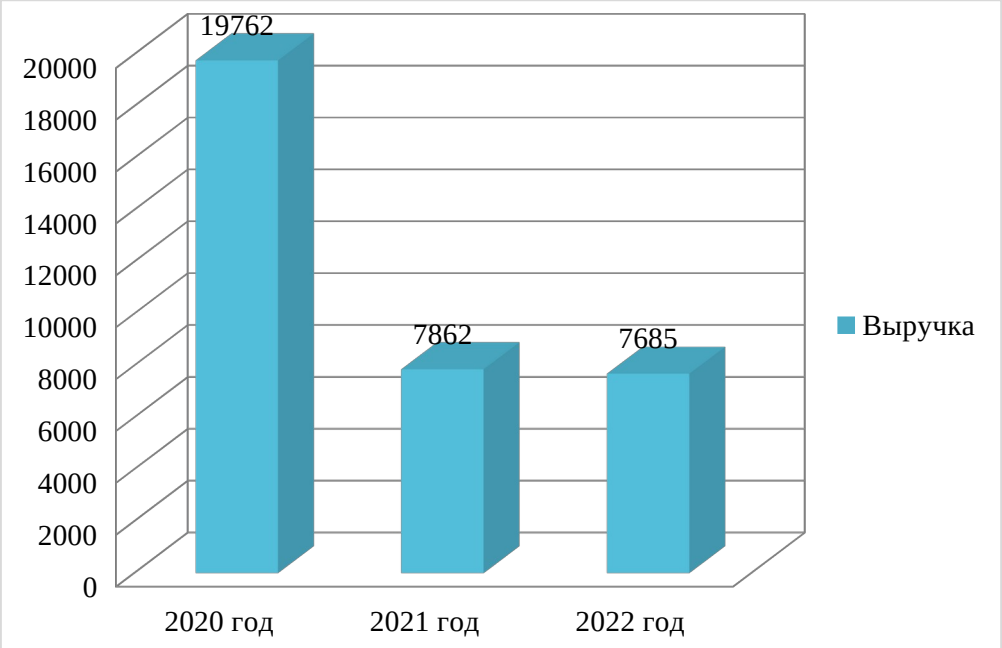

Рисунок 3 – Динамика выручка ООО ПК «ВентКомплекс»

Данные таблицы 1 и рисунка 3 наглядно показывают отрицательные изменения в динамике объемов выпуска ООО ПК «ВентКомплекс»: темп снижения в 2022 году составил 61,11% в сравнении с 2020 годом.

В таблице 2 представлены основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО ПК «ВентКомплекс» за 2020-2022 гг.

Таблица 2 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Показатели	2020 год	2021 год	2022 год	Абсолютное изменение
Выручка, тыс. руб.	19762	7862	7685	-12077
Себестоимость проданной продукции, тыс. руб.	17438	6652	6376	-11062
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	1168	66	72	-1096
Уровень рентабельности (убыточности) основной деятельности, %	4	0,3	0,8	-3,2
Приходится выручки на одного среднегодового работника, занятого в производстве, тыс. руб.	2470,25	982,75	960,63	-1509,62
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	2816	982	879	-1937
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	-	-	-	-
Отношение дебиторской задолженности к кредиторской задолженности, %	-	-	-	-

Исходя из данных представленной таблицы 2 можно увидеть, по основным показателям финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО ПК «ВентКомплекс» наблюдается отрицательная динамика. Основные показатели в 2022 году на предприятии сократились по сравнению с 2020 годом, что говорит об определенных проблемах в финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что на предприятии на протяжении анализируемого периода происходит сокращение финансовых результатов, то есть эффективность деятельности снизилась.

ООО «ПК «ВентКомплекс» регулярно вступает в расчетные взаимоотношения с поставщиками и подрядчиками. К поставщикам и

подрядчикам относятся организации, поставляющие сырье и другие товарноматериальные ценности, а также оказывающие различные виды услуг (отпуск электроэнергии, воды, газа и др.) и выполняющие разные работы (капитальный и текущий ремонт основных средств и др.). Перечень поставщиков представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Партнеры ООО ПК «ВентКомплекс»

№	Поставщик	Краткая характеристика
1	Компания Carrier (США)	Carrier - новатор и лидер в производстве климатического оборудования. Корпорация Carrier является лидером в области производства систем кондиционирования, отопления и вентиляции воздуха с 1902 года.
2	Корпорация DAIKIN (Япония)	Корпорация DAIKIN является одним из самых активных производителей оборудования бурно развивающегося направления современной индустрии – климатической техники.
3	Концерн AL-KO Kober (Германия)	AeroTech Export GmbH - производитель широкого диапазона шкафных, колонных и консольных кондиционеров для поддержания микроклимата в помещениях телекоммуникационного оборудования. AL-KO THERM GmbH - производитель приточных и вытяжных вентиляционных установок, центральных кондиционеров, агрегатов воздушного отопления и прочего вентиляционного оборудования.
4	Josef Friedl GmbH (Австрия)	Производитель широкого диапазона вентиляционного оборудования. Приточные и вытяжные установки, центральные кондиционеры, крышные вентиляторы, системы воздушного отопления, водоохлаждающие установки, вентиляторные конвекторы, однако, уникальными являются приточно-вытяжные установки с системой утилизации тепла.
5	Siemens (Германия), департамент «Автоматизация и безопасность	Один из ведущих мировых производителей полного спектра оборудования для автоматизации и управления инженерными системами зданий: датчики, приводы и исполнительные механизмы, контроллеры и программное

№	Поставщик	Краткая характеристика
	зданий»	обеспечение.
6	GEA Klimatechnik GmbH & Co KG	Концерн GEA AG предлагает полный спектр компонентов для отопления, вентиляции и систем кондиционирования воздуха. Блестящие новаторские идеи и быстрое внедрение новых разработок в производство позволили группе компаний GEA выдвинуться на лидирующие позиции в области создания высокопроизводительных агрегатов, установок и их компонентов.
7	МЗТА (ОАО Московский завод тепловой автоматики)	Московский завод тепловой автоматики полвека разрабатывает и производит средства автоматизации для энергетики, для установок различных отраслей промышленности и жилищно-коммунального хозяйства.
8	Новосибирский энергомашиностроительный завод «ТАЙРА»	Производитель типового, и разработчик нестандартного вентиляционного и газоочистного оборудования, предназначенного для оснащения вентиляционных систем промышленных и общественных сооружений.

Отдел снабжения предприятия проводит процедуры по выбору поставщика.

Специалист по снабжению решает следующие задачи:

- при закупке товаров, работ и услуг осуществляет анализ и оценку качества предлагаемой продукции;

- определяет круг возможных претендентов на заключение договоров на поставку или реализацию товаров, работ, услуг;

- формирует и ведет базы данных существующих поставщиков.

При закупке товаров, работ, услуг по многим видам продукции существует значительная дифференциация цен, в связи с этим при проведении конъюнктурных исследований необходимо охватить максимально возможное, с технической и экономической точки зрения, число потенциальных наиболее привлекательных поставщиков.

2.2. Анализ структуры выпускаемой продукции ООО ПК «ВентКомплекс»

В ООО ПК «ВентКомплекс» всегда устойчивый базовый ассортимент. Компания старается расширять свой ассортимент, хотя любое расширение ассортимента неизбежно влечет за собой увеличение расходов. При этом положительные финансовые результаты от изменений в ассортименте могут иметь место только в будущем.

В ассортименте предприятия имеются следующие виды товаров и услуг: услуги по проектированию систем, поставка, монтаж, пуско-наладочные работы, гарантийное и сервисное обслуживание.

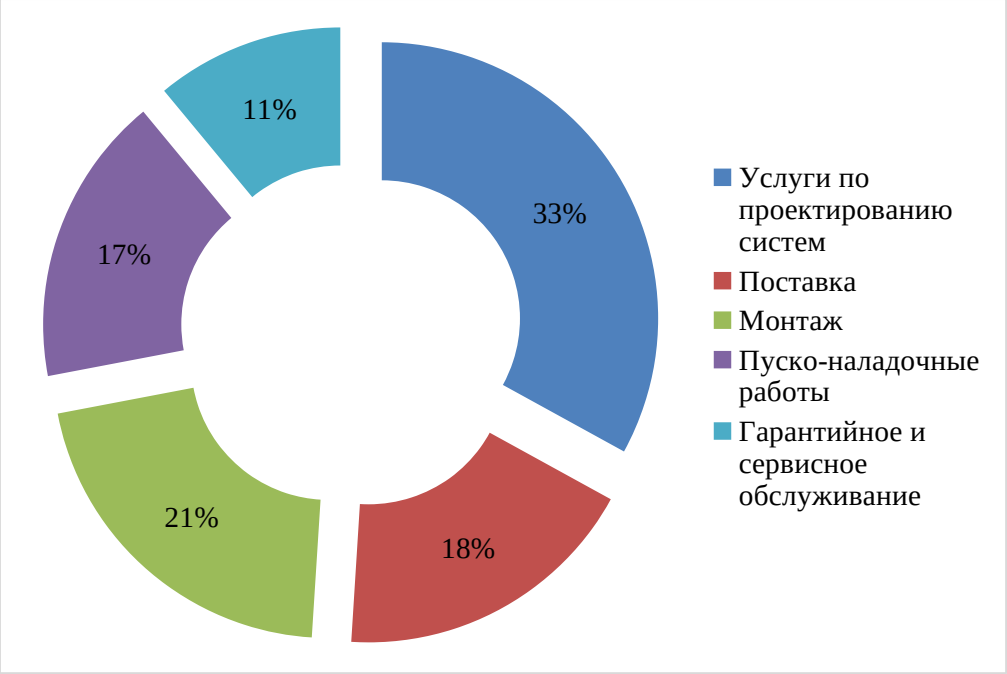

Рисунок 4 – Анализ ассортимента товаров ООО ПК «ВентКомплекс»

Основной цель ассортиментной политики ООО ПК «ВентКомплекс» является отбор только тех товаров и услуг предприятия, которые пользуются спросом.

Ассортимент предприятия можно условно можно разделить на три группы:

1. Базовый ассортимент - это основные товары, на которые приходится не менее 50% продаж предприятия.

2. «Привлекающие» («зазывные») товары - это товары, являющиеся для покупателей показателем уровня цен в магазине, которые продавцы обычно стараются поддерживать на уровне конкурентов.

3. Дополняющие (ассортиментные) товары. Доля этих товаров в товарообороте обычно не превышает - 15%. Магазин, предлагающий более широкий ассортимент, вызывает большее доверие покупателей. Покупатель может приобретать одну и ту же марку товара, но наличие на полке и других марок стимулирует его покупку.

В структуре расходов произошло снижение себестоимости продукции, которое непропорционально снижению выручки.

Снижение себестоимости на 63% в 2022 году в абсолютном выражении несопоставимо со снижением выручки, ввиду сложившейся ситуации в постковидное восстановление торговой деятельности и снятия ограничений, себестоимость необходимо снизить более существенно для повышения чистой прибыли. Основная цель - повышение выручки путём привлечения новых покупателей в связи с тем, что крупные международные игроки рынка уходят, появляются возможности для более эффективного использования капитала. В 2023 году ситуация ещё более усложняется с учётом геополитической обстановки и необходимостью пересматривать не только ценовую политику, но и товарный ассортимент, в связи с уходом части брендов, представленных в торговой сети ООО ПК «ВентКомплекс», с российского рынка.

Дополнительно рассмотрим товарооборот, который также повлиял на размер выручки. Для выявления ассортиментных групп, по которым произошло падение товарооборота, проанализируем его динамику (см. таблицу 4 и рис. 5).

Таблица 4

Динамика товарооборота ООО ПК «ВентКомплекс»

Товарная группа	2020 год	2021 год	2022 год
Услуги по проектированию систем	6521	2594	2536
Поставка	3557	1415	1383
Монтаж	4150	1651	1614
Пуско-наладочные работы	3360	1337	1306
Гарантийное и сервисное обслуживание	2174	865	845
Итого	19762	7862	7685

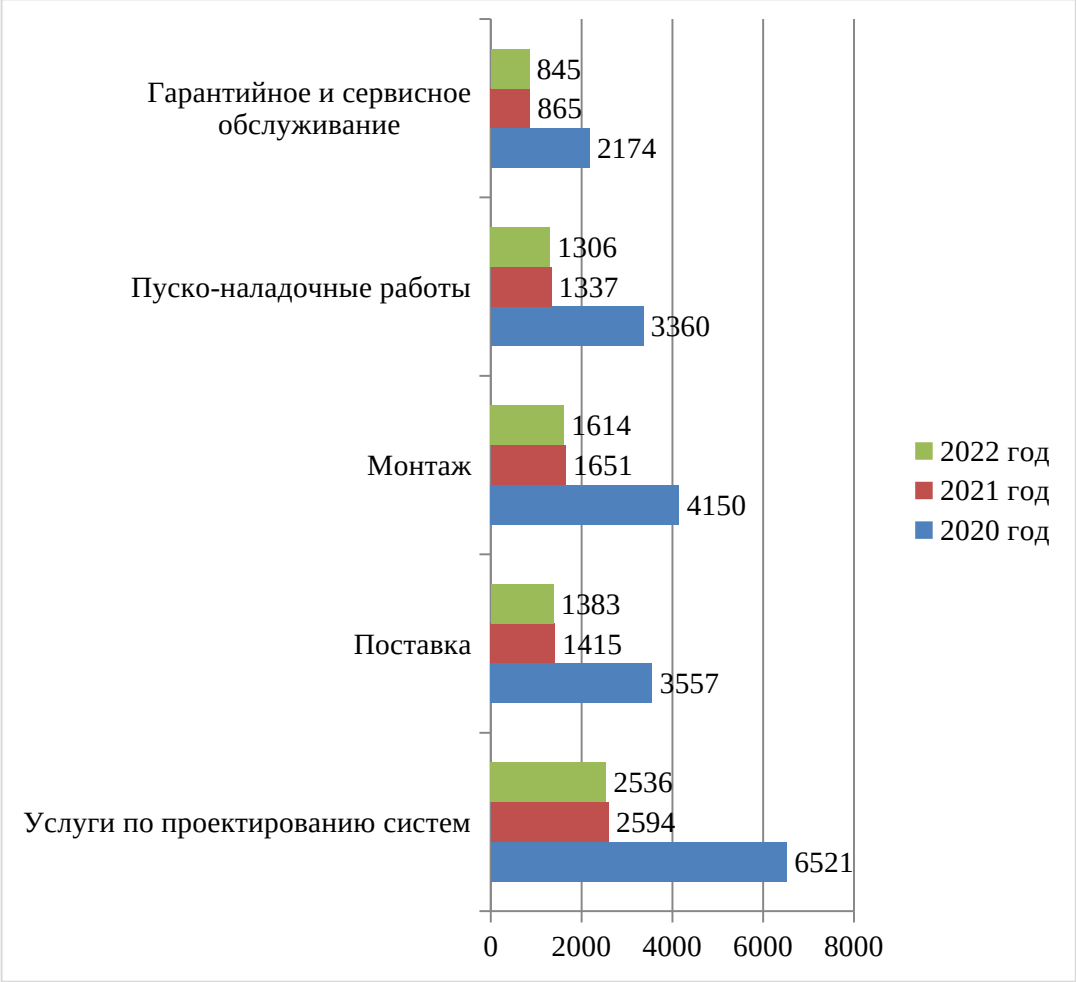

Рисунок 5 - Динамика товарооборота ООО ПК «ВентКомплекс»

По данным таблицы 4 и рисунка 5 можно заметить, что снижение товарооборота наблюдается по следующим группам услуг: услуги по проектированию систем, монтаж, гарантийное и сервисное обслуживание. При этом наибольшую опасность представляет снижение спроса на услуги по проектированию систем, так как данная категория товаров является самой дорогостоящей и составляющей большую долю выручки (см. рис. 6).

В ООО ПК «ВентКомплекс» присутствует постоянный спрос практически на все виды товаров. Достичь такого магазину удалось благодаря внимательной и постоянной работе с покупателями.

Таблица 5 – Товарные группы, занимающие наибольший и наименьший удельный вес в товарообороте

№п/п	Наименование товарных групп	Сумма товарооборота в тыс. руб.	Удельный вес в %
1	Приточно-вытяжные установки	53421	20,7
2	Тепловые пушки	57278-20	22,2
3	Кондиционеры	82597-10 126	32
4	Вентиляторы, решётки	34351	13,3
5	Тепловые завесы	30 126	11,7

На рисунке 6 представим структуру товарных групп.

Данные таблицы 5 и рисунка 5 показывают, что среди товарных групп ООО ПК «ВентКомплекс» наибольший удельный вес в структуре занимают тепловые пушки – 22,2%.

Наименьший удельный вес в структуре товарных групп занимают тепловые завесы – 11,7%.

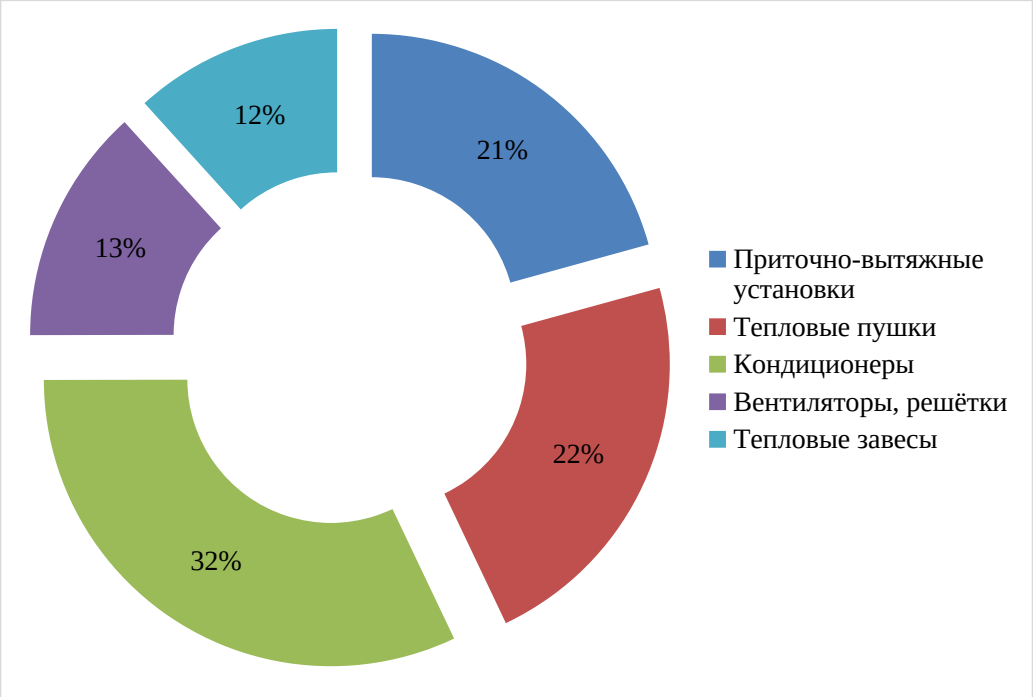

Рисунок 6 – Структура товарных групп ООО ПК «ВентКомплекс», %

Складываем все показатели: 53421+57278+82597+34351+30126=257773 тыс. руб.

Приточно-вытяжные установки: (53421*100) / 257773= 20,7

Тепловые пушки: (57278*100) / 257773=22,2

Кондиционеры: (82597*100) / 257773=32

Вентиляторы, решётки: (34351*100) / 257773=13,3

Тепловые завесы: (30126*100) /257773=11,7

Следовательно, в ООО ПК «ВентКомплекс» наибольший удельный вес занимают кондиционеры, а наименьший тепловые завесы.

Таким образом, ООО ПК «ВентКомплекс» всегда устойчивый базовый ассортимент. Среди услуг компании наблюдается снижение товарооборота наблюдается по следующим группам услуг: услуги по проектированию систем, монтаж, гарантийное и сервисное обслуживание. При этом наибольшую опасность представляет снижение спроса на услуги по проектированию систем, так как данная категория товаров является самой дорогостоящей и составляющей большую долю выручки

Товарные группы компании представлены следующими видами: приточно-вытяжные установки, тепловые пушки, кондиционеры, вентиляторы, решётки, тепловые завесы. Наименьший удельный вес в структуре товарных групп занимают тепловые завесы – 11,7%.

2.3. Разработка мероприятий по оптимизации структуры выпускаемой продукции ООО ПК «ВентКомплекс»

В рамках данной работы предлагается совершенствование товарной политики в ООО ПК «ВентКомплекс» определения наиболее рентабельных категорий товаров и увеличения объемов их продаж.

На текущий момент наиболее крупными товарными группами, которые составляют более 50% товарооборота компании, являются услуги по проектированию систем и монтаж.

Исходя из того, что компания имеет отрицательную динамику выручки от продажи данных категорий товаров, необходимо пересмотреть структуру выпуска ООО ПК «ВентКомплекс».

Как свидетельствуют данные рисунка 4, снижение спроса отмечается по всем категориям.

В рамках данной работы предлагается закупка указанных выше ассортиментных категорий в большем количестве.

Измененная структура товарооборота ООО ПК «ВентКомплекс» по результатам реструктуризации товарной политики приведена на рисунке 7.

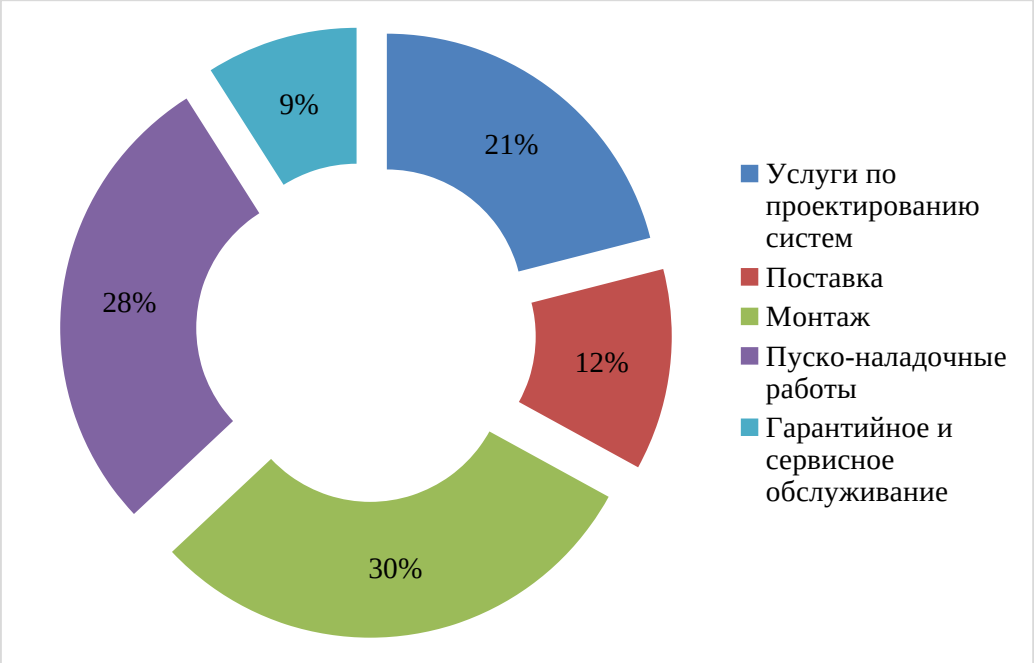

Рисунок 7 – Предложенная структура товарооборота ООО ПК «ВентКомплекс», %

Акцент в реструктуризации товарной политики ООО ПК «ВентКомплекс» сделан на снижение доли поставок в структуре услуг, что достаточно рационально с точки зрения резкого роста цен на затраты на оказание услуг (преимущественно импортируемую) и ухода с рынка большинства производителей. Данные изменения приведут к снижению спроса на данную категорию товаров, поэтому необходима реструктуризация в пользу других товаров.

В целях распространения информации о продукции ООО ПК «ВентКомплекс» предлагается проведение делового мероприятий, которое предполагает 3 этапа: подготовка, реализация и оценка эффективности.

Целью делового мероприятия является распространение информации об услугах ООО ПК «ВентКомплекс», повышении имиджа компании, что будет способствовать увеличение потока клиентов и объемов продаж в сравнении с результатами прошлого года.

Программа делового мероприятия ООО ПК «ВентКомплекс» будет долгосрочной, и многие его инструменты впоследствии должны перерасти в

постоянные методики по удержанию наработанной клиентской базы и поддержанию сформированного имиджа ООО ПК «ВентКомплекс» на рынке.

Программа подготовки и реализации делового мероприятия планируется на период: с 1 июня 2023 года по 1 июля 2023 года. Результатом реализации мероприятия будет проведение презентации продукции ООО ПК «ВентКомплекс».

Проведение презентации даст возможность ознакомить потенциальных покупателей со своим товаром, привлечь на стенд дилеров, крупные и мелкие организации, а не только обычных потребителей. Рабочая группа, созданная для организации выставочных стендов, обязана разработать план подачи информационного материала и дизайнерское оформление стенда.

Начиная от внешнего вида сотрудников на стенде, их корректности, уровня осведомленности, а так же от дизайна и технического уровня самого стенда зависит имидж всей компании и интерес посетителей к предоставленному товару. Стенд должен отражать в первую очередь фирменный стиль ООО ПК «ВентКомплекс», то есть выполнен в корпоративной цветовой гамме.

Также на стенде организуются элементы других разработанных маркетинговых коммуникаций, например таких, как личная продажа во время выставки.

Помимо этого во время проведения презентации большую роль сыграет проведение конференции (выступления руководителя) по вопросам сотрудничества с корпоративными (оптовыми) клиентами, раздача бесплатных буклетов с контактными телефонами и перечнем товаров, карандашей с фирменным логотипом, прайс-листов.

Распространение информации о проведении презентации будет осуществляться посредством рекламы по телевидению. Очень важно, чтобы ролик вмещал в себя максимум информации и был выпущен за 2 недели до организации мероприятия.

Так как выставка будет проходить на местном уровне, самым верным решением будет использовать местные телерадиокомпании.

Стоимость эфирного времени в среднем составляет 2000 руб. за секунду. Достаточным будет количество показов от трех до пяти раз в сутки.

Продолжительность рекламного ролика перед организацией мероприятия составит по времени около 15 секунд.

Так же информация о проведении мероприятия будет распространяться путем личного общения сотрудников с фактическими клиентами в процессе обслуживания во время продаж.

Далее проанализируем затраты на реализацию предложенного мероприятия для ООО ПК «ВентКомплекс» (см. таблицу 6).

Таблица 6

Затраты на проведение мероприятия ООО ПК «ВентКомплекс»

Статья затрат	Сумма, руб
1.Организация информативного стенда с выставочными вариантами продукции	35 500, 00
2.Оплата услуг ведущего	32 000, 00
3.Оплата ТВ-рекламы	113 000, 00
4.Сувениры с эмблемой салона (карандаши, буклеты) для раздачи гостям	14 000, 00
5. Шарики с эмблемой в цветах фирменного стиля для украшения и раздачи гостям	30 000,00
Итого	224 500

Общая величина затрат составит 224,5 тысяч рублей, с учетом затрат на ТВ-рекламу. Структура затрат представлена на рисунке 8.

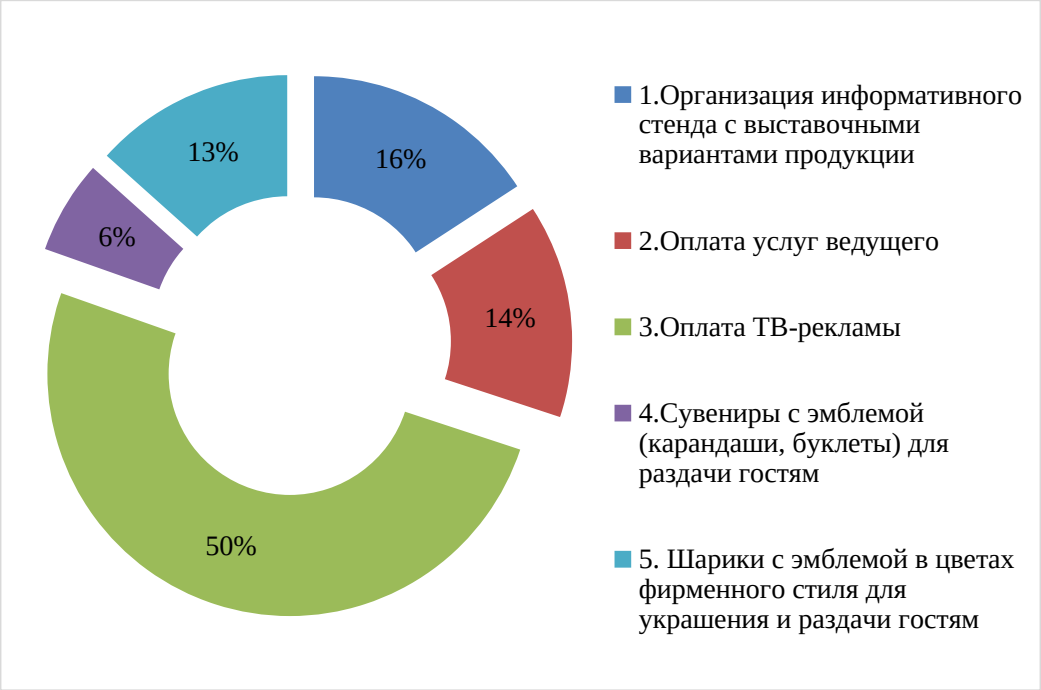

Рисунок 8 - Структура затрат на проведение презентации

Как показывают данные таблицы 6 и рисунка 8, наибольший удельный вес в структуре затрат на проведение мероприятий занимает оплата рекламы на ТВ.

От проведения мероприятия ожидается получить следующий эффект:

- повышение узнаваемости сети магазинов;
- привлечение потенциальных покупателей;
- повышение товарооборота в ближайшем периоде.

Как демонстрирует хозяйственная практика, результаты отечественной практики позволяют предположить, что совершенствование товарной политики ООО ПК «ВентКомплекс» позволит определить наиболее рентабельные категории товаров, а также позволит увеличить объём продаж на 6-7%.

В соответствии с этим, в таблице 7 и на рисунке 9 представлен прогноз динамики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО ПК «ВентКомплекс» после реализации предложений по оптимизации структуры выпуска продукции. При этом автор настоящего исследования считает необходимым подчеркнуть, что учесть инфляционные процессы при

составлении данного прогноза не представляется возможным, поскольку современная обстановка обусловлена постоянными изменениями в экономической политике государства. В связи с этим данные, представленные ниже, приводятся без учёта фактора инфляции.

Таблица 7

Прогноз динамики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО ПК «ВентКомплекс»

Показатель	2022 год	Прогноз	Абсолют. отклонение, тыс. руб	Темп роста, %
Выручка	7685	8223	538	107,00
Себестоимость	6376	6600,5	225	103,52
Валовая прибыль	1309	1622	313	123,95
Управленческие расходы	1237	1237	0	100,00
Прибыль (убыток) от продаж	72	385	313	535,35
Прочие доходы	-	-	-	-
Прочие расходы	37	37	0	100,00
Прибыль до налогообложения	35	348	313	995,57
Чистая прибыль	57	311	254	546,40

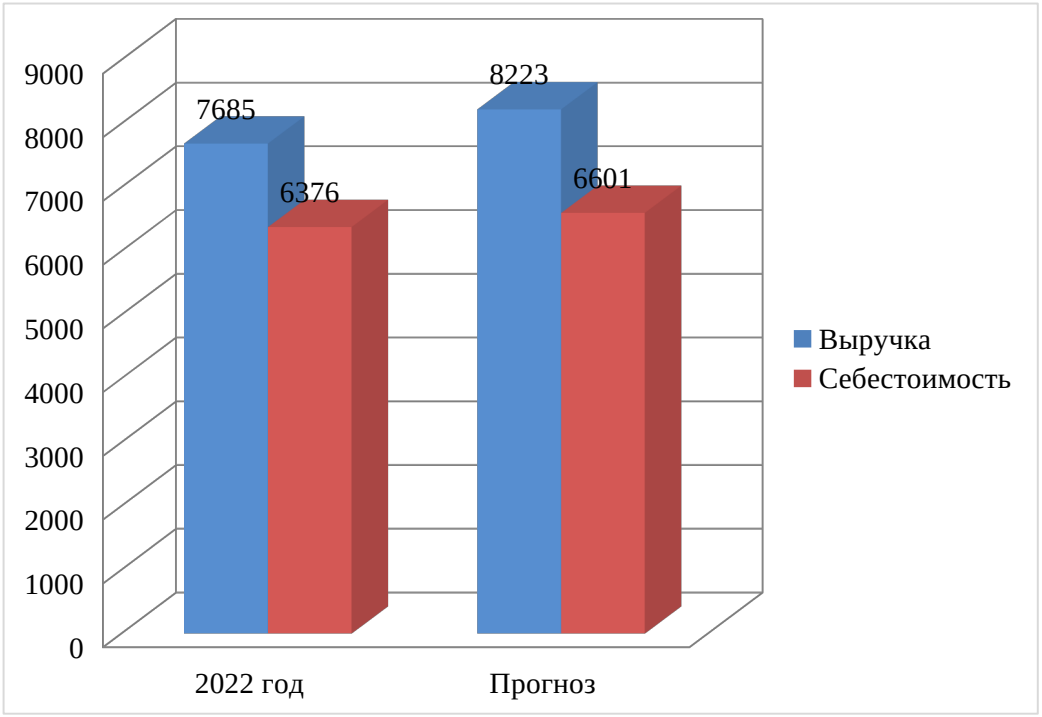

Рисунок 9 - Прогноз динамики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО ПК «ВентКомплекс»

Как свидетельствуют данные таблицы 7 и рисунка 9, в результате реализации предложенных мероприятий рост выручки составит 7%. Затраты на совершенствование товарной политики ООО ПК «ВентКомплекс», а именно проведение мероприятия включены в состав себестоимости.

В результате реализации предложений по оптимизации товарной структуры выпуска продукции ООО ПК «ВентКомплекс» чистая прибыль данной компании существенно увеличится (в 3 раза), что, несомненно, будет способствовать обеспечению финансовой безопасности данной организации.

На рисунке 10 представлен прогноз динамики чистой прибыли ООО ПК «ВентКомплекс».

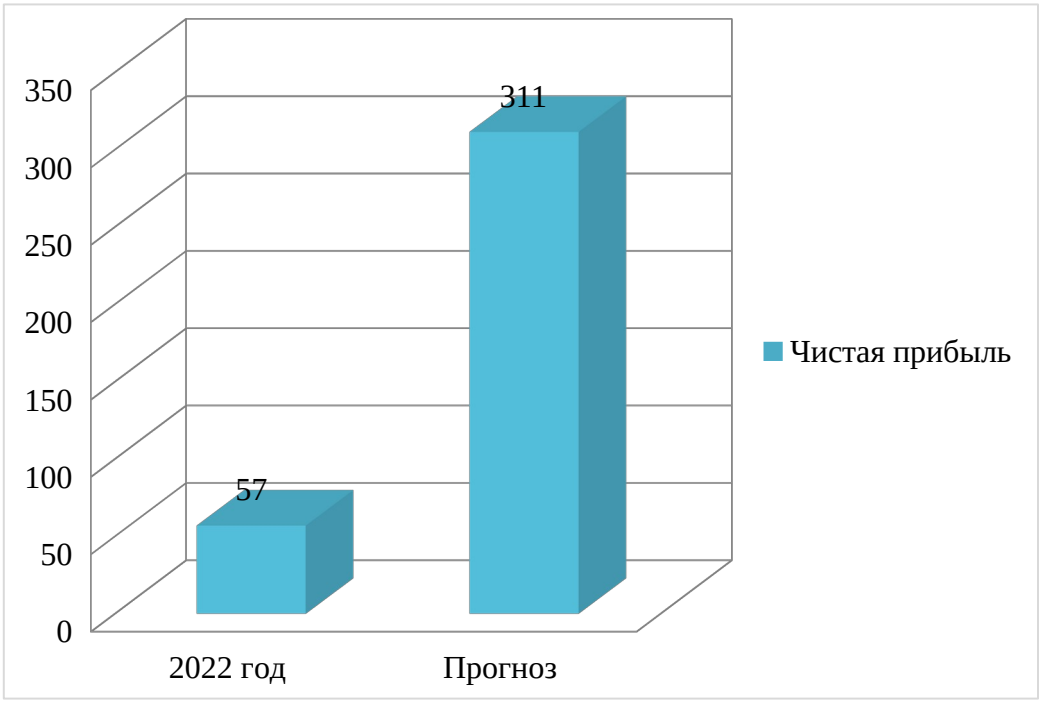

Рисунок 10 - Прогноз динамики чистой прибыли ООО ПК «ВентКомплекс»

Таким образом, объектом исследования в работе выступает ООО ПК «ВентКомплекс», который является официальным лицензированным представителем крупных производственных предприятий Удмуртской Республики, Пермского края и Свердловской области.

За исследуемый период наблюдается снижение по всем основным технико-экономическим показателям предприятия. Показатели в 2021 году по

сравнению с 2020 значительно упали. В 2022 году по сравнению с 2021 годом показатели незначительно повысились. Это связано, скорее всего, с обстановкой на рынке внутри страны.

В ассортименте предприятия имеются следующие виды товаров и услуг: услуги по проектированию систем, поставка, монтаж, пуско-наладочные работы, гарантийное и сервисное обслуживание.

Снижение товарооборота наблюдается по следующим группам услуг: услуги по проектированию систем, монтаж, гарантийное и сервисное обслуживание. При этом наибольшую опасность представляет снижение спроса на услуги по проектированию систем, так как данная категория товаров является самой дорогостоящей и составляющей большую долю выручки.

В рамках данной работы предлагается совершенствование товарной политики в ООО ПК «ВентКомплекс» определения наиболее рентабельных категорий товаров и увеличения объемов их продаж. На текущий момент наиболее крупными товарными группами, которые составляют более 50% товарооборота компании, являются услуги по проектированию систем и монтаж.

Заключение

Объем и структура выпуска продукции оказывают большое влияние на результаты хозяйственной деятельности. При формировании номенклатуры и структуры выпуска предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данный вид продукции, а с другой – максимально эффективное использование трудовых, сырьевых, технических и технологических ресурсов, финансовые и других ресурсы, доступные организации.

Структура продукции – это соотношение отдельных видов изделий в общем объеме ее выпуска. Выполнить план по структуре – значит сохранить в фактическом выпуске продукции запланированное соотношение отдельных ее видов. Неравномерное выполнение плана по отдельным изделиям приводит к отклонениям от плановой структуры продукции, нарушая тем самым условия сопоставимости всех экономических показателей.

Структура продукции представляет собой удельный вес каждой продукции в общем выпуске.

Объектом исследования в работе выступает ООО ПК «ВентКомплекс», который является официальным лицензированным представителем крупных производственных предприятий Удмуртской Республики, Пермского края и Свердловской области.

За исследуемый период наблюдается снижение по всем основным технико-экономическим показателям предприятия. Показатели в 2021 году по сравнению с 2020 значительно упали. В 2022 году по сравнению с 2021 годом показатели незначительно повысились. Это связано, скорее всего, с обстановкой на рынке внутри страны. На предприятии на протяжении анализируемого периода происходит сокращение финансовых результатов, то есть эффективность деятельности снизилась.

В ассортименте предприятия имеются следующие виды товаров и услуг: услуги по проектированию систем, поставка, монтаж, пуско-наладочные работы, гарантийное и сервисное обслуживание.

Снижение товарооборота наблюдается по следующим группам услуг: услуги по проектированию систем, монтаж, гарантийное и сервисное обслуживание. При этом наибольшую опасность представляет снижение спроса на услуги по проектированию систем, так как данная категория товаров является самой дорогостоящей и составляющей большую долю выручки.

В рамках данной работы предлагается совершенствование товарной политики в ООО ПК «ВентКомплекс» определения наиболее рентабельных категорий товаров и увеличения объемов их продаж. На текущий момент наиболее крупными товарными группами, которые составляют более 50% товарооборота компании, являются услуги по проектированию систем и монтаж.

Акцент в реструктуризации товарной политики ООО ПК «ВентКомплекс» сделан на снижение доли поставок в структуре услуг, что достаточно рационально с точки зрения резкого роста цен на затраты на оказание услуг (преимущественно импортируемую) и ухода с рынка большинства производителей.

В целях распространения информации о продукции ООО ПК «ВентКомплекс» предлагается проведение делового мероприятий, которое предполагает 3 этапа: подготовка, реализация и оценка эффективности. Целью делового мероприятия является распространение информации об услугах ООО ПК «ВентКомплекс», повышении имиджа компании, что будет способствовать увеличение потока клиентов и объемов продаж в сравнении с результатами прошлого года.

В результате реализации предложенных мероприятий рост выручки составит 7%. Затраты на совершенствование товарной политики ООО ПК «ВентКомплекс», а именно проведение мероприятия включены в состав себестоимости.

Таким образом, реализации предложений по оптимизации товарной

структуры выпуска продукции ООО ПК «ВентКомплекс» чистая прибыль данной компании существенно увеличится (в 3 раза), что, несомненно, будет способствовать обеспечению финансовой безопасности данной организации.

Библиографический список

1. Алексеева Н. А. Комплексный экономический анализ : учебное пособие / Н. А. Алексеева. – Ижевск : Ижевская ГСХА, 2020. – 316 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/178018 (дата обращения: 08.05.2023).
2. Анализ ассортимента и структуры продукции / Е. А. Болотнова, А. Н. Олейник, А. А. Матвеева, С. В. Никитенко // Вестник Академии знаний. – 2023. – № 1(54). – С. 64-68.
3. Баканов, М.И., Шеремет, А.Д. Теория экономического анализа: Учеб. для студентов экон.спец.-4-е изд, доп и перераб. - М.: Финансы и статистика, 2022. – 416 с.
4. Балабанов, И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. 3-е изд., доп. М.: Финансы и статистика, 2022. - 352 с.
5. Бахмарева, Н. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие / Н. В. Бахмарева. – Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнѐва, 2021. – 100 с. – Текст : электронный // Лань : электроннобиблиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/195092»
6. Богайчук, Я. А. SWOT-анализ направлений оптимизации объема выпуска продукций в современных конкурентных условиях / Я. А. Богайчук // Вестник научных конференций. – 2022. – № 12-3(88). – С. 14-16.
7. Бондина, Н. Н. Экономический анализ в системе управления организацией : учебное пособие / Н. Н. Бондина, И. А. Бондин, Т. В. Зубкова. – Пенза : ПГАУ, 2020. – 195 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/170985.
8. Воронина М. В. Финансовый менеджмент : учебник / М. В. Воронина. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 399 с.

9. Григоренко О.В. Экономика предприятия и управление организацией: Учебное пособие / О.В. Григоренко, А.Н. Мыльникова, И.О. Садовничая. - М.: Русайнс, 2019. - 48 с.

10. Зынович К.М., Кузнецова А.В., Лейба Т.А. Значение и методы финансового анализа деятельности организации // Наука и образование в наши дни: фундаментальные и прикладные исследования. - 2021. - №7. - С. 111-113.

11. Кирильчук, С. П. Оптимизация товарной политики предприятия на основе АВС-анализа / С. П. Кирильчук, М. Ю. Дементьев // Экономика строительства и природопользования. – 2019. – № 3(72). – С. 83-88.

12. Кирильчук, С.П. Инновационная составляющая конкурентоспособности предприятия / С.П. Кирильчук, Е.В. Шевченко. [Текст]. // Экономика строительства и природопользования. – №1(70). – 2019. – С.55-59.

13. Козуля, И.И. АВС-анализ не для галочки: особенности изучения группы А / И.И. Козуля [Текст]. // Маркетинг и маркетинговые исследования. – М.: Издательский дом «Гребенников», 2015. - С. 194-204.

14. Косолапова М. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник / М. В. Косолапова, В. А. Свободин. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 247 с.

15. Куанова А.А. Методика проведения анализа и оценки финансового результата деятельности организации по данным отчета о финансовых результатах // Современные тенденции развития гуманитарных, правовых и экономических исследований Республики Калмыкия: теория и практика. - 2021. - №8. - С. 65-67.

16. Любенко И. В. Математическая модель оптимизации структуры выпуска продукции в случае совершенной конкуренции / И. В. Любенко // Дни студенческой науки. 2020. – С. 219-222.

17. Неяскина Е. В. Экономический анализ деятельности организации: учебник для академического бакалавриата. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 400 с.

18. Никифорова Н.А. Комплексный экономический анализ: учебник. – Москва: КноРус, 2021. – 439 с.

19. Олейник, А. Н. Анализ улучшения эффективности производства продукции растениеводства / А. Н. Олейник, Е. А. Болотнова, А. В. Чубарева, М. В. Ананьева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 38 (6). – С. 268-271.

20. Орлов, А. И. Бережливое производство: оптимизация запасов и управление качеством / А. И. Орлов // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2022. – № 184. – С. 164-177.

21. Павлов А.И., Зайнуллина С.Ф. Актуальные методы анализа финансового результата в структуре финансовой отчетности // Актуальные научные исследования в современном мире. - 2021. - № 3-2 (71). - С. 176-178.

22. Прыкина Л. В. Экономический анализ предприятия : учебник / Л. В. Прыкина. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 253 с.

23. Стасюк Т. П. Совершенствование методики анализа финансового состояния предприятия // Сборник материалов РНПК Приднестровского государственного университета. - 2020. – №7. – С. 88.

24. Хмельницкая, Н.В. Исследование товарного ассортимента компании с использованием методов ABC и XYZ-анализа: электронный ресурс / Н.В. Хмельницкая // Достижения вузовской науки 2018. Международный научно-практический конкурс 1 МЦНС «Наука и просвещение» – С. 191-196. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_32617475_45287759.pdf

25. Шелехова, Л. В. Методы оптимальных решений : учебное пособие / Л. В. Шелехова. – 2-е изд., стер. – СанктПетербург : Лань, 2022. –

304 с. – ISBN 978-5-8114-2165-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/209813 »

26. Шориков, А. Ф. Методика оптимизации адаптивного управления выпуском продукции предприятия на основе динамической экономико-математической модели / А. Ф. Шориков // Экономика и математические методы. – 2022. – Т. 58, № 4. – С. 102-112.

Приложение А

Бухгалтерский баланс ООО ПК «ВентКомплекс» за 2022 год

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н

(в ред. Приказов Минфина России
от 05.10.2011 № 124н, от 06.04.2015 №
57н, от 06.03.2018 № 41н, от 19.04.2019
№ 61н)

Формы
бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2022 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710001		
	Дата (число, месяц, год)	31	12	2022
Организация ООО ПК «ВентКомплекс»	по ОКПО			
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	1837017925		
Вид экономической деятельности Торговля оптовая прочими машинами и оборудованием	по ОКВЭД 2	46.69		
Организационно-правовая форма/форма собственности ООО				
	по ОКОПФ/ОКФС			
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384		

Пояснения [1]	Наименование показателя [2]	На 31.12 2022 г.[3]	На 31 декабря 2021 г.[4]	На 31 декабря 2020 г.[5]
	АКТИВ			
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Нематериальные активы	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	-	-	-
	Материальные поисковые активы	-	-	-
	Основные средства	0	1	8
	Доходные вложения в материальные ценности	-	-	-
	Финансовые вложения	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	-	-	-
	Итого по разделу I	0	1	8
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Запасы	803	1118	3
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	1	-
	Дебиторская задолженность	879	982	2816
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	107	378	85
	Прочие оборотные активы	0	90	3
	Итого по разделу II	1789	2569	2907

	БАЛАНС	1789	2570	2915

Форма 0710001 с. 2

Пояснения [1]	Наименование показателя [2]	На 31.12 20 22 г.[3]	На 31 декабря 20 21 г.[4]	На 31 декабря 20 20 г.[5]
	ПАССИВ			
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ [6]			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	(-) [7]	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	-	-	-
	Резервный капитал	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1728	1785	1760
	Итого по разделу III	1738	1795	1770
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	-	-	-
	Оценочные обязательства	-	-	-
	Прочие обязательства	-	-	-
	Итого по разделу IV	-	-	-
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	-	-	-
	Кредиторская задолженность	51	775	1145
	Доходы будущих периодов	-	-	-
	Оценочные обязательства	-	-	-
	Прочие обязательства	-	-	-
	Итого по разделу V	51	775	1145
	БАЛАНС	1789	2570	2915

Руководитель _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

“ 05 ” февраля 20 23 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения.

2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.

3. Указывается отчетная дата отчетного периода.

4. Указывается предыдущий год.

5. Указывается год, предшествующий предыдущему.

6. Некоммерческая организация именует указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Паевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).

7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

Приложение Б

Отчет о финансовых результатах ООО ПК «ВентКомплекс»

за 2022 год

(в ред. Приказов Минфина России
от 06.04.2015 № 57н, от 06.03.2018 № 41н,
от 19.04.2019 № 61н)

Отчет о финансовых результатах
на 31 декабря 20 22 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710002		
	Дата (число, месяц, год)	31	12	2022
Организация ООО ПК «ВентКомплекс»»	по ОКПО			
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	1837017925		
Вид экономической деятельности Торговля оптовая прочими машинами и оборудованием	по ОКВЭД 2	46.69		
Организационно-правовая форма/форма собственности ООО				
	по ОКОПФ/ОКФС			
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384		

Пояснения [1]	Наименование показателя [2]	За 31.12 20 22 г.[3]	За 31.12 20 21 г.[4]
	Выручка [5]	7685	7862
	Себестоимость продаж	(6376)	(6652)
	Валовая прибыль (убыток)	1309	1210
	Коммерческие расходы	(-)	(-)
	Управленческие расходы	(1237)	(1144)
	Прибыль (убыток) от продаж	72	66
	Доходы от участия в других организациях	-	-
	Проценты к получению	-	-
	Проценты к уплате	(-)	(-)
	Прочие доходы	0	2
	Прочие расходы	(37)	(35)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	35	33
	Налог на прибыль [7]	8	8
	в т.ч. текущий налог на прибыль	(-)	(-)
	отложенный налог на прибыль	-	-
	Прочее	84	-
	Чистая прибыль (убыток)	57	25

Пояснения [1]	Наименование показателя [2]	За 31.12 20 22 г.[3]	За 31.12 20 21 г.[4]
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода [7]	-	-
	Совокупный финансовый результат периода [6]	57	25
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	-	-

Руководитель _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

“ 05 ” февраля 20 23 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения.

2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанный Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных доходах и расходах могут приводиться в отчете о финансовых результатах общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о финансовых результатах, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.

3. Указывается отчетный период.

4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.

5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.

6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода, Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода".

7. Отражается расход (доход) по налогу на прибыль.